

Le transmédial ou l'épopée contemporaine

3.1 Espace intime – espace public à l'ère du « Web 2.0 »

Notre étude se place à cheval entre production et réception : nous avons observé que, dans l'analyse du phénomène représenté par *Romanzo Criminale*, il est nécessaire de prendre en compte chaque brique réalisée par les spectateurs afin de saisir le sens global du produit. La définition heuristique de récit transmédial nous a permis de trouver un cadre pour l'étude du rôle actif des spectateurs et de leurs pratiques d'appropriation dans le contexte socio-culturel contemporain, où les hiérarchies entre les produits se font plus souples (on peut parler d'une *fluidification* des hiérarchies) et qui est caractérisé par un renouveau des forces de l'action performative du public.

Dans notre enquête, les résultats que nous avons organisés entre « narrations » et « sujets » nous ont montré un entrelacement de la sphère du privé et de la sphère publique. Il nous faut à présent interroger ces deux pôles afin de définir l'étendue du phénomène que nous analysons et comprendre comment le produit transmédial fonctionne comme charnière entre ces deux sphères.

Nous avons besoin d'une notion qui va nous permettre de parler d'un territoire défini par les échanges entre les utilisateurs d'Internet, qui soit le cadre des discours variés des communautés et qui, tout à la fois, nous aide à rendre compte d'une superposition entre des formes d'usage privé et des formes d'usage public du monde de *Romanzo Criminale* (la notion se rapproche de celle bourdieusienne de *champ*). Un monde qui est aussi un phénomène capable d'opérer un travail performatif.

La réponse d'un questionnement sur le sens et le fonctionnement de l'activité des spectateurs par rapport au monde narratif, que nous avons pu observer dans notre enquête, vient d'une réflexion autour des innovations concernant le rôle des consommateurs de l'audiovisuel à l'ère du « Web 2.0 », où le sens d'une communauté d'acteurs sociaux est défini moins par la présence dans le même espace que par des formes de communication « virtuelles ».

L'époque contemporaine semble être caractérisée par une « connectivité » globale. Le texte, nous l'avons vu, n'est plus caractérisé par son lien à un support : sa base matérielle disparaît, on peut en faire l'expérience loin de son lieu d'origine, il est *relocalisé* dans de nouveaux espaces. Il se compose de pistes multiples, qui se perdent

ou qui circulent : certaines dilatations du monde du récit consistent en ajouts innovants, cohérents au récit matriciel, par lesquels l'intrigue s'enrichit de détails inédits ; d'autres créent des liens entre des espaces ou des idées originellement éloignées (c'est le cas de certaines *fanfictions*). Le consommateur circule à son tour au travers de ce réseau intertextuel en choisissant les modalités de lecture, en inventant de nouvelles pistes, proposant des *usages*.

Le « Web 2.0 » détermine des innovations sur le plan quantitatif et sur le plan qualitatif : d'un côté, les nouvelles pratiques que nous pouvons observer sont la réalisation d'anciennes modalités de participation au spectacle qui correspondent, dans un espace en réseau et accessible à faibles coûts, à la possibilité pour les spectateurs de participer en tant que créateurs pour donner lieu à des formes de dilatation ou des *remakes* (YouTube, les blogs). De l'autre côté, les innovations concernent la qualité des échanges, notamment dans la superposition entre espace intime et espace public (les forums, les blogs, les réseaux sociaux).

Dans le cas des productions sur YouTube, la créativité personnelle est exposée à un public avec une rapidité inconnue aux productions amateurs traditionnelles : des formes d'interactivité, une nouvelle rapidité, ainsi qu'un élargissement de l'audience deviennent évidents.

Les vidéos trouvent leur public (et sont identifiables par les internautes) grâce à un fonctionnement en réseau. D'un côté, les mots-clés attribués à chaque extrait par son auteur réalisent une cartographie de ces productions ; le territoire devient explorable d'une manière inédite. Pour un site comme Vodkaster¹, à l'échange de fichiers se substitue un tissu de connexions immatérielles dans lesquelles les critères liés à la culture d'origine du produit produisent de nouveaux sens selon les intentions des spectateurs.

