

Les sujets usages expressifs et relationnels

Dans le chapitre précédent, que nous avons appelée « narrations », nous avons décrit les opérations des consommateurs qui consistent à réécrire le monde de *Romanzo Criminale*, par des techniques différentes. Les discussions dans les forums et la création de contenus *grassroot* sont un exemple de la manière par laquelle la rencontre avec le monde fictionnel de *Romanzo Criminale* produit du sens pour les individus, dans des communautés.

La caractéristique principale de ces appropriations est l'*usage* : il s'agit, dans la plupart des cas, de gestes mis en œuvre par les consommateurs s'attachant à certains éléments du produit, ou de pratiques de bricolage ayant pour résultat des effets célébratifs ou de détournement. Ces premiers résultats de notre enquête, tout en détectant certains éléments de *Romanzo Criminale* entendu comme objet, nous montrent que la rencontre avec le spectacle est rarement identifiable comme un acte solitaire, mais, au contraire, elle requiert une vérification de nos émotions personnelles, de nos goûts, de nos intuitions dans le cadre d'une ou de plusieurs relations sociales (voir aussi Leveratto, 2006). Dans les pages qui suivent, nous analyserons des formes de réponse au pouvoir sémiotique des textes se manifestant par un véritable usage de ces textes dans des stratégies d'interaction sociale. L'accent est donc mis sur les sujets.

Nous porterons notre attention sur la construction d'un sens centré sur les individus par la proposition d'une analyse des façons par lesquelles les usagers se servent de *Romanzo Criminale* pour construire leur identité, dans un espace, virtuel, où celle-ci est à construire en absence du corps. Sur Internet, on assiste aux performances des utilisateurs qui mettent en place un travail de vérification de soi, par la maîtrise d'un espace à leur mesure et ensuite par l'exposition aux autres de parties de leur vie intime.

La relation avec le produit culturel contribue à l'expression de sentiments, souvenirs, opinions politiques, autorisant ainsi une découverte de soi, première étape pour la mise en scène de l'intimité ; lorsqu'elle est affichée, en tant que goût revendiqué par un *fan* ou en tant que citation au second degré par un spectateur blasé, façonne l'image sociale de l'individu, interprétant telle ou telle caractéristique de sa personnalité. Blogs et réseaux sociaux permettent à l'internaute de se construire une vitrine, où ce mouvement d'extériorisation est rendu public : c'est le mouvement correspondant à l'« extimité », terme paru pour la première fois à la fin des années 1960

dans le cadre de la psychanalyse (Lacan, 2006) et ensuite adopté pour l'analyse des phénomènes Internet (Tisseron, 2001). Le besoin de construire une identité par la narration est, néanmoins, ressenti dès le début de l'âge moderne (Taylor, 1991) et semble s'affirmer, grâce aux outils que les nouvelles technologies mettent à la portée de tous, comme un « expressivisme » global.

Nous analyserons donc les espaces en ligne dans lesquels *Romanzo Criminale* prend une place centrale ou figure simplement comme citation culturelle ; nous étudierons les éléments des textes d'origine qui s'offrent comme des indices identitaires, afin de comprendre comment et pourquoi *Romanzo Criminale*, dans ses spécificités, devient un outil pour la mise en scène de soi dans un espace public.

3.1 Les blogs

Comme nous l'avons montré dans la première partie de ce chapitre, dans l'espace des forums une variété d'approches se rencontrent dans la construction d'une architecture collaborative autour des films. Au contraire, dans les blogs, le savoir, tout comme l'affichage des préférences, apparaît spécialisé et centré sur des formes de narration de soi. Il s'agit d'une catégorie d'appropriations qui se situe à cheval entre les « narrations » et les « sujets », car le blog est centré sur l'identité de l'auteur, mais ses contenus peuvent également circuler comme des produits autonomes. La vie d'un *blog* se construit dans le temps, mais un billet peut être diffusé sur les réseaux sociaux, et lu comme un élément indépendant, sans que ses lecteurs aient à consulter d'autres pages.

Prothèse, outil pour l'expression de soi, vitrine et fenêtre, le blog se propose, dans les cas que nous analyserons dans ce paragraphe, comme l'espace pour des réflexions, axées sur des perspectives variables, concernant les contenus ou la forme du produit audiovisuel en question. Lorsque le spectateur rédige un billet dans son espace personnel, il choisit d'afficher une posture d'auteur, proposant à ses lecteurs une vision personnelle sur le produit, qui très souvent se charge du récit des modalités de visionnage, des émotions. Le *blog* est marqué davantage que le forum par un entrelacement de dimension intime et dimension extime ; il insère l'expérience du film dans la sphère du quotidien. La dimension intime doit se construire dans un espace adapté : ainsi, une première étape est la découverte du dispositif, une forme d'apprentissage. L'auteur d'un blog doit apprendre à façonner l'espace à sa mesure et

selon ses goûts, mais répondant à des critères de lisibilité (sous forme de texte, mais également par d'autres signes graphiques : listes, images, ou par la publication de liens vidéo), afin que ses visiteurs soient encouragés à consulter les billets, à fréquenter l'espace et surtout à laisser des commentaires. Le succès d'un blog se mesure en nombre de visiteurs uniques par jour, ainsi que par le nombre de visiteurs qui accèdent aux contenus sur un temps dilaté :

On ne peut comprendre les « posts » émis sur un blog sans prêter une égale attention aux commentaires qu'ils suscitent. Sur un blog, tout se passe comme si les individus exprimaient sous des formes variées certains traits de leur identité afin de mettre cette production au service de la sélection, de l'entretien et de l'enrichissement de leur répertoire de contacts (Cardon, Delaunay-Téterel, 2006).

Romanzo Criminale apparaît comme sujet dans plusieurs blogs. Nous pouvons individuer une distinction entre des blogs caractérisés par une approche spécifiquement cinéphile ou fonctionnant comme des cadres pour un recueil de critiques de presse ; d'autres caractérisés par une approche politique, d'autres ayant des propriétés qui les rapprochent du journal intime. Nous signalerons également les spécificités des blogs italiens, des blogs français et des blogs en anglais.

Dans des *blogs* cinéphiles, l'objectif de l'auteur est de proposer des conseils sur les films à voir ; la posture est souvent empruntée à la critique professionnelle, lorsqu'il ne s'agit pas simplement d'une opération de citation de critiques provenant d'autres sites. Les internautes parlent de *Romanzo Criminale* en tant que film et en tant que série, mais, dans certains cas, on remarque la volonté de dépasser les frontières entre les différents médias, comme le souligne cette introduction d'un billet : « Bien que nous soyons dans un blog consacré au cinéma, nous ne pouvons pas nous abstenir de parler de *Romanzo Criminale* la série »¹.

Dans la plupart des cas, le blog présente un texte de quelques paragraphes accompagné d'images fixes du film. Mais, souvent, c'est moins l'opération critique que le geste de recyclage d'informations qui semble occuper la première place. Pour le réseau de blogs liés au site AlloCiné, par exemple, si le synopsis du film est toujours le même, copié du site principal, l'apport individuel des auteurs consiste dans la

¹ <http://www.cinemamagazine.it/2010/11/24/1048/>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

proposition d'une mise en page et dans l'ajout de photos choisies pour illustrer le texte et, ainsi, le personnaliser.

