

## VIRALITÉ ET STARISATION : LE PROCÈS JOHNNY DEPP / AMBER HEARD

LAURA SANTONE  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI ROMA TRE

[laura.santone@uniroma3.it](mailto:laura.santone@uniroma3.it)

Citation: Santone, Laura (2024) « Viralité et starisation : le procès Johnny Depp / Amber Heard », in Licia Reggiani et Laura Santone (éds.) *Médias et Viralité*, *mediAzioni* 44: A211-A224, <https://doi.org/10.6092/issn.1974-4382/20871>, ISSN 1974-4382.

**Abstract:** This article revisits the trial of Johnny Depp against his ex-wife Amber Heard, a private affair that has been reignited on social networks at an exponential rate. As both protagonists are Hollywood stars, the virality here is questioned not only from a linguistic point of view, but also in the context of the star-system. The analysis is thus developed on two complementary levels: on the one hand, it is based on the notions of PDV (Point of View), empathy, empathic mobility and extimising empathy; on the other, it draws on the « affects », and the imagination, of fans/internet users, for whom the star, as Edgar Morin wrote in the 1970s, « is the fruit of a projection-identification complex of particular virulence ». Throughout the trial, this virulence inevitably leads to virally orchestrated manipulation strategies.

**Keywords:** virality, star-system, point of view, empathic mobility, extimising empathy, manipulation.

## 1. En guise d'introduction

Dans le champ de la communication la notion de viralité a été créée par Jeffrey Rayport (1996) pour décrire le marketing viral. Par le biais de cette métaphore, il entendait illustrer les propriétés de ce type de marketing en l'assimilant aux propriétés des virus biologiques et, dans une moindre mesure, des virus informatiques. Rayport établissait ainsi une analogie entre la vitesse de propagation des virus, leur capacité de se multiplier/répliquer en déplaçant du matériel génétique au sein des cellules de leur hôte, et les effets de contamination de la cible par la propagation exponentielle du message selon des techniques et des vecteurs recourant essentiellement au bouche-à-oreille. Entre 2014 et 2015 les lexicologues aussi semblent prendre acte de cette extension de la métaphore virale dans la société et dans la langue, et le mot viralité fait son entrée dans les dictionnaires. *Le Petit Robert* l'accueille en 2014, et le définit « un phénomène de diffusion rapide d'un contenu via Internet et les réseaux sociaux » (*ad vocem*) ; *Le Petit Larousse* lui fait écho en 2015, en définissant le mot en termes de « diffusion rapide et imprévisible de contenus divers (photos, vidéos, etc.) sur Internet par effet viral, via les réseaux sociaux, en particulier » ; alors que, plus récemment, en septembre 2022, le mot entre aussi dans la plateforme publique du *Publictionnaire*, qui lui consacre un ample article où la métaphore de la contagion sociale est mise en rapport avec les notions d'audience, de partage, d'affects et d'économie de l'attention. On peut y lire :

[...] sa portée, bien qu'amplifiée par les réseaux socio-numériques, dépasse l'internet, tout comme elle lui a préexisté. Au cœur même de cette notion se trouvent l'audience, le public, la participation. Sans eux, pas de viralité. (*Publictionnaire* : *ad vocem*)

Et un peu plus loin :

Elle est souvent soutenue - voire orchestrée, par les médias et les plateformes de partage. Difficile à cerner en raison de ses multiples acteurs, formes, contours, circulations, la viralité pose la question du partage, de la circulation des contenus et de leur réception. Elle interroge en ce sens autant l'économie de l'attention, les affects, que l'influence ou encore les intermédiaires en jeu. (*Ibid*)

Dans cet article, nous voudrions démontrer comment, à côté de ces notions, l'imaginaire peut jouer un rôle d'interface dynamique et mobiliser, derrière la métaphore de la viralité, des postures énonciatives exprimant des points de vue (PDV) donnant « non seulement des renseignements sur l'objet (relatifs à sa dénotation), mais aussi sur la façon dont l'énonciateur envisage l'objet » (Rabatel 2017 : 43). Cet énonciateur, sujet du PDV, « peut être un individu, un collectif, un anonyme, et il peut exprimer des PDV singuliers ou collectifs, originaux ou stéréotypés » (*Ibid.*). Ce qui ne va pas sans articuler une démarche empathique débouchant, comme on le verra, sur une « empathie extimisante » (Tisseron 2011 : 86), c'est-à-dire « un processus de connaissance réciproque qui se développe depuis l'intimité non partagée vers une intimité partagée de plus en

plus grande » (*Ibid.*). Processus qui met en mouvement les publics, à savoir des « publics affectifs » – au sens de Camille Alloing (2021) –, qui se mobilisent, interagissent, se connectent ou se déconnectent au gré de l'intensité du « ressentir » qui les « affecte », ou mieux, au gré d'une pratique affective qui règle et oriente un travail émotionnel entendu comme « affection distribuée » circulant dans un environnement entre des individus, des représentations, des (inter)actions. Et lorsqu'il s'agit, comme dans notre cas, d'un environnement numérique, cette circulation se révèle susceptible de créer un « capitalisme affectif » censé organiser – voire manipuler – la distribution des contenus sur les plateformes car il « fait cliquer les usagers et attire leur attention »<sup>1</sup>. On pourrait aussi avancer, avec Jenkins (2008, 2013), le concept de « spreadability », traduisible par « circulationnabilité », processus désignant l'amplification par les médias des dynamiques de circulation des contenus entre les individus, entre ceux que Jenkins appelle « les fans des médias », plus précisément « des consommateurs qui produisent, des lecteurs qui écrivent et des spectateurs qui participent » (Jenkins 2008 : 212).

