

Rêver en boucle : esthétique de la répétition

Antonio Domínguez Leiva

Numéro 261, été 2017

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/86929ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Spirale magazine culturel inc.

ISSN

0225-9044 (imprimé)

1923-3213 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Domínguez Leiva, A. (2017). Rêver en boucle : esthétique de la répétition. *Spirale*, (261), 46–49.



RÊVER
en boucle :
esthétique
de la répétition

Par Antonio Domínguez Leiva

Avez-vous déjà eu l'impression qu'on vous raconte la même histoire, encore et encore et encore et encore (*repeat until fade*) ? Ne vous inquiétez pas, vous ne souffrez pas d'un symptôme paranormal de déjà-vu ni d'un dérèglement de l'activité neuronale dans votre lobe temporal. Le fait est que vous entendez sans arrêt les mêmes histoires, écoutez les mêmes chansons, regardez sans cesse les mêmes images, partagez les mêmes informations. Ne prenons que l'exemple de l'industrie hollywoodienne : elle déversera, en cet an de grâce 2017, pas moins de 43 *remakes*, *reboots*, *prequels*, *spin-offs* ou *sequels* (dont plus d'un tiers constituent au moins le troisième volet de leurs sagas respectives), pour ne point parler des adaptations et *retellings* divers et variés.

L'empire du « même »

Si ce chiffre ne vous semble pas vertigineux en soi, regardons ce que cela donne concrètement à partir de quelques titres parmi les plus attendus. Au-delà du degré zéro de la réitération que constituent les simples *remakes* (citons *Jumanji*, *The Six Billion Dollar Man*, *La Belle et la Bête* ou *It*), on assiste au triomphe de la sérialisation filmique, à la croisée de la défunte tradition des *serials*, inaugurée par le cinéma muet, et des simples *sequels* de films à succès, procédé devenu habituel à l'ère des *blockbusters* (que cela coïncide avec un boom sans précédent de la consommation de séries télévisuelles n'est évidemment pas un hasard, puisque celles-ci témoignent d'une même fascination pour l'esthétique de la réitération). *Spider-Man : Homecoming*, sixième variation autour du superhéros arachnide depuis son retour cinématographique en 2002, fonctionne à la fois comme un *reboot* de la franchise quelque peu fatiguée et une extension du Marvel Cinematic Universe, en tant que *sequel* de *Captain America : Civil War*. *Alien : Covenant*, sixième opus de la

franchise, se présente à la fois comme le *sequel* de *Prometheus*, lui-même *prequel* d'*Alien* et premier volet d'une nouvelle trilogie qui devrait nous ramener, en guise de gigantesque récit des origines, à la diégèse du récit initial de 1979, parachevant une parfaite boucle qu'on peut qualifier de rétromane.

Star Wars : Episode VIII sera le deuxième volet de la nouvelle trilogie (la troisième en date), alors qu'on attend un chapitre dévolu au jeune Han Solo, sous la forme d'un film autonome dans la série de *spin-offs Star Wars Anthology* inaugurée avec succès par *Rogue One* (2016). *The Lego Batman Movie* est à la fois un *sequel* (du film *Lego*, extension transmédiatique de la célèbre gamme de jouets de construction danoise) et un *reboot* du personnage du Chevalier obscur (neuvième itération de la figure depuis son retour au grand écran en 1989). *Rings* constitue le *sequel* du deuxième volet de *The Ring*, lui-même *remake* du film japonais *Ringu* (1998). Suite au *remake* de Peter Jackson (2005), *Kong : Skull Island* est un *reboot* du célèbre gorille et fonctionne aussi comme une sorte d'« histoire alternative » crypto-zoologique, revisitant la guerre du Vietnam telle que filmée par le canon hollywoodien. La désormais inévitable scène ultime apparaissant après les crédits cinématographiques annonce une série de *sequels* où d'autres monstres célèbres seront convoqués, de Godzilla («rebooté» par la même compagnie en 2014) à Rodan, Mothara ou Ghidorah (cette macrofranchise se présentant justement comme *The MonsterVerse*).