De l'autre, dans le cas de certaines vidéos de YouTube, comme les exemples de karaoké interprété par les *fans*, le réseau donne une visibilité globale à des objets qui, par leur nature, se placent entre la sphère intime et la sphère publique. Bien que ces objets soient des productions très personnelles, nous avons déjà remarqué qu'ils

¹ Rappelons la spécificité du site français Vodkaster (*cf.* note Chapitre 2 deuxième partie), basé sur la « culture du fragment ». Chaque film de la base de données y est présent sous forme d'extrait, chaque extrait est accompagné de mots-clés qui l'identifient. Les internautes peuvent ainsi construire des *playlists* de séquences à partir d'un thème (tous les extraits ayant pour mot-clé « campagne »...). Le site permet à ses membres de partager et commenter les extraits, il propose également des jeux qui invitent le spectateur à reconnaître le film à partir de son fragment.

naissent pour le dispositif de YouTube : leurs auteurs imaginent au stade du tournage une audience, une rhétorique et des modalités de visionnage (cf. Burgess et Green, 2009). Néanmoins, en général, on ne peut pas toujours prévoir le succès d'une vidéo : s'il semble que, dans certains cas, la capacité à s'adapter à la culture spécifique de YouTube l'emporte, dans d'autres (les phénomènes « viraux »), des vidéos « naïves » obtiennent un nombre impressionnant de visites et de commentaires car les internautes peuvent se moquer de leurs auteurs. Nous pouvons indiquer, pour *Romanzo Criminale*, quelques-unes des productions *grassroot* les plus vues (au 14 juillet 2011) :

« Da *Romanzo Criminale* (Serie) alla Banda della Magliana (Realtà)¹ », vidéo qui, par un montage de plans qui montrent les photographies des criminels de la vraie Banda della Magliana et des images de la série (montées sur la bande originale du film) met en évidence les correspondances entre les personnages fictionnels et les personnes réelles qui les ont inspirés, pour se conclure avec l'extrait du prologue de la série, obtient 684 955 visites, 349 votes positifs, 5 votes négatifs, 391 commentaires.

On observe ensuite la présence de nombreuses vidéos de musique qui s'inspirent de *Romanzo Criminale* ainsi que des vidéos d'hommage (anthologies de phrases cultes, ou de plans fixes montés sur la bande originale). Le succès d'une vidéo et la circulation de discours sont mesurables par l'analyse des commentaires, qui deviennent, dans l'espace de YouTube, une manière pour exprimer un goût, alternative à l'onglet « j'aime » et, en même temps, un outil relationnel. Le partage de la passion pour *Romanzo Criminale* se manifeste par la consécration de certaines vidéos, par la répétition que « la série est mieux que le film », qui engendre parfois des échanges marqués par l'ironie et par le sentiment de faire partie de la même communauté (ou l'hostilité entre les représentants de positions morales différentes).

Internet semble développer le principe de la « publicité » décrit par Habermas, concrétisant l'accessibilité à tous de l'information. C'est dans la sphère du débat public de *Romanzo Criminale* que ses sens différents et ses modalités multiples d'existence prennent forme. La structure des forums et des espaces en ligne dans lesquels nous avons effectué nos recherches favorisent la présence constante de l'information, ainsi que sa circulation rendue possible par des phénomènes que Jenkins inscrit dans la « culture de la participation ». Le produit transmédiatique trouve sa définition dans un espace façonné à partir de certains éléments provenant de la rencontre entre les

¹ <http://youtu.be/EO-ihg3Hmro>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

spécificités du monde de *Romanzo Criminale* et des communautés de spectateurs produisant leurs lectures individuelles. Les discussions et les débats (notamment celles qui concernent les tentatives de reconstruction du rapport entre réalité et fiction¹) nous montrent que les espaces du Web rendent possible la construction d'une « recherche coopérative de la vérité » : les usagers sont conscients de leur rôle et assument leur position dans la perspective de construire un savoir commun (c'est d'ailleurs la présence de cette conscience, dans un contexte où règne la règle de la *spreadability* jenkinsienne qui marque la différence avec l'*auralité* du passé).

