

## **Analyser les pratiques spectatorielles à l'ère du « Web 2.0**

»

Dans ce contexte où les hiérarchies traditionnelles entre production et réception donnent l'illusion de s'estomper<sup>1</sup>, comment lire les opérations de réécriture des produits d'origine de la part des spectateurs ? Elles sont à considérer comme des éléments qui contribuent à bâtir l'architecture globale de *Romanzo Criminale* au même titre que le livre, le film, la série télévisée et les produits ancillaires. Nous étudierons les façons par lesquelles les spectateurs mettent en œuvre, à partir de *Romanzo Criminale*, un spectacle d'arts variés comportant des formes de lecture active et de réécriture, à travers l'analyse des productions que l'on peut appeler en employant un néologisme, UGC (« *User Generated Content* », contenu généré par les utilisateurs<sup>2</sup>), terme devenu populaire à partir de 2005, année où l'impact du « Web 2.0 » devient décisif dans les activités sur la Toile.

Suivant J. Staiger, qui propose une perspective matérialiste historique qui nous servira à mettre l'accent sur des cas individuels et à ne pas tomber dans le risque de catégoriser de manière trop étanche les activités des spectateurs, nous décrirons une série d'*usages* de *Romanzo Criminale*. Ainsi, la perspective adornienne qui attribue aux masses une passivité absolue niant toute capacité théorétique et critique à l'individu (« l'individu disparaît devant l'appareil qu'il sert », Adorno et Horkheimer, 1974 : 135), doit être remplacée par un point de vue apte à mettre l'accent sur les activités d'appropriation des produits culturels des spectateurs. Il sera également nécessaire de trouver une nouvelle définition du mot *populaire*. Les études du *fandom* de provenance anglo-saxonne et notamment l'œuvre d'H. Jenkins, qui interprète le travail sur l'« invention du quotidien » que M. de Certeau commença à la fin des années soixante, ainsi que des lectures alternatives à la notion jenkinsienne de *fan*, nous suggéreront des pistes pour cette analyse culturelle de la spectatorialité « agissante ». Nous reviendrons sur ces points dans la partie consacrée au retour critique sur les outils, en fin de chapitre, à la lumière des pratiques observées.

---

<sup>1</sup> Mais nous savons que le clivage est encore bien présent, comme en témoignent par exemple les problématiques liées aux droits d'auteur, ou la présence de stratégies de domination mises en place par les acteurs industriels, vis-à-vis des contenus et du traitement des données concernant la sphère privée (Google, Facebook...).

<sup>2</sup> Cf. Glossaire.

Nous avons choisi d'employer le terme « pratiques » pour décrire des usages répétés, insérés dans un contexte d'où ils prennent leur sens spécifique et sont reconnus par des membres de communautés. Il existe des formes variées d'appropriation<sup>1</sup>.

Les formes de discussion génèrent des modalités de sociabilité autour des produits audiovisuels (qui deviennent des outils d'agrégation sociale ou même des instruments pour la définition et la conservation de positions dominantes à l'intérieur d'un groupe). On retrouve également des formes d'engagement plus fortes (en termes de temps et de travail) que l'on peut définir avec le terme de *fandom*, qui concernent notamment la production de matériel *ex novo* de la part des spectateurs (vidéos, *fanfictions*<sup>2</sup>). D'autres pratiques sont « extracinématographiques » : elles concernent les « façons de se servir de son corps » (Mauss, 1934) importés du cinéma et appliquées à la vie quotidienne.

On définira ces nombreuses activités à l'aide des termes *braconnage* et *bricolage* (Certeau, 1990), tactiques consistant à adapter les objets culturels à un monde personnel, à les habiter. La notion d'auteur se transforme, tout comme celle d'original ; les opérations de *transformation* et d'*imitation* (Genette, 1982), termes que nous utiliserons comme outils pour décrire les pratiques spectatorielles, deviennent les caractères premiers d'un réseau de produits noués par un tissu de renvois intertextuels et débordant dans le quotidien.