De la même manière, un blog en langue anglaise, *Worldscinema.com*¹, réemploie la critique du film provenant d'un site de cinéma italien (la source est citée en tête du billet), qui décrit le film comme un produit de qualité se démarquant de la production italienne contemporaine et loue la valeur des acteurs tout en reconnaissant l'autorialité (*autorship*) de M. Placido. Le blog propose six images en illustration de l'article (absentes du site italien, source de la citation) qui représentent les personnages principaux par des plans rapprochés (soulignant ainsi la valeur des interprètes) et qui montrent des actions spectaculaires comme un incendie et un attentat (mettant l'accent sur la qualité du film, par le rapprochement aux productions hollywoodiennes). En outre, le blog propose des liens pour le téléchargement illégal du produit, geste qu'au moins un visiteur félicite. Ce dernier élément nous signale l'existence d'un réseau communautaire qui se sert des blogs pour la condivision moins d'informations que d'éléments difficilement partageables ; une manière de détourner le contrôle et de partager des contenus audiovisuels de manière illicite : le blog devient le dépôt de liens clandestins.

Certains blogs proposent des images fixes du film et de la série comme illustration de leur propos, d'autres retravaillent ces images afin de restituer une vision personnelle et chargée d'émotion (cela constitue le point de contact entre le blogging et le *fan art*). Il existe des blogs dans lesquels le discours ne passe que par les images : un *blog* consacré à la culture gastronomique italienne réserve à *Romanzo Criminale* un espace pour confronter les images du film et de la série où les personnages se trouvent dans un restaurant, avec un ajout textuel peu important².

Romanzo Criminale est présent dans ces blogs comme le sujet d'un ou rarement plusieurs billets, qui prennent ainsi la forme d'une fiche-film. Dans le blog, le savoir s'organise à partir d'éléments glanés dans d'autres espaces en ligne, souvent recyclés, et ensuite organisés par l'auteur dans la construction d'une vitrine personnelle similaire à une anthologie des objets culturels préférés. L'opération est similaire à un bricolage, par

¹ <http://www.worldscinema.com/2011/07/michele-placido-romanzo-criminale-aka.html>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

² <http://www.lucianopignataro.it/a/in-quale-ristorante-mangiano-i-criminali-di-romanzo-criminale/18548/>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

lequel le film comme matière première est réorganisé par l'auteur selon des critères personnels.

Une autre posture est proposée par les *blogs* personnels, où l'expérience du film est racontée comme un événement qui concerne la vie privée de l'auteur qui effectue des comparaisons avec sa vie et la vie des criminels et qui évoque des souvenirs liés à ce que les événements racontés ont représenté, de son point de vue, pour l'histoire italienne :

J'ai vécu mon adolescence exactement en ces années, dans le quartier romain de Pietralata, et ces mauvais garçons je les ai rencontrés sur les bancs de l'école, dans la rue [...] J'étais le produit du prolétariat qui aspire aux valeurs et au rôle de la bourgeoisie, quant à eux, ils étaient les petits-frères des « ragazzi di vita » qui, comme le prophétisa Pasolini, allaient être vomis par la société de consommation [...] ¹.

Souvent, cette catégorie se connote par des tons spécifiquement politiques qui transforment le commentaire sur le film en réquisitoires contre la situation actuelle des mœurs politiques italiennes (« on est face à la représentation d'une Italie égoïste, pauvre, fausse, décapitée, obèse pour une overdose de pragmatisme abstrait, où il ne reste que la domination à travers des assassinat moraux et non² »). Nous retrouvons des blogs qui prennent appui sur les faits de l'univers de *Romanzo Criminale* pour analyser des événements de la politique italienne et qui effectuent donc une lecture du livre et du film comme des prétextes, ou des points de départ, pour la rédaction d'essais ou de pamphlets. Le *blog* devient ainsi un outil qui sert à l'utilisateur pour contribuer à une culture de la participation avec son savoir personnel, fruit de recherches approfondies ou d'une réflexion ayant une valeur morale.

La conscience de l'étendue du phénomène dans la culture italienne est visible par la différence entre les *blogs* italiens et les *blogs* français : les contenus, dans le premier cas, s'organisent autour d'une prise de position face à la diffusion de la série et de son succès national, avec une prise en compte du débat politique et des enjeux moraux liés à la question des « modèles d'inconduite ». Pour les *blogs* français, on

¹ <http://www.gliatronline.it/home/2010/11/17/io-di-sinistra-ossessionato-da-romanzo-criminale/>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

² *Ibidem*.

observe une attention prépondérante aux détails formels et la construction de critiques fondées sur des postures « néocinéphiles » et très attentives à la découverte de l'« italianité » du produit : « Bref, c'est un coup de cœur, un film que vous devez voir si comme moi vous aimez les films de gangsters qui finissent mal, ou encore pour les amateurs de cinéma italien moderne. Mais attention ! À regarder en VO ! C'est bien mieux comme ça ! »¹.

Nous y retrouvons des comparaisons, déjà vues dans le champ des forums, avec le cinéma américain de gangsters ou avec l'héritage de la grande cinématographie italienne : « Entre les fascistes et les communistes, il y a les petits bandits, une vision qui rappelle la dualité de *Libera, amore mio*, de Bolognini »² ; le jugement de valeur sur la qualité du film émerge souvent de la comparaison avec les productions nord-américaines : « Un super film ! On dirait un film hollywoodien, mais c'est italien ! »³.

Les auteurs des blogs ont la possibilité d'organiser leurs contenus dans des catégories : le film et la série apparaissent ainsi classés dans un ordre de préférences ou de sujets de prédilection, comme dans le cas suivant : le *blog* « Le point critique » d'AlloCiné propose la fiche de *Romanzo Criminale* de M. Placido dans la catégorie des « Admirables »⁴ ; un autre *blog* d'AlloCiné, « Les chroniques de Walthrius », le classe dans la catégorie appelée « Oldies »⁵.

Pour les *blogs* français, on constate une position généralisée qui se rapproche de la critique cinématographique de type classique, avec la tendance à vouloir présenter aux lecteurs le produit d'une réflexion personnelle, dérivant d'une passion ou d'une idiosyncrasie. Les intentions sont affichées en direction des internautes et encouragent les réactions en retour, comme dans le cas suivant :

Ici, je tenterai en toute modestie de faire partager ma passion pour le cinéma. Je ponctuerai ce blog de nombreuses critiques personnelles sur les films, récemment

¹ http://chroniquedewaltrius.blogs.allocine.fr/chroniquedewaltrius-158321-romanzo_criminale_le_nouveau_cinema_italien_a_du_bon.htm. Dernier accès le 27 septembre 2011.

² http://cinecitta.blogs.allocine.fr/cinecitta-68380-chronique_d%C2%92une_violence_de_plombs.htm. Dernier accès le 9 mars 2011, depuis, le lien n'est plus actif.

³ http://sabostix.blogs.allocine.fr/sabostix-44214-romanzo_criminale.htm. Dernier accès le 27 septembre 2011.

⁴ http://blog-seb.blogs.allocine.fr/blog-seb-250759-romanzo_criminale.htm. Dernier accès le 27 septembre 2011.

⁵ http://chroniquedewaltrius.blogs.allocine.fr/chroniquedewaltrius-158321-romanzo_criminale_le_nouveau_cinema_italien_a_du_bon.htm. Dernier accès le 27 septembre 2011.

sortis ou non, ainsi que sur les séries que j'aime. J'essayerai de convaincre ainsi ceux qui ne connaissent pas, tout en débattant avec détracteurs et fans, et cela dans la plus grande convivialité ! Laissez vos commentaires !¹

Dans le champ italien, bien que l'on retrouve ce genre de « fiche-film » organisée sur le modèle de l'article de revue spécialisée, l'espace des blogs devient un territoire où la liberté des individus se manifeste de manières variées, mobilisant d'autres domaines que celui de la critique. Si une première remarque concerne les contenus, car les *blogs* français montrent moins d'intérêt à la série alors que chez leurs homologues italiens on peut observer l'inverse (c'est la série de Stefano Sollima qui représente *Romanzo Criminale*), nous devons nous arrêter sur les différences entre les manières par lesquelles l'objet culturel devient source de significations et de discours sociaux.

