

Université de Montréal

**Participer à la *cancel culture* :
une analyse exploratoire de la culture de l'annulation en ligne**

Par
Stéphanie Julien

Département de communication
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de
Maîtrise ès Sciences (M. Sc.)
en sciences de la communication

Juillet 2023

© Stéphanie Julien, 2023

Université de Montréal

Département de Communication

Faculté des Arts et des Sciences

Ce mémoire intitulé :

**Participer à la *cancel culture* :
une analyse sociale de la culture de l'annulation en ligne**

Présenté par

Stéphanie Julien

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes

Thierry Bardini

Directeur de recherche

Line Grenier

Présidente-rapporteure

David Grondin

Membre du jury

Mots-clefs : culture de l'annulation, annuler, participants, motivation, valeurs, indignation, foule, Twitter, conscience collective, relations parasociales, bandwagoning

Résumé :

La *cancel culture* (culture de l'annulation) est depuis quelques années une pratique en ligne populaire, mais controversée. Souvent par milliers, les utilisateurs de réseaux sociaux se rassemblent pour dénoncer publiquement et tenter de minimiser la présence en ligne d'une personnalité publique ou d'une entreprise qu'ils jugent problématique, leur fureur atteignant parfois des sommets impressionnants. Considérant l'impact de cette pratique, nous nous sommes interrogées sur la manière dont elle est perçue et vécue par les personnes qui y participent. Cette étude exploratoire définit d'abord la culture de l'annulation à travers diverses modalités numériques et sociohistoriques, puis analyse les réponses de 19 individus ayant participé à des annulations en ligne. Ces étapes ont permis de découvrir pourquoi les gens décident « d'annuler » et d'explorer les expressions de leurs participations. Finalement, c'est surtout le désir de défendre leurs propres valeurs et les communautés marginalisées qui sont ressorties comme les principales motivations de leurs annulations.

Key words: cancel culture, canceling, participants, motivation, values, indignation, crowd, Twitter, collective consciousness, parasocial relations, bandwagoning

Abstract:

Cancel culture has been a popular, but controversial online practice for the past few years. Often by thousands, social media users gather to publicly denounce and attempt to minimise the online presence of a public figure or company they deem problematic, their fury sometimes attaining impressive heights. Considering the impact of this practice, it is worth asking how it is perceived and experienced by the people concerned. This exploratory study first defines cancel culture through diverse digital and sociohistorical modalities, and then analyses the responses of 19 subjects who have participated in online cancellations. These steps served to discover exactly why people canceled and to explore the expressions of their participations. In the end, it was mostly the desire to stand up for their own values and for marginalized communities that stood out as their main motivators for canceling.

Table des matières

Résumé	3
Abstract	4
Liste des figures	7
Liste des tableaux.....	8
Remerciements.....	11
Introduction	12
Chapitre 1 : Problématique et théorie.....	15
1.1 Étymologie de la cancel culture.....	17
1.2 L'anatomie d'une annulation	19
1.3 Amorce de revue de la littérature	24
1.3.1 Le contexte parasocial de la culture de l'annulation	27
1.3.2 La viralité numérique, ou le nombre d'annulations	30
1.3.3 Une question de moralité ?	37
1.3.4 Retour sur le nombre : la foule 2.0, <i>mobbing</i> ou <i>bandwagon</i> ?	42
1.3.5 De l'activisme en ligne, malgré tout ?.....	47
Chapitre 2 : Méthodologie	52
2.1 À qui parlions-nous ?	52
2.2 Que voulions-nous savoir ?	53
2.3 Que pensions-nous trouver ?	56
2.4 Comment avons-nous procédé ?	58
2.4.1 Les questions fermées	59
2.4.2 Les questions ouvertes	65
Chapitre 3 : Analyse et discussion.....	75
3.1 Continuation de l'analyse typologique des questions fermées.....	75
3.1.1 Niveau d'information.....	76
3.1.2 Niveau de participation	78
3.1.3 Investissement émotionnel	80

3.2	La construction des types	81
3.3	Les différentes manières d'annuler	88
3.3.1	Sentiment d'appartenance	88
3.3.2	Confirmation	90
3.4	Analyse des questions ouvertes	94
3.5	Les termes les plus utilisés.....	99
3.6	La culture affirmative et la comparaison des réponses multichotomiques et ouvertes	107
3.7	Discussion.....	115
3.7.1	Les gens annulent : pour eux-mêmes.....	119
3.7.2	Les gens annulent : pour les autres	120
3.7.3	Les gens annulent : peut-être aussi « juste parce que »	121
3.7.4	Les personnes qui annulent croient-elles que l'annulation fonctionne ?	122
Conclusion		124
Bibliographie.....		127
Annexes		139

Liste des figures

Figure 1 : Capture d'écran d'un mémo personnel rédigé en 2019

Figure 2 : Exemple des données brutes du sondage français

Figure 3 : Exemple d'une question à choix de réponses

Figure 4 : Grille des questions multichotomiques

Figure 5 : Grille des questions ouvertes

Figure 6 : Trois variables de participation

Liste des tableaux

Tableau 1 : Grille des sujets

Tableau 2 : Grille de la question 11

Tableau 3 : Tableau des individus ayant été annulés

Tableau 4 : Tableau des raisons des annulations

Tableau 5 : Termes répétés parmi les sujets

Tableau 6 : Termes répétés dans les réponses à la question 25

Tableau 7 : Termes répétés dans les réponses à la question 32

Tableau 8 : Termes répétés dans les réponses à la question 34

Tableau 9 : Rassemblement des sujets dans des grilles selon leur niveau d'information (1)

Tableau 10 : Rassemblement des sujets dans des grilles selon leur niveau d'information (2)

Tableau 11 : Les sujets selon leur niveau d'information à la question 11

Tableau 12 : Les sujets selon leur niveau d'information à la question 14

Tableau 13 : Tableau final des sujets selon leur niveau d'information

Tableau 14 : Tableau final des sujets selon leur niveau d'activité

Tableau 15 : Tableau final des sujets selon leur niveau d'investissement émotionnel

Tableau 16 : Tableau de comparaison entre leur niveau d'information et leur niveau de participation

Tableau 17 : Tableau de comparaison entre leur niveau d'information et leur investissement émotionnel

Tableau 18 : Tableau de comparaison entre leur niveau de participation et leur investissement émotionnel

Tableau 19 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 1

Tableau 20 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 2

Tableau 21 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 3

Tableau 22 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 4

Tableau 23 : Tableau des sujets basé sur leurs niveaux d'investissement aux annulations auxquelles ils ont participé