Néanmoins, le principe de précaution s'impose lorsque nous interrogeons le rôle d'une nouvelle technique dans son rapport avec des pratiques humaines. Le risque est celui du déterminisme : les études en communication risquent, à toute apparition d'une nouvelle technique, de mettre l'accent sur les modifications du paradigme avec un enthousiasme parfois excessif, alors qu'il serait plus prudent de souligner les continuités avec le passé². C'est le cas des théoriciens de l'utopie de l'intelligence collective, comme P. Lévy, selon lequel

[...] le cyberspace peut apparaître comme une sorte de matérialisation technique des idéaux modernes. En particulier, l'évolution contemporaine de l'informatique constitue une étonnante réalisation de l'objectif marxien d'appropriation des moyens de production par les producteurs eux-mêmes (Lévy, 1997 : 122).

Loin de vouloir valider l'utopie de l'intelligence collective³, nous ne devons pas tomber dans l'excès inverse, celui d'une sociologie qui se concentre sur les « faits sociaux » au point de négliger le rôle des modifications des techniques. Ainsi, nous pouvons interroger, à partir de la variété des pratiques observées dans le contexte actuel (de l'expression individuelle de soi aux productions qui impliquent plus d'une personne) le sens de la « publicité » dans ces espaces (forums, réseaux sociaux)⁴.

¹ Cfr. notamment les discussions liées à la vidéo <http://www.youtube.com/watch?v=bwtZvgkFWgQ>. Dernier accès le 27 septembre 2011.

² Par ailleurs, forcer la continuité avec le passé en signalant des correspondances avec des pratiques culturelles foncièrement liées à des contextes de production et de réception précis, comme l'exemple du vaudeville qui servirait selon Jenkins (2006b) de clé de lecture pour les pratiques de production de vidéos pour YouTube, nous semble également un risque.

³ Jenkins l'adopte comme une hypothèse de travail recevable (Jenkins, 2006a).

⁴ Pour éviter le risque d'un excès de déterminisme dans la description des nouvelles formes d'appropriation qui se manifestent grâce aux nouveaux médias, rappelons que, même dans ces nouveaux espaces, on retrouve des réceptions tout à fait académiques de *Romanzo Criminale* (des formes d'emprunt

Lorsque l'on observe le développement des questions et des réponses dans un forum de discussion comme IMDb, ou lorsque l'on étudie les vidéos de YouTube et leur fonctionnement dans une communauté, on remarque que la porosité des frontières entre production et réception se fait de plus en plus évidente. La modification des échanges est à la fois quantitative et qualitative : les nouvelles technologies permettent aux individus de rester de plus en plus connectés à un réseau (plus longtemps, et avec plus de monde) ; ils s'échangent des contenus, ils exposent leurs productions à travers les écrans qui se démultiplient dans l'espace public (cf. Baym, 2010). Mais communiquent-ils ? Si, d'un côté, l'excès de traces qui se présentent au chercheur qui décide d'entreprendre une enquête sur la Toile pourrait amener à formuler des hypothèses allant dans le sens d'une « communicativité globale », de l'autre, quelques éléments nous invitent à la prudence.

La chaîne émetteur-récepteur se modifie¹. Souvent, les utilisateurs publient des contenus dans l'objectif d'exécuter une version personnelle du produit audiovisuel, à travers l'exhibition de « techniques du corps » comme réaction au plaisir du spectacle : comme pour le karaoké, il s'agit d'une forme d'expression de soi, plutôt que de l'acte de communication en direction d'un récepteur.