L'activité des spectateurs trouve son territoire idéal dans le contexte du « Web 2.0 », où tout utilisateur est à la fois consommateur et producteur de contenu. Dans les pages qui suivent, nous passerons en revue différents espaces en ligne : des forums de discussion, le site de partage de vidéos YouTube, de nombreux *blogs*, le réseau social Facebook, des sites de *fanfictions*. Si des formes de récupération de cette « matière première » que sont les récits officiels ont toujours existé, avec les nouvelles technologies – qui assouplissent les dispositifs de production – et Internet – qui réduit de manière drastique le temps de distribution – les produits réécrits par les spectateurs circulent avec une liberté inconnue auparavant et trouvent plus rapidement leur terrain de réception (grâce à la structure en réseau qui facilite les échanges entre individus partageant les mêmes goûts). Ainsi, le panorama qui se définit possède des connotations

---

<sup>1</sup> Cf. le schéma proposé par J. Staiger dans le troisième chapitre de *Perverse Spectators* (Staiger 2000 : 54) qui esquisse un large éventail de ces pratiques.

<sup>2</sup> Nous parlerons de spectateurs-utilisateurs, plutôt que de parler de *fans*, car le terme *fan* nous semble trop spécifique : nous discuterons cette notion à la fin de la présente partie, à la lumière des pratiques observées.

traditionnelles (l'amour pour l'audiovisuel ne s'y trouve en rien modifié, il semble simplement porter de nouveaux habits), mais il subit aussi des modifications qu'il est nécessaire de souligner.

### **1.1 Le rôle du corps dans l'expérience cinématographique**

L'expérience filmique est une superposition de deux sphères (la fiction et le quotidien, ou le « virtuel » et le réel) et, par conséquent, elle n'est pas réductible à une approche essentialiste ou à un seul champ disciplinaire : nous avons besoin de développer des outils nous permettant d'interroger notre objet non pas de manière frontale, mais à travers les usages qui en sont faits. Au lieu de nous demander quels sont les effets produits par un récit transmédiat, nous nous interrogerons sur les modalités pour étudier les pratiques de ceux qui le consomment.

Si nous choisissons de nous intéresser aux spectateurs, la première question est d'ordre anthropologique. Afin d'introduire une perspective pour l'analyse des activités des spectateurs, nous pouvons évoquer le souvenir que M. Mauss relate dans le texte qu'il consacre aux « techniques du corps »<sup>1</sup>. Mauss raconte que, pendant son séjour dans un hôpital new-yorkais, il est plaisamment frappé par la démarche particulière des infirmières et, après réflexion, il comprend que ce pas de femme émancipée, qui lui est si étrangement familier, est importé directement du cinéma. Quelques mois après, observant la même allure chez des femmes dans les rues de Paris, il constate la circulation internationale de ce qu'il appelle une « idiosyncrasie sociale » (Mauss, 1934) introduite par l'industrie du spectacle. Le cinéma proposerait une manière de marcher que les femmes américaines, tout comme les Parisiennes, choisissent d'adopter, vigilantes sur le comportement de leur propre corps. Le cinéma deviendrait le lieu, pour les spectatrices, de la vérification de l'efficacité d'une démarche corporelle, et l'instrument pour appliquer au corps (leurs corps, mais aussi leur corps dans le rapport avec les corps des autres) cette démarche.

Ainsi, l'expérience cinématographique est à analyser comme une « situation » qui met en relation notre plaisir à nous et notre identité sociale. Son efficacité symbolique est observable sur les corps des spectateurs : J.-M. Leveratto souligne la nécessité de redonner à la notion de techniques du corps sa fonction de « conduite

---

<sup>1</sup> Retranscription écrite d'une conférence donnée à la Société française de psychologie le 17 mai 1934, à Paris.

rituelle possédant une efficacité éprouvée sur les choses et les personnes pour tous ceux qui sont familiarisés avec cette conduite » (Leveratto, 2006 : 45). L'enjeu épistémologique de cette remarque réside dans le fait que, le cinéma se confirmant comme un agent qui « travaille avec » le corps, nous sommes encouragés, en tant que chercheurs dans les situations d'observation, à comprendre que le rapport d'observation chercheur-observé est – aussi – un rapport de démarches corporelles qui se font face dans le cadre de l'expérience filmique.