L'objet culturel se charge de toutes les polémiques et des discours propres de l'espace public italien que nous avons pu esquisser dans l'analyse des forums. Réapparaît ainsi la question des modèles d'inconduite, qui donne lieu à des commentaires approfondis et des analyses complètes des raisons par lesquelles le film et la série deviendraient des objets « dangereux » ou « non nécessaires ». Par exemple, un *blog* d'un spectateur adulte, qui se définit « moraliste » et attaque le caractère *complaisant* du récit, est le point de départ pour une discussion concernant les effets dans la réalité de ces modèles : « [...] peux-tu me signaler des cas certes, vérifiables, de personnes qui ont choisi d'entreprendre des carrières de criminels professionnels suite à la suggestion reçue par Freud ou Libanais ? Allez, soyons sérieux »².

Certains *blogs* consacrent des *posts* à l'analyse de *Romanzo Criminale* comme phénomène sociétal : l'auteur du *blog Chickenbroccoli. Amare odiare il cinema*, qui a pour objectif de disséquer les produits cinématographiques et de mettre en évidence tous les éléments qui font leur succès, rédige une fiche pour *Romanzo Criminale*—la série centrant son analyse sur l'exagération du succès obtenu par le phénomène. Il le fait en commentant des photos des t-shirts vendus dans la rue : « Mais les mêmes savent qui

¹ *Ibidem*.

² <http://cletus19.blogspot.com/2011/01/romanzo-de-che.html>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

étaient vraiment “ceux de la Banda della Magliana” ?¹ » et propose d’observer l’effet que feraient les t-shirts avec les personnages vrais qui sont à la base du récit.

À travers ces exemples, nous pouvons remarquer que le blog encourage une transmission de la culture par des éléments graphiques, des hyperliens et pas exclusivement des textes, conformément au dispositif de consultation typique du Web et rendu possible par les connexions haut débit.

En conclusion, nous pouvons noter que la différence entre les contributions dans les forums et les posts des blogs est à la fois quantitative et qualitative. La particularité des *blogs* est d’offrir aux internautes un espace plus ample pour les commentaires, qui se transforment, nous l’avons vu, en textes complets, organisés par catégories, dans une structure ayant ses spécificités : le texte prend une ampleur permettant à l’internaute de présenter et de justifier son propos, ainsi que d’éditer sa présentation selon une sélection de formats employant du matériel varié.

Par exemple, on retrouve un blog qui se veut un hommage à la série et qui propose une suite d’encadrés, avec des photos, des vidéos de la série ou des clips musicaux liés à la culture romaine de l’époque². Le résultat se rapproche des critiques de cinéma ou des fiches-film des magazines spécialisés mais, comme dans la plupart des cas, la personnalisation de l’espace permet à l’internaute de charger son discours avec des éléments qui détournent la « raison graphique » (Goody, 1979), mettant en avant la créativité de l’individu. Les *blogs* deviennent ainsi des vitrines personnelles, construites autour d’une volonté autorigilée, espaces à la frontière entre l’intime et le public. Le raid irrévérencieux du « braconnier » s’accompagne désormais d’une attitude d’amateur de plus en plus évidente.

3.2 Réseaux sociaux : la mise en scène de soi

Si les blogs sont des espaces pour la production de textes structurés, par lesquels l’utilisateur parle de soi, mais qui permettent surtout de développer des critiques sur le mode de la presse officielle ou des pamphlets de nature politique, dans les réseaux sociaux le point de départ est l’individu.

¹ <http://chickenbroccoli.blogspot.com/2010/12/meglio-della-magliana.html>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

² <http://blog.libero.it/ROMANZOCULT/>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

Espaces virtuels, les réseaux sociaux se construisent dans un temps synchrone à la vie quotidienne et les structures relationnelles qui sont encouragées sont les mêmes que celles de la vie réelle¹. Chaque utilisateur dispose d'une page personnelle, espace qui lui permet de publier plusieurs types d'information, des liens, des photos, des extraits vidéo, et de gérer les préférences de visibilité de ces contenus pour les autres personnes. Ce dispositif de relations sociales incarne l'esprit du « Web 2.0 », car il est centré sur la production et le partage de contenus (O'Reilly, 2005) : le produit audiovisuel, ainsi que l'identité des individus sont en mouvement continu, dans une articulation entre les stratégies de mise en récit de soi (Goffman, 1959) et le fonctionnement propre au dispositif. Des formes de récupération des pratiques cinéphiliques traditionnelles (le goût pour les listes, la création de canons de films favoris, la collection, l'annotation sous forme de critique, cf. de Baeque, 2003) sont accompagnées par des spécificités de la culture du réseau, dans une convergence vertueuse.

3.2.1 Facebook

Explorer les appropriations de *Romanzo Criminale* dans un environnement comme Facebook² correspond à se mesurer avec un fonctionnement en réseau, où le rôle central est attribué aux relations que les individus tissent entre eux et avec les produits culturels. Ce dispositif ne demande pas aux utilisateurs de posséder des compétences littéraires, ni de disposer d'un temps prolongé pour l'approfondissement des contenus. Au lieu de passer par la production de textes articulés, la mise en récit de soi se réalise à travers des formes brèves ou des gestes : une phrase, une image, la citation d'un produit audiovisuel servent à communiquer aux autres des émotions, des états d'âme. Une importance capitale est accordée aux commentaires que les utilisateurs laissent comme trace de leur visite sur la page d'autrui : souvent, cela peut se réduire à la simple expression de l'approbation d'un contenu publié, par l'onglet « J'aime » (les contenus – et, par conséquent, les utilisateurs qui les ont publiés – pourront ainsi être

¹ Facebook propose l'outil « *Find Friends* » permettant de « [c]hoisi[r] les personnes que vous connaissez et que vous souhaitez ajouter comme amis ».

² Réseau social choisi en fonction de son pouvoir d'agrégation massif (il compte désormais 750 millions d'utilisateurs actifs, au 11 août 2011) et l'importance qu'y recouvre la culture du divertissement. D'autres réseaux sociaux, notamment Myspace, ne nous ont pas permis d'effectuer des observations pertinentes à notre étude, en raison de l'insuffisance des données qu'ils mettent à notre disposition.

évalués par la communauté à partir du nombre de sanctions positives qu'ils ont récoltées).

Notre observation participante se fait à travers le moteur de recherche interne de Facebook : nous choisissons la requête *Romanzo Criminale* et nous explorons les résultats affichés. La recherche a été effectuée sur plusieurs années¹, afin de comparer les résultats et de rendre compte, en l'occurrence, des transformations du site. Nous nous retrouvons face à une large variété de résultats que nous pouvons résumer à deux grandes typologies d'usage : d'un côté, le produit est employé comme *fanion* pour la mise en scène de soi dans les profils personnels des utilisateurs ; de l'autre, nous observons des principes d'aggrégation des *fans* dans des espaces consacrés spécifiquement à *Romanzo Criminale*, film, série, livre ou personnages (ou acteurs).