Tableau 24 : Tableau des sujets basé sur le nombre d'annulations auxquelles ils ont participé

Tableau 25 : Tableau final du niveau d'investissement comparé au nombre d'annulations

Tableau 26 : Tableau final des sujets par leur sentiment d'appartenance

Tableau 27 : Tableau final des sujets par leur intention de participer à nouveau

Tableau 28 : Tableau de comparaison entre le sentiment d'appartenance et le niveau d'implication

Tableau 29 : Tableau de comparaison entre la confirmation et le niveau d'implication

Tableau 30 : Réponses reçues à la question 32

Tableau 31 : Tableau des sujets qui ont utilisé le mot « support » ou le terme « ne pas encourager » à la question dix

Tableau 32 : Tableau des sujets qui parlent des actions des individus annulés à la question dix

Tableau 33 : Tableau des sujets qui parlent de leurs valeurs à la question dix

Tableau 34 : Tableau des sujets qui parlent des autres aux questions cinq et dix

Tableau 35 : Réponse reçue à la question 24

Tableau 36 : Réponses reçues à la question 25

Tableau 37 : Tableau du type de participation par sujet 1

Tableau 38 : Tableau du type de participation par sujet 2

Tableau 39 : Tableau final du type de la participation comparé au nombre d'annulations

Tableau 40 : Tableau final du type de la participation comparé au niveau d'investissement

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon directeur de recherche Thierry de m'avoir accompagnée dans ce voyage. Tu as été un guide à travers les confusions et les paniques. Merci pour ton calme et pour ta confiance, même dans les moments où le doute m'écrasait.

Je tiens également à remercier mes proches et mes amis, particulièrement Aldanie, Arthur, Laurie et Philippe, qui m'ont suivie dans cette aventure depuis les tout débuts. Merci pour vos encouragements, votre aide et pour votre compréhension, ceux avec qui je discutais de ce rêve il y a quelques années de cela et ceux qui m'ont accompagnée alors que je le réalisais.

Et finalement, à mon petit bandit Roscoe et à ma mère, Marie Nicole, qui me supporte dans tous mes projets depuis mon premier jour. Il y a dix ans, on n'avait rien de tout ceci. Nou resi rive.

Introduction

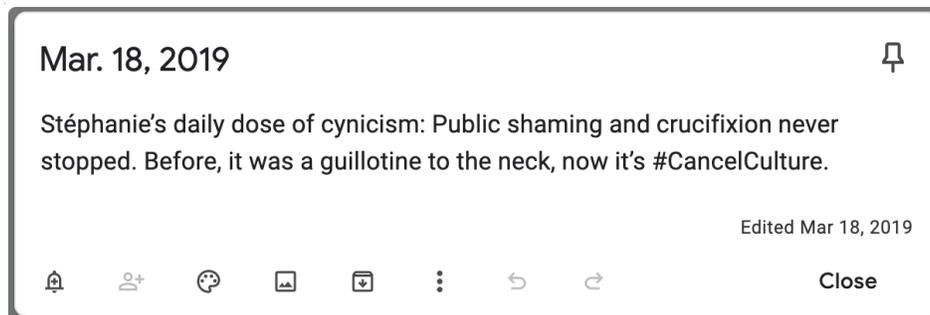


Figure 1 : Capture d'écran d'un mémo personnel rédigé en 2019

Ma relation avec la culture de l'annulation, communément appelée la *cancel culture*, dure depuis des années. Alors que je m'installais dans l'année 2019, les activités en ligne se développaient à leur rythme anormalement rapide, mais habituel. Chaque jour, il semblait y avoir une nouvelle tendance, une nouvelle attitude, un nouveau terme. Parmi les plus populaires de ces années se retrouvait celui de « *cancel* » qui faisait déjà à ce moment-là partie du vocabulaire courant, au-delà du monde du web.

En 2019, je comprenais la *cancel culture* à partir de ce que j'avais observé sur les réseaux sociaux, et en particulier sur le site Twitter, durant les deux années précédentes. J'avais souvent l'impression qu'il s'agissait d'humilier et de boycotter une entreprise ou une personne ayant commis des gestes jugés inacceptables en ligne et ces annulations semblaient présenter toutes les caractéristiques d'un spectacle. J'observais les foules numériques se rassembler, la chute des individus attaqués, la poussière retomber et les utilisateurs reprendre le cours de leur vie, presque comme si rien ne s'était passé. De plus en plus familière avec le terme, je comparais ainsi la culture de l'annulation à une forme de divertissement éphémère.

Cette pratique populaire est souvent effectuée à coups de textes de réflexion, de mèmes et de *tweets* massivement partagés par les utilisateurs des réseaux sociaux à une

vitesse que je ne peux pas vraiment comprendre. Mes sentiments sur la *cancel culture* ont souvent alors fluctué : j'étais parfois amusée, d'autres fois j'approuvais silencieusement l'annulation d'une personne que je jugeais moi-même problématique, mais la plupart du temps, j'étais étonnée et préoccupée par l'énormité de ces événements. Après tout, j'avais vu des célébrités perdre leurs tribunes les unes après les autres (Romano, 2019), et vu le mot-clic #PersonIsCanceled se répandre à une vitesse impressionnante sur le web. Bref, lorsque j'écrivais ce mémo en mars 2019, ma compréhension de la *cancel culture* était alors là beaucoup plus négative que neutre.

Quelques semaines après la création du mémo publié ci-dessous, j'ai assisté en direct à l'annulation du Youtubeur James Charles que certains qualifient comme l'un des moments les plus célèbres de l'histoire du site YouTube (JayLaw, 2020). Le 10 mai 2019, la Youtubeuse Tati Westbrook a publié une vidéo intitulée « Bye Sister » dans laquelle elle abordait les comportements abjects de Charles à son égard et à celui d'autres individus (Matheson et Sedgwick, 2021). C'est ainsi qu'a commencé une annulation de neuf jours à travers laquelle Charles a tout vu s'effondrer, de son nombre d'abonnés sur toutes ses plateformes sociales à de multiples opportunités professionnelles (2021). J'ai vu des milliers d'internautes se moquer de Charles, ainsi que les mêmes qu'ils ont utilisés à cet effet à l'instant où ils ont été publiés. J'ai lu les témoignages d'influenceurs qui se sont joints à la conversation et suivi les mots-clics #JamesCharlesIsOver et #JamesCharlesIsCanceled à mesure qu'ils gagnaient en popularité. J'ai également assisté à la chute du nombre d'abonnés de Charles sur YouTube à travers le site d'analyse des réseaux sociaux Social Blade. En quelques jours seulement, Charles est passé de 16 à 13 millions d'abonnés, faisant de lui l'individu ayant perdu le plus d'abonnés dans l'histoire de la plateforme. (Lunning, 2019) J'ai fait des captures d'écran, appelé mes amis, et suis restée captivée pendant des jours par cet « accident de train au ralenti. » Mais surtout, je me suis demandé pourquoi. Qu'est-ce qui pouvait pousser une horde d'inconnus à passer plus d'une semaine à publiquement dénigrer quelqu'un ? Et pire encore, pourquoi avais-je l'impression qu'il s'agissait d'un passe-temps ou d'un divertissement amusant pour eux ? C'est ainsi que j'ai construit ma première opinion de cette pratique qui était dans toutes les conversations : la *cancel culture* était un moyen toxique de chercher la responsabilisation d'un individu, ce qui rendait, par conséquent, sa popularité et sa viralité incompréhensibles pour moi.