Se manifestant à travers les émotions, le corps bouge avec les personnages, souffre et jouit avec eux ; il est le territoire d'une expérimentation relevant du domaine des loisirs. Avec Mauss, nous observons que l'expérience cinématographique correspond à des manières de se servir du corps, adaptées au cadre du spectacle, qui se manifestent dans la recherche du plaisir (*Ibidem*). Une des conditions pour la compréhension de l'expérience cinématographique serait donc la prise en compte de ce plaisir : être spectateur correspond à mettre en œuvre une performance.

« Avoir un goût », « aimer Bach », « être rocker », ne sont pas des étiquettes à expliquer, c'est une performance, une façon de s'engager avec son corps dans des dispositifs et des dispositions soigneusement mis en place par un milieu, qui écrit peu à peu une histoire commune (Hennion, 2008).

À l'heure actuelle, il est encore plus aisé qu'à l'époque de Mauss de constater l'existence des nombreuses manières par lesquelles l'expérience du cinéma est vécue comme une « technique du corps ». Sur Internet, les spectateurs effectuent des opérations variées, allant de l'écriture de commentaires textuels à la mise en scène de vidéos, pour rendre compte de leur expérience sensible du spectacle et l'actualiser par la transformation des films et des séries en objets de leur quotidien. Un exemple qui peut décrire la position du spectateur dans l'expérience du film se trouve dans « Le paradoxe sur le comédien » de Diderot : le philosophe y décrit la division des tâches entre le spectacle et le spectateur. Si l'acteur, se servant de son corps comme d'un instrument, s'agit sur scène, le spectateur doit rester silencieux sur son fauteuil, sans bouger. Tout ce qui lui est accordé est une tempête émotionnelle à l'intérieur de soi qui se manifeste, à l'occasion, par les larmes ou le rire. Que se passe-t-il lorsque cette division des tâches s'estompe grâce aux nouveaux dispositifs qui rendent possible des performances

spectatorielles synchrones à l'expérience du film (enregistrement sur téléphone portable, envoi de messages, annotation sur ordinateur...)?

Le chercheur doit développer une série d'instruments heuristiques pour une recherche sur les formes de l'engagement spectatorial. Comment analyser l'expérience filmique comme événement qui concerne le corps? Comment les spectateurs mettent en œuvre leur jugement de goût dans les espaces en ligne, quel est le poids des communautés virtuelles? Quelles sont les transformations de l'amour du cinéma et des séries télévisées dans le panorama du « Web 2.0 »?

Dans cette partie de notre étude, nous tentons de répondre à ces questionnements en proposant des instruments qui nous permettent d'analyser ces gestes, sachant que le corps est un objet très peu accessible par une théorisation *in absentia*. Les consommateurs effectuent continûment des opérations actives d'appropriation et leurs gestes sont de plus en plus identifiables, laissant des traces matérielles dans les espaces en ligne (écrits, produits audiovisuels): nous devons donc nous interroger également sur la place du chercheur dans ce contexte, soulignant la nécessité de dépasser la dissymétrie entre observateurs et observés.

## **1.2 Le projet d'une ethnographie des spectateurs**

Comment récupérer et rendre visibles les pratiques des spectateurs-utilisateurs, les « usages » qu'ils mettent en œuvre? Certaines productions émergent de manière évidente, d'autres requièrent une exploration plus approfondie. D'autres, encore, n'apparaîtront pas, parce qu'appartenant à des « spectateurs silencieux ». En effet, Internet s'offre comme un énorme réservoir de contenus, regorgeant de commentaires, productions, de formes variées d'appropriation. À première vue, on est confronté à une abondance de traces (impensable auparavant): on pourrait penser, se laissant prendre par un excès d'enthousiasme, que tout spectateur se transforme désormais en producteur de contenus. Toutefois, il faut toujours considérer qu'il existe des tranches de population qui subissent la fracture numérique, n'ayant pas accès, pour des raisons socio-économiques, culturelles ou générationnelles à Internet et ne concevant pas comme « naturel » le partage en ligne de commentaires ni, encore moins, la production de contenus originaux. Ainsi, avant de présenter les résultats de notre enquête, il faut remarquer que la culture du braconnage sur Internet n'est pas une attitude généralisée