Facebook n'est jamais qu'un espace de relations entre deux individus, mais il se caractérise comme une sorte de *Panopticon* dans lequel tout utilisateur est surveillé par les autres : toute communication se fait dans une relation à un tiers. Les liens dans les réseaux

[...] se caractérisent d'abord par leur *caractère public*. À la différence des échanges interpersonnels par *e-mail*, *chats* ou messagerie instantanée, ils s'affichent explicitement sur des sites Web publics. S'ils sont de ce fait plus aisément accessibles aux chercheurs, leur caractère public constitue une propriété structurante qui interdit de les considérer comme des équivalents d'échanges personnels. En effet, dans les approches de la sociabilité développée par les sciences sociales, la définition du lien social incorpore une forte dimension

aux recensions de la presse, etc...). Par ailleurs, bon nombre de spectateurs font encore partie de la catégorie de ceux qui ne s'expriment pas dans les espaces en ligne! La culture participative, donc, s'ajoute à des pratiques traditionnelles, elle ne les remplace pas.

¹ Cela ne veut pas dire, pour autant, que les images et les contenus circulent sans créer du sens à l'échelle des communautés différentes. Au contraire, notre enquête a montré que des dynamiques relationnelles sont en œuvre dans la circulation des produits apocryphes liés à *Romanzo Criminale*.

interpersonnelle, associant deux individus par un ensemble de variables de proximité à la fois territoriale, situationnelle et intersubjective [...] Or, les liens sociaux sur Internet dont il est ici question ont une expression multi-adressée : ils se présentent comme un échange communicationnel triangulé associant toujours un tiers, le public, comme troisième personne (lui, il, eux, ils), à la relation entre deux personnes. Même si le public est oublié ou simplement tacite, sa présence intervient nécessairement dans la relation sociale que construisent les personnes sur Internet (Cardon et Prieur, 2007).

Ainsi, la participation aux débats dans les espaces en ligne mobilise un domaine intermédiaire, de type civique, entre expérience de l'identité et expérience publique. Lorsqu'un internaute participe à un forum de discussion (ou rédige un billet sur son blog) lié à la série télévisée qui le passionne, il choisit une démarche qui est à la fois l'expression de son expérience de spectateur, qu'il communique à ses pairs (afin de comparer les goûts, d'établir des liens de sociabilité ...), et la production d'un texte plus ou moins critique destiné à la circulation.

Si des bribes d'expression de soi circulent, suivant des chaînes souvent « virales » ou déterminées par les goûts des spectateurs (l'onglet « J'aime » de Facebook est désormais présent dans presque tout contenu Internet) ; d'autres phénomènes sont plus proches de la communication entre deux ou plusieurs acteurs : les deux phénomènes prennent forme dans une ambiguïté entre public et privé.

Il nous faut à présent comprendre quels sont les outils qui peuvent nous aider à définir cette ambiguïté. D'un côté, nous avons signalé la centralité de l'expression de soi empruntant aux remarques de Taylor reprises par Allard, notamment la question de la « culture expressive » ; il en émerge que le personnel n'est pas toujours privé (autrement, pourquoi publier une vidéo dans laquelle on s'amuse avec des amis à imiter les séquences favorites ?) et que, même le public intervient à déterminer certains choix formels.

De l'autre, certaines règles propres à « publicité » des échanges nous semblent intéressantes à signaler. Les forums de discussion nous montrent que les activités cognitives des spectateurs sont mobilisées dans la recherche collective d'un jugement sur le film et que la circulation de ces discours se fait dans un espace de communication réglé, se rapprochant de la définition d'espace public proposée par J. Habermas : un ensemble de normes qui régulent l'échange rationnel entre pairs au sein d'une société.

Le modèle de l'espace public désigne une société où les échanges se font sur un modèle de démocratie délibérative. Ainsi, certains spectateurs se servent du forum comme d'un espace pour tester le produit audiovisuel ou le livre avant d'en faire l'expérience directe (notamment les *lurkers*, mais aussi ceux qui posent des questions) ; d'autres s'engagent dans la description du produit, dans la recherche plus ou moins approfondie (ou « verticale ») d'autres informations, afin de contribuer à un savoir « participatif » (les experts)¹. Les forums deviennent des espaces dans lesquels le produit est déconstruit à partir de critères différents et s'offre selon des perspectives souvent très éloignées, à tel point que tout utilisateur de la Toile arrive (de manière proportionnée à l'étendue du monde du récit) à trouver une réponse à ses questions.