Cependant, le jugement s'accompagne parfois (et heureusement) de curiosité. En effet, la célèbre citation « Soyez curieux, ne portez pas de jugement » incite à se questionner sur les choses qui nous déroutent (Evon, 2021), ce à quoi j'ai adhéré, car mon manque de compréhension a suscité en moi un désir d'en savoir plus. Ce mémoire retrace mon voyage vers une compréhension plus complète et objective de la culture de l'annulation. En premier lieu, je vais problématiser le phénomène lui-même en trouvant les concepts et les théories adéquats pour sa description exploratoire. Je vais ensuite analyser un cas d'annulation, en me plaçant du point de vue d'une chercheuse et non d'une spectatrice comme je l'avais fait pour le cas Westbrook-Charles. Enfin, je vais m'adresser aux personnes concernées et interrogerai les « cancelleurs » sur leur expérience dans la culture de l'annulation au moyen de sondages en ligne. Pour ce faire, j'ai créé une enquête écrite diffusée sur mes réseaux sociaux. J'ai employé des questions ouvertes et des questions fermées, de manière à faire ressortir et de tester des rapprochements entre certaines variables qui rendent compte de leurs réponses. En fin de compte, j'ai pu réunir tous ces éléments afin de trouver une réponse à ma question et ainsi clore cette conversation de quatre ans, entamée par la Stéphanie cynique de 2019.

Chapitre 1

Problématique et théorie

Dans un contexte académique, la culture de l'annulation est définie comme « le retrait du soutien aux personnes qui ont agi d'une manière jugée inacceptable ou problématique en rapport avec les réseaux sociaux, les téléspectateurs ou l'achat de produits ou de services. » (Ng, 2020, p. 623, traduction libre) Il ne s'agit également pas simplement de se dissocier personnellement, mais bien d'exprimer publiquement, souvent haut et fort, cette distance. Ces dénonciations ont souvent d'importantes répercussions sur les individus qui les subissent. Comme l'a démontré le cas de Charles mentionné précédemment, ceci peut se traduire par la perte d'emplois, d'abonnés sur les réseaux sociaux, ou encore de revenus dans le cas des personnalités publiques et des marques qui voient certains de leurs produits perdre en popularité à la suite de leurs scandales. (Velasco, 2020) Nous pouvons prendre l'exemple de J.K. Rowling, mentionné ci-dessous, pour illustrer ce point.

En juin 2020, l'auteure de la série fantastique Harry Potter a été annulée à la suite de la publication de *tweets* jugés transphobes. (Velasco, 2020) Des milliers d'utilisateurs de réseaux sociaux, incluant des adeptes de Rowling et des membres de la communauté LGBTQIA+, se sont rassemblés sur des sites tels que Twitter et Instagram pour dénoncer les propos de l'auteure britannique qu'ils et elles considéraient répréhensibles. Pour donner suite à cette indignation, les sites de fans dédiés à l'univers du jeune sorcier, tels que *Mugglenet* et *The Leaky Cauldron*, ont coupé les liens avec l'auteure (Khaliq, 2020) et Rowling a complètement été effacée de tous les événements suivants concernant Harry Potter (Suliman, 2021). Elle n'est d'ailleurs pas la seule célébrité à avoir été brusquement coupée des activités professionnelles auxquelles elle était associée. On peut dire la même

chose de l'actrice américaine Whoopi Goldberg qui a été suspendue de l'émission-débat *The View* à la suite de remarques à propos de l'holocauste en février 2022 (Darcy, 2022). Il s'agit ainsi de deux situations où, à l'instar de Charles, les annulations en ligne ont engendré des conséquences dans la vie des individus annulés, bien que ce ne soit pas toujours le cas (Asmelash, 2019). La plupart des annulations peuvent être perçues comme étant tumultueuses, indépendamment des répercussions qu'elles peuvent avoir sur les gens qui les subissent. En effet, cette pratique peut inclure l'utilisation d'un langage et d'un comportement abusifs, exprimant la fureur et le mécontentement de milliers et parfois même de millions d'individus. À la suite de sa dénonciation, Rowling a été harcelée, a reçu des menaces de mort, et certains internautes sont même allés jusqu'à divulguer son adresse personnelle en ligne afin d'inciter d'autres à la harceler directement chez elle. (Stolworthy, 2021) Dans une perspective différente, les contrecoups de cette pratique peuvent aussi occasionner une rétroaction de la part des personnalités publiques et des entreprises annulées. Ce fut le cas pour les compagnies Dove et Prada, qui ont été forcées de s'excuser à la suite de spéculations sur le présumé caractère raciste de certains de leurs produits et publicités (Astor, 2017) (Lang, 2018). Considérant l'impact de cette pratique, il convient de s'interroger sur la manière dont elle est perçue et vécue par les personnes concernées.

La notion de la culture d'annulation présuppose le rôle important que jouent les utilisateurs des réseaux sociaux autant dans la popularité que dans la dénonciation des célébrités ou des marques de commerce. En effet, l'annulation est vécue non seulement par les individus qui sont annulés, mais également par ceux qui annulent. Si le nombre d'analyses portant sur la culture de l'annulation a augmenté considérablement au cours des cinq dernières années, les recherches se concentrant particulièrement sur l'expérience des individus qui y participent (ou « cancelleur », en employant un anglicisme déjà bien répandu) restent cependant assez rares, pour ne pas dire limitées. Cette étude exploratoire se penchera alors sur ces internautes et nous chercherons à répondre à la question de recherche suivante : quelles sont les conditions de possibilité sociales et technologiques de la culture de l'annulation et comment est-elle vécue par ces participants ? (Note explicative: l'utilisation du genre masculin a été adoptée afin de faciliter la lecture et n'a aucune intention discriminatoire.) En d'autres termes, nous

tenterons de définir la culture de l'annulation et surtout, de trouver ce qui motive les gens à y participer.

