

Du *loggione* aux mêmes. Les *fans* d'opéra à l'ère numérique à Milan et à New York

Nicolò Palazzetti

Volume 11, numéro 2, décembre 2024

Musique et intermédialité dans le cyberspace. *Popular music, live streaming, opéra*

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1116732ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1116732ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Observatoire interdisciplinaire de création et recherche en musique (OICRM)

ISSN

2368-7061 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Palazzetti, N. (2024). Du *loggione* aux mêmes. Les *fans* d'opéra à l'ère numérique à Milan et à New York. *Revue musicale OICRM*, 11(2), 144–173.
<https://doi.org/10.7202/1116732ar>

Résumé de l'article

Au carrefour de la sociologie culturelle, de la musicologie et des études sur les *fans*, cet article étudie les communautés de *fans* d'opéra à l'ère numérique. Réalisée entre 2019 et 2023, cette recherche utilise une méthodologie qualitative et comparative combinant l'ethnographie numérique avec l'observation participante sur place dans les maisons d'opéra, notamment à la Scala de Milan et au Metropolitan Opera de New York.

Cartographier le *fandom* de l'opéra signifie examiner non seulement comment les amateurs ont influencé les stratégies des institutions lyriques, mais aussi comment ils ont préservé le patrimoine social et spatial du « paradis » (*loggione* en italien). Dans cette étude, je me focalise en particulier sur l'histoire culturelle récente de la passion pour l'opéra, notamment après la diffusion du *World Wide Web*. Je m'appuie sur l'hypothèse que les amateurs d'opéra peuvent être typiquement technophiles et que les formes de nostalgie culturelle sont des sous-produits constitutifs de l'essor des nouvelles technologies de partage et de diffusion de la culture. En ce sens, cet article interdisciplinaire veut contribuer tant à l'avancement des études sociologiques sur l'opéra qu'aux études sur les *fans*, notamment en relation aux arts du spectacle.

Du *loggione* aux mêmes. Les *fans* d'opéra à l'ère numérique à Milan et à New York

Nicolò Palazzetti

Résumé

Au carrefour de la sociologie culturelle, de la musicologie et des études sur les *fans*, cet article étudie les communautés de *fans* d'opéra à l'ère numérique. Réalisée entre 2019 et 2023, cette recherche utilise une méthodologie qualitative et comparative combinant l'ethnographie numérique avec l'observation participante sur place dans les maisons d'opéra, notamment à la Scala de Milan et au Metropolitan Opera de New York.

Cartographier le *fandom* de l'opéra signifie examiner non seulement comment les amateurs ont influencé les stratégies des institutions lyriques, mais aussi comment ils ont préservé le patrimoine social et spatial du « paradis » (*loggione* en italien). Dans cette étude, je me focalise en particulier sur l'histoire culturelle récente de la passion pour l'opéra, notamment après la diffusion du *World Wide Web*. Je m'appuie sur l'hypothèse que les amateurs d'opéra peuvent être typiquement technophiles et que les formes de nostalgie culturelle sont des sous-produits constitutifs de l'essor des nouvelles technologies de partage et de diffusion de la culture. En ce sens, cet article interdisciplinaire veut contribuer tant à l'avancement des études sociologiques sur l'opéra qu'aux études sur les *fans*, notamment en relation aux arts du spectacle.

Mots clés : ère numérique ; *fan* ; *loggione* ; mélomane ; opéra.

Abstract

At the crossroads of cultural sociology, musicology and fan studies, this article investigates opera fan communities in the digital age. This research, carried out between 2019 and 2023, employs a qualitative and comparative methodology combining digital ethnography with on-site participant observation in opera houses. The main case studies are the Teatro alla Scala in Milan and the Metropolitan Opera in New York.

Mapping opera fandom means examining not only how fans influenced the strategies of opera houses, but also how they preserved the social and spatial heritage of “the Gods” (*loggione* in Italian). In this article, I focus on the recent cultural history of opera fandom, especially after the rise of the World Wide Web. I rely on the hypothesis that opera lovers can be technophiles and that forms of cultural nostalgia are constitutive by-products of the rise of recording and broadcast technologies. This interdisciplinary article contributes to the advancement of sociological studies on

opera as well as to the development of fan studies in the field of the performing arts.

Keywords: digital age; fan; *loggione*; opera; opera lover.

INTRODUCTION

Le 4 octobre 2019, le quotidien italien *Avvenire* faisait état d'une file d'attente exceptionnelle : « Milan, soirée d'ouverture de la saison à La Scala : les *loggionisti* attendent 28 heures dans une file d'attente pour un billet de *Tosca* » (Gambassi 2019). Le terme *loggionista* définit un mélomane¹ qui assiste habituellement, et avec beaucoup d'enthousiasme, aux opéras depuis le « paradis », ou *loggione*². Le *loggione* est la galerie supérieure d'une salle de théâtre, au-dessus des loges, où se trouvent les sièges les moins chers, notamment dans un théâtre dit à l'italienne – c'est-à-dire une salle couverte, en forme de fer à cheval, avec un cadre de scène et plusieurs étages de loges. Les *loggionisti* restent souvent debout pendant la représentation, notamment parce que leurs sièges ne leur offrent qu'une visibilité réduite. Plusieurs *loggionisti* restent debout également aux alentours du théâtre, par exemple dans des files d'attente devant la billetterie *avant* la représentation ou pour chasser des autographes à la sortie des artistes.

En Italie, la renommée des *loggionisti* s'est étendue au-delà des murs des maisons d'opéra. Cette dévotion est perçue comme un trait fascinant du public de La Scala, un symbole de prestige culturel ; mais elle est aussi réduite à un cliché. Dans un livre autobiographique paru en 2020 intitulé *Pazzo per l'opera* [*Mordu d'opéra*], Alberto Mattioli, critique musical du journal *La Stampa*, dresse une description pleine d'humour et d'anecdotes de sa passion. Son livre a été apprécié dans les webzines italiens consacrés à l'opéra, comme *OperaClick* et *L'Ape musicale* (Boaretto 2020 ; Pedrotti 2020). Mattioli y compare notamment les metteurs en scène aux courtisans de *Rigoletto* (« *vil razza dannata* »), parle des chanteurs et des festivals, et décrit les cent meilleurs spectacles auxquels il a assisté.

Soit une passion est exagérée, soit ce n'est qu'un passe-temps. Une passion doit durer toute une vie et la remplir complètement, [elle doit être] effrénée, hyperbolique, excessive et obsessionnelle, maniaque et absorbante. [...] Nous parlons d'opéra : comment se contrôler là où l'exagération triomphe et où le paroxysme est atteint quand la protagoniste perd la raison ? (Mattioli 2020, p. 9)³

1 L'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire. Cette recherche implique des êtres humains dans le cadre d'une ethnographie qualitative. La méthodologie et les résultats de l'article, qui sont liés à une bourse Marie Skłodowska-Curie (Horizon Europe – Grant Agreement no. 101063989, « Opera Fandom in the Digital Age »), ont reçu l'« autorisation éthique » [*ethics clearance*] de la part de la Commission européenne (*Ethics Summary Report* du 25 février 2022). Le projet met en œuvre un protocole spécifique (anonymisation des participants, formulaires de consentement, sécurisation des données, etc.) afin de protéger la dignité, la vie privée et la liberté des participants qui ont pris part à la recherche. Ce travail de recherche répond aux normes éthiques prônées par l'institution d'attache de l'auteur.

2 Vocabolario Treccani, « *loggionista* », <https://www.treccani.it/vocabolario/loggionista/>, consulté le 31 janvier 2024.

3 « *O una passione è esagerata oppure è soltanto un hobby. Deve durare per una vita e riempirla tutta, smodata e iperbolica, eccessiva e ossessiva, maniacale e totalizzante. Del resto, in questo caso si parla di melodramma: come volete*

Une référence évidente est faite ici à la scène de folie dans l'opéra *Lucia di Lammermoor*, un sommet du belcanto du XIX^e siècle. Des renvois ironiques à la maladie mentale ou à la manie des mélomanes se retrouvent aussi dans la littérature de loisir ou de vulgarisation consacrée à la « lyricomanie » (May 1966 ; Remy 2004 ; Dault 2012). Toutefois, les frontières entre moquerie et mépris sont subtiles. En 2018, par exemple, le critique musical du journal milanais *Corriere della sera* a condamné le « *terrorismo buatorio* » (« terrorisme des huées ») à La Scala lors d'une représentation de *Il Pirata* de Bellini : plusieurs *loggionisti* avaient organisé à son avis une action coordonnée de désapprobation par le biais de forums en ligne (Panza 2018). Plus récemment, le 7 décembre 2023, lors de la soirée d'ouverture de la saison à La Scala, la phrase « Vive l'Italie antifasciste ! » criée depuis le *loggione* avant le début de la représentation du *Don Carlo* de Verdi a marqué la « dramaturgie institutionnelle » de la *Prima della Scala* (Imam 2023), en révélant la complexité du débat idéologique et mémoriel sur le fascisme en Italie à la suite de la victoire électorale du parti d'extrême droite Frères d'Italie en septembre 2022.

Malgré la diffusion de ces récits journalistiques, la publication d'essais ou la circulation d'anecdotes et de clichés, les amateurs d'opéra ont rarement été étudiés par les musicologues⁴. En outre, les pratiques des *loggionisti* sont en train d'évoluer. Aujourd'hui, les interactions entre amateurs, institutions théâtrales et artistes se déroulent dans une large mesure à travers les plateformes vidéo, les réseaux sociaux, les forums de discussion et les applications mobiles (Goron et Turp 2022 ; Goron, Saez et Turp 2022). Alors que les communautés de *cyberfans* ont été investiguées par les études sur les musiques actuelles, les *sound studies* et les études théâtrales (Bennett A. 2002 ; Bennett L. 2012 ; Bull 2007 ; Le Bart 2000 ; Le Guern 2002, 2009 ; Sullivan 2018), le *cyberfandom* lié à l'opéra reste sous-étudié, bien que les pratiques numériques des amateurs d'opéra aient déjà une histoire importante (Kosovsky 2014 ; Palazzetti 2021b ; Roquais-Bielak 2004).

Cet article se focalise sur les communautés de *fans* d'opéra à l'ère numérique. Menée à partir de 2019 à l'université de Strasbourg puis à l'université de Rome « La Sapienza », cette recherche utilise une méthodologie qualitative et comparative combinant l'ethnographie numérique avec l'observation participante sur place dans les maisons d'opéra, notamment La Scala de Milan et le Metropolitan Opera (Met) de New York⁵. J'ai effectué un travail de terrain en 2019 et en 2022 dans plusieurs maisons d'opéra italiennes (y compris les files d'attente à la billetterie⁶ et à l'entrée des artistes), et de nombreux entretiens avec les *loggionisti*, les administrateurs des

che si conservi la moderazione dove trionfa l'esagerazione e la ragione se il momento culminante di molte opere è quanto la protagonista la perde ? ». Je traduis.

4 Il existe néanmoins des exceptions importantes. Parmi les contributions les plus récentes et intéressantes, il faut mentionner la monographie de Carlida Steffan et Luca Zoppelli sur le public italien de l'opéra au XIX^e siècle, parue en juin 2023, quand cet article était déjà en cours de révision (Steffan et Zoppelli 2023).

5 Sur la méthode ethnographique, voir Hammersley et Atkinson 2007 ; Jerolmack et Kahn 2018 ; Le Guern 2013 ; Soulé 2007. Sur l'ethnographie numérique, voir Daniel 2011 ; Goldbeck 2013 ; Pink *et al.* 2015.

6 On pourrait distinguer les files d'attente pour l'ouverture annuelle de la vente des billets pour la saison (comme au Teatro dell'Opera di Roma en octobre), les files d'attente quotidiennes pour les entrées

communautés de *cyberfans* et les directeurs des médias et de la communication de La Scala, de l'Opera di Roma et du Maggio Musicale Fiorentino. J'ai également effectué un travail de terrain au Met de New York entre février et mars 2023⁷. Je me suis surtout concentré sur La Scala et le Met, car ces maisons répondent à plusieurs critères : elles sont fréquentées par un vaste groupe d'amateurs d'opéra ; elles sont des destinations réputées pour les lyricomanes venant d'autres villes et d'autres pays ; elles offrent une saison de très haut niveau tout au long de l'année ; elles s'engagent dans les plateformes numériques, le *streaming* et les médias sociaux. Cependant, elles diffèrent sur le plan de leur répertoire, mais pas seulement. Sur la côte est des États-Unis, par exemple, la densité géographique des maisons d'opéra est faible par rapport à l'Italie du Nord. En même temps, le Met possède une plateforme de *streaming* très connue qui poursuit une tradition unique dans la diffusion audiovisuelle, d'abord à la radio puis à la télévision et au cinéma. La Scala, par contre, qui a un partenariat étroit avec la télévision nationale italienne, n'a ouvert sa plateforme de *streaming* qu'en février 2023. Entretemps, j'ai étudié plusieurs groupes actifs sur les réseaux sociaux (comme Facebook et Reddit), les forums et les blogues consacrés à l'opéra. Dans ces espaces, les sujets de discussion sont multiples et concernent les chanteurs, les enregistrements, les programmes des saisons d'opéras et de festivals, les événements lyriques, les expériences personnelles.