Smurfs : The Lost Village, troisième volet de cette extension transmédiatique de la franchise inaugurée par les bandes dessinées de Peyo, se présente lui aussi comme un *reboot*, nom de code désormais consacré pour toute tentative de relancer une saga dont les précédentes versions ont plus ou moins échoué. *Pirates*

of the Caribbean : Dead Men Tell No Tales est le cinquième épisode de cette saga basée sur un manège de Disneyworld (celui-là même où une légende urbaine situe le cadavre cryogénisé de Disney). *Transformers : The Last Knight* est, lui aussi, le cinquième volet de la saga inspirée par les jouets de Takara et Hasbro. *Resident Evil : The Final Chapter* est la sixième (et dernière?) itération de l'adaptation transmédiatique de la série de jeux vidéo éponymes. Quant à *The Fate of the Furious*, c'est le huitième volet de la franchise *The Fast and the Furious*, inaugurée en 2001 par une sorte de plagiat (les Anglo-saxons, plus pragmatiques, parlent de *ripoff*) de *Point Break* (1991) - film qui connut par ailleurs un *remake* officiel en 2015.

Pourquoi tant de « même » ?

On pourrait se dire que cette véritable avalanche de *remakes* et de suites, aussi impressionnante soit-elle, ne constitue qu'une frange de la production cinématographique *mainstream* (celle des *popcorn movies* et autres *no-brainers*). Aussi peut-on rappeler que le *remake* est aussi ancien que la création du cinématographe, et qu'il a connu une grande période avec l'arrivée du cinéma parlant, lequel permit de refilmer des succès du muet en les sonorisant. Pour ne citer qu'un exemple, le roman de Peter B. Kyne *Three Godfathers* (1913) connut trois adaptations muettes et trois autres sonores avant que ne paraisse la version singulièrement décalée de Satoshi Kon, *Tokyo Godfathers*, en 2003. Mais notre compulsion réitérative ne s'arrête pas à ces formes évidentes de redite ; ironiquement, quantité d'œuvres qui ne se présentent pas comme des reprises en sont pourtant à plus d'un titre. Outre la pratique, devenue systématique, de l'adaptation transmédiatique - de bandes dessinées (*Valerian*), de romans (*The Snowman*) ou de sagas déjà déclinées sur divers

supports (*Dark Tower*) –, la plupart des films commerciaux qui se présentent comme «originaux» le font par agglutination de références préexistantes (selon le trope convenu du *x meets y*) : ainsi un film comme *Life* a sans doute été conçu (et marchandisé) selon le modèle «*Alien* rencontre *Gravity*». Enfin, au-delà de ces bricolages combinatoires entre éléments préexistants trône sur la production commerciale contemporaine, quel que soit le genre retenu, la réitération générale de la formule du «monomythe» campbellien, introduite par Georges Lucas dans l'industrie du *blockbuster* avec le succès de sa saga intergalactique. Nul film à succès ne peut désormais se concevoir sans la refonte plus ou moins avouée du schéma de la «quête du héros» avec ses différentes étapes préétablies.

La question qui se pose alors est : pourquoi voulons-nous collectivement revoir, en boucle, les mêmes histoires? Pendant longtemps (disons pendant la phase «moderniste» du cinéma, allant de la période encore classique du film noir au triomphe du Nouvel Hollywood), on jugeait le triomphe d'une œuvre, fut-elle ouvertement commerciale (et quand Hollywood n'a-t-il pas été commercial?), par sa capacité de novation. Cela ne semble plus du tout être le cas, comme le prouvent les *remakes* à la chaîne de films qui, s'ils furent en leur temps inattendus, défamiliarisants (au double sens du *Unheimlich* freudien et de l'*ostrananie* de Victor Chklovski) et transgressifs pour des spectateurs ébahis et souvent violentés – *Alien*, *Texas Chainsaw Massacre*, *Last House on the Left*, *I Spit on Your Grave*, etc. –, voient aujourd'hui leurs nouvelles versions fonctionner à partir de la reconnaissance de figures devenues familières. Vouloir se faire raconter toujours la même histoire, c'est là, on le sait, le propre des enfants; serions-nous devenus, d'enfants-rois en adolescents, des spectateurs purement régressifs, gagnés par cette infantilisation générale que dénonçait Pascal Bruckner dans *La tentation de l'innocence* (1995)? Ou bien est-ce l'industrie qui, ne cessant de produire

la même histoire, nous conditionne à aimer celle-ci (éternel dilemme de l'offre et la demande culturelle)?