1.1 Étymologie de la cancel culture

Afin de bien comprendre la culture de l'annulation, il est important de déterminer ce que le terme signifie initialement et ainsi, ce qu'il implique. Jusqu'ici, le terme annulation se rapportait principalement à des choses inanimées, généralement des engagements. On annule un rendez-vous, ou encore un service quelconque ; à la base, annuler signifiait de rendre caduc quelque chose qui ne nous intéressait plus ou que l'on avait plus l'intention de faire. (Larousse, 2023) Le mot anglais *cancel* est défini par Merriam-Webster comme étant de « détruire la force, l'efficacité ou la validité de [quelqu'un ou quelque chose]. » (Merriam-Webster, 2021, traduction libre) La mention du « quelqu'un » dans cette définition est significative, car avant l'arrivée en assaut de la *cancel culture* sur le web, on ne pouvait pas réellement concevoir la possibilité « d'annuler » une personne. Comment pouvons-nous « annuler » des individus, au même titre d'annuler une activité à laquelle on ne veut plus participer ? Comment rendons-nous une personne... nulle ? Dans son livre *Annulé(e) : Réflexions sur la cancel culture*, la journaliste Judith Lussier confirme qu'on « peut [désormais] annuler des personnes », démontrant ainsi le changement qu'a subi le mot à la suite de la popularisation de la pratique (Lussier, 2021, p.11). Elle décrit cette action comme de « cesser de soutenir [une célébrité ou une personnalité connue] » et affirme : « les raisons de l'annulation peuvent varier, mais elles sont généralement liées au fait que la personne en question ait exprimé une opinion controversée, de sorte que continuer à soutenir le travail de cette personne laisse un goût amer. » (p. 11) Il semble que ce qu'on annule, finalement, c'est la présence de cette personne dans notre quotidien, comme on annulerait un abonnement de services de vidéos à la demande. L'individu, comme le divertissement ne nous intéresse plus, alors on s'en débarrasse.

Le mot «culture » est lui-même un peu moins difficile à définir sommairement, même s'il a fait l'objet de nombreuses théorisations depuis les origines des sciences sociales. Le dictionnaire Oxford définit ce terme comme « les arts et autres manifestations de l'accomplissement intellectuel humain considérés collectivement. » (Oxford

Languages, 2022, traduction libre) Le sociologue Guy Rocher le définit pour sa part comme suit :

Un ensemble lié de manières de penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées qui, étant apprises et partagées par une pluralité de personnes, servent, d'une manière à la fois objective et symbolique, à constituer ces personnes en une collectivité particulière et distincte. (Rocher, 1995, p.15)

À la lumière de cette définition sommaire, le terme « culture » désignera donc pour nous essentiellement un ensemble d'attitudes communes, comme illustré par celles des foules de censeurs qui agissent souvent comme une seule unité contre un « ennemi » désigné. L'adjonction de cette définition à celle du terme « annuler » présentée ci-dessus nous amène ainsi à comprendre la culture de l'annulation comme les manifestations d'une perte d'intérêt commune résultant d'une indignation partagée. Certains considèrent même que les participants à la culture de l'annulation se réunissent sur des plateformes de réseaux sociaux pour y pratiquer une forme de vigilantisme numérique (Mueller, 2021). Ils se démarquent des autres internautes par leur langage commun, utilisant souvent les mêmes termes, republiant le contenu des uns et des autres, et ont généralement le même objectif : celui d'annuler. Ainsi, à travers cette pratique de *cancel*, ils arrivent à créer une culture numérique particulière.

Comme le suggère la définition du Merriam-Webster présenté plus haut, la notion de la destruction est également une partie intégrante de cette pratique puisqu'il ne s'agit pas de simplement dénoncer et confronter les individus ayant commis des gestes jugés abjects, mais plutôt de tenter de les bannir complètement de la sphère publique numérique. Il est même parfois question de *blacklisting*, soit de leur faire comprendre qu'ils (ou que tout ce qui vient d'eux) sont indésirables sur les sites sociaux publics. (Clark, 2020) Un article du *New York Times Magazine* explorant cette culture populaire affirme :

Dire « *cancel culture* », c'est déjà exprimer un point de vue, implicitement négatif. [...] Ceux qui adoptent l'idée de l'annulation cherchent plus que des excuses et des rétractations patentes, bien qu'il ne soit pas toujours clair si l'objectif est de réparer un tort spécifique et de redresser un déséquilibre de pouvoir plus large - de se venger comme moyen de rendre une certaine justice, même imparfaite ; de dénoncer les « mécanismes existants » qui ne nous servent pas si bien que ça, de condamner un système indigne de confiance et de plaider en faveur d'un système

plus juste, ou simplement de ressentir le plaisir d'humilier un étranger devant une foule en délire. (Mishan, 2020, traduction libre)

Il semble alors que d'autres partagent nos premières impressions peu favorables à l'égard de cette pratique. L'utilisation du mot *cancel*, qui peut lui-même être considéré comme un terme péjoratif, n'a pas aidé à créer une compréhension neutre du terme. Il n'est d'ailleurs pas étonnant, vu les formes d'expression souvent houleuses de cette culture, qu'il ait été préféré à son synonyme *callout* culture qui lui suggère une approche plus indulgente envers les erreurs des autres. (Clark, 2020) Cette première compréhension du terme nous amène alors toujours vers une interprétation plus négative que neutre, mais il sera intéressant de voir où la poursuite de notre exploration nous mènera ensuite.

1.2 L'anatomie d'une annulation

La section qui suit servira à préciser le type d'annulation auquel nous nous intéressons pour cette recherche exploratoire. Ce mémoire se concentre sur l'annulation d'individus par d'autres individus, sur la base de propos et d'actions jugés problématiques par ces derniers. Ainsi, nous analyserons la *cancel culture* comme un ensemble d'attitudes propres aux annulateurs et à leurs motivations individuelles, et non comme un mode d'action en ligne, souvent qualifié d'activisme en ligne, dans le cadre d'un mouvement social tel que *Black Lives Matter* ou *#MeToo*. Même si certains cas d'annulation peuvent être liés à un de ces mouvements, nous ne nous intéressons ici qu'aux perspectives et expériences propres des annulateurs individuels, ainsi qu'à leur manière de « faire nombre » sans les rattacher à un quelconque mouvement préexistant qui leur fournirait une appartenance ou une identité préalable. Bien qu'il n'y ait pas de pénurie de cas sans liens avec un mouvement social particulier dont on puisse s'inspirer, nous nous concentrerons sur celui de J.K. Rowling, de manière à fournir un modèle qui nous permettra de développer nos questions.