Sans aborder directement les politiques institutionnelles du spectacle vivant ou tracer une histoire culturelle exhaustive du *loggione*, je me concentre dans cet article sur les pratiques contemporaines des *fans* de l'opéra à travers des cas d'étude. Cette approche implique une prise de conscience quant à l'histoire sociale des sous-cultures artistiques véhiculées par la technologie et les médias. Je m'appuie en fait sur l'hypothèse que les amateurs d'opéra peuvent être typiquement technophiles et que les formes de nostalgie culturelle sont des sous-produits constitutifs de l'essor des technologies de diffusion de la culture. En ce sens, cette recherche interdisciplinaire voudrait contribuer tant à l'avancement des études sociologiques sur le public de l'opéra – notamment celles dérivant de la sociologie de la médiation – qu'aux études sur les *fans* (lesquelles sont apparues d'abord au sein des *cultural studies* et des *media studies*)⁸. En tant que « *fans* » de l'« opéra », les pratiques des mélomanes remettent en question le hiatus apparent entre culture d'en haut et culture d'en bas (Levine 2010). Il existe une littérature scientifique assez vaste sur les différentes communautés de *fans* et les objets de leur adoration – du sport à la télévision, des bandes dessinées aux voitures. Les concepts et les méthodes développés dans le domaine des études de *fans* peuvent enrichir l'analyse sociologique des publics de la « haute » culture, comme le prouvent

au *loggione* (comme au Teatro alla Scala) ou encore les files d'attente le soir d'une représentation pour avoir, notamment, des places debout quand la salle est complète (comme à l'Opéra national du Rhin à Strasbourg).

7 J'ai conduit des travaux de terrain plus courts (entretiens et observation participante) au Maggio Musicale Fiorentino (mai 2019 et saison 2021-22), à l'Opéra di Roma (mai 2019, puis à partir de septembre 2023 à travers l'aide d'un assistant à la recherche), à l'Opéra de Paris (novembre 2022) et au Covent Garden (saison 2021-22).

8 Des références bibliographiques spécifiques sont mentionnées et discutées dans le reste de cet article. Pour une analyse détaillée de l'état de l'art sur ce sujet, voir Palazzetti 2021a.

les recherches de Daniel Cavicchi (2011 ; 2014) sur les mélomanes au XIX^e siècle aux États-Unis⁹. L'analyse classique d'Henry Jenkins (1992), par exemple, a examiné comment les *fans* de séries télévisées s'approprient des produits médiatiques¹⁰. Les *fans* développent des modèles distinctifs d'interaction sociale et de nouvelles formes de production culturelle émergent de la passion partagée de la communauté. Aujourd'hui, la Toile a renforcé leurs communautés et leurs réseaux, en promouvant des sous-cultures médiatiques (Booth 2015, 2017 ; Linden et Linden 2017).

Cet article se compose de deux parties. La première analyse d'abord la terminologie et l'imaginaire liés au *loggione* pour explorer ensuite les pratiques des *fans* d'opéra du point de vue sociologique. Une attention particulière est portée au tribalisme spatial du *loggione*, des espaces théâtraux aux espaces numériques, ainsi qu'aux pratiques observées dans les files d'attente et chez les collectionneurs à l'ère numérique. La seconde partie aborde les amateurs d'opéra du point de vue des études sur les *fans*, en se concentrant sur les formes spécifiques du *cyberfandom* de l'opéra et sur la créativité des lyricomanes, notamment à travers mêmes, *cosplay* et jeux.

L'IMAGINAIRE DU LOGGIONE ET LES PRATIQUES DES LOGGIONISTI

Terminologie et sociologie

Le terme « *fan* » est un anglicisme désormais courant en français pour définir, selon les cas, un amateur, un admirateur, un fanatique, un enthousiaste, un passionné, un mordue, un accro, un fana. Provenant du latin *fanaticus*, *fan* est l'abréviation de *fanatic*¹¹. Dans sa forme moderne, le terme « *fan* » émerge à la fin du XIX^e siècle aux États-Unis quand il commence à être utilisé par les journalistes sportifs pour se moquer des amateurs de baseball. Toutefois, comme le remarque Cavicchi (2014, p. 54), même si on ne parle pas de « *fans* » avant 1880, des amateurs étaient désignés en anglais grâce à une vaste panoplie terminologique incluant des gallicismes et des italianismes : *amateurs*, *beggars*, *boomers*, *buffs*, *bugs*, *connoisseurs*, *devotees*, *dilettantes*, *enthusiasts*, *fanatics*, *the fancy*, *fiends*, *gluttons*, *habitués*, *heads*, *hounds*, *kranks*, *lions*, *longhairs*, *lovers*, *maniacs*, *matinee girls*, *nuts*, *rooters*, *Lisztians*, *Wagnerians*. Ces termes étaient souvent employés de façon péjorative, et il existe désormais une littérature consacrée à l'analyse de la représentation médiatique, fréquemment négative, des *fans* (Bennett et Booth 2016).

Quand on parle de *fans*, en effet, on tend à se référer à une minorité. Comme le disait avec un peu d'ironie May (1966), il faudrait distinguer les *operalovers* (« amateur d'opéras ») des *operamaniacs* (les « *fans* » à proprement parler). La sociologie de la culture n'a consacré ses premières études aux lyricomanes qu'à partir de la fin des années 1970 (Berthier 1977 ; Bourdieu 1984 ; Hennion,

9 Sur l'histoire culturelle du *fandom* de l'opéra en Russie entre la fin du XIX^e siècle et le début du XX^e siècle, voir Fishzon 2013.

10 Voir aussi Hills 2002.

11 Sur le rôle complexe – et parfois flou – de la métaphore religieuse dans l'interprétation contemporaine des cultes médiatiques, voir Le Guern (2009, p. 25-31).

Maisonneuve et Gomar 2000 ; Djakouane et Pedler 2003 ; Pedler 2003 et 2022 ; Hennion 2015)¹². À partir des années 1990, la recherche sociologique a insisté particulièrement sur la pluralité des goûts et les « dissonances culturelles » se produisant non seulement parmi les membres d'un même groupe social, mais aussi au niveau individuel (Lahire 2004). Au lieu d'insister sur le rôle passif des publics, l'existence d'identités plurielles chez chaque consommateur nous oblige à prêter attention à la performance de l'auditeur. Le pluralisme, l'engagement, la passion et la médiation sont quelques-uns des concepts qui ont commencé à dominer le débat. En particulier, le modèle théorique d'Antoine Hennion, construit autour d'une analyse stratifiée de la passion musicale en tant que pratique performative fruit d'une série de médiations, est à la base des recherches de Claudio Benzecry (2011) : son ethnographie consacrée aux *aficionados* du Teatro Colón à Buenos Aires marque un tournant. Son enquête montre comment ces *fans* ne sont pas guidés par des dispositions socio-économiques et par leur capital socioculturel dans le sillage des théories de Bourdieu. Leur passion commune pour l'opéra, partagée souvent dans des espaces communs (les billetteries, les foyers, le paradis, les transports en commun pour rejoindre les lieux des spectacles), devient la source d'une socialisation intense vécue dans le cadre d'une communauté bien structurée.

En ce sens, la terminologie liée au *loggione* est intéressante. Il suffit de penser aux termes employés dans différentes langues pour définir cet espace (Figure 1). Trois ensembles sémantiques émergent. Tout d'abord, des termes comme *loggione*, galerie, *gallery* et *Galerie* focalisent notre attention sur un espace architectonique précis au sein de la salle de théâtre. Par contre, des termes comme *piccionaia*, poulailler, pigeonier, *gallinero*, *kakasilõ* et, en partie, *peanut gallery*¹³, mettent en évidence la valeur socio-économique et même sonore de cet espace historiquement consacré à des spectateurs moins privilégiés économiquement, mais aussi très bruyants, notamment en raison de la taille réduite du paradis (par rapport au nombre de spectateurs) ou de leur enthousiasme. Enfin, les termes *paradiso*, paradis, *the Gods* ou encore *der Olymp* font résonner la dimension morale, voire spirituelle, du *loggione*. Les *fans* d'opéra placés dans les galeries les plus hautes ne sont pas aussi riches que le public des loges, ne voient pas bien la scène, ont souvent une entrée séparée (comme à La Scala) et sont décrits comme une foule tumultueuse. Cependant, ils sont des vrais connaisseurs et semblent protéger l'essence spirituelle de l'opéra. Au Met de New York, sur les deux côtés des loges du Family Circle (la sixième et plus haute galerie de l'auditorium), il y a encore deux rangées de *score desks*, c'est-à-dire vingt-quatre pupitres sans visibilité dont les places sont vendues en ligne par l'association The Metropolitan Opera Guild (au moins jusqu'à la fermeture de l'association à l'été 2023). Ces places sont dédiées aux mélomanes qui souhaitent lire la partition pendant les représentations. Lorsque je suis allé voir l'un des *score desks* pendant le deuxième entracte de *Lohengrin* en

12 On citera également les contributions, sur des terrains proches (le public de salles de théâtre et du spectacle vivant), de Dominique Pasquier (2012) et Aurélien Djakouane (2011).

13 Sur les connotations racistes du terme *peanut gallery*, voir Andrew et Kaur 2020.

mars 2023, un spectateur en train de préparer sa partition pour le troisième acte m'a salué ainsi : « Bienvenue dans le paradis, où tu trouveras de vrais connaisseurs ! »¹⁴.

Dimension architecturale	Dimension sociale	Dimension morale et spirituelle
<i>loggione</i> (it.)	<i>piccionaia</i> (it.)	<i>paradiso</i> (it.)
<i>galleria</i> (it.)	poulailler (fr.)	paradis (fr.)
galerie (fr.)	pigeonnier (fr.)	<i>the Gods</i> (angl.)
<i>gallery</i> (angl.)	colombier (fr.)	<i>paradise</i> (angl.)
<i>Galerie</i> (all.)	<i>peanut gallery</i> (angl.)	<i>der Olymp</i> (all.)
	<i>gallinero</i> (esp.)	
	<i>kakasülő</i> (hongr.)	

Figure 1 : Terminologie associée au loggione dans plusieurs langues.

Le tribalisme spatial du loggione de la salle théâtrale au numérique

Une historiographie du *loggione* doit rendre compte de ce tribalisme spatial, c'est-à-dire d'un sens de communauté informé par une ségrégation spatiale à la fois subie et assumée. Comme l'a remarqué Siel Agugliaro (2015, p. 31), à La Scala, tout comme dans d'autres maisons d'opéra avec des secteurs bien séparés consacrés au public moins aisé (par exemple, le Teatro Colón), les *loggionisti* développent une certaine idée de l'opéra en raison de leur séparation physique du reste du public¹⁵. Il y a aujourd'hui environ 500 places dans la *loggione* de La Scala, mais jusqu'aux années 1980, la billetterie vendait également des centaines de billets debout (connus sous le nom de *ingressi*) et la foule occupant les deux galeries les plus hautes de La Scala (celles du *loggione*, justement, au-dessus de quatre étages de loges) était impressionnante. Ainsi que le remarque dans ses mémoires le *loggionista* Ciro Fontana, actif au milieu du xx^e siècle :

Ces soirées [dans le *loggione*] furent peut-être [...] les meilleurs moments de ma vie. [...] Rester debout et immobile pendant des heures dans un espace si petit, portant souvent sur mes épaules le poids d'un spectateur retardataire, jusqu'à ce qu'on arrive à former un groupe très dense à l'aide de la main courante métallique trop haute, et sous mes yeux le vertige offert par la profondeur de la salle obscure. Un enfer que, à cause d'une déforma-

14 Dialogue informel avec « A », *fan* d'opéra (1^{er} mars 2023, New York). « Welcome to the paradise, where you'll find some true *connoisseurs*! ».