Sur Facebook, toute activité mise en œuvre par l'utilisateur est dynamique : elle est rendue publique et visible pour les « amis ». Chaque utilisateur se trouve donc à la fois épié par les personnes dont il est ami et dans la condition de voir toutes les activités que les autres exécutent. La structure est celle d'un *Panopticon* à double sens : une forme de surveillance continue qui impose la nécessité de construire une image de soi adaptée à la totalité du réseau.

Premièrement, nous pouvons donc étudier des pratiques consistant à construire l'identité de l'utilisateur. Toute identité numérique est à construire à travers des informations qui ne proviennent pas nécessairement de l'identité physique originaire de l'individu. Avec Facebook est actualisée la règle du vivre social, étudiée par E. Goffman, qui impose à chaque individu d'organiser la façon dont il se présente et donne à voir son activité aux autres : la fréquentation de l'environnement apprend à l'utilisateur à se construire un masque adapté aux pratiques d'autrui (choix d'un nom fictif ou du nom réel, normes pour le choix de l'image du profil, *cf.* aussi Cardon, 2008).

La construction d'une représentation virtuelle ou *avatar* est une opération plus complexe qu'elle ne pourrait paraître, car elle n'est jamais dissociée d'une forme d'apprentissage des normes de l'environnement numérique et des enjeux du monde narratif choisi. Elle doit se faire, en premier lieu, par le choix d'un nom : de manière générale, les utilisateurs de Facebook choisissent leur propre nom et prénom, conformément à l'origine du dispositif (un « trombinoscope » pour les étudiants de

¹ Octobre 2008 - août 2011.

l'université de Harvard), mais, souvent, les *fans* ajoutent le pseudonyme d'un des personnages préférés. En fait, les personnages de *Romanzo Criminale* représentent le lien le plus fort entre la fiction et la dimension du quotidien. Qu'ils soient considérés comme des mythes ou des « compagnons », ils deviennent très souvent un déguisement pour les interactions sociales. Dans d'autres cas, les utilisateurs choisissent comme photo du profil une image du personnage du film ou de la série. Cela correspond à un comportement que l'on observe dans des groupes d'amis qui, dans la « vraie vie », s'amuse à s'adresser les uns aux autres en employant les pseudonymes des personnages de la série : le plaisir consiste dans la superposition du cadre de la fiction et du cadre de la vie quotidienne. La fiction commence ainsi à *entrer* dans la vie.

D'une manière plus traditionnelle, *Romanzo Criminale* apparaît parmi les préférences des utilisateurs (classées selon les catégories proposées par Facebook : films, livres, musique, télévision...) : il s'agit, en ce cas, d'un affichage de goûts se rapprochant du plaisir cinéphile pour les listes : c'est une forme de célébration qui, loin de ressembler à une forme passive de contemplation, est concrétisée en un usage social. Les titres des films ou des séries télévisées sont accompagnés de l'affiche ou de la photo d'un acteur, accompagnant ainsi le texte, par une forme graphique reconnaissable et qui évoque, pour les non-spécialistes, une partie du contenu ou du style du produit, véhiculant un plus grand nombre d'informations. Le dispositif encourage ainsi des opérations qui valorisent le texte et l'image, éléments centraux dans les nouvelles générations de sites Internet, mais il favorise surtout l'organisation d'une structure rapidement identifiable : la liste. Répertorier ses films et séries préférés par une liste répond tout d'abord à un besoin d'organiser le plaisir, afin de le rendre intelligible pour soi et pour les autres, facilitant la reconnaissance immédiate. La liste contribue aussi à définir l'identité de l'individu moins par un trait spécifique que par le cumul d'informations, selon une conception du savoir foncièrement postmoderne (*cf.* le rôle des relations entre des fragments de savoir chez Lyotard ; la prolifération de signes en l'absence d'un auteur chez Derrida).

On remarque une forme d'éclectisme dans l'affichage des goûts : si certains utilisateurs se révèlent des *fans* exclusifs de *Romanzo Criminale*, d'autres affichent un goût pour des genres et des divertissements de natures très différentes. Généralement, on observe une moindre attention (par exemple par rapport aux « anthologies

néocinéphiles » des blogs) pour la discrimination entre objets légitimes et objets illégitimes : cinéma, télévision, sports se côtoient.

Si déclarer son attachement pour un certain genre cinématographique a toujours été une manière de se situer socialement et culturellement, l'exposition d'une liste de films ou de séries télévisées devient une des modalités les plus répandues pour résumer une série de caractéristiques de l'individu. L'ajout de *Romanzo Criminale* à une liste de films préférés, le partage d'un extrait de la série accompagné d'un commentaire, l'affichage de l'image du Libanais comme photo du profil deviennent des instruments pour une mise en scène, dans un équilibre entre ce qui correspond aux goûts de l'utilisateur et la représentation qu'il souhaite donner de soi.

La relation à l'objet peut prendre des formes différentes : ainsi, les informations, constituant le « masque » social, contenues dans l'affichage de *Romanzo Criminale* dans la liste de séries télévisées d'un utilisateur communiquent aux autres, selon les contextes, des informations différentes : la signification de chacun des ces masques variera selon le contexte de lecture. Pour certains utilisateurs, afficher cette préférence correspondra à signaler son appartenance à une communauté de *fans* ; pour d'autres, un goût pour une télévision « de qualité » (c'est un qualificatif qui, dans de nombreux commentaires, désigne la série) ; pour d'autres, enfin, il s'agira d'un geste au second degré, jouant avec des conduites que l'opinion commune réproouve et signalant ainsi l'appartenance à une élite qui peut, pour des raisons culturelles, tourner en objet de dérision les productions télévisuelles italiennes contemporaines.

Ajoutons à ces remarques que ces pratiques de mise en scène de soi se développent dans un dispositif centré sur le retour d'information (le nombre de réactions produites par les autres utilisateurs contribue, aussi, à la définition de l'identité numérique de l'individu). De ces remarques émerge le fait que, au moins dans cette modalité d'usage du réseau social, les films et les séries télévisées doivent être considérés non pas en tant que « textes », au sens d'objets autour desquels les consommateurs mettraient en place des opérations de déconstruction en éléments signifiants à des fins herméneutiques, mais plutôt comme des occasions de produire une présentation de soi. Ils contribuent à la construction d'une identité « déclarative », qui consiste dans l'ensemble des données saisies par l'utilisateur pour se présenter aux autres (Georges, 2009).

Néanmoins, les spécificités audiovisuelles jouent un rôle central dans les réseaux sociaux : des extraits présents dans les pages personnelles des utilisateurs dynamisent la structure des listes, proposant en direct le partage d'un moment de spectacle. L'utilisateur est encouragé à partager tout contenu qu'il a aimé et, même, ce qui n'est pas partagé n'a pas d'existence dans un réseau (« *If it doesn't spread, it's dead* », Jenkins 2009a). Ainsi, l'un des gestes les plus communs sur Facebook est le partage d'extraits, pratique qui favorise la circulation de vidéos et son exposition aux commentaires de la communauté. Souvent rendues publiques avec un esprit décalé, ces vidéos nous renseignent sur les goûts de l'utilisateur qui les a choisies. Dans le temps, elles servent à tisser les contours de l'identité de l'individu, *via* des phénomènes de stratification : les traces des opérations effectuées sur le Web sont persistantes dans le temps.

Toute action est signifiante dans un réseau social : le geste d'appréciation (l'onglet « J'aime ») et même l'adhésion à un « Groupe » correspondent à des pratiques « déclaratives ». Un des gestes les plus fréquents chez les utilisateurs est effectivement la création ou l'adhésion à une communauté de taille réduite ou sur l'échelle globale (on peut adhérer à un groupe de *fans* de tout type de produit culturel), qui mérite une attention particulière car il en découle une série de spécificités liées au potentiel du récit transmédiatique d'agir en tant qu'univers, capable de fédérer des réseaux propres.