Le 6 juin 2020, l'auteure britannique a utilisé la plateforme Twitter pour faire part de sa réaction à l'égard d'un article traitant des « personnes qui ont leurs règles », en reprochant à l'auteur de ne pas avoir utilisé le mot « femmes » afin de désigner ce groupe.

Dans une série de *tweets* qui ont suivi, Rowling a développé ses propos face à la question de l'identité de genre. Elle y a écrit, entre autres, qu' « effacer le concept de sexe prive de nombreuses personnes de la possibilité de discuter de leur vie de manière significative. » (Rowling, 2020, traduction libre)

Ces propos ont été interprétés comme étant hautement offensants pour la communauté transgenre et ont entraîné son annulation. J.K. Rowling était alors un nom que la plupart reconnaissent. En effet, elle détient le titre de la toute première « auteure milliardaire » de l'histoire, un exploit que peu d'autres après elle ont pu réaliser (Watson et Kellner, 2004). Plus reconnaissable encore est le nom d'Harry Potter, le personnage principal de la série de livres emblématiques qui a permis à Rowling d'obtenir ce titre. Grâce à sept livres vendus à plus de 500 millions d'exemplaires (Eyre, 2018) et à l'univers fantastique que ceux-ci ont créé, Rowling a réussi à faire de son héros un emblème de la culture populaire. La particularité du monde d'Harry Potter est qu'il aborde non seulement une multitude de thèmes importants tels que les traumatismes intergénérationnels et la discrimination, mais il met également en évidence des valeurs sociétales fondamentales comme l'acceptation et la tolérance d'une manière compréhensible même pour les très jeunes lecteurs. L'histoire met de l'avant un protagoniste impopulaire, un héros improbable auquel beaucoup de lecteurs se sont identifiés (Duggan, 2021). La nature attachante des livres et de leurs héros a alors permis à beaucoup de lecteurs marginalisés de se voir représentés et compris, ce qui explique l'attachement qu'ils ont créé et entretenu avec Rowling pendant des années.

L'auteure approchait les 15 millions d'abonnés sur Twitter au moment où elle s'est fait annuler. (Track Analytics, 2023) Elle entretenait alors depuis longtemps une relation étroite avec ses fans, et avait démontré une certaine propension à mener des combats acharnés contre le racisme (Rowling, 2015), le sectarisme (Rowling, 2018) et la misogynie (History Cool Kids, 2019) sur les réseaux sociaux. Son implication importante dans la dénonciation de comportements discriminatoires en ligne dans les années 2010 peut d'ailleurs être paradoxalement considérée comme un prédécesseur de la culture de l'annulation, car avant d'être annulée en 2020, Rowling s'était imposée comme une personnalité publique sur laquelle ces millions de fans pouvaient compter pour les aider à dénoncer des enjeux qui leur semblaient importants.

Rowling n'était pas seulement une voix puissante pour ses fans dans les dénonciations auxquelles ils participaient, mais elle entretenait également un lien empathique avec eux à travers ces dernières. C'est pourquoi ses commentaires qualifiés d'anti-trans ont surpris nombre d'entre eux qui se sont sentis trahis, et ont donc fait d'elle la nouvelle cible de leurs annulations. (Duggan, 2021) L'indignation a été exprimée par des milliers d'utilisateurs principalement sur Twitter, certains se rassemblant sous les mots-clics #jkrowlingiscanceled, #jkrowlingisaterf et plus tard #ripJKRowling (en rapport avec la mort de sa carrière) (Ravell, 2023) pour exprimer leur désapprobation. Certaines critiques provenaient également d'utilisateurs qui n'étaient pas nécessairement des adeptes de Rowling ou de Harry Potter, mais des défenseurs de la communauté transgenre qui ont profité de l'occasion pour exprimer leur opinion sur l'état du féminisme britannique dominant et pour mettre la question du féminisme radical transexclusif en lumière (Burns, 2019). Ainsi, ces membres et alliés de la communauté trans, accompagnés de lecteurs autrefois liés à l'auteure et d'individus n'appartenant à aucun des deux groupes, mais désapprouvant néanmoins les propos de Rowling, se sont retrouvés aux premiers rangs de son annulation.

Même si les membres des groupes mentionnés plus haut ont tous « annulé » l'auteure, leurs contributions ont souvent différé. Nous avons alors eu l'impression qu'il existait trois différents types de participants à l'annulation de Rowling que nous avons en partie construits à partir d'une théorie examinée par la professeure de médias José van Dijck sur laquelle nous reviendrons plus tard. Les premiers participants, que nous appellerons les participants actifs, ont participé en fournissant des *tweets* ou des pensées originales qui ont généré l'annulation. Les participants actifs participent par leur création de contenus originaux, tels que des textes dénonçant l'acte, du contenu humoristique comme des mèmes destinés à se moquer de la personne annulée ou de ce qu'elle a dit, des articles de journaux, et surtout, la création des termes mêmes utilisés pour rendre l'acte viral, comme les mots-clics tels que #jkrowlingiscanceled ou #ripJKRowling. Il est important de noter qu'un grand nombre des créateurs ayant participé à l'annulation de Rowling sont des individus ou même des entreprises avec une certaine notoriété et par conséquent, beaucoup d'abonnés sur les réseaux sociaux. Ces créateurs peuvent ainsi être considérés comme étant des *leaders* et leur participation a donc sans

aucun doute servi à populariser le mouvement en l'exposant à un grand nombre d'individus.

Le deuxième groupe est celui des participants modérément actifs qui contribuent à une annulation par leurs commentaires sous des publications originales, leur donnant plus de visibilité. Bien que ces utilisateurs contribuent également en laissant leur avis sur la situation, leur rôle est de diffuser un message ou une conversation, alors que les participants actifs la génèrent. C'est pourquoi nous avons estimé qu'il fallait faire une distinction entre les utilisateurs qui publient des *tweets* originaux et ceux qui commentent ces *tweets*. Ce groupe contient tous les types d'utilisateurs, avec ou sans notoriété, et qui sont plus ou moins liés à Rowling, comme indiqué précédemment.

Le troisième et dernier groupe est celui des participants relativement passifs qui ne font que partager le contenu des deux premiers groupes en leur attribuant des mentions « j'aime » et en les rediffusant. Ces utilisateurs peuvent également avoir des liens variés avec Rowling, et contribuent grandement à la diffusion de l'information, même s'ils n'offrent aucune contribution originale. Leur participation passive peut être influencée par de nombreux éléments, qui peuvent être approfondis après avoir recueilli des informations sur la motivation des participants.