## 2. *Viralité et star-system*

Si le « fan » est notamment « un admirateur fanatiquement enthousiaste » des vedettes du star-system, ainsi que le définit le *Trésor de la langue française*, l'arrivée du web a généré de nouveaux comportements et inauguré une nouvelle ère dans les perceptions, les ressentis et les postures énonciatives de la culture participative. C'est à partir de cet angle d'attaque que nous nous pencherons ici sur le procès Johnny Depp contre son ex-femme Amber Heard, affaire très médiatisée, retransmise en direct sur YouTube et différentes plateformes, qui a énormément passionné les internautes et qui a fait couler beaucoup d'encre dans la presse ordinaire, en configurant ainsi, de par son abondante production médiatique, la mise en scène d'un événement qui a traversé les lieux et les discours du monde entier<sup>2</sup>. Car c'est effectivement le monde entier qui a pu assister du 11 avril au 1er juin 2022 à cette affaire privée exportée via web au-delà des frontières des États-Unis et qui a pu la commenter dans les moindres détails. À coups de tweets, retweets, like, hashtags, memes, le procès a été relancé dans « les gènes de l'Internet » (Breton 2000 : 57) à une vitesse exponentielle, et indépendamment de la langue, de la culture et de la situation géographique des internautes. La Toile, devenue ainsi une véritable machine virale de l'opinion, a été investie d'un effet « boule de neige émotionnel » (Heath, Bell, Sternberg 2001) opposant, d'une part, les publics affectifs prenant parti pour Johnny Depp et, d'autre part, les publics affectifs en faveur d'Amber Heard. Au fil des affects des fans/internautes, les réseaux sociaux ont repris, recontextualisé

<sup>1</sup> Les affects fonctionneraient, dans le partage des contenus, comme de forts stimulants et pour cette raison ils sont considérés, dans une économie de l'attention, comme de puissants vecteurs de viralité. Cf. « Viralité » (*Publictionnaire* : ad vocem).

<sup>2</sup> Pour la notion d'événement nous renvoyons à Moirand (2007).

et décontextualisé les contenus du procès et, en polarisant les opinions, ont décrété le passage d'un tribunal de justice à un tribunal socio-numérique<sup>3</sup>.

Si la viralité, comme l'affirment Morelli et Roux, est une dynamique de communication qui comporte la focalisation de l'attention sur un objet entraînant ainsi « une propagation interindividuelle massive et rapide de cet objet dans les réseaux sociaux » (Roux 2021) à travers une participation active et « contagieuse » des internautes qui traverse la Toile « de cellule à cellule » (Morelli 2017), en revenant ici sur la viralité sous l'angle des PDV en confrontation<sup>4</sup> notre propos sera aussi de l'interroger, conjointement, dans le cadre spécifique de la starisation, à savoir dans le cadre de la participation-projection affective des fans. Autrement dit, il s'agira de convoquer, à côté de la linguistique et des études sur la communication, « quelque chose de très fondamental et d'archaïque dans l'esprit humain » (Morin 1956 : IX), à savoir la zone de l'imaginaire, là où, écrivait déjà Edgar Morin dans les années '70, « la star est le fruit d'un complexe de projection-identification d'une particulière virulence » (Morin 1972 : 92) et, en tant que telle, son évocation, son image, sa vie, sont toujours « intériorisée[s] en sentiment » (Morin 1956 : 38). En forte résonance avec ce que les sociologues des médias appellent aujourd'hui « capitalisme affectif » et « publics affectifs », l'anthropologue soulignait ainsi le rôle joué par le ressenti dans les processus psychiques d'identification des fans au star-system, et c'est exactement à partir de cette perspective, et toujours à l'aune des études de Rabatel, que nous nous pencherons sur le procès de ces deux stars hollywoodiennes en interrogeant, à côté de la notion de PDV, les notions d'empathie et de mobilité empathique, et en les articulant avec l'idée d'extimité formulée par Tisseron (2011). Mais, avant d'entrer dans l'analyse, rappelons brièvement les étapes du procès.

### 3. Les contours du procès

Le procès s'ouvre dans l'État de Virginie, aux États-Unis, le 11 avril 2022, et se poursuit jusqu'au 27 mai. Mariés en 2015 et divorcés en 2017, les deux acteurs s'accusent mutuellement de violences verbales, physiques et psychologiques répétées. À l'origine de l'affaire, une tribune qu'Amber Heard signe dans le *Washington Post* en 2018 où elle déclare, sans citer son ex-mari, d'être devenue « une figure publique représentant les violences conjugales »<sup>5</sup>. C'est suite à cette déclaration que Johnny Depp porte plainte pour diffamation et réclame 50 millions de dollars à son ex-femme. De son côté, celle-ci engage une contre-poursuite en accusant l'acteur d'avoir orchestré une campagne de dénigrement et en réclamant qu'il lui verse 100 millions de dollars. Les six semaines de débat sont filmées et retransmises en direct par *Court TV*, une chaîne spécialisée dans

<sup>3</sup> Il est aussi intéressant de constater que, pendant tout le procès, même les recherches des deux acteurs sur Google explosent enregistrant 100% de recherche en plus.

<sup>4</sup> Dans le sillage des études de Rabatel (2017).