chez les spectateurs, mais elle paraît décidément l’apanage des personnes ayant grandi dans un environnement numérique, les « *digital natives* » (par exemple, les utilisateurs qui proposent des parodies de *Romanzo Criminale* sur YouTube sont en général âgés de moins de vingt ans). Lorsqu’il s’avère possible, nous signalerons l’âge des utilisateurs de chacun des espaces en ligne observés.

Nous allons maintenant présenter les résultats de notre recherche sur le terrain, centrée sur l’exploration des espaces en ligne, dans l’objectif de recueillir et d’analyser des formes variées d’appropriations de *Romanzo Criminale* de la part des spectateurs. La première remarque que l’on peut faire est que, pour le chercheur se confrontant aux contenus du « Web 2.0 » relatifs à un univers fictionnel, l’impression est celle d’une hypertrophie de traces et de la sensation de commencer un travail démesuré : la mise en place d’un ordre et d’une méthodologie de recherche se révèlent nécessaires.

Le début de notre parcours de recherche autour de *Romanzo Criminale* se fait par tâtonnements, dans l’exploration d’espaces renvoyant les uns aux autres et tissant sans cesse de nouveaux liens avec des territoires inconnus. À l’instar de H. S. Becker, nous tenterons de mettre en place une ethnographie consistant à « regarder qui fait quoi, faire attention aux lieux, aux dispositifs, aux façons de faire, aux conventions, aux modes de jugement » (Hennion, 2010 : 1). Chaque site Internet, forum de discussion, réseau social analysé sera considéré comme un espace en soi, connecté à un réseau et pouvant être envisagé lui-même comme un écosystème ayant ses propres règles. Nous mettrons en œuvre un travail d’analyse à l’échelle microscopique et macroscopique, adoptant un critère de pertinence : tout en essayant de tracer les contours de notre objet à travers les appropriations des spectateurs, nous définirons les spécificités de chacun des environnements numériques observés.

Notre objet d’étude s’élargit aux canaux officiels et aux territoires où prévalent des logiques de production alternatives. Afin de tracer une géographie de l’univers étudié, il s’est révélé nécessaire de prendre en compte ces deux aspects, et d’en analyser les relations explicites et implicites, suivant une interrogation concernant les possibles dilatations du produit transmédiatique et les inévitables détournements mis en place par les consommateurs. Le principe de la cohérence entre les productions des spectateurs et le produit « officiel » a guidé cette recherche : nous nous sommes attachés aux exemples affichant leur lien avec le produit d’origine, mais nous avons également cherché des productions de discours dans lesquelles une relation explicite n’est pas signalée par leur

auteur, et qui, pour des raisons de contenu ou esthétiques, renvoient au monde de *Romanzo Criminale*. Suivant le principe de la pertinence, nous avons retenu les exemples qui nous ont semblé capables de mettre au jour des aspects différents du monde des créations spectaculaires.

Dans la conclusion de cette partie, nous discuterons la méthodologie appliquée à cette étude à la lumière des résultats présentés et des écueils rencontrés dans le travail sur le terrain.

Nous avons organisé l'exposition des résultats suivant un critère de distinction entre « narrations » et « sujets ». Ce choix est déterminé par la volonté de focaliser notre attention, dans une première partie, sur les espaces qui voient naître des productions de discours sous la forme littéraire ou audiovisuelle et qui ont la caractéristique de constituer des « gloses » des produits « officiels ». Dans la deuxième partie, nous étudierons les modalités par lesquelles les produits deviennent des « fanions » pour la mise en scène de soi, dans des espaces marqués par une structure en réseau.