15 Pour une histoire des propriétaires des loges (*palchettisti*) de La Scala, au-dessous du *loggione*, voir « I palchettisti del Teatro alla Scala. Cronologia 1778-1920 », base de données coordonnée par la Fondazione Teatro alla Scala, le Conservatorio di Milano et la Biblioteca Nazionale Braidense, <http://www.urfm.braidense.it/palchi/index.php>, consulté le 31 janvier 2024.

tion mentale inexplicable, nous considérons comme un paradis (Fontana 1983, p. 22)¹⁶.

De même au Met, inauguré en 1966 dans le Lincoln Center, se trouvent au total 245 places debout réparties entre l'orchestre, le Grand Tier (deuxième galerie), le Dress Circle (troisième galerie) et le Family Circle (sixième et dernière galerie, où se trouvent aussi les *score desks*). Ces places étaient régulièrement mises en vente avant la pandémie de COVID-19. À New York, selon le musicologue Zdravko Blažeković, les spectateurs diffèrent d'une galerie à l'autre selon leur statut social, leur profession et leur âge. Le Family Circle, au sommet de l'auditorium, est le plus diversifié, et parfois certains membres du public correspondent – de façon stéréotypée – aux identités culturelles du compositeur joué sur scène :

During the intermissions of Šostakovič's or Prokofjev's operas, one can overwhelmingly hear Russian spoken there. Schoenberg's Moses und Aron will attract many men who wear yarmulkes. During a performance of Die Walküre, one may have his or her view of the stage obstructed by Brünnhilde's helmet that someone is wearing on his or her head in the row before. (Blažeković 2017, p. 10).

Plus récemment, en 2021, lors des représentations de *Fire Shut Up in My Bones* de Terence Blanchard – le premier opéra d'un compositeur afro-américain joué au Met – la présence des spectateurs afro-américains était plus marquée que d'habitude (Tommasini 2021).

La vente des billets pour le *loggione* ou pour les places debout a été accompagnée, à La Scala comme au Met, par la création de plusieurs associations d'amateurs, soutenues par la direction des théâtres avec des avantages dans l'achat de billets, la mise à disposition d'un siège ou encore une aide pour l'organisation d'activités de vulgarisation (conférences, voyages collectifs, etc.). Dans le cas de La Scala, ces associations étaient aussi conçues pour canaliser l'enthousiasme des *loggionisti*, enclins à applaudir les artistes tout comme à les siffler. Dans les années 1970, la création de l'association *Amici del Loggione* fut reçue favorablement par le directeur général de la Scala, Pietro Grassi : cette congrégation, selon lui, permettait au public de partager une passion, mais elle limitait en même temps les possibles « irrationalités et imperfections » du *loggione* (Grassi, cité par Agugliaro 2015, p. 34). La création de l'association *L'Accordo* dans les années 1990, constituée pour gérer les files d'attente pour l'achat des billets de galerie, a poursuivi ce processus de normalisation.

L'essor massif d'Internet puis des réseaux sociaux au début du nouveau millénaire a favorisé l'émergence de nouveaux groupements de *loggionisti*. Un groupe dissident, composé d'anciens membres du forum du webzine d'opéra *OperaClick*, a résisté aux tentatives de La Scala de neutraliser, pour ainsi dire, les actes de critique par le biais de sifflets et de huées. En 2008, ces *loggionisti* créent un blogue puis un site Internet : *Il Corriere della Grisi*. « Siffler constitue un droit fondamental du public », m'a dit

16 « Quelle serata [in loggione] furono forse [...] i più bei momenti della mia vita [...]. Lo stare fermi per ore sui due piedi, magari portandosi alle spalle il peso di uno spettatore ritardatario, fino a formare un grappolo con l'appiglio del troppo alto scorrimento metallico e sotto gli occhi la vertigine offerta dalla profondità della sala buia. Un inferno, che, per inspiegabile deformazione mentale, consideravamo un paradiso ». Je traduis.

l'un des animateurs du site peu avant sa mort tragique en 2019 et, en conséquence, la fermeture du site¹⁷. *Il Corriere* a connu un bon succès au début des années 2010, entreprenant une critique des spectacles de La Scala à la fois en ligne via ses comptes rendus sévères et érudits, et dans le théâtre via ses huées. L'action des *grisini* (terme péjoratif employé par leurs détracteurs) a partagé les opinions du reste du public et a mis en difficulté la direction du théâtre (Davies 2014). Les auteurs du *Corriere* signaient leurs publications avec des pseudonymes inspirés par de célèbres chanteurs lyriques du XIX^e siècle. Il faut souligner, en même temps, que leurs « billets » (parfois aussi en français, en allemand ou en anglais) comprenaient non seulement des critiques – parfois très dures – des spectacles de La Scala et de beaucoup d'autres théâtres et festivals, mais aussi des essais consacrés à des enregistrements et à des chanteurs marquants de l'histoire de l'opéra. Quel était le but du *Corriere* ? Les auteurs principaux du site – dont un avocat, une historienne de l'architecture, un jeune musicologue, un cadre – entendaient favoriser une écoute (et une vision) critique de l'opéra, faite par des amateurs compétents et capables de faire revivre le *loggionismo* (la passion pour l'opéra) dans une forme « intellectuelle », qu'ils appellent le *loggionismo culturale*, parce que la forme « populaire » du *loggionismo* était désormais, disaient-ils, perdue. Leur vision était à la fois nostalgique et utopique¹⁸. Les enregistrements disponibles en ligne, souvent indiqués via une liste de liens à la fin de leurs billets de blogue, n'étaient pas simplement des pierres de touche pour juger les performances actuelles, mais représentaient également une manière d'« écouter » les chanteurs du début du XIX^e siècle : des chanteurs dont le style de chant ne pouvait être déduit que par les enregistrements du début du XX^e siècle faits par leurs élèves (ou les élèves de ces élèves). Ces amateurs d'opéra utilisaient les ressources de la Toile pour « protéger [*tutelar*] », comme indiqué dans le sous-titre de leur site, « l'art ancien du chant [*l'antica arte del canto*] » en tant que relique d'un monde perdu. Dans une étude pionnière en sciences de l'information consacrée au groupe *operadiscussion*, basé sur une liste de diffusion et actif au début des années 2000, Katia Roquais-Bielak note ce même esprit de nostalgie :

Il se crée [...], au fil des échanges, une forme de mythologie fondatrice de l'univers de l'amateur d'opéra [...]. Une simple analyse linguistique du vocabulaire utilisé par les participants permet de mettre l'accent sur leur « échelle de valeurs » [...]. Dans un relevé des occurrences de noms propres selon sept catégories (chanteur, rôle, œuvre, compositeur, chef d'orchestre, metteur en scène, lieu), elles-mêmes choisies après la lecture de plus de 5 000 messages, s'avère-t-il que le sujet d'échange le plus courant et la manifestation d'ancrage de la passion pour l'opéra se reflètent dans l'attachement à la personne de l'interprète avec une nette prédilection pour les chanteurs du passé, même si on ne peut les connaître que par des enregistrements de qualité très moyenne (Roquais-Bielak 2004, par. 22).

17 Entretien avec « B », fan d'opéra et membre du *Corriere* (16 avril 2019, Milan).

18 Entretiens avec « B », fan d'opéra et membre du *Corriere* (5 mars 2019, téléphone et 16 avril 2019, Milan), « C », fan d'opéra et membre du *Corriere* (18 août 2015, Pesaro et 20 décembre 2018, Bologne) et « D », fan d'opéra et ancien membre du *Corriere* (20 mars 2023, en ligne).

Le tribalisme spatial est également crucial par rapport aux stratégies de distinction identitaire, imposées ou revendiquées, qui lient l'opéra à l'histoire culturelle de la communauté LGBTQ+, ou plus spécifiquement gaie. La fréquentation du *loggione* devient alors une pratique sous-culturelle. Davide Daolmi et Emanuele Senici (2000) ont fourni des considérations éclairantes sur la question, tout en dénonçant l'absence d'une analyse sociologique rigoureuse. Mitchell Morris en parlait déjà en 1993 :

An opera queen is any member of that particular segment of the American gay community that defines itself by the extremity and particularity of its obsession with opera. [...] As long as the opera house provides a space—a closet, we might say—in which the spirit may soar free, everyday injustices seem to matter much less. This separation between opera house and “real world” effectively neutralizes most of the potential social impact of the oblique interpretations that “queer” the opera; the best remedy for this split is the reminder that all aesthetic choices inevitably imply ideological choices. [...] To situate an opera queen between histrionics and hysteria [...] suggests the difficulty of locating him within his network of discursive practices. (Morris 1993, p. 184, 186 et 194)

Le contexte linguistique dans lequel nous définissons les *fans* de l'opéra participe souvent au processus typique de féminisation, à des fins dénigrantes, de l'amateur. Le contraste fascinant entre les misères de la vie terrestre et la sublimité de la musique qui caractérise le mythe de *loggione* – entre pigeonnier et paradis – cache un régime de ségrégation qui se manifeste dans la séparation présumée, mais impossible, entre le monde réel et le monde de l'art, entre éthique et esthétique.

Les pratiques des amateurs d'opéra et les files d'attente pour les billets

La sociologie fournit des outils pour analyser l'origine et le fonctionnement socioculturel de la « folie » des *loggionisti*. La passion de l'opéra est le fruit d'un ensemble de pratiques et de médiations. Elle est aussi fondée sur un investissement personnel bien organisé et hiérarchisé. L'analyse du fonctionnement de cet « amour pour l'opéra » nous aide à comprendre ces cas d'investissement personnel et émotionnel, qui donnent souvent lieu à l'usage de suffixes péjoratifs comme *-mania*, *-philia* et *-pathia*. En faisant référence aux maladies ou aux perversions, souligne le sociologue Benzecry (2011, p. 36), ces suffixes démontrent plutôt l'impossibilité de trouver une explication viable pour la mélomanie à travers les catégories sociologiques habituelles, comme la position socio-économique et les réseaux personnels et professionnels. Il est vrai, affirme Hennion (2015, p. 276 et 278), qu'à cause du chant, de la présence tangible des corps des divas, ou de la tendance à érotiser la voix, l'amateur d'opéra est davantage enclin à penser la musique comme une quête d'états émotionnels intenses. Cependant, l'immédiateté du plaisir musical et même le sentiment d'élévation spirituelle sont les résultats d'une chaîne de pratiques, d'institutions, d'objets et de dispositifs technologiques. Déjà en 1897, dans son guide *Le voyage artistique à Bayreuth*, Albert Lavignac (1846-1916) montrait la complexité des pratiques liées au culte de Wagner : « On va à Bayreuth comme on veut, à pied, à cheval, en voiture, à bicyclette, en chemin de fer, et le vrai pèlerin devrait y aller à genoux. Mais la voie la plus pratique, au moins pour les Français, c'est le chemin de fer. » (Lavignac 1907, p. 1). L'ironie est suivie par des détails pratiques. En plus

d'analyser les opéras, leurs livrets et la biographie de Wagner, Lavignac raconte au futur wagnérien l'histoire du Bayreuther Festspielhaus et son fonctionnement, lui fournissant des conseils sur l'achat des billets, les logements, les transports, la vie à Bayreuth, le tourisme dans les alentours de la petite ville.

Aimer l'opéra implique en effet la mise en place d'un large ensemble d'activités :

- écouter et regarder un spectacle dans un théâtre, sur un écran, etc. ;
- applaudir, crier « bravo », huer, siffler, se taire, sortir de la salle ;
- s'informer sur l'opéra, les chanteurs, la saison, le théâtre, etc. ;
- faire la queue pour les billets ou les autographes ;
- faire la chasse aux autographes et aux *selfies* ;
- acheter des billets, des enregistrements, des souvenirs, des billets de transport, etc. ;
- collecter les enregistrements, les souvenirs, les notes de programme, les billets, les partitions, etc. ;
- discuter avec d'autres *fans* et partager des informations ;
- se rassembler, organiser des réunions avec d'autres *fans* ;
- se mettre en relation et coopérer (notamment au sein des associations et des communautés de *fans*, également en ligne) ;
- voyager et faire du tourisme ;
- commenter, critiquer, écrire (notamment sur des blogues, fanzines, forums, etc.) ;
- prendre des photos et des vidéos, ou enregistrer (comme dans le cas des enregistrements pirates).