<sup>5</sup> Ferrari P., « Entre voyeurisme et misogynie, les réseaux sociaux s'emparent du procès Depp-Heard », *20 minutes*, 5/05/2023, <https://www.20minutes.fr/arts-stars/people/3283159-20220505-audiences-direct-contre-enquetes-campagne-pro-depp-reseaux-sociaux-bouleversent-proces-deppheard> (consulté le 25/07/2023).

les domaines de police-justice, et également sur les réseaux sociaux – YouTube, TikTok et l'ancien Twitter en tête –, où chaque jour d'audience est présenté, analysé et commenté. Le procès se déroule comme une véritable série télévisée, une sorte de feuilleton où l'attitude, les postures et les argumentaires des deux protagonistes sont minutieusement scrutés, voire "épiés". Si la star, d'après Morin, « a deux vies : celle de ses films, et sa vie réelle » (1956 : 47), on assiste dans ce cas à un mélange total – et à certains égards pervers – des deux plans : Johnny Depp et Amber Heard sont à la fois protagonistes, victimes et comédiens ; leurs déclarations, leurs accusations réciproques sont à la fois proférées, en tant qu'actes de parole, et jouées, en tant que parties d'un scénario de film. Et si, affirme encore Morin, chez la star « la vraie substance humaine est pompée par la caméra » (1956 : 48), ici la caméra, en diffusant en direct tous les moments du procès, "pompe" le regard des internautes jusqu'au voyeurisme<sup>6</sup>, en rendant le privé public d'une manière quasi scabreuse. Sur fond de sexe, de violences, de drogues et d'alcool on passe au peigne fin tous les détails, même les plus délicats, de la vie du couple ; on assiste de la sorte à une spectacularisation fondée sur l'exhibition de l'intime, montré à tout le monde sans réserve, et que les réseaux amplifient sans aucune pudeur. Comme il s'avère, par exemple, pour l'épisode du viol que l'actrice aurait subie avec une bouteille d'alcool ou pour les troubles d'érection à la base des crises de colère de l'acteur, parties de témoignages que le Tribunal ne prendra pas en compte mais qui déclenchent des dizaines de milliers de messages, de commentaires, de "like" sur TikTok ou sur Twitter.

#### 4. Intimité et extimité

Pendant tout le procès le côté de l'intime semble ainsi s'imposer comme un critère ontologique fondamental pour "pomper" l'existence des sujets et l'opinion publique des fans, le web devenant la caisse de résonance d'un « processus par lequel des fragments du soi intime sont proposés au regard d'autrui avant d'être validés » (Tisseron 2011 : 84). Processus que Serge Tisseron définit notamment comme extimité, terme<sup>7</sup> qui ne désigne pas le contraire de l'intimité, mais qui en représente une forme à partir de laquelle on vise à valider et à consolider l'image de soi de la part d'autrui. Ce qui ne va pas sans solliciter la confrontation de différents PDV et établir des relations avec l'empathie, ou mieux, comme le précise toujours Tisseron, avec cette forme d'empathie qu'il appelle extimisant « dans la mesure où elle met en jeu le désir d'extimité » (*Ibid.* : 89), à savoir le désir d'enrichir le soi à travers la "validation" d'autres internautes. On verra alors, dans notre cas, comment les PDV des internautes, en se croisant, se mettent

<sup>6</sup> Ce n'est pas un hasard si plusieurs titres d'articles mettent l'accent justement sur cet aspect : « Procès Johnny Depp-Amber Heard : un monde de voyeurs ? » (*Le Point.fr*, 19/05/2022) ; « Affaire Johnny Depp-Amber Heard : de la politisation au voyeurisme » (*Marianne*, 01/06(2022) ; « Le procès Depp-Heard, ou la violence domestique paraissent au voyeurisme » (*Libération*, 29/04/2022), juste pour faire quelques exemples.

<sup>7</sup> Il s'agit, plus exactement, d'un mot-valise forgé par Lacan sur « extériorité » et « intimité » à l'occasion du séminaire 7, *L'éthique de la psychanalyse*. Tisseron reprend ce mot-valise et en affine la définition. Sur l'évolution de ce terme dans le cadre des réseaux sociaux numériques, voir aussi Paveau (2017 : 185-195).

au service d'une dialectique extimisante laissant émerger à la fois les positionnements des sujets en tant que prises de position pour ou contre l'un des protagonistes de l'affaire, et en tant qu'occasion pour « rendre visible une partie de soi à condition que l'autre rende visible une partie de lui » (*Ibid.* : 90), et ce même si les internautes ne sont pas toujours identifiés ou se cachent derrière de faux profils ou derrière le pseudonymat. Pendant tout le procès le web devient ainsi l'arène numérique dans laquelle une spirale de contenus, et de PDV, s'accumulent : fans de Johnny Depp, fans d'Amber Heard, militants antiféministes, militantes #metoo... En même temps, le système de recommandations sur lequel est basé l'algorithme de TikTok fait qu'il devient presque impossible de ne pas tomber sur cette affaire car la plateforme met en avant ce contenu plus que les autres. Les PDV qui en ressortent se développent, alors, au fil réticulaire d'un processus de mobilité empathique faisant écho, d'une part, aux émotions et aux sentiments des internautes par rapport aux étapes du procès, et s'articulant, d'autre part, avec les sollicitations venant du *trending topic* et de la circulation des différents hashtags associés aux deux protagonistes. Et on constate bientôt que les réseaux, la twittosphère en particulier, construisent des fils, et donc des discours, manifestant des prises de position à entendre au sens bourdieusien d'occupation de place dans un champ (Bourdieu 1980), c'est-à-dire en articulant des postures où, comme l'explique bien Rabatel, la « présentation de soi » participe à une dynamique de co-construction des PDV censée exprimer « des marquages de territoire et des rapports de force momentanés » (Rabatel 2017 : 78). Ainsi, sous le « drapeau » du hashtag<sup>8</sup>, les territoires sont vite marqués : #JusticeForJohnnyDepp, #JohnnyDeppgotJustice, #JusticeServedForJohnnyDepp, #StandWithJohnnyDepp, #JohnnyDeppVsAmberHeardTrial, #AmberHeardAnAbuser, #ilovejohnnydepp, #MenAreVictimsToo, #johnnydeppisinnocent... Très faibles, en revanche, sont les voix qui se lèvent pour Amber Heard : #StandWithAmberHeard, #ApologizeToAmberHeard, #SpeakUpforAmberHeard...