C'est alors à travers ces trois types de participants que l'idée originale, soit l'annulation de l'individu, est partagée de cerveau en cerveau, d'écran à écran, se propageant au-delà de tout contrôle jusqu'à ce qu'elle atteigne le statut de « virale ». Ainsi, quel que soit leur attachement à l'auteure, les participants à l'annulation de Rowling se sont tous classés parmi l'un de ces trois groupes jusqu'à son annulation. Ces annulateurs ont pu occuper le rôle qui leur convenait le mieux, qu'ils soient conscients de leur niveau de participation ou non. Les raisons qui inciteraient un utilisateur à participer d'une façon ou d'une autre doivent cependant encore être examinées.

Une chose que nous avons observée dans l'annulation de Rowling, ainsi que dans de nombreuses autres annulations que nous avons suivies au fil des ans, est l'utilisation du format #PersonIsOverParty parmi les mots-clics couramment utilisés. Ce qui nous a semblé intéressant dans l'utilisation de ce mot-clic, c'est l'emploi du mot « party », comme si la chute d'une personne était une sorte de célébration. Certains internautes vont même jusqu'à traiter les annulations comme telles. L'utilisation de ce type de mot-

clic, ainsi que de contenu humoristique pour dénoncer un individu nous semble être l'une des nombreuses façons de faire honte à l'individu annulé et témoigne d'un certain détachement vis-à-vis de ce qui peut être un moment difficile pour lui. Dans un article universitaire intitulé « You are Cancelled: Virtual Collective Consciousness and the Emergence of Cancel Culture as Ideological Purging », le chercheur Joseph Ching Velasco soutient que l'annulation est avant tout un moyen d'humilier :

L'histoire a montré que l'humanité a mis au point une multitude de moyens créatifs, mais horribles pour humilier un individu pour de prétendues infractions sociales et légales, par exemple la flagellation publique, le port d'un bonnet d'âne, l'exposition forcée en public et la bastonnade publique. Le concept d'annulation est similaire à ceux mentionnés ci-dessus, mais il est spécifiquement conçu pour l'ère numérique, en plein milieu de l'hypersocialité. (Velasco, 2020, p.6, traduction libre)

Comme lui, de nombreux autres chercheurs interprètent les annulations davantage comme une tactique de dénigrement public que comme un véritable outil de justice sociale ou de rédemption pour l'individu annulé. (Norris, 2023) Dans son article intitulé « Blame, then shame ? Psychological predictors in cancel culture behavior », le professeur de communication Thomas Mueller suggère comme Velasco que « l'annulation est devenue la forme la plus moderne de honte publique, dans une communauté numérique mondiale hyperconsciente. » (Mueller, 2021, p.12, traduction libre) Il semble donc que malgré le fait que la culture de l'annulation puisse chercher à être un outil de sensibilisation sur des sujets problématiques, la façon dont elle est surtout comprise penche plus vers un outil d'humiliation de l'individu.

Ainsi, sa nature, comme celle de nombreuses autres formes de honte publique qui l'ont précédée, peut être imaginée comme un acte collectif de dénigrement résultant d'actions individuelles à différents niveaux de participation et dont l'objectif sous-jacent est d'exclure l'individu de la sphère publique. Et comme nous entreprenons de déconstruire la *cancel culture* de cette manière, nous pouvons également nous plonger dans d'autres concepts qui participent à problématiser cette culture.

1.3 Amorce de revue de la littérature

Nous avons entamé notre compréhension de la culture de l'annulation en présentant son étymologie et son interprétation par quelques chercheurs. Cependant (et heureusement pour nous), la recherche à son sujet s'est développée de manière exponentielle ces dernières années, ce qui permet une diversité d'apports à prendre en compte afin d'en construire une compréhension la plus complète possible. Notre objectif est de produire une compréhension analytique, c'est-à-dire de dégager diverses tendances et différents éléments qui la composent. Ainsi, cette section détaillera ces composantes à travers la recension des écrits qui ont été produits à leur sujet.

Les premières apparitions du mot « *cancelled* » tel que défini dans ce mémoire ont eu lieu en 2017 sur Black Twitter, qui représente une communauté composée principalement d'utilisateurs noirs sur le site de Twitter. (Clark, 2020) Jusqu'en 2020, et bien que la pratique se répande rapidement sur le web, les études à son sujet restent cependant assez limitées. Parmi les premiers chercheurs à en offrir finalement leurs propres définitions, Eve Ng, professeure d'études médiatiques et de genre, définit la culture de l'annulation comme « un collectif de voix typiquement marginalisées appelant et exprimant avec emphase leur censure d'une figure puissante. » (Ng, 2020, p. 623, traduction libre) Dès lors, les études sur l'annulation se multiplient, certains chercheurs, comme Ng, tentant de dresser une compréhension générale de la pratique, tandis que d'autres s'orientent davantage vers la critique de ses effets et de ses expressions sur le monde du web. (Bouvier et Machin, 2021)

Des recherches approfondies sur la culture de l'annulation nous ont amenés vers les écrits de Mueller et Velasco, déjà présentés plus haut, ainsi que vers ceux de Cook et de ses collaborateurs. Mueller pèse le pour et le contre de cette culture, la présentant d'abord comme un appel à la responsabilité, puis développant son interprétation en déclarant :

La culture de l'annulation est changeante, fluide et en pleine transformation. Elle peut illustrer le meilleur de la démocratie, mais aussi imposer une intolérance à l'égard des opinions et des idées contraires à celles qui dominent sur les plateformes sociales. (Mueller, 2021, p. 12, traduction libre)

Ses recherches visent à dresser le profil du cancelleur, ainsi qu'à déterminer les similitudes dans leur participation et les objectifs qu'ils souhaitent atteindre en annulant. Ses résultats ont montré que ses sujets avaient besoin d'en savoir plus sur le caractère d'une personne avant de porter un jugement ou de procéder à une annulation, qu'ils pardonnaient souvent à ceux qui avaient appris de leur erreur et que ce qu'ils souhaitaient avant tout en annulant était des excuses de la part de la personne annulée. (Mueller, 2021) Il appuie ce dernier point en affirmant :

Qu'est-ce qui, dans le processus de décision, incite à annuler ? Nos données suggèrent que la demande d'excuses est à l'origine de la culture de l'annulation. [...] Il s'agit d'une demande formulée par les personnes investies dans la culture de l'annulation, qui, dans cette étude, s'appuie sur des valeurs politiques libérales et une identité féminine. (Mueller, 2021, p. 11, traduction libre)

L'universitaire Francesca Mitrofan réaffirme également cette demande pressante dans son mémoire intitulé « Cancelling the Callouts : The 'Dramageddon' of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online » en déclarant que « la culture de l'annulation exige [...] des excuses et le redressement des torts [...] ». (Mitrofan, 2020, p. 7, traduction libre) Ainsi, les deux auteurs ont obtenu des résultats significatifs qui identifient le désir d'obtenir des excuses comme un possible premier facteur de motivation pour une annulation. Mueller a également constaté que ses participants les plus investis croyaient fortement « que la société [avait] besoin d'un consensus social sur le comportement moral » (Mueller, 2021, p. 11, traduction libre), suggérant ainsi que la culture de l'annulation est aussi en quelque sorte un outil de surveillance morale.