Pendant les trois ans de notre étude, les « Groupes » et les « Pages »¹ consacrés à *Romanzo Criminale*, film et série (et, parfois, « contre » le film ou la série), à ses personnages et aux acteurs, n'ont cessé de se développer.² En outre, il existe des quiz ludiques, créés par les usagers et concernant les personnages du film et de la série ; on peut trouver aussi des « événements » liés à *Romanzo Criminale*, privés ou à l'usage d'un nombre élargi d'utilisateurs (invitations à assister à un visionnage du film ou de la série, soirées dans des boîtes de nuits en l'honneur d'un des acteurs, etc...).

Les groupes non-officiels sont très nombreux. On retrouve des pages avec un ou deux *fans* seulement, ou des pages avec des milliers de *fans*. L'acte de créer une page

¹ Dans les derniers mois, les « Groupes » et les « Pages » ont évolué : désormais (août 2011) les « Groupes » sont consacrés au partage d'informations temporaires avec un nombre réduit de contacts. Pour le partage d'activités avec un large nombre d'utilisateurs, les pages sont l'instrument conseillé par le site (voir aussi Paul Boutin, « Facebook Groups Made Easy », *The New York Times*, 5 août 2011. Article disponible à la page <http://gadgetwise.blogs.nytimes.com/2011/08/05/facebook-groups-made-easy/>. Consulté le 12 août 2011).

² Cent trois « pages » et plus de cinq cent « groupes » de Facebook sont consacrés à *Romanzo Criminale* (avril 2011).

est, en soi, une partie du plaisir de l'expérience de l'audiovisuel sur Facebook. Bien que des raisons liées au désir d'apprendre le fonctionnement du réseau social soient à la base de la production d'une bonne partie des contenus, la création d'un « Groupe » ou d'une « Page » n'est pas qu'une expérimentation ludique du dispositif : c'est un geste qui correspond à la mise à l'épreuve des capacités d'un individu à regrouper des amis (ou de son potentiel comme leader d'opinion). Il s'agit d'un plaisir déclaratif : l'utilisateur qui crée une page, affiche son goût et teste ainsi la force performative de ce goût auprès de ses « amis ». Bien qu'on ne puisse pas trouver une définition de la formule du succès sur Facebook, on peut noter que certaines pages « fonctionnent » mieux que d'autres : leur succès dépend du titre, qui doit être efficace, provocateur, ainsi que des contenus proposés, qui doivent être riches et soignés (photos, informations) : l'esprit *cool* (Pountain et Robins, 2000) semble caractériser ces espaces et cela est lié aux spécificités de l'objet culturel qui est en cause dans cette étude. Nous pouvons signaler l'existence de pages consacrées aux personnages et de pages où l'ensemble du film ou de la série sont appréhendés comme des phénomènes cultes.

Pour ce qui concerne le contenu des « Pages », nous pouvons observer, dans la plupart des cas, une simple description des caractéristiques psychologiques et de la narration des événements qui concernent les personnages, la citation de répliques du film ou de la série, ou, dans des cas moins fréquents, de discussions concernant les contenus du produit, selon des modalités que nous avons déjà observées pour les forums. Nous observons le désir de prolonger l'expérience de la série, après la fin de la deuxième saison : de nombreuses contributions constituent, comme dans les forums, des manifestations de résistance aux stratégies de diffusion officielle par la proposition d'une troisième saison. D'autres discussions s'attachent à l'identité romaine : *Romanzo Criminale* devient le véhicule d'une culture qui se définit à travers le langage (le dialecte des banlieues de Rome) et par opposition à la culture bourgeoise ; en même temps, la conscience de la qualité du produit fait dire à certains *fans* qu'ils sont fiers d'être Italiens.

Qu'elle ait un nombre important d'inscrits ou qu'elle soit un refuge pour un petit groupe d'amis, toute page peut devenir une véritable communauté, dans laquelle un nombre variable d'utilisateurs échange quotidiennement : dans certains cas, les administrateurs du site ou les utilisateurs publient une vidéo ou la citation d'une

réplique et encouragent les commentaires des autres, opérations qui, souvent, donnent lieu à de véritables discussions. Les réactions des usagers sont, premièrement, le signe de la reconnaissance de l'extrait : on identifie la source de la citation et, par-delà, on confirme l'appartenance au groupe par le partage d'un savoir. Néanmoins, les échanges peuvent se transformer en déclarations d'amour pour un personnage ou pour un acteur (souvent, comme dans certains forums, il y a superposition de la dimension de la fiction et de la vie). Bien que dans la plupart des pages les commentaires soient produits par des utilisateurs hommes, les protagonistes des discussions les plus animées et les plus articulées sont souvent des femmes, comme dans la page « Romanzo Criminale – TV Show ». Deux *fans* animent la page par des publications quotidiennes, et manifestent par plusieurs signes leur passion pour le produit : il s'agit de femmes d'environ quarante ans, une d'entre elles porte un t-shirt avec la citation d'une réplique de la série. Elles communiquent autour de leur passion pour le Libanais (elles souhaiteraient assister au célèbre match de football sur la plage de l'épisode 2, une d'entre elles avoue avoir pris en photo « l'appartement du Libanais », c'est-à-dire les lieux du tournage de la série) et de leur haine pour le Dandy, qu'elles qualifient d'ignoble. Elles développent aussi une lecture inédite sur les préférences sexuelles de celui-ci, conjecturant sa possible attraction pour le commissaire Nicola Scialoja : « son amour pour Patrizia est un prétexte [...] pour cacher ou renier ses fantaisies qu'il a, quand personne ne le voit, sur un certain N.S. (voyez-vous de qui je parle?)... je plaisante, bien sûr, mais pas excessivement... ».

Les pages deviennent aussi l'espace pour la production de *fan art* : par exemple, une de ces *fans* publie des photos retravaillées avec des logiciels spécifiques, qui montrent ce qu'elle aurait voulu voir dans la deuxième saison¹. Dans la première image, les trois protagonistes et deux autres membres du gang sont réunis sur la même plage où, dans le deuxième épisode de la première saison, un pacte d'amitié est scellé entre les personnages par un match de football ; dans la deuxième, elle insère une image d'elle-même dans un cadre représentant tous les membres du gang attablés autour de quelques bouteilles, du pain et du fromage, pour un dîner convivial. La *fan* propose ainsi sa lecture personnelle de la série, soulignant une des raisons de son attachement, la proximité de la dimension quotidienne : elle arrive à habiter un monde fictionnel qu'elle

¹ <https://www.facebook.com/group.php?gid=358738296674#!/photo.php?fbid=2013342286117&set=o.37545544019&type=1&theater>. Dernier accès le 12 août 2011.

façon à sa guise, suivant une lecture tout à fait personnelle qui en gomme les aspects les plus brutaux, notamment l'événement de la mort du Libanais. Les autres internautes applaudissent à ce geste, dont ils félicitent la créativité.