L'expérience ordinaire du spectateur est mise en scène et valorisée dans un espace qui est, par sa nature, un territoire de partage de compétences et d'émotions, dans l'opposition ou dans la collaboration avec les médias traditionnels. Des formes relevant de l'économie de l'affection et des tactiques, au sens certaldien de résistance, sont visibles (dans le cas de la célébration des modèles d'inconduite, qui proposent une lecture au sens inversé des valeurs défendues par les médias ; ou dans le cas des *fanfictions* qui détournent les textes d'origine en leur attribuant de nouvelles valeurs).

Inversement, d'autres formes montrent une construction de l'image de *Romanzo Criminale* dans une posture de coopération. *Romanzo Criminale* peut servir de catalyseur de comportements à l'intérieur de contextes nationaux ou subculturels précis. Nous avons remarqué, par exemple, des différences entre les modalités de réception de *Romanzo Criminale* en France et en Italie. Dans le premier cas, on observe un traitement du produit comme texte : les réactions les plus évidentes se retrouvent dans les forums de discussion, selon une modalité traditionnelle de critique cinématographique. Les internautes qui discutent dans les forums construisent leur jugement sur le film et sur la série à partir des codes génériques du polar, ou à partir de comparaisons avec le cinéma hollywoodien ; lorsqu'ils manifestent un intérêt pour la

¹ La dimension de l'expertise est centrale pour comprendre le fonctionnement de ces récits convergents. Le rôle de l'expert se renouvelle selon les spécificités du dispositif de communication et plus les internautes participent, plus ils deviennent des experts, à la fois des contenus et du médium lui-même. Si le forum offre la possibilité d'insérer des hyperliens, par exemple, l'expert pourra faire appel à des documents externes et, à l'image du passeur, inviter ses lecteurs à découvrir des sources directes d'information (des vidéos, des interviews...) ; dans d'autres cas, il aura intérêt à déployer ses talents littéraires pour décrire, argumenter et enfin porter au jour l'information exacte de laquelle il se croit le détenteur.

culture qui a les a produits, cela se fait généralement à partir d'une distance (l'intérêt est alors centré sur l'*italianité*, vue de l'extérieur). Ainsi, *Romanzo Criminale* n'est pas, pour les Français, un produit transmédiatique au sens que nous avons donné à ce terme : une activité significative de production de textes « apocryphes » vient à manquer (les vidéos sur YouTube sont principalement des hommages au film entendu comme produit clos ; les « usages » dans les réseaux sociaux sont limités à la déclaration d'une préférence pour un acteur).

Au contraire, pour la réception italienne, nous avons observé une présence plus concrète du produit dans la vie quotidienne. Nous pouvons signaler que, en Italie, la deuxième saison de la série télévisée (qui n'a pas encore été diffusée en France) a contribué à raviver la passion pour *Romanzo Criminale* et a été accompagnée par une stratégie de publicité qui a enraciné le produit dans le tissu social des Italiens. La série devient un rendez-vous fixe pour de nombreux téléspectateurs et, grâce à ses mécanismes de répétition, elle fidélise un public qui s'élargit grâce aux rebondissements des controverses dans les médias, liées à la représentation de héros criminels. Les appropriations que nous avons observées sont des déclarations d'amour ou des manifestations d'addiction au produit entendu moins comme texte unique et clos que comme monde. Les spectateurs, à la fin de la saison, en redemandent : l'observation des discussions dans les réseaux sociaux (notamment la page Facebook de Sky Cinema consacrée à la série) nous montre qu'ils sont également gourmands de tout type de produit ancillaire lié à ce monde narratif. Les usages de pseudonymes des personnages pour la mise en scène de soi, la répétition des répliques qui se poursuit même des mois après la conclusion de la deuxième saison de la série, la présence de vidéos sur YouTube dans lesquelles des adolescents rejouent des séquences de la série ou du film nous portent à considérer que *Romanzo Criminale* est, pour une certaine partie des spectateurs italiens, un spectacle qui est désormais devenu un monde, un cadre de lecture du quotidien.