Parmi ces activités, le cas des files d'attente pour l'achat de billets bon marché (les places debout ou du *loggione*) est particulièrement intéressant. Bien qu'en 2023, la plupart des maisons d'opéra du monde vendent leurs billets en ligne, la file d'attente à la billetterie de La Scala, exclusivement sur place, constitue toujours un acte pratique et symbolique à Milan. Le jour de chaque représentation, environ 140 billets pour le *loggione* sont en vente pour une dizaine d'euros grâce à un système basé exclusivement sur des files d'attente physiques. Le processus d'attente et d'achat peut durer une journée entière, depuis le premier rassemblement à midi jusqu'à l'appel scrupuleux à 17h30 et l'achat de ces billets à 18h. Faire la queue sur place peut se révéler difficile, surtout en hiver, mais cette action partagée noue toute une communauté sur la base d'un rituel de sacrifice. Comme le remarque Benzecry pour les *fans* argentins, ce type d'engagement découle d'une éthique héroïque basée sur la socialisation des connaissances, mais aussi et surtout sur l'abnégation et le devoir moral. Cette adhésion à la culture de l'opéra, acquise grâce à ces pratiques de dévotion, accorde des récompenses aux membres de la communauté des amateurs. L'exigence d'une fréquentation intense des théâtres et des espaces contigus va de pair avec une véritable « économie morale de la passion pour l'opéra¹⁹ » (Benzecry 2011, p. 110) qui requiert des sacrifices personnels hors de la salle elle-même (investisse-

19 « *Moral economy of opera fandom.* » Je traduis.

ment personnel et financier, réorganisation de la vie familiale et professionnelle, renoncement à d'autres activités, etc.), mais récompense aussi l'amateur qui éprouve un plaisir émotionnel et spirituel, et gagne le respect au sein de la communauté. Il faut souligner que le phénomène des files d'attente pour l'accès à un concert ou une représentation, qui touche également les musiques actuelles (prenons, par exemple, les « *Little Monsters* » de Lady Gaga ou, plus récemment, les *fans* de Taylor Swift), est aussi courant dans les pratiques d'achat, soutenues par des stratégies complexes de marketing, de produits commerciaux ou culturels associés à des marques ou des franchises médiatiques célèbres. Pensons aux files d'attente des *fans* de Harry Potter dans les librairies lors de la sortie des différents livres de la série (Ross 2016) ou à celles survenant au lancement des nouveaux produits de l'entreprise Apple²⁰.

Au niveau international, les systèmes de files d'attente sur place pour l'achat des places du paradis ou de dernière minute ont souvent disparu. Au-delà de l'exception milanaise (ou de celle du Palais Garnier ou encore du Théâtre communal de Bologne, au moins jusqu'à sa fermeture temporaire pour travaux à l'automne 2022), ces systèmes ont été transférés le plus souvent sur la Toile, comme dans le cas du Royal Opera House de Londres. Au lieu de faire la queue à la billetterie du Covent Garden pour acheter une place pour le spectacle du soir (comme c'était le cas jusqu'en 2016), une cinquantaine de billets peuvent désormais être achetés sur le site du théâtre tous les vendredis à 13h (un compte à rebours pour chacun de ces *Friday Rush* est affiché en permanence sur le site du théâtre). Ce système crée des foules numériques d'amateurs tous les vendredis après-midi : les places sont souvent vendues en quelques minutes. Un système un peu différent, lancé quotidiennement, existe aussi au Met de New York pour les places invendues (*Metropolitan Opera Rush Tickets*). Dans ce cas aussi, l'idée est de créer un sentiment d'urgence et de rareté, et de favoriser les spectateurs les plus attentifs et organisés.

La prise de conscience de la porosité de la relation entre monde « physique » et monde « numérique » se révèle essentielle pour comprendre ces phénomènes de *fandom*, le cyberspace faisant partie d'un environnement plus large composé d'activités, de technologies, de matérialités et de sentiments vécus à la fois en ligne et hors ligne. Plusieurs sociologues des médias ont analysé l'histoire complexe et ramifiée de la « révolution numérique », ainsi que l'effet de convergence entre les médias analogiques et numériques (Balbi et Magaouda 2018 ; Couldry 2012 ; Jenkins 2006). La notion de matérialité, par exemple, est cruciale. Plusieurs chercheurs ont remis en cause le mythe d'une infonuagique dématérialisée, montrant la pollution générée par les infrastructures de câbles et de serveurs, le stockage des mégadonnées, ou l'obsolescence rapide des outils (Cubitt 2017 ; Starosielski 2015 ; Tischleder et Wasserman 2015). Les *fans* d'opéra vivent cette culture matérielle transitionnelle de multiples façons : on peut citer, par exemple, l'utilisation d'outils numériques pour améliorer l'expérience « en direct » comme le fait Lyri, une application pour *smartphone* conçue pour lire les livrets

20 Voir « Confessions of an Apple fanboy: I'm going to miss the queues », *The Guardian*, 8 avril 2015, <https://www.theguardian.com/technology/2015/apr/08/confessions-of-an-apple-fanboy-im-going-to-miss-the-queues>, consulté le 31 janvier 2024.

d'opéra à l'intérieur des salles de théâtre en synchronisation avec les performances sur scène. En même temps, à l'ère numérique, les amateurs d'opéra sont toujours d'avidés collectionneurs d'objets tangibles, souvent rétro, liés à leur obsession, tels des disques, partitions, billets, notes de programme, comptes rendus, autographes, photos, cartes postales, affiches, costumes, accessoires de théâtre et objets de scène. Dans les années 1970, le critique de théâtre britannique John Kennedy Melling publia un guide pour la collection des souvenirs et des objets éphémères adressé aux amateurs de théâtre (Melling 1974). Dans les deux dernières décennies, la plupart de ces objets ont regagné l'intérêt des lyricomanes-collectionneurs, comme j'ai pu le constater lors des entretiens que j'ai eus avec les amateurs d'opéra à Milan et New York, avec les vendeurs dans les magasins de disques et de livres de musique classique (comme Westsider Records à New York)²¹ ou encore lors de discussions enflammées pendant des chasses aux autographes. Par ailleurs, lors d'un entretien, un *fan* d'opéra m'a montré sa collection de partitions : il aimait imprimer les partitions d'opéras, notamment celles jouées rarement, qui sont disponibles dans les médiathèques numériques en libre accès telles que la librairie musicale Petrucci, afin de suivre attentivement la musique d'un opéra tout en l'écoulant en *streaming*. Il aimait relier lui-même ces partitions, annoter les coupures, les ajouts et les variations qui ont été insérés au cours des décennies dans la pratique performative, et créer ses propres couvertures²².

LES AMATEURS D'OPÉRA AU PRISME DES ÉTUDES SUR LES FANS

Étudier les fans (d'opéra)

Mes recherches ethnographiques parmi les *loggionisti* à Milan et les amateurs d'opéra à New York corroborent les analyses de Benzecry sur les *fans* et confirment le cadre théorique de la sociologie de la passion de Hennion. Je dois cependant souligner deux divergences entre ces recherches et mes données ethnographiques. La première est liée aux contextes sociogéographiques : comparativement à d'autres communautés de *fans*, les *loggionisti* (à La Scala tout comme à Parme) expriment leurs désapprobations, dans la salle à l'égard d'une performance lyrique ou d'une mise en scène, avec une grande intensité (sifflets, huées, chahut). J'ai mentionné cet aspect plus haut en me référant à l'histoire sociale du *loggione* en tant qu'espace ségrégué. Une deuxième divergence concerne la relation des *fans* d'opéra à la sphère numérique. Les recherches sociologiques qualitatives sur le public d'opéra ont souvent négligé le rôle des médias numériques dans la construction des communautés de *cyberfans*. Depuis plusieurs années, les plateformes de partage de vidéos ont offert des opportunités cruciales pour écouter ou regarder les opéras en ligne, tandis que les forums et les réseaux sociaux ont agi comme des espaces de débat ou de contestation. Quelques articles ont paru sur le

21 Dialogue informel avec Bruce, vendeur au sein de Westsider Records à New York (27 février 2023, New York) ; entretien semi-structuré avec Ruben, titulaire du magasin Brescia Dischi à Brescia (16 décembre 2021, Brescia).

22 Entretien avec « E », *fan* d'opéra (24 janvier 2022, en ligne).

sujet au sein des études de marketing. Selon Bernard Cova (2012), les *loggionisti* actifs sur la Toile considèrent La Scala comme une sorte de marque commerciale ou comme une équipe sportive. Ils critiquent souvent les choix de leur marque ou de leur équipe favorite, tout en faisant preuve d'une extrême dévotion et d'une assiduité sans faille. Les *loggionisti* ont ainsi été comparés à d'autres tribus de consommateurs actifs en ligne, comme les passionnés de voitures Alfa Romeo (*alfisti*) ou de motos Ducati (*ducatisti*). Cette approche pourrait être approfondie en examinant mieux le cadre théorique des études sur les *fans*. Le but est de montrer comment les médias numériques fournissent non seulement de nouveaux outils de marchandisation aux industries culturelles du divertissement et du tourisme, mais promeuvent également la participation horizontale des consommateurs via la formation de communautés de *cyberfans*.

Les recherches qualitatives et ethnographiques réalisées jusqu'à présent en sociologie de la culture sur les amoureux de l'opéra n'ont généralement pas pris en compte la littérature des études de *fans* et, par conséquent, le rôle des médias et de la technologie dans la formation de ce type de *fandom*²³. Les études sur les *fans* sont issues principalement des études culturelles et de la sociologie des médias : l'interaction entre médias (tels que le cinéma, la télévision ou encore les bandes dessinées) et engagement du public sont au cœur de ces études. L'un des textes fondateurs de ce champ est l'ouvrage *Textual Poachers* de Jenkins (1992). Sur la base d'une ethnographie des *fans* de certaines séries télévisées (dont *Star Trek*), Jenkins a notamment attiré l'attention sur le concept de culture participative. En rejetant les stéréotypes, nourris par les médias eux-mêmes, selon lesquels les *fans* sont des dupes des industries culturelles, des inadaptés sociaux ou des consommateurs insensés, il envisage les *fans* comme des membres de communautés culturelles inventives au sein de la société de consommation. Les *fans* peuvent être considérés comme des « braconniers [*poachers*] », des consommateurs sélectifs « d'une culture médiatique plus large dont les trésors, bien que corrompus, détiennent des richesses qui peuvent être exploitées et raffinées à des fins alternatives²⁴ » (Jenkins 1992, p. 27). Comme le rappelle Le Guern : « le *fan* est celui qui pousse le plus loin le rapprochement entre passion et style de vie », tout en inscrivant sa passion dans des « réseaux communautaires » : « la participation à des conventions est sans doute la forme la plus accomplie par laquelle se construit le sentiment spécifique d'appartenance à une communauté, la ritualisation des échanges et des pratiques constituant le ciment de cette adhésion communautaire. » (Le Guern 2009, p. 24). Un exemple du travail créatif des *fans* est constitué par les *fan fictions*, c'est-à-dire un nouveau matériel textuel ou audiovisuel – notamment, de nouvelles histoires – produit par des *fans* pour les *fans* et situé dans l'univers de leur série télévisée ou de leur franchise médiatique préférée²⁵. Le *fandom* de *Star Trek*, notamment, a produit de nombreux produits littéraires, films et séries (souvent autofinancés), dramatiques sonores, bandes dessinées et œuvres

23 Sur les rapports entre *fan studies* et sociologie culturelle, voir Le Guern 2009.

24 « Consumers are selective users of a vast media culture whose treasures, though corrupt, hold wealth that can be mined and refined for alternative uses ». Je traduis.

25 Sur l'activité créatrice des *fans*, leurs usages des réseaux sociaux et leur activisme culturel et social, voir notamment Bourdaa 2021.

graphiques, musiques *filk*²⁶, costumes et gadgets, et même machinima, jeux, produits pornographiques et parodies (Garcia-Siino *et al.* 2022, chap. 31-40 ; Jindra 1994 ; Loehr *et al.* 2019). Selon Jenkins, les *fans* constituent une communauté de consommateurs particulièrement active dont les activités attirent l'attention sur ce processus d'appropriation culturelle. En ce sens, ils ne sont pas différents des passionnés de théâtre au XIX^e siècle qui affirmaient leur autorité sur la représentation (Jenkins 1992, p. 28).