Au-delà de ces lectures non orthodoxes ou formes de créativité inédites qui se manifestent dans des espaces d'imposition plutôt traditionnels, on rencontre souvent des « Pages » qui se présentent comme des territoires d'expérimentation dont la charge est déjà reconnaissable dans le titre. L'attachement pour le produit émerge d'un titre où l'émotion est portée au premier plan : « Pour ceux qui ont pleuré lors du dernier épisode de *Romanzo Criminale* »¹. Dans d'autres cas, la page a pour simple fonction d'exprimer la déclaration provocatrice d'une préférence « On s'en fout de *Twilight*, nous attendons la deuxième saison de *Romanzo Criminale* »². Les « Pages », conformément à un des usages officiels qu'en propose le site Facebook, deviennent également des espaces pour lutter en faveur d'une cause politique, dans un jeu au second degré entre fiction et réalité : par exemple, un groupe propose de manifester pour la libération de Buffle, emprisonné (dans la série) alors que Dandy est en liberté³.

Sur la page des *fans* de la série, créée par Sky Cinema, que nous avons analysée dans le chapitre consacré aux paratextes officiels (première partie, chapitre 5), nous pouvons observer une série d'activités qui nous offrent une clé de lecture de ces espaces comme des « espaces de jeu ». Bien que l'espace soit contrôlé par les producteurs, on retrouve différentes formes d'appropriation du produit, ainsi que de la « Page ». On y observe des réactions émotionnelles, le développement de discussions. Il est possible de remarquer que les annotations se multiplient lors des moments les plus fébriles de la vie du produit : la fin de la première saison de la série, qui laisse les spectateurs en suspens avec le *cliffhanger* de la mort du protagoniste ; les nouvelles du plateau de tournage, avec l'ajout de photos des *fans*, pendant l'attente de la deuxième saison.

Face à la présence de ces espaces créés par des *fans* pour des *fans*, nous retrouvons des groupes comme « Pour tous ceux qui en ont marre des *fans* de *Romanzo*

¹<http://www.facebook.com/pages/Aver-pianto-allultima-puntata-di-Romanzo-Criminale/150329431683638?sk=info>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

²<http://www.facebook.com/pages/Ma-ke-TwiliGht-nOi-stIamo-AspettandO-la-secOnda-seriE-di-rOmanzo-cRiminalE/252065664542#!/pages/Ma-ke-TwiliGht-nOi-stIamo-AspettandO-la-secOnda-seriE-di-rOmanzo-cRiminalE/252065664542?sk=info>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

³<http://www.facebook.com/pages/Bufalo-Libero/158268120885336?sk=info> dernier accès 15 août 2011.

Criminale », ou pour ceux qui déclarent détester la série : c'est l'attitude des *anti-fans*¹. Sur un ton plus ironique, une « Page » propose de répertorier « Les répliques pas cool et pas romantiques de *Romanzo Criminale* »² avec des phrases qui, par leur banalité, contrastent avec les répliques considérées cultes, célébrées dans la plupart des autres « Pages » et mettent en évidence la banalité et le caractère ridicule des personnages (ainsi que de leurs *fans*).

Le réseau social devient aussi l'espace pour afficher la préférence pour les modèles d'inconduite : des lectures du produit comme d'une anthologie de comportements non autorisés par la société civile émergent, dans un jeu où les confins entre jeu et réalité sont difficiles à préciser. Les protagonistes sont admirés pour leur dédain de la Loi, leur désir de gloire et la démesure de leur fortune : leurs actions transmettent le vertige de l'interdit, comme une course en moto en excès de vitesse. Ils deviennent des modèles à imiter : en témoignent les pages ayant pour titre « Pour ceux qui aiment se sentir un de *Romanzo Criminale* » ou « À la sortie de la salle je me suis senti un criminel »³ ou « *Romanzo Criminale*... un film ? non, un style de vie »⁴.

L'affichage de ce plaisir vertigineux est une forme de mise en scène de soi : ce qui est en jeu dans cette pratique est le plaisir de montrer l'appartenance à une culture qui s'oppose aux modèles acceptés par la société. *Romanzo Criminale* devient le fanion que l'on expose pour communiquer son appartenance à la culture des banlieues de Rome, ou, dans un sens plus large (de nombreux *fans* ne sont pas romains), à une subculture qui a comme valeurs l'esprit de groupe, l'honneur, la révolte contre toute forme de bienséance. Nombreux sont les internautes qui partagent la satisfaction d'avoir acheté le t-shirt à l'effigie d'un des personnages⁵.

¹ Les *anti-fans* sont des individus qui s'investissent dans la mise en place de pratiques fondées sur l'aversion contre un produit culturel. Par conséquent, le *anti-fans* s'oppose à des groupes de *fans* d'un produit. Tout *fandom* implique un *anti-fandom* car, par exemple, une même galaxie ne peut pas contenir en même temps *Star War* et *Star Trek* (J. Gray, 2003). Cf. aussi Jenkins; 1992; Hills; 2002.

² <http://www.facebook.com/pages/Le-frasi-non-fiche-e-non-romantica-di-Romanzo-Criminale/178823658818078>. Dernier accès le 13 août 2011

³ <http://www.facebook.com/pages/Adolescenti-che-dopo-aver-visto-romanzo-criminale-si-credono-dei-veri-boss/100809109996700>. Un commentaire sarcastique stigmatise l'habitude de certains adolescents de se donner le pseudonyme des personnages, mais rappelle aussi la qualité du film.

⁴ <http://www.facebook.com/group.php?gid=76539560487#!/group.php?gid=76539560487&v=wall>, Dernier accès le 14 août 2011.

⁵ Juste avant de conclure notre enquête, lorsque nous effectuons une nouvelle recherche afin de mettre à jour nos résultats, une « Page » Facebook capture notre attention. C'est une page de *fans* qui renvoie à la version allemande d'un site de vente de particulier à particulier dans lequel il est possible d'acheter un t-shirt avec l'inscription « La Bande de la Magliana, la vraie histoire »⁵ : les criminels estampillés n'ont pas

Le désir d'adhérer à ces modèles est visible sur les photos que certains *fans* publient dans leurs profils, que nous retrouvons également dans les blogs, mais que les réseaux sociaux élèvent à des indices identitaires : de nombreux adolescents et adultes imitent les postures des protagonistes telles qu'on peut les voir dans les images qui circulent sur la Toile. Dans la plupart des cas, il s'agit de l'imitation d'une technique du corps (Mauss, 1934) : un regard, une position. Dans l'espace consacré aux photos des *fans*, dans la « Page » officielle de la série¹, on retrouve des exemples intéressants : élément commun de la majorité de ces images est la présence du *fan* lui-même. Le corps est employé ainsi comme le premier signe de reconnaissance, support et objet d'un échange. Premièrement, des photos classiques des heureux qui, ayant rencontré un des acteurs dans une boîte de nuit, prétendent poser avec lui (et de préférence lorsqu'ils arborent un t-shirt à l'image d'un des personnages²). Dans d'autres situations, les *fans* aiment imiter leurs idoles ou, simplement, leur style : hommes et femmes, adolescents et adultes se mettent en scène (ou mettent en scène leurs enfants !) dans des poses qui les rapprochent des atmosphères de la série.

Lorsque les moyens à leur disposition le rendent possible, la mode des années 1970 et 1980, la culture des gangsters, les motos, les voitures, la cigarette, les lunettes de soleil et le blouson en cuir sont affichés comme les éléments d'une culture partagée, performances qui contribuent à la définition d'une identité : dans la culture *pop* « les habits sont la façon qu'a le corps de parler. Sans eux, il n'aurait rien à dire³ » (Frith, 1998 : 218).