La chercheuse Christine L. Cook et ses collaborateurs ont également cherché à analyser la façon dont les gens annulent, et ont émis quelques hypothèses sur les causes de leur participation à la culture de l'annulation. À travers leurs études, Cook et ses collaborateurs suggèrent qu'un sens élevé de l'honneur est le principal facteur prédictif de la participation d'une personne à la culture de l'annulation (Cook et coll. 2021). Ils déclarent :

L'honneur est quelque chose qui ne s'acquiert pas facilement - généralement associé à la réputation d'une famille ou d'un groupe social, qui a été acquise au fil du temps par l'adhésion au code de conduite de cette société (code d'honneur) - et doit donc être protégé, contrairement à la face, qui ne peut être regagnée une

fois perdue, et à la dignité, qui n'a pas besoin d'être protégée. D'un point de vue pratique, cela se traduit souvent par une agression réciproque de la part de ceux qui accordent une grande importance à l'honneur, en particulier si la personne en question perçoit une insulte à son égard ou à l'égard de sa famille ou de son cercle social. En effet, l'agression réciproque est justifiée si elle vise à défendre l'honneur ou à le retrouver après l'avoir perdu. (Cook et coll. 2021, p. 237, traduction libre)

Leur étude considère l'honneur, avec la face et la dignité, comme des « conceptualisations de la réputation. » (Cook et coll. 2021, p. 237, traduction libre). Ainsi, Cook et ses collaborateurs suggèrent que « transposées dans le monde de la culture de l'annulation, les personnes qui valorisent l'honneur devraient être extrêmement susceptibles d'au moins réprimander l'offenseur perçu [et] pourraient potentiellement escalader dans des comportements impliquant la haine numérique. » (Cook et coll. 2021, p. 237, traduction libre)

L'idée que la *cancel culture* décourage la possibilité d'opinions divergentes sur les réseaux sociaux amenée par Mueller est également abordée par Velasco. Dans son étude, le chercheur aborde les nuances de la culture de l'annulation à travers le concept de conscience collective virtuelle, qui peut être défini comme un phénomène qui se produit lorsqu'un nombre considérable de personnes, unies par la spontanéité, la cohérence et la simultanéité de leurs comportements en ligne par l'intermédiaire d'une plateforme de réseaux sociaux, pensent et se comportent collectivement de manière synchronisée, tout en partageant des émotions communes. (von Scheve et Salmela, 2014) Velasco suggère que la culture de l'annulation serait un résultat de cette collectivité virtuelle et affirme que :

[La conscience collective virtuelle] s'apparente à une chambre d'écho, où les individus de même sensibilité n'entendent que ce qu'ils souhaitent entendre. Tout ce qui pourrait être contraire à leur ligne de pensée et à leurs préférences est jugé indésirable. Les utilisateurs des réseaux sociaux suivent les pages qui correspondent à leurs opinions et suppriment celles qui semblent ne pas correspondre à leurs inclinations. À mesure que les pensées et les idées d'une personne se synchronisent avec d'autres connexions médiatisées sur les médias sociaux, il devient plus difficile d'accueillir des idées contraires au climat idéologique dominant. (Velasco, 2020, p. 2-3, traduction libre)

Pour lui, la force motrice de l'annulation serait l'intolérance des utilisateurs de réseaux sociaux pour les idées contraires à celles partagées dans leur bulle numérique.

(Velasco, 2020) D'autres chercheurs ont attribué cette intolérance au manque de nuances sur les plateformes sociales, en particulier sur Twitter, qui avait jusqu'à récemment une limite de caractères par *tweet*. (Bouvier et Machin, 2021) Les chercheurs Gwen Bouvier et David Machin affirment que « les réseaux sociaux ne se prêtent pas à une discussion plus nuancée et plus complexe des problèmes, mais plutôt à des simplifications, à des points de vue extrêmes et à des fureurs morales. » (Bouvier et Machin, 2021, p. 308, traduction libre) En somme, Mueller suggère que les cancelleurs cherchent avant tout des excuses, Cook et ses collaborateurs parlent d'atteinte à leur sens de l'honneur, tandis que Velasco estime que c'est leur intolérance à l'égard d'opinions opposées aux leurs qui suscite leur participation à la culture de l'annulation. Il nous semble cependant nécessaire à ce point d'élargir un peu la focale de notre étude en la problématisant sous deux angles complémentaires : celui des relations parasociales afin d'analyser le type de relation qu'entretiennent les cancelleurs avec ceux qu'ils annulent et celui de la viralité de ces phénomènes numériques afin de penser la question des foules différemment.

1.3.1 Le contexte parasocial de la culture de l'annulation

Dans les cas qui nous occupent, hors mouvement sociaux, il semble que l'analyse des interactions internautes-célébrités est primordiale afin de comprendre la *cancel culture*. Parmi les nombreux types de relations qui peuvent exister à ce titre, les relations parasociales, soit des relations unilatérales où un individu éprouve de l'affection pour un autre individu qui ne connaît pas son existence, nous paraissent fondamentales. (Dibble et coll., 2016) Dans un contexte numérique, cela se produit particulièrement entre les utilisateurs et les influenceurs et célébrités auxquels ils sont abonnés. Ce type de relation, déjà présente dans les formes antérieures de l'écologie médiatique (et en particulier dans la culture de l'imprimé avec ses magazines spécialisés), est probablement exacerbée aujourd'hui grâce à l'émergence des réseaux sociaux, où elle se manifeste par une relation imaginaire vécue de manière numérique entre la personnalité publique et ses fans. Par le biais de vlogues, de vidéos instantanées sur Instagram et de séances de *tweeter* en direct, les célébrités créent une « intimité à distance » avec leurs adeptes et ces derniers ont l'impression d'être invités dans le quotidien de leurs personnalités

publiques favorites, comme s'il s'agissait de leurs amis, et ainsi, de véritablement les connaître. (Hartmann, 2017)