Une première lecture, la plus répandue, voit là le signe d'une nouvelle logique de la production hollywoodienne, de plus en plus alignée sur d'autres secteurs du capitalisme néolibéral : minimiser les risques d'échec en réutilisant des histoires, des personnages et des univers qui ont déjà fonctionné (à l'intérieur ou à l'extérieur du média), rentabiliser les coûts (plusieurs de ces épisodes sont filmés côte à côte, le *merchandising* des nouveaux permettant de réactiver passivement les précédents), fidéliser le «public cible» (la préadolescence devenant le modèle universel de spectature) et capitaliser sur une *fan base* active sur les réseaux sociaux (sous-traitance du marketing viral). D'aucuns voient dans ce *modus operandi* la cause ultime du tarissement de l'originalité qui permit à Hollywood de se réinventer sans cesse depuis sa naissance, la machine finissant par écraser définitivement le génie (pour reprendre la dialectique du célèbre ouvrage de Thomas Schatz sur l'ère des grands studios, *The Genius of the System*, 1988). C'est ainsi que Mark Harris signalait mélodramatiquement, en 2011, l'acte de décès du cinéma populaire américain comme «forme d'art», au milieu de l'avalanche de suites et de *remakes* – signe d'une mainmise totale du marketing qu'il fait remonter, fort curieusement, au succès de *Top Gun* (1986). D'autres se lamentent plus généralement sur le manque d'inspiration du médium, le délaissant au profit des séries télévisées jugées plus originales (bien qu'ironiquement prises d'emblée dans une autre logique de la réitération) ou des nouvelles formes mutantes de divertissement numérique.

Or ce n'est pas seulement le cinéma (loin de là) qui est pris dans cette logique. Outre les séries télévisées ou les *comic books* déjà cités, l'industrie musicale joue, elle aussi, exactement sur les mêmes réitérations, du remixage généralisé à l'imitation

sonore. C'est là toute la thèse du livre, d'ores et déjà culte, de Simon Reynolds *Retromania. Pop Culture's Addiction to Its Own Past* (2010), bien que l'auteur voie surtout dans ce phénomène l'effet d'une nostalgie de la nostalgie. On pourrait tout autant évoquer l'industrie littéraire (de plus en plus régie par des sous-genres à la mode sans cesse recombinaisonnés) ainsi que celles des jeux vidéo (régie par une sérialisation calquée sur le modèle de l'ultra-obsolésence programmée des *softwares* et *hardwares*) ou de la culture web (le *mash-up* étant un des piliers de l'univers youtubéen, tel que je l'ai analysé dans mon *YouTube Théorie* en 2014). C'est, de fait, le propre de la «culture de la convergence» saluée par Henry Jenkins dans son ouvrage éponyme (2006) que de multiplier les transfictionnements transmédiatiques, renforçant la logique sérielle et les adaptations en tous genres. Les plus réfractaires au tournant afterpop y voient, quant à eux, le signe d'une hyperconsommation de figures devenues des simples marques de franchise fictionnelles déclinées sur des centaines de supports (du menu McDonald's aux *mugs* et aux publicités de voitures de sport), voire l'emblème d'une époque de décadence culturelle incapable de renouveler ses formes et ses figures.

Mais au-delà des stratégies commerciales des nouvelles industries culturelles et des lamentations déclinistes, ne s'agirait-il pas là d'un tournant plus vaste qui relève d'une véritable esthétique générale de la réitération?