Que pouvons-nous obtenir du point de vue théorique et analytique si nous étudions les *fans* d'opéra comme nous le ferions des *Trekkies*, des *Potterheads*, des *tifosi*²⁷ ou encore des *cosplayers* ? S'agit-il du même type de *fandom* ?

Would these same practices (close attention, careful rereading, intense discussion, even the decipherment of texts in foreign or archaic languages) be read as extreme if they were applied to Shakespeare instead of Star Trek, Italian opera instead of Japanese animation, or Balzac instead of Beauty and the Beast? In other times and places, Shakespeare, opera, and Balzac, after all, have been part of popular rather than elite culture and were appreciated by a mass audience rather than institutionally sanctioned and professionally trained critics. (Jenkins 1992, p. 54-55)

Jenkins est conscient des similitudes entre les *fans* de *Star Trek* et les lyricomanes et il met en perspective leur clivage apparent sur la base de l'évolution des rapports entre culture de masse (celle des séries télévisées) et culture des élites (celle des maisons d'opéra d'aujourd'hui). L'opéra faisait partie de la culture populaire dans le passé (le modèle, presque un stéréotype, est l'Italie du *melodramma* au XIX^e siècle) et, en outre, les pratiques des *fans*, même au sein des produits culturels de masse, sont toujours minoritaires, et donc ridiculisées à cause de leur excentricité. Les *fan studies* nous aident donc à considérer les activités des amateurs d'opéra dans l'ensemble, y compris leur créativité, leur relation avec les technologies et les médias – de la radio et du disque jusqu'aux médias numériques –, ainsi que leur rapport avec les contenus audiovisuels des institutions théâtrales. Comme le souligne Le Guern (2009, p. 24), les *fan studies* ont exploré la relation entre la montée des industries du divertissement au XX^e siècle, la mise en place d'une culture populaire commune autour des médias (petit ou grand écran, radio, disque, etc.) et le succès global des vedettes qui symbolisent le triomphe de ces industries et leur capacité à façonner des imaginaires collectifs.

Opéra et cyberfandom

Le *cyberfandom* de l'opéra commence à prendre forme très tôt, avant la disponibilité généralisée du *World Wide Web*. La liste de diffusion *Opera-L* a été créée en août 1990 par un technologue travaillant à la Fondation de recherche de São Paulo, et installée

26 Le *filk* est une culture musicale associée aux communautés de *fans*, principalement autour de la science-fiction, de la fantaisie ou de l'horreur, et constitue une forme de fan art. Ses origines remontent aux années 1950, avec une expansion plus appréciable au cours des années 1970. Le terme provient d'une altération du terme « *folk* ».

27 Voir notamment les travaux de Christian Bromberger sur l'anthropologie de la passion pour le football, y compris l'organisation spatiale et hiérarchisée des tribunes (Bromberger 1995, 2022).

sur le serveur BITNET de son institut de recherche. Jusqu'à la fin des années 1980, il n'y avait pas la possibilité d'être connecté à Internet à travers des fournisseurs d'accès commerciaux (Internet est ouvert officiellement au public au début des années 1990), et les abonnés au réseau BITNET étaient essentiellement des universitaires, des technologues ou des employés du gouvernement. *Opera-L* a marqué les débuts du *cyberfandom* de l'opéra : les amateurs pouvaient échanger des messages, des critiques et des informations sur les opéras, les chanteurs, et les performances locales ou internationales. Après le succès des logiciels de partage de fichiers en pair-à-pair et le développement d'autres listes de diffusion dédiées à l'opéra dans les années 1990, le succès planétaire du *World Wide Web* a permis l'émergence d'outils facilitant une interaction plus large. D'abord, à travers une pléthore de forums, de blogues, de webzines ou de fanzines lyriques qui voient le jour à partir des années 2000 (*Una notte en la ópera*, *Opera Disc*, *Parterre.com*, *Forum Opéra*, *Opera Data Base*, *Connessi all'Opera*, *Le salon musical*, etc.)²⁸, puis, au cours de la dernière quinzaine d'années, à travers des communautés privées ou publiques hébergées sur les réseaux sociaux et les applications de messagerie instantanées ou encore à travers des sites de rencontre spécifiquement consacrés aux amateurs d'opéra (*Meet Me At The Opera* ou, plus récemment, *OperaMeet*).

Le contenu des échanges fait état d'une activité quasi fébrile d'un passionné d'opéra : la recherche d'enregistrements, de livres et d'articles de presse, la préparation des séances d'écoute et des sorties. Le réseau numérique s'insère dans cet ensemble de démarches comme moyen d'investigation, de découverte et de contact. Le parcours du mélomane devient « visible » grâce à la multiplication des sites web consacrés à la question et des lieux qui recueillent l'expression de ses goûts (Roquais-Bielak 2004, par. 24). En écrivant régulièrement des critiques sur des webzines, des fanzines ou même des blogues qui font autorité, certains *loggionisti* ou amateurs peuvent même obtenir des laissez-passer de presse gratuits ou gagner un petit revenu. À Milan, j'ai interviewé un historien de l'art et guide touristique qui a créé un blogue très actif (*Il Trillo parlante*), particulièrement attentif aux raretés ou aux éditions critiques. À New York, j'ai eu l'occasion de parler avec un amateur actif depuis les années 1960, et auteur d'un blogue soigné et diversifié (*Oberon Grove*) existant depuis 2006²⁹.

Les nouveaux supports ne supplantent pas nécessairement les anciens : aussi bien *Opera-L* que l'émission radiophonique italienne consacrée au monde de l'opéra, *La barcaccia*, l'une des plus anciennes encore en activité, ont désormais leurs dépendances sur Facebook. Sur la base de mon ethnographie, j'ai d'une part observé que les communautés basées sur les réseaux sociaux (telles que *La lirica su facebook* et *L'opera lirica dal Loggione*) sont particulièrement adaptées pour discuter des vidéos disponibles en ligne (en *streaming* ou en *VO*D sur les plateformes), des émissions radiotélévisées, des enregistrements et des divas, mais aussi des scandales et des commérages. D'autre part, les applications de messagerie instantanée sont utiles pour gérer l'inte-

28 Pour un panorama du sujet, voir aussi Turp et Goron 2022.

29 L'auteur décrit ses souvenirs dans le « Old Met » (le nouveau bâtiment du Metropolitan Opera au Lincoln Center fut inauguré en 1966) : « The Old Met. Part I », *Oberon Grove*, https://oberon481.typepad.com/oberons_grove/2019/01/at-the-old-met-part-i.html, consulté le 31 janvier 2024.

raction entre les espaces numériques et les rencontres physiques dans différents lieux. À Milan, avant une représentation d'*Ariane auf Naxos* en avril 2019, j'ai déjeuné avec un groupe d'amateurs qui organisent leurs rencontres via WhatsApp. Formé grâce au forum du webzine *OperaClick*, ce groupe d'amis comprenait deux retraités, un jeune chanteur, un archéologue et un ingénieur civil. La plupart d'entre eux ne vivaient pas à Milan. La Toile, m'ont-ils dit, a amélioré la gestion de leur passion. Ils pouvaient partager les frais de transport et d'hébergement pour assister à des représentations à La Scala, ainsi que dans d'autres théâtres et festivals d'été. Le Festival de Pesaro, par exemple, était un rendez-vous incontournable pour ce groupe, un vrai pèlerinage au pays de Rossini³⁰.

Les technologies numériques ont également eu un impact sur le comportement des *fans* dans des formes plus indéterminées. Il faudrait mentionner la bulle de filtrage, c'est-à-dire le système de personnalisation mis en place par les moteurs de recherche et les réseaux sociaux qui tend à proposer un univers homogène de produits, de faits et d'opinions en fonction du profil de l'utilisateur (Lovink 2016). Celle-ci est liée à des effets potentiels de « chambre d'écho » et finalement de « polarisation de groupe », c'est-à-dire de stabilisation excessive et donc d'exacerbation au sein d'un groupe d'une opinion partagée, parfois basée sur la circulation des infox (Flaxman *et al.* 2016 ; Zimdars et MacLeod 2022).

*There are no negative aspects in the Web [...] just don't read the comments! [...] I am a member of many Facebook groups, and there is always waffle [...]. There are factions, such as the Guelphs and the Ghibellines. But one thing is to talk in a bar, another thing is to read an avalanche of stuff and then answer [...]. I compare opera to football. Going to the theater is like going to the stadium [...], loggionisti are the two curve*³¹.

L'ancienne modératrice d'un important groupe Facebook italien consacré à l'opéra m'a confirmé que les « rageux » et les « trolls » étaient une menace constante.

*There should be a distinction between freedom of speech and anarchy. [On the Web] there are chains, one writes something bad and the other feels authorized to respond worse. They start a quarrel and in the meantime they insult a third person. Each post becomes a rumpus. I have the impression that something on the Web is getting out of hand, and this [...] has consequences outside the Web. I don't understand why a lovable person, who on the street is the humblest and most submissive person, becomes a beast in there*³².

30 Entretien avec « F », *fan* d'opéra (28 avril 2019, Milan), cité dans Palazzetti 2021a, p. 32.

31 Entretien avec « F », *fan* d'opéra (28 avril 2019, Milan), cité dans Palazzetti 2021a, p. 32. *Curve* est ici le pluriel du terme italien *curva*, c'est-à-dire les partisans qui s'assoient habituellement derrière les buts. Il est impossible d'utiliser une traduction parfaitement fidèle en anglais ou en français, le terme italien « *curva/curve* » désignant non seulement le lieu derrière un but dans un stade, mais également le groupe de partisans en tant que communauté.

32 Entretien avec l'ancienne modératrice d'un groupe Facebook consacré à l'opéra (5 mai 2019, Corinaldo, Italie), cité dans Palazzetti 2021a, p. 32.

Les utilisateurs bannis par le modérateur en dernier recours ont parfois créé de nouvelles communautés, basées sur un credo plus extrême. Le cyberactivisme des *fans* d'opéra m'a également été signalé par la responsable des réseaux sociaux de La Scala :

*Those people over 45/50 who are on these social platforms, who are interested, they follow us and interact... they make comments, they are very active trust me... even too much [laughs]. Ballet fans [ballettomani] are very calm, polite. Opera fans are terrible instead; they are always there to verify that you don't write typos [...]. They always have something to say about opera staging, or when there is a strike [...]. When there is a singer who bails out, they go wild*³³.

Si l'usage des ressources de la Toile a parfois renforcé certaines attitudes, l'histoire du zèle dans l'univers du *fandom* d'opéra est ancienne, comme le démontre la riche liste d'anecdotes liées aux protestations des *loggionisti* contre des chanteurs et des metteurs en scène (Barigazzi 2014). Du reste, les « stratégies re-créatives » des *fans*, « aujourd'hui amplifiées par l'internet », mettent en jeu constamment « les politiques de la norme, qu'il s'agisse des rôles sexuels ou de l'économicisation de la sphère culturelle » (Le Guern 2009, p. 38).

Cyberfans, opéra et processus de création : mèmes, cosplay et jeux

Je me suis concentré jusqu'ici sur la « graphomanie » des *cyberfans* d'opéra, la Toile offrant la possibilité d'écrire et de partager une large quantité d'impressions personnelles, de messages, de comptes rendus et d'annonces. Les plateformes numériques, cependant, favorisent aussi la créativité des *fans* d'opéra dans des formes visuelles ou multimédias, qui incluent la production de mèmes, le *cosplay* ou la superposition de plusieurs *fandoms* normalement associés à la *pop culture*.

Objets sémiotiques stratifiés en dépit de leur simplicité apparente, les mèmes sont omniprésents sur plusieurs plateformes depuis deux décennies (Wagener 2022). Je me suis occupé en particulier des mèmes circulant dans des groupes Facebook consacrés à l'opéra (par exemple, *La lirica su Facebook*) ou dans Reddit (par exemple, le « sub-reddit » *Opera Circle Jerk*). Ces mèmes, dans la forme désormais classique de macrographiques ou, plus récemment, en tant que *dank memes*³⁴, incluent souvent des *in-jokes* (des « blagues d'initiés ») qui, par définition, ne peuvent être appréciées que par d'autres *fans* d'opéra. Ces *in-joke memes* relient la culture lyrique à la culture de masse, mais ils se veulent exclusifs plutôt qu'inclusifs, puisqu'ils ne peuvent pas être compris au-delà du cercle des *aficionados*. Même les plus sarcastiques, surréalistes ou apparemment insensés contribuent donc à définir les limites du vrai *fandom* d'opéra et à en renforcer les pratiques. Dans la figure 2, un macrographique classique

33 Entretien avec l'un des responsables des réseaux sociaux et de la communication numérique de La Scala (30 avril 2019, Milan), cité dans Palazzetti 2021a, p. 32.