Ce florilège de hashtags dessine le périmètre d'un champ où la portée de l'indexation collective et de l'asymétrie qui en résulte au sein de la participation des publics et de leur positionnement sont évidentes : l'ensemble de tweets que ces hashtags affichent semblent, en fait, faire écho à une seule et unique voix, celle de Johnny Depp et de son innocence. L'impact du hashtag #JusticeForJohnnyDepp est emblématique à cet égard : vu 21,8 milliards de fois sur TikTok<sup>9</sup>, ce hashtag montre clairement, au-delà de la fonction de marquage, le fonctionnement pragmatique de ce segment technolangagier, capable d'agir comme un véritable mot-argument et de produire des positionnements énonciatifs de par sa capacité de (ré)orienter – voire de manipuler, et nous le verrons mieux plus loin – les contenus d'un lien<sup>10</sup>. Quelques exemples :

<sup>8</sup> Le sociologue Dominique Cardon (2019 : 243) écrit que le hashtag est « un drapeau que l'on plante dans le brouillard du web. De temps en temps, et pour des raisons contingentes, c'est ce drapeau-là plutôt qu'un autre qui attire tous les regards ». Cité par Bérengère (2022).

<sup>9</sup> Il en va de même pour les vidéos de live stream sur YouTube, qui dépassent largement les millions de visualisations, alors que 4 millions de personnes signent la pétition pour que Amber Heard soit retirée d'*Aquaman*.

<sup>10</sup> Sur le fonctionnement du hashtag voir aussi Paveau (2017 : 197-211).

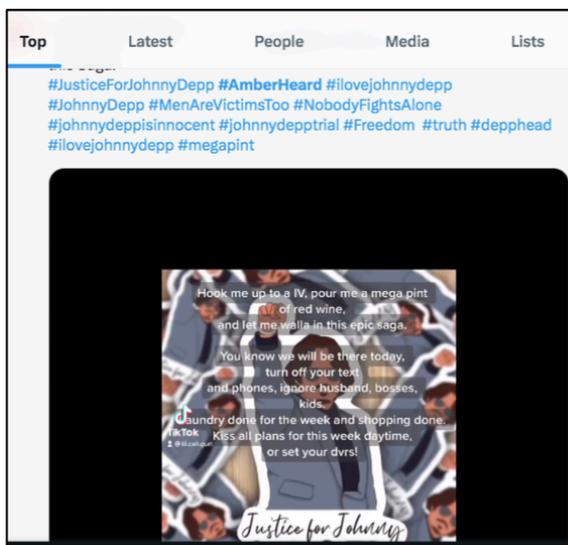


Figure 1

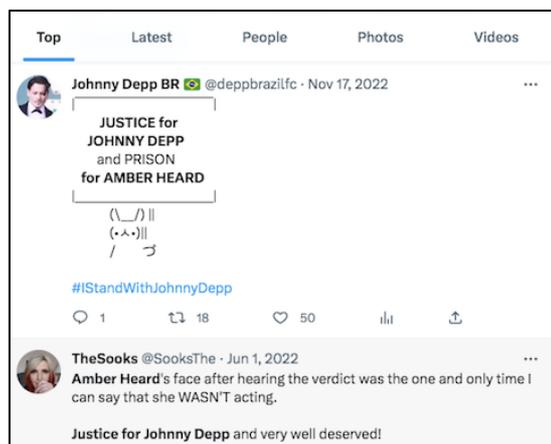


Figure 2



Figure 3

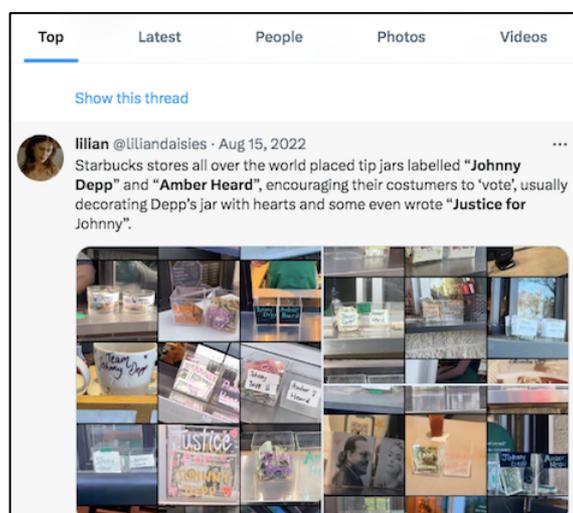


Figure 4

Les exemples que nous venons de proposer sont représentatifs d'un processus de co-construction de PDV qui envahit les réseaux au fil d'une « concordance concordante » (Rabatel 2017 : 74) constituant, d'une part, le flux débordant de « la seule forme de co-énonciation véritable » (*Ibid.*) et imposant, d'autre part, la seule forme de vérité à légitimer.