Ecce Eco (once again)

Analysant des œuvres telles que *Dallas* (1978), la première trilogie filmique de *Superman* (1978-1983) ou les deux premiers volets d'*Indiana Jones* (1981 et 1984), Umberto Eco signalait déjà dès 1984 (dans «Typologia della ripetizione» et «L'innovazione nel seriale») l'avènement d'un nouveau paradigme de la répétition et de la sérialité. Face au culte de l'originalité et de la nouveauté instauré par l'esthétique moderne (à l'encontre de

Au-delà du degré zéro de la réitération que constituent les simples *remakes* [...], on assiste au triomphe de la sérialisation filmique, à la croisée de la défunte tradition des *serials*, inaugurée par le cinéma muet, et des simples *sequels* de films à succès, procédé devenu habituel à l'ère des *blockbusters*

la théorie de l'art classique qui avait prévalu de la Grèce antique jusqu'aux Lumières), la culture populaire est restée profondément liée à l'esthétique de la réitération, depuis ses formes «folkloriques» jusqu'aux plus récentes mutations de la culture de masse dont le sémiologue fut l'un des premiers interprètes avec son ami et complice Omar Calabrese (lequel fit de la répétition un des piliers de son analyse de «l'ère néobaroque» dans son ouvrage éponyme de 1987). D'où le mépris des «modernes» à l'égard des produits des *mass medias* qui, selon un article d'Eco publié dans *Réseaux* en 1994, sont marqués par «la répétition, l'itération, l'obéissance à un schéma préétabli et la redondance (par opposition à l'information)», en vue d'un pur stratagème commercial.

Or, voici qu'Eco voit advenir «une période historique où l'itération et la répétition semblent dominer tout l'univers de la créativité artistique». C'est ainsi que le tournant «post-moderne» (qu'il venait par ailleurs de redéfinir dans sa *Postille al Nome della rosa*, 1983) marque en réalité l'entrée dans «l'ère de la répétition»: «[C]e qui doit être apprécié – suggère l'esthétique postmoderne – c'est le fait qu'une série de variations possibles est potentiellement infinie.» La contrainte commerciale qui régit la culture populaire est ainsi trans-

formée en «*principe formel*» généralisé, «*résultat paradoxal [de] l'ère de l'électronique*» qui, bien que néophile sur le plan technologique, s'attache sur le plan culturel à «*produire un retour au continuum, au cyclique*». Et Eco de concevoir la naissance d'un «*nouveau public*» autour de cette «*nouvelle sensibilité esthétique*»; un public qui, ne délaissant pas «*la participation émotionnelle intense*», serait «*également capable de passer à un niveau esthétique et de juger de l'art des variations sur un thème mythique*», voire «*qui, indifférent aux histoires racontées (que de toute façon il connaît déjà), se délecterait uniquement de leur répétition et de ses variations microscopiques*». La série pourrait alors «*devenir la forme artistique capable de satisfaire la nouvelle sensibilité esthétique : une sorte de tragédie grecque post-postmoderne*».

Ces réflexions étaient, on le voit, prophétiques, annonçant l'émergence du nouveau *geekdom* que nous appelons, pour notre part, *afterpop* et qui se décline en diverses communautés interprétatives sur les innombrables forums du net, identifiant et évaluant les figures de cette nouvelle poétique de la (micro) variation qui régit les fictions sérielles que tout un chacun consomme désormais frénétiquement. De fait, un site culte comme *tvtropes.org*

incarne parfaitement cette herméneutique vernaculaire de la sérialité annoncée jadis par le sémiologue italien. Mais, outre le côté certes réjouissant de ces nouveaux pactes de lecture/spectature, on peut se demander si Eco n'était pas, comme beaucoup de ses confrères «post-modernistes», trop optimiste à l'égard du potentiel rénovateur de la répétition (conçue stratégiquement comme un remède à «*l'anxiété de l'influence*» exercée par les grands référents modernes). «*L'ère de la répétition*» est devenue notre réalité quotidienne et nous sommes peut-être moins enthousiastes que notre regretté *maestro* quant à ses effets et ses dispositifs. Qu'il nous suffise de signaler que Donald Trump a pu être élu sur un slogan qui est une redite au carré : non seulement *Make America Great Again* fut celui de Reagan lors de sa campagne présidentielle de 1981 (signe des temps, l'ancien acteur ne songea pas alors à le breveter, ce que Trump s'empressa de faire avant de l'imprimer sur des millions de produits dérivés), mais il synthétise le mythe pérenne de l'âge d'or, inscrit dès les *founding fathers* dans l'imaginaire culturel de cette nation qui s'est toujours vue investie d'un rêve messianique. Un rêve qui se décline désormais, comme tous les autres qui en découlent, en une boucle perpétuelle. ■