34 Les *dank memes* sont un phénomène plus récent, l'expression ayant gagné en popularité dans l'argot Internet vers la moitié des années 2010. Elle fait référence à des mèmes excentriques ou étranges, caractérisés par des couleurs trop saturées, des artefacts de compression, un humour grossier, un haut degré d'autoréférentialité ou alors des sons excessivement forts.

(une image avec un texte superposé), le même ironise sur l'émotivité des *fans* d'opéra qui pleurent régulièrement lors de la fin tragique de *La traviata* – ou encore de *La bohème* ou de *Werther* – même s'ils connaissent le livret par cœur. Le même de la figure 3 ironise sur la grandiloquence de la musique de Wagner sous la forme d'une analyse quantitative fictive basée sur un diagramme à barres relatif à l'intensité acoustique de plusieurs objets. La figure 4 est un *dank meme*, un même surréel et apparemment insensé, qui propose des jeux de mots sur les noms de deux chanteuses célèbres.

Also applies to Werther and Boheme

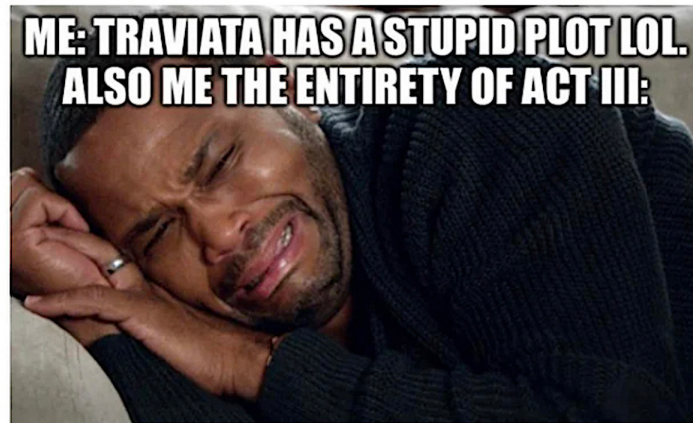


Figure 2 : « *Moi : 'La traviata a une intrigue stupide'. Moi pendant tout l'acte III* ». Ce même ironise sur l'émotivité intense des fans d'opéra.

The Loudest Sounds On Earth

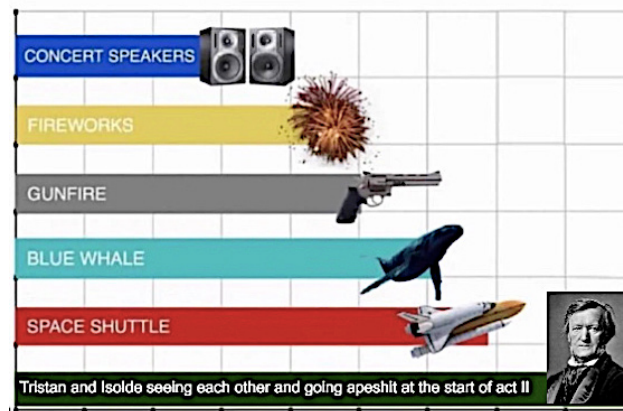


Figure 3 : « *Les sons les plus puissants sur la terre : haut-parleurs ; feux d'artifice ; coups de feu ; baleine bleue ; navette spatiale américaine ; Tristan et Isolde se voyant et devenant complètement fous au début de l'acte II* ». Ce même ironise sur la grandiloquence de Wagner.

E buona serata liriciiii 🤔🤔🤔 #memeopera

KIWI Te Kanawa Elina GARANCIA



Figure 4 : Mème surréel (dank meme), trouvé sur le groupe [La lirica su facebook](#), qui propose un jeu de mots sur les noms de deux chanteuses célèbres : Kiri Te Kanawa et Elina Garanča.

Particulièrement intéressants sont les mèmes qui lient le *topème* de l'opéra à un *réfèrème* issu de l'univers politique, et qui font de l'ironie sur ces deux univers discursifs³⁵.

Outre ces qualités multimodales et intertextuelles remarquables, et précisément grâce à ces qualités, les mèmes s'ouvrent à de véritables prouesses de richesse interdiscursive ; la simple variété combinatoire entre réfèrèmes et topèmes permet assez nettement de saisir cet incroyable potentiel [...]. Les mèmes n'échappent pas à cette logique interdiscursive ; ils se positionnent même au sein d'environnements discursifs aux trajectoires variées, notamment dans le cas des mèmes qui prennent des positions politiques (Wagener 2022, p. 78).

Dans les figures 5 et 6, le *topème* wagnerien est sarcastiquement lié à l'actualité politique. Dans le premier cas, l'assaut du Capitole des États-Unis en 2021 est comparé à une mauvaise mise en scène de *L'Or du Rhin*. Dans le deuxième cas, l'opposition stéréotypée entre les *fans* de Wagner et ceux de Verdi est liée à la photographie (devenue virale) de Silvio Berlusconi endormi dans une tribune du stade de Pise en mai 2022 lors du match de qualification pour la série A entre Pise et Monza (équipe dont Berlusconi était alors propriétaire).

35 Selon la cadre analytique proposé par Wagener (2022, p. 63), le *réfèrème* (inspiré du signifiant saussurien) indique « les items culturels, ou plus exactement les supports référentiels sur lesquels le mème prend appui afin de pouvoir transmettre son message ». Le *topème* (inspiré du signifié saussurien) constitue « le sujet dont traite le mème lui-même ».



Figure 5 : « Cette mise en scène de L'Or du Rhin est nulle ». Ce même, trouvé sur [OperaCircleJerk](#), ironise sur l'assaut du Capitole des États-Unis en 2021.

QUANDO TI RITROVI AD ESSERE L'UNICO VERDIANO A BAYREUTH



Figure 6 : « Un fan de Verdi à Bayreuth ». Ce même, trouvé sur [Opera Semiseria](#), ironise sur l'opposition stéréotypée entre Verdi et Wagner.

Il existe aussi des jeux et des rébus basés sur des mèmes. Les *fans* les utilisent pour tester les connaissances des autres *fans*, dans un esprit de compétition et d'émulation. La démonstration de cette connaissance aide l'amateur à affirmer (ou à attester de) son statut en tant que *fan* à la fois érudit et ironique. Le fondateur du fanzine *Il Trillo parlante*, par exemple, est aussi le créateur de plusieurs dizaines de rébus et de jeux en formes de mèmes « de *pop culture* » (selon la typologie de Wagner), qui unissent des objets médiatiques assez différents (films, célébrités de la télévision, macrographiques plus classiques) à une connaissance érudite de l'opéra. Dans la figure 7, le panneau qui signale l'accès interdit aux personnes non autorisées et les mots *di amare* (« d'aimer ») composent un rébus dont la solution fait référence à l'opéra *La défense d'aimer* (1836) de Wagner. Dans la figure 8, le titre « Le prince... » doit être complété par « Igor », qui est l'un des personnages du film *Frankenstein Junior* (1979)

représenté dans l'image. *Le prince Igor* est, bien évidemment, un opéra de Borodine. Une étude à programme ?



Figure 7 : Sous forme de rébus, ce mème invite le fan à tester sa connaissance des opéras de Wagner (mème qui m'a été envoyé par son créateur sous forme privée le 18 juillet 2022, puis partagé dans les réseaux sociaux).

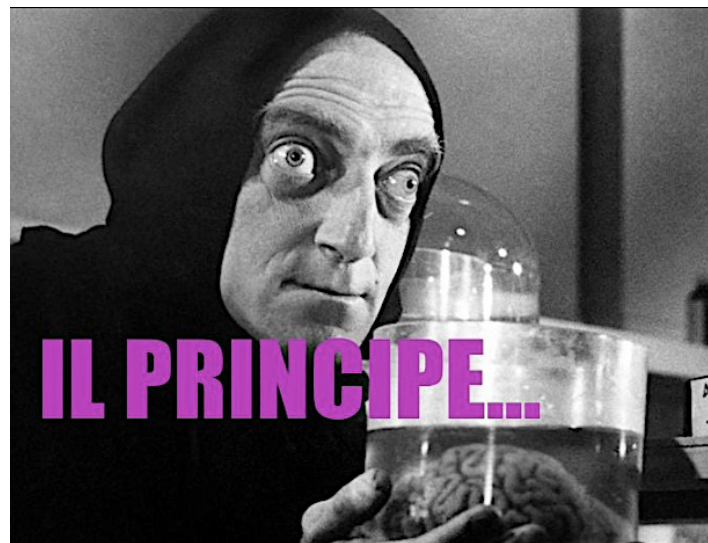


Figure 8 : Sous forme de rébus, ce mème invite le fan à tester sa connaissance des opéras de Borodine (mème qui m'a été envoyé par son créateur sous forme privée le 18 juillet 2022, puis partagé dans les réseaux sociaux).

Les mèmes focalisent plusieurs caractéristiques qui sont propres à l'univers du *cyberfandom* : « la capacité à mobiliser des référents culturels variés, voire parfois éloignés du point de vue des éléments qui les constituent » ; « une teneur élevée en intertextualité et en interdiscursivité » ; « une forte valeur de socialisation et de partage culturel et sociétal » ; « un dépassement du linguistique pur pour se concentrer dans un véritable discours multimodal systémique, qui englobe, entre autres, l'expression, la réception, la diffusion et la perception » ; et enfin, « une réduction des éléments de sens à un agglomérat plurisémiotique » (Wagener 2022, p. 61). On retrouve ces mêmes caractéristiques dans d'autres produits qui circulent sur les plateformes

numériques. Il s'agit d'un ensemble d'objets ou de pratiques qui, même s'ils ne sont pas toujours créés exclusivement pour la Toile et sont relativement minoritaires, lient plusieurs formes de *fandom* à la fois, en démontrant un haut degré d'interdiscursivité qui favorise leur viralité au sein des communautés.

Nous avons observé un cas de *cosplay* au Met de New York. La pratique du *cosplay* (un mot-valise composé des mots anglais « *costume* » et « *play* ») consiste à jouer le rôle d'un personnage de fiction en imitant son costume, ses attitudes ou son maquillage. Cette pratique, qui évoque des similitudes avec d'autres formes de mascarade (Halloween, carnaval, etc.), prend ses origines dans le *fandom* des séries télévisées de science-fiction et a ensuite été popularisée au sein du *fandom* des mangas et des animes (Lunning 2022). En mars 2023, au Met, un *fan* d'opéra a assisté à plusieurs représentations du *Lohengrin* de Wagner déguisé en cygne (le personnage de Lohengrin étant associé dans le livret au légendaire chevalier au cygne). Le costume implique une chemise blanche, le visage maquillé en blanc et noir et, surtout, une imposante coiffure en forme de cygne. Cette opération a eu un succès considérable au sein des réseaux sociaux : la publication d'un premier message avec la photo du *cosplayer* dans le groupe Facebook *Met Opera Live in HD Fans* a engendré à elle seule un millier de réactions (« j'aime », etc.) et plusieurs dizaines de commentaires en peu de jours (voir figure 9)³⁶. Le *cosplayer*, bientôt rebaptisé « *swan guy* », est aussi l'objet de nombreuses photographies de la part d'autres spectateurs dans la salle : ces photos sont vite repartagées dans la Toile. Le « *swan guy* » se montre attentif aux résonances de son opération et distribue même une carte de visite aux personnes qui le photographient. Dans les commentaires, quelqu'un explique ce déguisement comme une critique ironique de l'absence de cygnes dans la nouvelle mise en scène de François Girard pour le Met. D'autres commentateurs lient ce *cosplay* au *fandom* du football, auquel le « *swan guy* » répond qu'il pensait plutôt à *Star Wars* et *Star Trek*. Plus généralement, les commentaires associés aux photos du « *swan guy* » nous révèlent que le *cosplay* dans le cadre du *fandom* de l'opéra, bien que largement minoritaire, n'est pas d'une rareté absolue aux États-Unis. Lors d'une performance de *Falstaff*, toujours en mars 2023, le « *swan guy* » a porté une paire de petits bois de cerf en hommage au déguisement du personnage principal dans le troisième acte de l'opéra. D'autres commentateurs partagent la photo de deux *fans* déguisés en « jumelles Grady » (leurs costumes s'inspirent du célèbre film de Kubrick) lors d'une performance de l'opéra *The Shining* (2016) de Paul Moravec au Lyric Opera de Kansas City en mars 2023.