Par contrecoup, Amber Heard devient la cible de moqueries et d'attaques de haine de la part des mouvements masculinistes, soit la cible à délégitimer à travers une campagne de dénigration massive basée sur des (dés)informations fallacieuses<sup>11</sup> – *fake news* –, des messages mysogines, des extraits vidéos ou des enregistrements des disputes du couple manipulés ad hoc. En bref, l'actrice est jugée comme une femme vénale, menteuse – *#AmberHeardsLiar* –, qui n'a rien

<sup>11</sup> À ce propos, emblématique est le cas du magazine en ligne *The Daily Wire* qui avait sponsorisé un article fallacieux à propos du procès que l'acteur avait perdu contre le tabloïd *The Sun* à Londres en 2020. La justice britannique l'avait reconnu coupable de 12 des 14 chefs d'accusation de violence domestique, verdict que *The Daily Wire* renverse en affirmant que Depp avait démontré son innocence sur 12 des 14 faits de violence qui lui étaient imputés.

d'une victime ou d'une martyre, et même ses larmes ou la marque de maquillage utilisée pour cacher ses hématomes sont évoquées pour prouver ses mensonges :



Figure 5

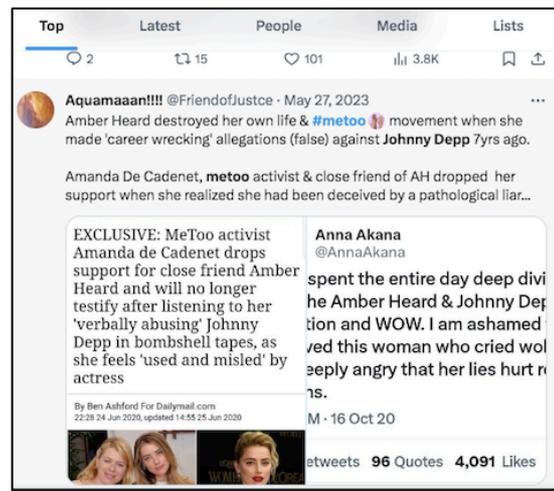


Figure 6



Figure 7

Il s'ensuit que le hashtag *#JusticeForJohnny Depp*, et tous les autres hashtags de soutien qui lui sont reliés, explosent de façon virale envahissant les réseaux. D'avril à mai plus de 6 millions de messages sont postés sur Twitter, alors que le témoignage de Depp, prononcé le 21 et le 22 avril, fait l'objet d'1,6 million de tweets selon les statistiques de Visibrain<sup>12</sup>. Mais c'est précisément à ce stade de saturation du Web que commence à circuler le hashtag

<sup>12</sup> Visibrain est une plateforme de veille des réseaux. Pour plus d'informations nous renvoyons au site : <https://www.visibrain.com/fr/plateforme/> (consulté le 15 novembre 2023).

*#AmberHeardDeservesAnApology* et que les médias et des études ciblées<sup>13</sup> commencent à parler, de façon de plus en plus insistante, de lynchage médiatique et de construction complotiste d'une "contrevérité" finement organisée par les "mascus", c'est-à-dire par le mouvement masculiniste qui, en maîtrisant parfaitement l'art du hashtag et du *trending topic* vise, à travers les milliers de tweets et de contenus pro-Depp, à la décrédibilisation d'Amber Heard. Car l'enjeu est de taille : il s'agit de s'emparer du procès et de faire taire, avec elle, toutes les femmes victimes de violence à une époque où, depuis l'affaire Weinstein, la voix des femmes, grâce au mouvement *#metoo*<sup>14</sup>, ose dire ce qui devrait rester "non-dit". Comme l'affirme de façon éloquente un twitteur, on va bien au-delà des positions "pro" et "anti" : « Ce procès est plus important que Depp, ce que je veux, c'est détruire l'idée qu'il faut croire toutes les femmes »<sup>15</sup>.

Il est alors évident que la viralité touche ici aux stratégies de manipulation de l'opinion, la mobilité empathique étant mise au service d'un principe coopératif de co-construction sur fond de destruction, ce qui implique aussi l'effacement de l'énonciateur en tant qu'instance identifiable qui correspond « à un locuteur doté d'une existence personnelle et concrète » (Rabatel 2017 : 87) car le critère de la vérité, ou mieux, de la contrevérité, s'appuie ici sur des énonciateurs "masqués", sur des profils "truqués", donc "cachés", qui renvoient à ce que Berrendonner appelle « le fantôme de la vérité »<sup>16</sup>. Et ce dans la mesure où, dans notre cas spécifique, la valeur de vérité repose, de façon tacite, sur sa dé-construction.

C'est sur ces stratégies de manipulation occulte que se penchera, le 12 février 2023, l'émission de France 5 « La Fabrique du mensonge », qui restera disponible en replay sur le site de France TV jusqu'au mois de juillet. L'émission décortique l'affaire en entrant dans les plis d'une campagne de désinformation et d'intimidation<sup>17</sup> sans précédent menée par l'univers des masculinistes qui, en mettant à profit les nouveaux outils numériques, poussent les moteurs de recherche à proposer exclusivement des contenus contre Amber Heard et, à travers elle, contre la crédibilité de toutes les femmes victimes de violence conjugale ainsi que du mouvement *#metoo* – tourné dérisoirement en *#mepoo*. Le documentaire, tout en ne modifiant pas trop aux yeux de l'opinion publique l'image d'Amber Heard comme femme fatale responsable du divorce entre Johnny Depp et Vanessa Paradis, provoque, malgré le verdict en faveur de l'acteur, une re-polarisation des opinions, des affects et, par conséquent, de la circulation des émotions<sup>18</sup>. Quelques exemples :

<sup>13</sup> Voir le lien : <https://www.tf1info.fr/culture/proces-johnny-depp-une-etude-denonce-le-harcelement-en-ligne-a-l-encontre-des-soutiens-d-amber-heard-2226929.html> (consulté le 15 novembre 2023).