Ainsi, certaines photos représentent des mises en scène fidèles à l'aspect des personnages, sur le mode du déguisement⁴ et se montrent sensibles aux transformations du style d'une saison à l'autre (dans le cadre d'une fête de carnaval dans un lycée, six

les visages de Francesco Montanari, Vinicio Marchioni et Alessandro Roja, comme pour celles qui circulent dans les espaces en ligne conventionnels, mais ceux de vrais bandits, arrêtés ou encore en liberté, qui donnèrent vie à la vraie bande, à Rome, en 1977.

¹ Juste avant la diffusion de la deuxième saison (17 novembre 2010), le Groupe « Romanzo Criminale la série » comptait 86 306 inscrits. À l'heure actuelle (14 août 2011) le même groupe compte 157 992 inscrits.

² <http://www.facebook.com/search.php?q=romanzo%20criminale&init=quick&tas=0.6656520361911579&ref=ts#!/photo.php?fbid=1713150922511&set=o.126491090733420&type=1&theater>. Dernier accès le 14 août 2011.

³ [Notre traduction].

⁴ À ce propos, remarquons aussi l'existence, dans le monde des *fans*, de l'activité consistant au déguisement avec les costumes des personnages de fiction préférés (d'abord, en Amérique du Nord, dans des festivals consacrés à une saga, comme *Star Wars* ou *Star Trek*, ensuite et notamment au Japon, pour les *fans* de *manga*, dans la vie de tous les jours) : c'est le hobby qui se nomme *cosplay*, contraction des termes anglais *costume* et *play*.

adolescents s'habillent imitant respectivement le style de Dandy dans la première saison, Buffle, Fil de Fer, Froid, Dandy de la deuxième saison, Scialoja¹).

D'autres correspondent davantage à l'imitation d'une encyclopédie générique, sans que les accessoires choisis aient une correspondance avec les modèles de la série télévisée ou du film. Pour ces objets, seule leur insertion dans la page des photos des *fans* rend possible une interprétation en termes d'hommage à la série. Nous pouvons observer des adultes qui se mettent en scène avec cigarettes et revolvers, Ray Ban et bagues aux doigts, imitant un style mafieux au sens étendu, plus qu'un personnage de la série. Certaines images sont retouchées afin de faire paraître dans le coin en haut à gauche le logo de la série télévisée, pour que l'hommage soit évident (et pour que la photo soit exportable dans d'autres espaces, pour d'autres usages sociaux ?).

Rappelons que le logiciel pour iPhone, décrit dans le premier chapitre de cette étude, permet de se prendre en photo et de retoucher l'image de manière à faire apparaître en surimpression des accessoires numériques imitant le style des personnages de la série (cheveux coiffés comme dans les années 1970, chemise, lunettes solaires...). La page officielle de la série télévisée contient ainsi un espace dédié à répertorier toutes les photos des *fans* qui se photographient ainsi transformés par « un style criminel »². La majorité des *fans* sont des hommes entre 24 et 35 ans qui s'efforcent de ressembler aux trois protagonistes de la série, mais de nombreuses femmes proposent, elles aussi, des images respectant la dimension genrée (très simplifiée) proposée par le logiciel : la plupart d'entre elles choisissent une coiffure et des lunettes féminines, le manteau du personnage de Patrizia et, dans la description, se disent prêtes à intégrer la « Banda »³.

Dans d'autres cas, c'est l'espace qui devient protagoniste. Des *fans* aiment visiter les lieux du tournage et se prendre en photo « sur la même plage de la série »⁴ ou « en bas de chez le Libanais ». D'autres exemples contiennent en plus la description de

¹ <http://www.facebook.com/search.php?q=romanzo%20criminale&init=quick&tas=0.6656520361911579&ref=ts#!/photo.php?fbid=1748973977484&set=o.126491090733420&type=1&theater>. Dernier accès le 14 août 2011.

² http://www.facebook.com/search.php?q=romanzo%20criminale&init=quick&tas=0.6656520361911579&ref=ts#!/SkyCinema.RomanzoCriminaleLaSerie?sk=app_10531514314 dernier accès 14 août 2011.

³ Une femme d'origine cubaine publie sa photo retouchée et ajoute, revendiquant à la fois sa féminité et ses origines : « Allez les gars, y a-t-il de la place pour une cubaine dans la « banda » ? » (<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=1772316877296&set=o.126491090733420&type=1&theater>) Dernier accès le 15 août 2011.

⁴ <http://www.facebook.com/search.php?q=romanzo%20criminale&init=quick&tas=0.6656520361911579&ref=ts#!/photo.php?fbid=1840353041494&set=o.126491090733420&type=1&theater> et http://sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-snc1/hs036.snc1/2416_1084325555188_1437867732_239809_6867_n.jpg. Dernier accès le 14 août 2011.

l'événement représenté par la découverte du lieu : une *fan* raconte, ainsi, d'avoir failli attraper un rhume pour avoir voulu chercher l'endroit de l'attentat contre le Buffle que l'on voit dans le premier épisode¹.

Facebook répond au besoin de réunir des amis autour d'un attachement (communautés affectives) et, souvent, autour d'un événement. Les usagers peuvent en fait créer des « événements » auxquels inviter leurs contacts. Le visionnage de la série devient ainsi un spectacle à partager et le réseau ne fait qu'amplifier cette forme d'usage. De nombreux groupes sont nés dans les jours qui précèdent la diffusion de la deuxième saison, en novembre 2010, pour organiser des séances télévisuelles collectives, des « soirées *Romanzo Criminale* », des « dîners *Romanzo Criminale* », ouverts à tous, même à accès payant² ou sous la forme d'événements privés³.

Depuis le mois d'août 2010, Facebook offre l'outil de géolocalisation appelé « Places », qui permet à l'utilisateur de signaler le lieu où il se trouve, par un plan et le partage d'un message sur son profil. L'utilisateur peut donc signaler sa présence dans un endroit, tout en décrivant l'activité qu'il est en train d'y exécuter : *Romanzo Criminale* est ainsi employé comme clé de lecture d'un lieu auquel il donne une intelligibilité pour une communauté de *fans* : grâce à ces données, on pourrait idéalement définir une cartographie du plaisir du spectacle. De nombreux résultats, à partir de la requête « *Romanzo Criminale* », correspondent à des lieux dans lesquels les usagers ont accédé (« faire check-in », selon la terminologie employée par l'outil) tout en signalant une activité liée au produit audiovisuel. Par exemple : « Letto & *Romanzo Criminale* » indique une rue de la ville d'Ostie où un utilisateur est en train, à une date et à un horaire précis, de consommer le produit, allongé dans son lit ; ou, encore, « *Impegnato con Romanzo Criminale* », dans la ville de Cosenza, signale que l'utilisateur a décidé de se couper du reste du monde pour se consacrer au visionnage du film ou de la série. Cet usage du réseau social nous renseigne sur les modalités de visionnage et nous permet de construire des hypothèses sur l'expérience de visionnage de ce produit. Bien que l'application soit conçue pour pointer l'endroit géographique où se trouve l'utilisateur, il semble que dans ces cas l'expérience se définit davantage autour du contenu qu'autour du lieu : *Romanzo Criminale* s'affirme comme une activité autonome,

¹ <http://www.facebook.com/search.php?q=romanzo%20criminale&init=quick&tas=0.6656520361911579&ref=ts#!/photo.php?fbid=1691924410871&set=o.126491090733420&type=1&theater>. Dernier accès le 14 août 2011.

² <http://www.facebook.com/event.php?eid=163803110325942>. Dernier accès le 14 août 2011.

³ <http://www.facebook.com/event.php?eid=107385015996436>. Dernier accès le 14 août 2011.

renvoyant à une conception rituelle ou sacralisée de l'expérience filmique, à effectuer rigoureusement chez soi, à l'abri des distractions.