36 Au 28 mars 2023, la photo avait reçu 925 réactions et 112 commentaires. Les citations et les données incluses dans l'article font référence à cette photo et aux commentaires qui lui sont liés.



Figure 9 : « *Prêt pour Lohengrin #1 (of 3)* », photo publiée dans le groupe Facebook Met Live in HD Fans le 14 mars 2023.

La superposition de *fandoms* différents engendre aussi des objets remarquables. Un exemple est la transcription intégrale de l'opéra *Akhnaten* (1983) de Philip Glass réalisée par un *fan* du jeu vidéo *Minecraft* et publiée sur la plateforme YouTube en janvier 2021. *Minecraft* est un jeu de type aventure « bac à sable » qui permet aux utilisateurs de construire des mondes interactifs en trois dimensions à partir de voxels³⁷. En se basant uniquement sur un enregistrement de l'opéra, ce *fan* a utilisé les sons propres à ce jeu vidéo pour retranscrire tout l'opéra. Plus précisément, il a utilisé un logiciel (*Minecraft Note Block Studio*) capable de combiner les sons produits par les « blocs musicaux » au sein du jeu³⁸. Comme le signale l'auteur de la transcription dans la description de son contenu sur *YouTube*, le processus s'est révélé assez laborieux.

Though the actual opera should be fully credited to Philip Glass, the arrangement in this video is my own transcription, and was completed without the use of sheet music (only a reference recording). Due to the limited rhythmic capabilities and tessitura of vanilla

37 Le terme « voxel », contraction de « volume » et « pixel » (ce dernier terme étant lui-même une contraction de « picture » et « element »), désigne une unité élémentaire dans un espace tridimensionnel, équivalente au pixel en 2D. Il représente un point dans un volume, avec des informations comme la position et, parfois, la densité ou la couleur. Les voxels sont utilisés notamment en imagerie médicale et modélisation 3D.

38 Voir Minecraft Wiki, « Note Block », https://minecraft.fandom.com/fr/wiki/Bloc_musical, consulté le 31 janvier 2024.

*Minecraft note blocks, there have been several minor substitutions made throughout the transcription that were not present in the original recording, especially in polyrhythmic textures*³⁹.

Dans un commentaire, une personne a ironisé sur le fait qu'une transcription de ce genre peut être réalisée seulement pour des opéras du courant minimaliste. La musique de Glass, en effet, a touché d'autres formes de *fandom* liées à l'univers ludique des briques. Sur *YouTube*, on trouve un *brickfilm* de 2008 qui propose une mise en scène d'un extrait de l'opéra *Einstein on the Beach* (1976). Un *brickfilm* est un film d'animation réalisé à partir des briques en plastique de la marque LEGO ; les images capturées sont montées successivement selon la technique du *stop-motion* (Brownlee 2016). L'un des commentaires souligne la convergence fascinante entre monde de l'art et univers LEGO : « Je n'avais jamais réalisé que les *fans* du LEGO étaient si talentueux, ainsi que passionnés par la musique et les arts⁴⁰ ». D'autres *brickfilms* présents sur *YouTube*, proposés par la radio allemande BR Klassik et rebaptisés *Lego-Oper*, s'inspirent d'autres opéras : *Carmen*, *Die Zauberflöte*, *Hänsel und Gretel*, *Aida*, plusieurs opéras de Wagner. En effet, dans la Toile, on peut répertorier plusieurs objets qui lient l'opéra aux célèbres briques en plastique. Les cas les plus évidents sont ceux liés à l'univers des constructions et de l'architecture, pierres de touche de l'univers LEGO ; plus précisément, on trouve plusieurs *fans* de LEGO (parfois de vrais professionnels du secteur) qui ont construit des modèles assez réalistes de maisons d'opéra. Dans la Toile, on trouve notamment des miniatures très complexes de l'Opéra d'État hongrois à Budapest (réalisées en Australie) ou encore de La Scala de Milan (réalisées en Italie). L'entreprise LEGO a exploité cette niche de marché en créant la version commerciale en série de la Sydney Opera House, un symbole national et architectural qui dépasse l'univers musical.

CONCLUSION

À la fin d'une longue période où la pandémie de COVID-19 a remis en question nos conceptions du spectacle vivant, l'étude du *fandom* d'opéra peut se révéler essentielle pour reconsidérer l'héritage d'une pratique séculaire et se pencher sur ses futurs possibles entre dévotion, nostalgie, sacrifice, tribalisme spatial, usage de nouveaux médias, évolution de la culture matérielle et référence à d'autres formes de *fandom*. Alors que l'ethnographie qualitative révèle la complexité de la passion pour l'opéra, les études des *fans* nous montrent que les lyricomanes ont un rapport intense avec les technologies et les produits de la société des médias et que les formes de nostalgie

39 Matthew Settles, « Akhnaten by Philip Glass, but it's arranged entirely for minecraft note blocks », *YouTube*, 25 janvier 2021, description de la vidéo par son auteur, <https://www.youtube.com/watch?v=6GqpcA8dPjs>, consulté le 31 janvier 2024. Les citations et les données incluses dans l'article font référence à cette vidéo et aux commentaires qui lui sont liés.

40 « Never realized that LEGO people were so talented and lovers of music and the arts. » Commentaire [n° 11] par @scrappingfoetus au contenu CWRProductionstudio, « Einstein at the Beach », *YouTube*, <https://www.youtube.com/watch?v=RM6fB2t1-pU>, consulté le 31 janvier 2024.

culturelle et l'interdiscursivité sont des sous-produits constitutifs de l'essor de l'ère numérique.

D'une part, l'univers numérique semble redonner aux spectateurs un rôle actif et participatif dans le sillage de l'activisme des *loggionisti* du passé. Cet aspect, quelque peu utopique, avait déjà été signalé par Roquais-Bielak dans son étude pionnière d'une des premières communautés de *cyberfans* français :

Un des membres de la liste lance l'idée, largement reprise par la suite, que le groupe fonctionne comme un opéra : il y a des entrées et des sorties, des rythmes et des enchaînements, voire des conflits et des tensions qui ne sont pas sans rappeler l'intrigue d'un livret. On se distribue les rôles principaux et secondaires, on cherche à être la basse qui incarne l'autorité. Nous assistons ainsi [...] à un mouvement complexe, dirions-nous interactif, d'aller et de retour entre l'objet de la discussion, l'opéra, et son « consommateur » [...]. C'est l'aspiration au rôle actif, tant individuel que collectif, qui transparait à travers les échanges. Cela peut se manifester par la mise en place (en paroles ?) d'un projet commun d'écrire un opéra ensemble (choisir le livret, trouver le *casting* idéal). (Roquais-Bielak 2004, par. 19 et 26)

D'autre part, étudier les *fans* d'opéra en tant que *fans* interroge une fois de plus trois principes fondamentaux de l'univers lyrique : le système médiatique des vedettes et des maisons d'opéra, le rôle de l'industrie culturelle et du tourisme, et le rapport ambigu aux formes de la *pop culture* (en ce sens, le partenariat entre Freddy Mercury et Montserrat Caballé à la fin des années 1980, les concerts des Trois Ténors à partir des années 1990 ou encore le cycle *Pavarotti & Friends* sont emblématiques). Ce dernier aspect, répandu dans les mêmes, est explicite au sein des communautés de *fans* aux États-Unis avec les pratiques de *cosplay* et les références au *fandom* de la science-fiction⁴¹.

Dans des études futures, l'analyse des *fans* de l'opéra pourrait nous amener à mieux comprendre la tension, irrésolue, du monde lyrique vers une *pop culture* fantasmagorique, avec ses aspects kitsch, ses rituels, ainsi que la complexité de ses ramifications. Il s'agit, presque, d'un questionnement politique⁴². À l'ère numérique, les amateurs d'opéra agissent souvent comme s'ils étaient les derniers gardiens de ces rituels, presque légendaires, voués à célébrer un attachement passionnel à l'opéra : une communauté utopique qui se force à exister dans les limites étroites d'une tradition souvent imaginée, qui survit au bord de l'extinction.

41 L'un des *fans* d'opéra que j'ai eu l'occasion de connaître lors de mon ethnographie à New York en février 2023, Susan Schwartz, est une écrivaine de science-fiction. Elle a écrit des textes qui peuvent se situer dans le cadre du *fandom* de *Star Trek*, mais elle a publié aussi des romans de fanfiction, pourrait-on dire, inspirés par l'univers de l'opéra (Schwartz 1993).

42 « Fondamentalement, je crois que, si le *fan* est si motivant comme objet d'étude, c'est parce qu'il pose des questions éminemment politiques : sur la construction des identités individuelles et collectives tout d'abord, dans un contexte où l'authenticité – ou plutôt les différents registres de l'authentique – sont devenus un des thèmes majeurs de la modernité. Sur l'inclusion ou l'exclusion des individus au sein des groupes sociaux ensuite, sur ce que signifie être *insider* ou *outsider* dans nos sociétés. Sur l'adhésion implicite ou explicite aux normes – esthétiques et morales – et sur la construction des différences. Car en réalité, tous ces enjeux sont présents, et pas seulement par analogie, dans les univers de *fans*. » (Le Guern 2009, p. 49).



BIBLIOGRAPHIE

- Andrew, Scottie, et Harmeet Kaur (2020), « Everyday Words and Phrases that Have Racist Connotations », *CNN.com*, 7 juillet, <https://edition.cnn.com/2020/07/06/us/racism-words-phrases-slavery-trnd/index.html>, consulté le 31 janvier 2024.
- Agugliaro, Siel (2015), « 'Noi siamo, si sa, della Scala la banda.' Appunti per una storia sociale del loggione della Scala nel secondo Novecento », dans Cecilia Malatesta et Ortensia Giovannini (dir.), *Identità di luogo, pluralità di pratiche. Componenti sonore e modalità partecipative nel contesto urbano milanese*, Milan-Udine, Mimesis, p. 21-50.
- Balbi, Gabriele, et Paolo Magaudda (2018), *A History of Digital Media. An Intermedial and Global Perspective*, New York, Routledge.
- Barigazzi, Giuseppe (2014), *La Scala racconta*, édition révisée par Silvia Barigazzi, Milan, Hoepli.
- Bennett, Andy (2002), « Music, Media and Urban Mythscapes. A Study of the "Canterbury Sound" », *Media, Culture and Society*, vol. 24, p. 87-100.
- Bennett, Lucy (2012), « Patterns of Listening through Social Media. Online Fan Engagement with the Live Music Experience », *Social Semiotics*, vol. 22, n° 5, p. 545-557.
- Bennett, Lucy, et Paul Booth (dir.) (2016), *Seeing Fans. Representations of Fandom in Media and Popular Culture*, New York-Londres, Bloomsbury Academic.
- Benzecry, Claudio (2011), *The Opera Fanatic. Ethnography of an Obsession*, Chicago, University of Chicago Press.
- Berthier, Nicole (1977), « L'amateur de musique. Une approche sociologique », *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, vol. 8, n° 1, p. 23-38.
- Blažeković, Zdravko (2017), « On the Margins of Performance. Theaters, Their Decorations, and Audience Habits », *Music in Art. International Journal for Music Iconography*, vol. 42, n°s 1-2, p. 6-16.
- Boaretto, Danilo (2020), « Compte rendu de *Pazzo per l'opera* - Ed. Garzanti », *OperaClick. Quotidiano di informazione operistica e musicale*, <https://www.operaclick.com/recensioni/libri/pazzo-1%E2%80%99opera-garzanti-editore>, consulté le 31 janvier 2024.
- Booth, Paul (2015), *Playing Fans. Negotiating Fandom and Media in the Digital Age*, Iowa City, University of Iowa Press.
- Booth, Paul ([2016] 2017), *Digital Fandom 2.0. New Media Studies*, New York, Peter Lang.
- Bourdaa, Mélanie (2021), *Les fans. Publics actifs et engagés*, Caen, C&F Éditions.
- Bourdieu, Pierre (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de minuit.
- Broomberger, Christian (1995), *Le match de football. Ethnologie d'une partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme.
- Broomberger, Christian (2022), *Passion football. Anthropologie d'une pratique et d'un spectacle*, Saint-Étienne, Créaphis.
- Brownlee, Shannon (2016), « Amateurism and the Aesthetics of Lego Stop-Motion on YouTube », *Film criticism*, vol. 40, n° 2, <https://doi.org/10.3998/fc.13761232.0040.204>, consulté le 31 janvier 2024.
- Bull, Michael (2007), *Sound Moves. iPod Culture and Urban Experience*, Londres, Routledge.
- Cavicchi, Daniel (2011), *Listening and Longing. Music Lovers in the Age of Barnum*, Middletown, CT, Wesleyan University Press.