<sup>14</sup> Nous renvoyons aussi, sur ce point, à l'article de Sandrine Reboul-Touré.

<sup>15</sup> Cité par O. Olivier, in « Pourquoi il faut absolument regarder "La fabrique du mensonge" sur l'affaire Johnny Depp Vs Amber Heard », *Urbania.fr*, 17 février 2023, <https://urbania.fr/article/petit-guide-pour-comprendre-la-saga-judiciaire-de-johnny-depp-et-amber-heard-2> (consulté le 24 novembre 2023).

<sup>16</sup> Cité par Rabatel (2017 : 87).

<sup>17</sup> Le documentaire pointe du doigt ces pratiques d'intimidation, dont le recours au *doxxing*, à savoir la recherche d'informations personnelles utilisées pour s'assurer le mutisme des femmes voulant solidariser avec l'actrice.

<sup>18</sup> « Si les émotions se centrent sur ce que l'on ressent et la façon dont on l'exprime, les affects permettent d'envisager comment circulent les émotions et les actions qu'elles induisent lorsqu'elles s'attachent à un individu », remarque C. Alloing dans son article sur « Les publics



Figure 8



Figure 9



Figure 10

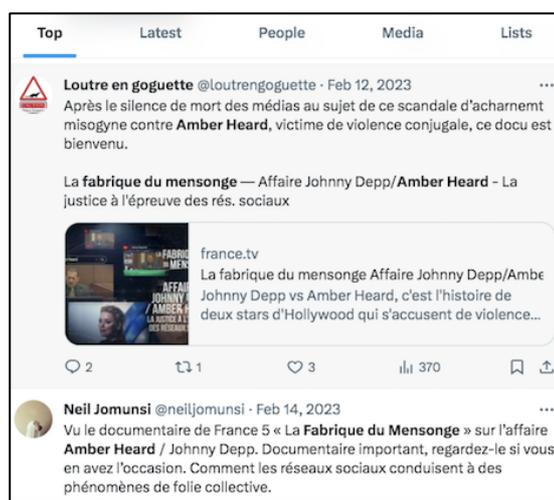


Figure 11

Ce qui est évident, dans ces exemples, c'est une différente gestion de la parole et de son rapport à la vérité. Les postures énonciatives se caractérisent en fait moins par la construction de PDV axés sur l'opposition accord / désaccord que par la volonté d'apporter un éclairage nouveau sur l'affaire en corrigeant les positions antérieures. Mais ce n'est pas tout. On peut aussi observer des aptitudes au décentrement dans la mesure où l'on change de perspective : pour la première fois on adopte le regard de l'autre, la twittosphère se met à la place de l'actrice, ce qui nourrit horizontalement<sup>19</sup>, toujours au fil d'une contagion virale, le lien d'une mobilité empathique fédérant une multiplicité de PDV qui alimentent une nouvelle prise de conscience mais aussi une aptitude de dénonciation et de prise

affectifs » (2021). Pour un approfondissement du rapport entre médias et émotions nous renvoyons aussi à : *Médias & émotions. Catégories d'analyse, problématiques, concepts*, coordonné par G. Carbou et P. Vergely (2020).

<sup>19</sup> C'est-à-dire, comme l'explique bien Rastier (2015), au niveau de la « sémiotique horizontale » de la parole et des faits observables « dans la parole » et ses agencements.

de distance radicale à l'égard de l'univers masculiniste incarné par l'acteur, son avocat<sup>20</sup> et la justice américaine.

### 5. Viralité et manipulation

Mais il faut aller plus loin, car ces déplacements des PDV et la nouvelle articulation empathique qui en découle et que le documentaire de France 5 sollicite en revenant sur l'ampleur médiatique de l'affaire, ne vont pas sans (re)mettre en mouvement l'attention – et les affects – du public des fans à propos du lynchage médiatique habilement orchestré pour discréditer les femmes du monde entier et remettre en question leur liberté de parole :