Sur un autre ton, lié à la correspondance entre fiction et réalité et à la force de la circulation des discours concernant l'univers de notre objet transmédiat, on observe qu'un « *check in* » a été effectué au « bar di Franco Romanzo Criminale », vraie *location* (au sens américain du terme) de la série télévisée. Dans d'autres cas, lorsque dans le titre n'apparaît que « Romanzo Criminale » avec l'indication d'une rue, on est dans l'usage du titre du produit audiovisuel comme d'une étiquette pour décrire un lieu ou une situation vécue dans un lieu déterminé. La ville est ainsi façonnée par l'expérience de l'audiovisuel, qui devient une clé de lecture partageable.

À côté de ces pratiques mises en place par les utilisateurs, des exemples d'habitation d'un dispositif généré par les producteurs sont observables. La page des *fans* de la série proposa, le 16 novembre, juste avant la diffusion de la deuxième saison, un dialogue en ligne avec les protagonistes. Les internautes étaient encouragés à assister à une interview vidéo gérée par un journaliste et à envoyer via un système de conversation en ligne, leurs questions aux acteurs. La page Facebook devient ainsi un espace de diffusion d'informations et d'appropriation directe des secrets de tournage, suivant une stratégie de *marketing* qui vise à construire une mythologie du produit.

Au contraire, un nombre considérable de groupes s'opposent à cette culture de la célébration des criminels, engageant une réflexion sur le rapport entre vérité et fiction. Dans la « Page » « Ados attardés qui vénèrent *Romanzo Criminale* » plusieurs attaques contre les *fans* du Libanais émergent, comme la suivante, dont on remarque l'ouverture correspondant à un calque de l'encouragement typique des hommages des *fans* : « Allez Libanais, honneur à toi, tu n'es qu'un voleur assassin qui prend accords avec la mafia et l'État ! »¹.

On pourrait se demander si l'attachement pour le produit et son affichage dans les réseaux sociaux ne sont qu'un phénomène italien. Nous avons vu que, dans les espaces des blogs et des forums, il est possible d'étudier un bon nombre d'appropriations par des origines culturelles extrêmement variées. Si afficher sa préférence pour *Romanzo Criminale* correspond à mettre en avant un lien avec la culture de Rome et la culture politique italienne, les usages observés sur Facebook ne se

¹ <http://www.facebook.com/pages/Adolescenti-ritardati-che-venerano-Romanzo-Criminale/152727338112126#!/pages/Adolescenti-ritardati-che-venerano-Romanzo-Criminale/152727338112126?sk=wall&filter=1>. Dernier accès le 14 août 2011.

limitent pas au contexte italien. Le produit est employé comme fanion que les internautes utilisent pour déclarer leur statut de hors-de-la loi, dans le contexte français ou dans celui d'autres pays européens.

Bien qu'il existe des « Pages » ou des « Groupes » fondés par des spectateurs d'autres origines, il est plus fréquent d'observer la présence de ces spectateurs dans des espaces fondés par des fans italiens. Des internautes français rejoignent des groupes fondés par des fans italiens dans le désir de se rapprocher de la culture d'origine du produit, partageant leur attachement avec des spectateurs plus avertis (en raison de la connaissance de la langue et des anticipations qu'ils possèdent, notamment au sujet de la deuxième saison qui, à l'heure actuelle, n'a pas encore été diffusée en version française).

Ces usages confirment que la mise à jour de notre profil n'est pas juste l'expression idiosyncrasique du moi, mais toujours une opération performative directe ou indirecte, ayant des conséquences sur la sociabilité.

De la même manière, les jeux qui apparaissent régulièrement dans les profils des usagers (quiz de personnalité, tests) permettent de mettre à l'épreuve les compétences sur un savoir spécifique lié à un monde narratif (en l'occurrence, un savoir cinéphile ou une passion de « cinéphage »)¹. Le quiz pour comprendre « à quel personnage de *Romanzo Criminale* on ressemble le plus » pose à l'utilisateur qui s'y prête des questions personnelles, mais ayant le pouvoir de tester à tout moment sa connaissance textuelle. Par exemple, les réponses fermées qui sont proposées pour la question concernant ce que l'on a envie d'acheter dans une boutique de vêtements pendant une journée de courses permettent au *fan* d'identifier les différents profils possibles correspondants. Ainsi, le résultat sera comparable à celui des « amis », devenant le signe d'une affinité élective.

3.2.2 YouTube

Si, dans la première partie de ce chapitre, nous avons décrit l'espace de YouTube pour étudier le partage de vidéos, à présent, il s'avère nécessaire de définir brièvement les caractéristiques de la plateforme en la considérant sous l'angle des rapports avec les réseaux sociaux et en tant que réseau social lui-même.

¹ <http://apps.facebook.com/quiz-romanzo-bchcjbld/?installed=1>. Dernier accès le 14 août 2011.

YouTube, nous l'avons vu, fonctionne comme un dépôt de fragments de films ou de séries télévisées, mais aussi d'une panoplie de vidéos « apocryphes », produites *ex-novo* par les usagers ou fruit d'exercices de *remix* (Lessig, 2008) qui proposent des alternatives à la transmission traditionnelle des biens culturels, notamment à travers des pratiques d'*échange*¹. La centralité du partage en fait un espace fonctionnant en réseau et connecté à des réseaux externes.

Premièrement, nous pouvons remarquer que les réseaux sociaux donnent une nouvelle visibilité aux produits de la plateforme, par des liens directs ou à travers plusieurs passages. La possibilité de publier sur Facebook une vidéo trouvée sur YouTube est une des pratiques les plus courantes. Les commentaires seront alors affichés sur la page Facebook de l'individu responsable de l'exportation de cette vidéo. Ou, encore, dans une page de *fans* un internaute publie un lien qui renvoie à un site qui recense toutes les séquences des morts les plus spectaculaires de la série télévisée² : Facebook devient alors la vitrine pour des informations provenant d'ailleurs.

En deuxième lieu, on observe un fonctionnement en réseau et des processus de création d'identités dans l'espace même de YouTube : de plus en plus d'utilisateurs ont leur « chaîne » personnelle qui leur permet de télécharger des vidéos vers la plateforme. Les usagers peuvent personnaliser l'aspect graphique de leur page, insérer des données personnelles (photo, âge, sexe, origine géographique, goûts). Ainsi, la circulation des vidéos a toujours une origine reconnaissable et la publication d'extraits contribue en retour à enrichir l'identité de l'individu. En outre, les usagers peuvent s'inscrire aux pages des autres, devenant leurs *fans*. Des positions auctorielles se dessinent, encourageant un fonctionnement pouvant se résumer ainsi : c'est le retour d'information (*feedback*), mesurable par nombre de visites, nombre de clics, nombre de commentaires, qui détermine la vie des produits de YouTube. Ainsi, certains usagers deviennent des véritables *stars* de la plateforme. L'identité personnelle se construit à travers l'exposition de marqueurs qui ne se résument pas à la déclaration d'une préférence, mais qui concernent de près la structure en réseau du dispositif et qui se basent sur des critères qualitatifs extrêmement éphémères (liés à une période et à un contexte précis).

¹ Cf. aussi Lindeperg, Frondon et Allard, 2003, pour une réflexion autour des enjeux économiques et culturels des nouveaux « objets multimédias ».

² <http://www.ledieci.net/tv-le-dieci-memorabili-morti-in-romanzo-criminale---la-serie-34.html>. Dernier accès le 15 août 2011.