- Cavicchi, Daniel (2014), « Fandom Before “Fan”. Shaping the History of Enthusiastic Audiences », *Reception: Texts, Readers, Audiences, History*, vol. 6, p. 52-72.
- Couldry, Nick (2012), *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*, Cambridge, Polity.
- Cova, Bernard (2012), « La mise au travail des consommateurs. Les cas Alfa/Alfisti et La Scala/Loggionisti », *Le Libellio*, vol. 8, n° 1, p. 29-34.
- Cubitt, Sean (2017), *Finite Media. Environmental Implications of Digital Technologies*, Durham, NC, Duke University Press.
- Daniel, Ben K. (dir.) (2011), *Handbook of Research on Methods and Techniques for Studying Virtual Communities*, Hershey, IGI Global.
- Daolmi, Davide, et Emanuele Senici (2000), « ‘L’omosessualità è un modo di cantare’: Il contributo queer all’indagine sull’opera in musica », *Il Saggiatore musicale*, vol. 7, n° 1, p. 137-178.
- Davies, Lizzy (2014), « La Scala’s New Boss Takes Aim at ‘Crazy’ Catcalling of the Loggionisti Opera Fans », *The Guardian*, 20 mars, <https://www.theguardian.com/music/2014/mar/20/la-scala-opera-fans-boss-catcalling-loggionisti/>, consulté le 31 janvier 2024.
- Djakouane, Aurélien (2011), « La carrière du spectateur. Une approche relationnelle des temps de la réception », *Temporalités* n° 14, <https://doi.org/10.4000/temporalites.1939>, consulté le 31 janvier 2024.
- Djakouane, Aurélien, et Emmanuel Pedler (2003), « Carrières de spectateurs au théâtre public et à l’opéra. Prescriptions opératoires et prescriptions incantatoires », dans Olivier Donnat et Paul Tolila (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2, Paris, Presses de Sciences Po, p. 203-214.
- Duault, Alain (2012), *Dictionnaire amoureux de l’opéra*, Paris, Plon.
- Fishzon, Anna (2013), *Fandom, Authenticity and Opera. Mad Acts and Letter Scenes in Fin-de-Siècle Russia*, New York, Palgrave Macmillan.
- Flaxman, Seth, Goel Sharad, et Justin M. Rao (2016), « Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption », *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, p. 298-320.
- Fontana, Ciro (1983), *Un milanese a teatro. Ricordi e stravaganze*, Milan, Imago.
- Gambassi, Giacomo (2019), « Milano. La ‘prima’ alla Scala. I loggionisti 28 ore in coda per un biglietto di Tosca », *Avvenire* (Milan), 4 octobre, <https://www.avvenire.it/agora/pagine/loggionisti-coda-prima-della-scala-tosca/>, consulté le 31 janvier 2024.
- Garcia-Siino, Leimar, Sabrina Mittermeier, et Stefan Rabitsch (dir.) (2022), *The Routledge Handbook of Star Trek*, Londres, Routledge.
- Goldbeck, Jennifer (2013), *Analysing the Social Web*, Burlington, Morgan Kaufmann.
- Goron, Benjamin et Daniel Turp (2022), « Le tournant numérique des maisons d’opéra », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l’opéra français. De la Belle Époque au monde globalisé*, Paris, Fayard, p. 1069-1075.
- Goron, Benjamin, Guy Saez, et Daniel Turp (2022), « La “scène numérique” », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l’opéra français. De la Belle Époque au monde globalisé*, Paris, Fayard, p. 1075-1080.
- Hammersley, Martyn, et Paul Atkinson ([1983] 2007), *Ethnography. Principles in Practice*, Londres, Routledge.
- Hennion, Antoine (2015), *The Passion for Music. A Sociology of Mediation*, traduit en anglais par Margaret Rigaud et Peter Collier, 2e éd. revue, Surrey, Ashgate.
- Hennion, Antoine, Sophie Maisonneuve, et Emilie Gomart (2000), *Figures de l’amateur*, Paris, La Documentation française.
- Hills, Matt (2002), *Fan Cultures*, Londres, Routledge.

- Imam, James (2023), « Don Carlo, La Scala Review. Superlative Singing Rescues Dull Staging », *Financial Times*, 11 décembre, <https://www.ft.com/content/5e891b63-9b89-4e42-bde2-907e8b805daa>, consulté le 31 janvier 2024.
- Kosovsky, Robert (2014), « Opera-L and Wikipedia », *Fontis Artis Musicae*, vol. 61, n° 3, p. 242-248.
- Jenkins, Henry (1992), *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, New York, Routledge.
- Jenkins, Henry (2006), *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press.
- Jerolmack, Colin, et Shamus Khan (dir.) (2018), *Approaches to Ethnography. Analysis and Representation in Participant Observation*, Oxford, Oxford University Press.
- Jindra, Michael (1994), « Star Trek Fandom as a Religious Phenomenon », *Sociology of Religion*, vol. 55, n° 1, p. 27-51.
- Lacombe, Hervé (dir.) (2022), *Histoire de l'opéra français. De la Belle Époque au monde globalisé*, Paris, Fayard.
- Lavignac, Albert ([1897] 1907), *Le voyage artistique à Bayreuth*, Paris, Librairie Ch. Delagrave.
- Le Bart, Christian (2000), *Les fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Le Guern, Philippe (dir.) (2002), *Les cultes médiatiques. Œuvres cultes et culture fan*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Le Guern, Philippe (2009), « “No Matter What They Do, They Can Never Let You Down...” . Entre esthétique et politique : sociologie des fans, un bilan critique », *Réseaux. Communication, technologie, société*, n° 153, p. 19-54.
- Le Guern, Philippe (2013), « L'observation. Méthodes et enjeux », dans Stéphane Olivesi (dir.), *Introduction à la recherche en SIC*, Fontaine, Presses universitaires de Grenoble, p. 13-33.
- Levine, Lawrence W. (2010), *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, traduit de l'anglais par Marianne Woollven et Olivier Vanhée, Paris, La Découverte.
- Linden, Henrik, et Sara Linden (2017), *Fans and Fan Cultures. Tourism, Consumerism and Social Media*, Londres, Palgrave Macmillan.
- Loehr, Gabrielle, Lee Shackleford, Karen Dill-Shackleford, et Melody Metcalf (2019), « Sci-Fi Fandom in the Digital Age. *Star Trek*, *Star Wars*, and *Doctor Who* Fandoms and Social Media », dans Cheng Lu Wang (dir.), *Handbook of Research on the Impact of Fandom in Society and Consumerism*, Hershey, Pennsylvanie, IGI Global, p. 305-322.
- Lovink, Geert (2016), « On the Social Media Ideology », *E-flux journal*, n° 75, <https://www.e-flux.com/journal/75/67166/on-the-social-media-ideology/>, consulté le 31 janvier 2024.
- Lunning, Frenchy (2022), *Cosplay. The Fictional Mode of Existence*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Mattioli, Alberto (2020), *Pazzo per l'opera. Istruzioni per l'abuso del melodramma*, Milan, Garzanti.
- May, Robin (1966), *Operamania*, Londres, Vernon & Yates.
- Melling, John Kennedy (1974), *Discovering Theatre Ephemera*, Aylesbury, Shire Publications.
- Morris, Mitchell (1993), « Reading as an Opera Queen », dans Ruth A. Solie (dir.), *Musicology and Difference. Gender and Sexuality in Music Scholarship*, Berkeley, University of California Press, p. 184-200.
- Palazzetti, Nicolò (2021a), « Opera Fandom in the Digital Age. A Case Study from the Teatro alla Scala », *The Opera Quarterly*, vol. 37, n°s 1-4, <https://doi.org/10.1093/oq/kbad004>, consulté le 31 janvier 2024.

- Palazzetti, Nicolò (2021b), « Ripensare l'opera lirica nell'era di Internet, a ritroso fino a Jules Verne », *De Musica*, vol. 25, n° 1, <https://riviste.unimi.it/index.php/demusica>, consulté le 31 janvier 2024.
- Panza, Pierluigi (2018), « Scala, tornano i fischiatori. Protesta al termine de *Il Pirata* di Bellini », *Corriere della Sera* (Milan), 3 juillet, https://milano.corriere.it/notizie/cronaca/18_luglio_03/scala-tornano-fischianti-protesta-termine-de-il-pirata-bellini-2a0818dc-7e89-11e8-9a5a-8ee160d32254.shtml, consulté le 31 janvier 2024.
- Pasquier, Dominique (2012), « La sortie au théâtre. Réseaux de conseil et modes d'accompagnement », *Sociologie*, vol. 3, n° 1, p. 21-37.
- Pedler, Emmanuel (2003), *Entendre l'opéra. Une sociologie du théâtre lyrique*, Paris, L'Harmattan.
- Pedler, Emmanuel (2022), « Sociologie des publics d'opéra en France (1950-2020) », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l'opéra français. De la Belle Époque au monde globalisé*, Paris, Fayard, p. 1186-1191.
- Pedrotti, Roberta (2020), « Libri, Mattioli, *Pazzo per l'opera* », *L'Ape musicale. Rivista di musica, arti, cultura*, 21 décembre, <https://www.apemusicale.it/joomla/it/recensioni/14-libri/10886-libri-mattioli-pazzo-per-l-opera>, consulté le 31 janvier 2024.
- Pink, Sara, Heather Host, John Postill, Larissa Hjorth, Tania Lewis, et Jo Tacchi (dir.) (2015), *Digital Ethnography. Principles and Practice*, Londres, Sage.
- Remy, Pierre-Jean [pseudonyme de Jean-Pierre Angremy] (2004), *Dictionnaire amoureux de l'opéra*, Paris, Plon.
- Roquais-Bielak, Katia (2004), « Groupes de discussion sur l'opéra et l'Internet », *Communication*, vol. 23, n° 1, <https://journals.openedition.org/communication//3969>, consulté le 31 janvier 2024.
- Ross, Ashley (2016), « Like Magic, Muggles Make New Harry Potter Play Disappear From Bookstores », *The New York Times*, 31 juillet, <https://www.nytimes.com/2016/08/01/nyregion/harry-potter-and-the-cursed-child-disappears-from-stores.html>, consulté le 31 janvier 2024.
- Shwartz, Susan (1992), *The Grail of Hearts*, New York, TOR.
- Soulé, Bastien (2007), « Observation participante ou participation observante ? », *Recherches Qualitatives*, vol. 27, n° 1, p. 127-140.
- Starosielski, Nicole (2015), *The Undersea Network*, Durham, NC, Duke University Press.
- Steffan, Carlida, et Luca Zoppelli (2023), *Nei palchi e sulle sedie. Il teatro musicale nella società italiana dell'Ottocento*, Rome, Carocci.
- Sullivan, Sullivan (2018), « The Audience is Present. Aliveness, Social Media, and the Theatre Broadcast Experience », dans Pascale Aebischer, Susanne Greenhalgh, et Laurie E. Osborne (dir.), *Shakespeare and the 'Live' Broadcast Experience*, Londres et New York, The Arden Shakespeare, p. 59-76.
- Tischleder, Babette B., et Sarah Wasserman (dir.) (2015), *Cultures of Obsolescence. History, Materiality, and the Digital Age*, Basingstoke, Palgrave Macmillan.
- Tommasini, Anthony (2021), « Review. *Fire* Brings a Black Composer to the Met, Finally », *The New York Times*, 28 septembre, <https://www.nytimes.com/2021/09/28/arts/music/fire-blanchard-met-opera.html>, consulté le 31 janvier 2024.
- Turp, Daniel, et Benjamin Goron (2022), « L'opéra au prisme d'Internet. Webzines, blogues et groupes de discussion », dans Hervé Lacombe (dir.), *Histoire de l'opéra français. De la Belle Époque au monde globalisé*, Paris, Fayard, p. 1178-1186.
- Wagener, Albin (2022), *Mèmologie. Théorie postdigitale des mèmes*, Grenoble, UGA Éditions.
- Zimdars, Melissa, et Kembrew McLeod (dir.) (2020), *Fake News. Understanding Media and Misinformation in the Digital Age*, Cambridge, MA, The MIT Press.