Ce type d'observations confirme la nécessité d'entendre la communication comme co-construction d'une réalité entre un émetteur et un récepteur, dans un contexte précis et donne lieu à des phénomènes que nous pourrions décrire en employant l'adjectif « populaire ». Cela est réalisé par une sélection de traits pertinents : par exemple, lorsque des spectateurs commentent le geste du Buffle qui vole le cercueil du Libanais à la morgue, ils choisissent de lire la séquence comme un hymne aux valeurs

de l'amitié et de la fidélité, sans considérer l'acte comme un geste de folie mis en œuvre par un criminel :

« Dans la vie c'est peut-être rare d'avoir un véritable ami comme le Buffle!!!! Heureux celui qui a ces valeurs et ce respect envers les amis... honneur au Buffle !!!! ça c'est de véritables leçons de vie... !!!!»

« La valeur de l'amitié portée au plus hauts niveaux ! »

« Un geste comme celui-ci te rend immortel »¹.

Plus loin, d'autres internautes remarquent, dans la même séquence, qu'un geste apparemment violent est, au contraire, un signe d'amitié entre les personnages : « Je voudrais signaler que les coups de poing du Froid sur le Buffle valent comme une caresse ». Mais cela n'empêche pas qu'arrive l'inévitable commentaire au premier degré, qui rappelle que les personnages sont des criminels :

Tout est très beau... on entend parler d'Amitié, de Loyauté et de valeurs toutes très positives... dommage que, de cette manière, on parle de salauds dégoûtants criminels... je sais qu'il s'agit d'une fiction et au passage elle est très bien réalisée, mais perso j'ai des doutes quant à idolâtrer des salauds de ce genre... ce n'est que mon opinion personnelle, bien sûr².

Ainsi, la séquence (nous pouvons signaler, au passage que, en l'occurrence, il s'agit d'une séquence *clip*) devient une vidéo-culte, qui résume les caractères des protagonistes et qui en amplifie le statut de héros, et qui est destinée à rebondir dans l'espace public. Face à cette vidéo, regardée 212 614 fois et pour laquelle on observe 238 commentaires, s'impose une réflexion sur le sens du terme populaire. Un contenu de YouTube devient populaire non seulement lorsqu'il est vu par de nombreux utilisateurs, mais aussi lorsqu'il arrive à générer une suite de commentaires importante. YouTube offre en outre l'onglet « J'aime » / « Je n'aime pas » qui permet d'observer une autre forme de réaction au contenu. Pour la vidéo citée, par exemple, 428 « J'aime » et 3 « J'aime pas ». Par conséquent, les internautes pourront aussi commenter le fait que trois personnes n'ont pas aimé la vidéo (et s'insurger contre elles). La popularité d'une vidéo est donc mesurable par l'effet de circulation qu'elle produit dans un réseau. Ce

¹ http://www.youtube.com/all_comments?v=HIItbniXhLpk. Dernier accès le 15 juillet 2011.

² *Ibidem*.

phénomène de circulation est inévitable dans un espace qui rend « publique » toute production de textes et donne lieu à une stratification des discours dans un espace social.

3.2 Épopée et espace public

Nous avons décrit *Romanzo Criminale* comme un récit transmédiatique, ayant la capacité du récit populaire de « proliférer par rhizome » (Vareille, 1989, d'après un concept de Deleuze bien connu), de se démultiplier grâce aux dispositifs technologiques contemporains, d'établir des connexions productives dans toutes les directions. Essayer de définir son étendue correspond à décrire une circulation de discours sociaux, le partage d'un imaginaire dans un espace public. Ces réflexions requièrent une méthodologie s'attachant à la culture et aux symboles que le monde narratif complexe de *Romanzo Criminale* mobilise chez ses consommateurs. Les usages de cet *écosystème narratif* nous donnent des informations sur la collectivité qui les réalise et sur la manière dont le produit fait sens pour un ensemble de communautés, dans différentes situations.