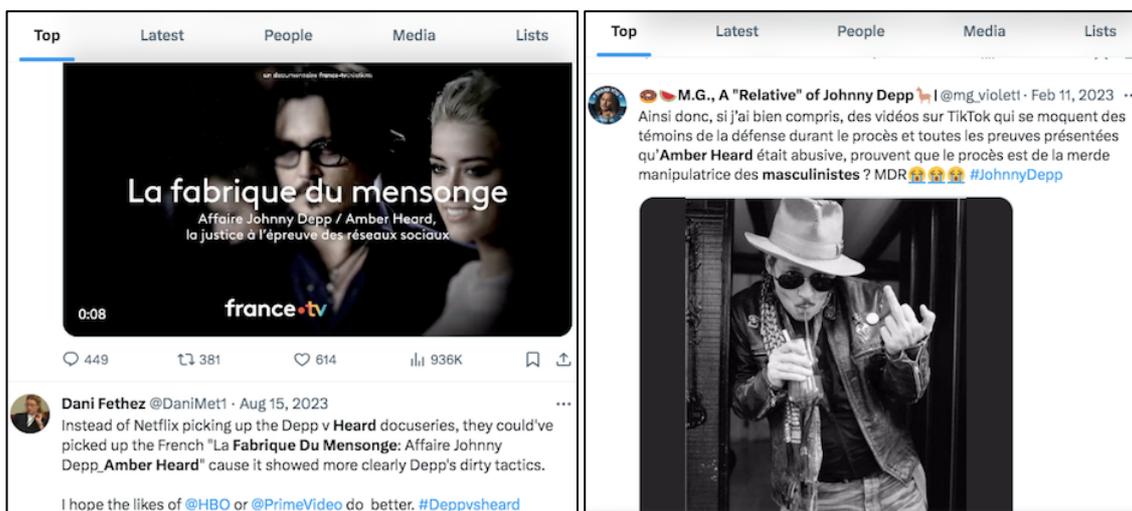


Figure 12



Figure 13

L'émission dévoile, autrement dit, la puissante force virale et manipulatrice des attaques de haine contre l'actrice ; attaques, ajoutons-nous, *ad hominem*, mais qui fonctionnent, en même temps, *ad populum*, en faisant directement appel à la foule des fans, à leurs subjectivités, à leurs imaginaires, à leurs désirs de projection-identification avec les idoles – et la magie – du cinéma<sup>21</sup>. Mais il y a plus, car, à y regarder de plus près, on pourrait aussi parler de construction d'arguments *ad ignorantium*<sup>22</sup>, la manipulation s'appuyant également, dans ce cas spécifique, sur des épisodes dont on met en discussion la véracité car il n'est pas possible de la démontrer, et ce à travers des modalités de « délectation ludique »<sup>23</sup> passant par l'ironie, la moquerie, le ricanement, la blague... Comme il s'avère pour les épisodes les plus intimes, où le rire vient balayer tout positionnement moral sur la violence évoquée par l'actrice : sur TikTok en particulier, chaque mot de l'actrice est parodié et les play-back humoristiques de

<sup>20</sup> Le documentaire révèle aussi que l'avocat de Johnny Depp aurait pris des contacts avec des youtubers pour leur communiquer des informations. Cf. aussi l'article de Z. Grandjacques, *Madame Figaro* (16 février 2023).

<sup>21</sup> Cf. aussi Morin, en particulier voir le chapitre sur « L'âme du cinéma » (1956 : 91-120).

<sup>22</sup> Nous renvoyons à Amossy (2012 : 173).

<sup>23</sup> Nous empruntons l'expression à M. Rinn et renvoyons à son intéressante étude sur les discours négationnistes (2008 : 190-203).

ses témoignages se multiplient. Or, quand, en voulant prouver l'alcoolisme de Johnny Depp, l'actrice évoque la « megapint of red wine » que l'acteur se servait dès le matin : l'expression est immédiatement reprise comme une blague, détournée comme un produit de consommation ou comme produit de loisir.



Figure 14

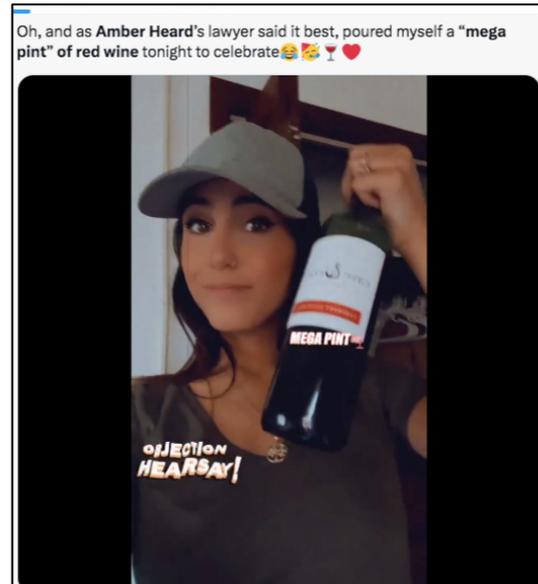


Figure 15

Ce qui contribue à créer, tout au long du procès, un brouillage référentiel qui consiste à diffamer la parole de l'actrice et à déstabiliser, par un flot d'informations tronquées et de fausses nouvelles déversées sur le web, toutes les références aux épisodes de violence subis. Si manipuler, comme l'écrit alors P. Breton, « consiste à paralyser le jugement »<sup>24</sup>, la manipulation habilement jouée contre Amber Heard par les masculinistes se caractérise par une polyphonie désinformationnelle négationniste, qui paralyse la vérité en faisant des technologies numériques les dispositifs d'une fabrique virale d'intoxication des opinions et des PDV associés.

## 6. Conclusions

Forme de concentration temporelle de l'attention sur certains contenus, la métaphore de la viralité nous permet en même temps de questionner le mécanisme de circulation desdits contenus sur les réseaux en termes de contagiosité, c'est-à-dire selon des principes de propagation et de confrontation de la parole, des discours et des postures énonciatives. « La viralité – écrit Morelli – gagne en effet à être analysée en profondeur afin de comprendre les dispositifs communicationnels qui l'animent » (2017 : 5). Or, dans notre analyse, si nous avons d'une part voulu démontrer comment l'aptitude des réseaux à influencer la diffusion des contenus concernant le procès Johnny Depp / Amber Heard a trouvé dans la dimension émotionnelle des "affects" son moteur principal,

<sup>24</sup> Cité par Amossy (2012 : 245).

d'autre part nous avons également voulu faire émerger les représentations nées de l'instrumentalisation de cette dimension, autrement dit les stratégies de manipulation mises en acte afin d'orienter le positionnement du public – "affectif" – des fans-internautes. Et il nous a semblé pertinent de convoquer, tout au long de notre analyse, les outils de l'anthropologie, en particulier les réflexions d'Edgar Morin sur « l'homme imaginaire » (1956) et ces « créatures de rêve » (1972 : 7) que sont les stars. Car le ressentir des fans, la mobilité empathique favorisant les aptitudes au décentrement et aux déplacements des PDV, la dialectique extimisante appelant le soi à se mettre à la place des autres, tout cela ne va pas sans établir, en profondeur, une étroite relation avec ces processus de transferts que Morin décrit à la base des phénomènes psychologiques de projection-identification du royaume de l'imaginaire, c'est-à-dire de l'univers du cinéma – et du rêve. Ces transferts, explique encore Morin, « polarisent les participations affectives » (1956 : 95), en mobilisant la subjectivité des spectateurs : « la participation du spectateur, ne pouvant s'exprimer en acte, devient intérieure, ressentie » (1956 : 101). Et c'est exactement ce qui se produit dans notre cas : les réseaux deviennent le lieu – pour le dire encore avec Morin – d'« une participation affective intense », le terrain d'une affiliation diffuse où, au fil d'une logique virale, « de véritables transferts s'opèrent entre l'âme du spectateur et le spectacle de l'écran » (*Ibid.*), à savoir entre l'âme des fans/internautes et le « grand spectacle »<sup>25</sup> repris, et retransmis, en plein écran dans les réseaux sociaux et le cirque médiatique du monde entier.

## BIBLIOGRAPHIE

- Alloing, Camille (2021) « Publics affectifs », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, <https://publictionnaire.humanum.fr/notice/publics-affectifs/> (consulté le 24 novembre 2023).
- Amossy, Ruth (2012) *L'Argumentation dans le discours*, Paris : Armand Colin.
- Bérengère, Stassin (2022) « Hashtag », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, <https://publictionnaire.humanum.fr/notice/hashtag/> (consulté le 24 novembre 2023).
- Bourdaa, Mélanie (2015) « Les fan studies en question : perspectives et enjeux », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* 7, <https://journals.openedition.org/rfsic/1644> (consulté le 24 novembre 2023).
- Bourdieu, Pierre (1980) *Questions de sociologie*, Paris : Minuit.
- Breton, Philippe (2000) *Le culte de l'Internet*, Paris : La Découverte.
- Carbou, Guillaume, Pascale Vergely (2020) *Médias & émotions. Catégories d'analyse, problématiques, concepts*, Roma : Roma TrE-Press.
- Cardon, Dominique (2019) *Culture numérique*, Paris : Presses de Sciences Po.
- Ferrari, Pauline (2023) « Entre voyeurisme et misogynie, les réseaux sociaux s'emparent du procès Depp-Heard », *20 minutes*, 5/05/2023,

<sup>25</sup> Comme l'annonce le titre de *Paris Match* (08/05/2022) : « Johnny Depp et Amber Heard : un procès entre grand spectacle et détails sordides ».

- <https://www.20minutes.fr/arts-stars/people/3283159-20220505-audiences-direct-contre-enquetes-campagne-pro-depp-reseaux-sociaux-bouleversent-proces-deppheard> (consulté le 24 novembre 2023).
- Grandjacques, Zoé (2023) « Et si le monde s'était trompé sur Amber Heard ? », *Madame Figaro*, 16/02/2023.
- Heath, Chip, Chris Bell, Emily Sternberg (2001) « Emotional Selection in Memes: The Case of Urban Legends », *Journal of Personality and Social Psychology* 81(6) : 1028-1041.
- Jenkins, Henri (2008) « La filk et la construction sociale de la communauté de fans de science-fiction », in Hervé Glévarec, Éric Macé, Éric Maigret (éds.), *Cultural Studies. Anthologie*, Paris : Armand Colin / INA, 212-222.
- Jenkins, Henri, Sam Ford, Joshua Green (2013) *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York : New York University Press.
- Moirand, Sophie (2002) *Les discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*, Paris : PUF.
- Morelli, Pierre (2017) « L'image au défi de sa propagation virale », *Madarat* 29-30 : 7-32.
- Morin, Edgar (1956) *Le Cinéma ou l'homme imaginaire. Essai d'anthropologie*, Paris : Les éditions de Minuit.
- (1972) *Les stars*, Paris : Éditions du Seuil.
- Olivier, Oriane (2023) « Pourquoi il faut absolument regarder "La fabrique du mensonge" sur l'affaire ».
- Johnny Depp Vs Amber Heard », *Urbania.fr*, 17 février 2023, <https://urbania.fr/article/petit-guide-pour-comprendre-la-saga-judiciaire-de-johnny-depp-et-amber-heard-2>.
- Paveau, Marie-Anne (2017) *L'Analyse du discours numérique. Dictionnaire des formes et des pratiques*, Paris : Hermann.
- Rabatel, Alain (2017) *Pour une lecture linguistique des médias. Empathie, éthique, point(s) de vue*, Limoges : Lambert-Lucas.
- (2021) « Co-construire des vérités, à l'aune de l'empathie, de la confrontation des points de vue, pour rendre compte de la complexité et faire société », *Nouveaux cahiers de Marge* 3, <https://publications-prairial.fr/marge/index.php?id=351>.
- Rastier, François (2015) *Saussure au futur*, Paris : Les Belles Lettres.
- Rayport, Jeffrey (1996) « The virus of marketing », *Fast Company*, <http://www.fastcompany.com/magazine/06/virus.html>.
- Rinn, Michael (2008) « Critique des réfutations négationnistes » in Michael Rinn (éd.), *Émotions et discours*, Rennes : Presses Universitaires de Rennes, 189-204.
- Roux, Ugo (2021) « Viralité : la métaphore virale et ses limites », *Terminal* 129, <https://doi.org/10.4000/terminal.7299>.
- Schafer, Valérie, Fred Pailler (2022), « Viralité », *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, <https://publictionnaire.humanum.fr/notice/viralite/>.
- Tisseron, Serge (2011) « Intimité et extimité », *Communications* 88 : 83-91.