Il nous faut à présent raccorder notre notion de « travail épique » à la réflexion sur l'espace public que nous avons esquissée plus haut. Nous pouvons parler d'espace public « [...] non pas tant comme une scène sur laquelle on peut s'exprimer que comme une sorte de miroir qui permet aux individus et aux groupes de se comprendre [...] dans une sorte de prise de conscience historique de soi-même » (Haber, 2001 : 33-34).

Dans cette étude, nous avons proposé des analyses de cas qui illustrent la manière par laquelle *Romanzo Criminale* produit une mythologie qui fonctionne jusqu'à devenir phénomène sociétal, lorsque certaines conditions sont réunies. Nous avons observé que, dans l'espace public, la circulation de produits canoniques et apocryphes sert à renforcer le discours, comme si un seul discours ne suffisait plus mais que, pour exister, le monde du récit devait être constitué par une pluralité de « textes ».

Les spectateurs sont de plus en plus encouragés à participer à la dilatation du monde narratif : l'*attente* (assister à un spectacle) laisse la place à une *performance* (agir comme protagonistes pendant le spectacle, affinant des dispositifs rhétoriques),

liée à un besoin expressif, à une maîtrise de plus en plus raffinée du médium (qui, à son tour, dans le processus de convergence, perd sa capacité à véhiculer un contenu spécifique) ainsi que des techniques de narration ; à la possibilité (foncièrement postmoderne) de porter chez soi l'expérience.

Les appropriations, souvent contradictoires, de *Romanzo Criminale* que nous pouvons analyser dans l'espace public, délimitent un territoire formé par une superposition de lectures différentes. Le texte n'existe que dans la relation à un large réseau de références, qu'elles soient esthétiques, politiques, culturelles.

La citation, l'imitation et la transformation des originaux ne sont pas seulement les éléments d'un processus intertextuel ou transtextuel, mais ils définissent aussi un espace de discours. *Romanzo Criminale*, entendu comme filtre pour la lecture des événements du passé récent d'Italie, n'est plus à étudier comme une source de productions autonomes, mais aussi comme une cible : il devient le catalyseur de discours et, à leur tour, ces discours le façonnent, en délimitant son étendue et en élargissant ses frontières, tout en scellant ses détails microscopiques. Ce sont les désirs des spectateurs qui construisent l'univers, à l'image de la séquence finale de *L'histoire sans fin* (*The Neverending Story*, Petersen, 1984) : « Fantasia peut naître en toi » « Comment ? » « Ouvre ton esprit... et plus de désirs tu exprimeras, plus magnifique Fantasia deviendra »¹.

La notion de travail épique nous a permis de définir le fonctionnement en tant que « monde » du phénomène étudié. L'étendue du monde du récit rend possible l'existence d'une pluralité d'informations à son sujet : plus le monde est ouvert à des relectures, plus il saura répondre aux questionnements parce qu'il encouragera des usages et des créations de la part de ses usagers. Le savoir sur le monde et le processus de sa construction sont strictement connectés. La plus-value de sens introduite par le consommateur devient l'élément nécessaire dans ce travail, rendue possible par le fait que « le film continue à nous parler, de façon cohérente, illuminante, d'enjeux sociaux, moraux, politiques, qui nous concerneront toujours » (Burch, 2007 : 59).

¹ « *Fantasia can arise in you* » « *How ?* » « *Open your mind ... And the more wishes you make, the more magnificent Fantasia will become* ». (Notre traduction). Ce rapprochement nous permet de signaler que l'objet de cette étude est transgénérique : le récit transmédiatique peut appartenir au genre de la science-fiction, de *l'heroic-fantasy* ou du polar... et non seulement.