D'autres recherches suggèrent également que les relations parasociales peuvent se manifester de manière négative, qu'il s'agisse d'indifférence, d'antipathie ou d'hostilité à l'égard de la personne médiatisée. (Hartmann et coll., 2008) Dans tous les cas, les chercheurs qui ont mené des études sur ce type de relation semblent s'accorder pour dire qu'elles occupent une place tout aussi importante dans la vie des adeptes que les autres relations qu'ils entretiennent. (Kim et Kim, 2020) Le professeur de communication Jonathan Cohen suggère que « les relations parasociales ressemblent à des relations sociales réelles » et qu'elles doivent être comprises comme faisant partie de la vie sociale d'un spectateur. (Cohen, 2003, p. 192) Dans sa recherche intitulée « Parasocial Breakups : Measuring Individual Differences in Responses to the Dissolution of Parasocial Relationships », il se penche sur la dissolution des relations parasociales entre les téléspectateurs et les personnages qu'ils regardent à la télévision ainsi qu'avec de réelles célébrités. Bien que ce mémoire se concentre sur les relations entre les internautes et les célébrités qu'ils suivent en ligne, l'étude de Cohen nous semble tout de même pertinente, car ses conclusions font état de la même intimité et des mêmes liens psychologiques entre téléspectateurs et personnages que les recherches plus contemporaines font entre les internautes et les célébrités. (Aw et Chuah, 2021)

Le chercheur Tilo Hartmann appuie l'argument initial de Cohen et affirme pour sa part que « les relations parasociales se développent de la même manière que les relations avec les autres sans médiation » et « qu'une plus grande exposition conduit à des relations plus intenses. » (Hartmann, 2017, p.132, traduction libre) Un troisième article académique intitulé « Micro, macro and mega-influencers on Instagram: The power of persuasion via the parasocial relationship » désigne également cette proximité comme une « intimité perçue » et suggère que les relations parasociales sont avant tout construites sur des bases de confiance et de loyauté qu'ont les adeptes pour et envers la célébrité en question, témoignant une fois de plus cet attachement profond qu'ils ont pour elle. (Conde et Casais, 2023)

Même si elles ont leur utilité, les relations parasociales restent tout de même caractérisées par leur unilatéralité et peuvent parfois également nuire aux utilisateurs qui y participent. À ce sujet, Cohen affirme :

L'un des aspects importants des relations est l'impact de leur dissolution, qui a de graves conséquences psychologiques, avec des réactions variées d'un individu à l'autre. [...] La rupture parasociale est assez courante et, bien qu'elle ne soit probablement pas aussi traumatisante que la dissolution d'une amitié proche, d'une relation romantique ou la mort d'un ami proche, la tristesse associée à la rupture parasociale est très probablement une caractéristique significative et récurrente de la vie émotionnelle des téléspectateurs en général et de leur expérience avec les médias, plus particulièrement. (Cohen, 2003, p. 192)

Hartmann appuie cette théorie en affirmant que « comme dans les relations non médiatisées, la rupture involontaire des relations parasociales peut être pénible. » (Hartmann, 2017) Le terme PSB qui est l'abréviation de « *parasocial breakups* », soit les ruptures parasociales a d'ailleurs souvent été retrouvé dans des écrits portant sur cette relation (Eyal et Cohen, 2006). Bien que ce terme ait été introduit pour la première fois par Cohen dans sa recherche mentionnée précédemment, c'est une étude du professeur de communication Mu Hu sur le sujet qui nous intéresse pour cette analyse. Dans son article intitulé « The Influence of a Scandal on Parasocial Relationship, Parasocial Interaction, and Parasocial Breakup », Hu s'appuie sur les écrits de Cohen et d'autres chercheurs pour déterminer les répercussions qu'ont les scandales vécus par les personnalités publiques sur les relations qu'elles entretiennent avec leurs fans. Il affirme :

Les scandales sont une raison fréquente pour laquelle les gens décident d'interrompre leur [relations parasociales] avec des personnalités médiatiques. [...] L'effet négatif des scandales peut être dû à deux facteurs : l'incertitude et les attentes des gens à l'égard du comportement des personnalités publiques. La loyauté des spectateurs envers les personnalités médiatiques est positivement liée à leur certitude à l'égard de ces personnalités, tandis que la tromperie et la trahison augmentent l'incertitude entre les personnes et peuvent conduire à la dissolution des amitiés. Il est donc raisonnable de penser que les scandales, qui ajoutent une incertitude nouvelle et désagréable à la [relation parasociale], peuvent constituer des obstacles au développement de [cette relation]. [...] En outre, les contacts fréquents, répétitifs et constants avec certaines personnes cultivent un ensemble de perceptions à leur égard et produisent des attentes quant à la manière dont elles se comporteront lors d'interactions futures. La violation de ces attentes peut entraîner des réactions négatives, voire de l'agressivité. (Hu, 2016, p. 220, traduction libre)

Ainsi, Hu amènerait une nouvelle piste de motivation d'annuler, soit celle provoquée par la déception à la suite du « mauvais comportement » d'une célébrité avec laquelle on « partageait » un lien. Alors que Hartmann parle de rupture involontaire, la recherche d'Hu se base entièrement sur la façon dont les gens peuvent rompre volontairement avec les célébrités qu'ils admirent lorsqu'elles sont prises dans des scandales. Le chercheur suggère également que ces ruptures peuvent être influencées par les autres. Il déclare :

Les scandales peuvent constituer une menace non seulement pour la [relation parasociale], mais aussi pour [l'opinion] du public à l'égard de [la personnalité publique]. [La relation entre les téléspectateurs et ces personnalités] peut être influencée par les autres, en particulier lorsqu'il y a un conflit entre les impressions positives des téléspectateurs à l'égard des personnalités et les opinions opposées des autres. « Si l'utilisateur est fortement influencé par ses pairs, la discussion peut fortement influencer les jugements de la personne lors de l'épisode suivant » [parlant de personnages de télévision] (p. 297). Si les gens apprennent qu'un scandale a éclaté au sujet d'une certaine personnalité publique, leur [opinion] à l'égard de cette personne peut être influencée négativement lors de leur expérience ultérieure d'utilisation des médias. (Hu, 2016, p. 220, traduction libre)

Enfin, il serait non seulement possible pour les utilisateurs de médias de rompre leurs relations parasociales à la suite des prétendus ou avérés « mauvais agissements » des personnalités publiques avec qui ils entretenaient ces liens, mais ces individus seraient également capables d'influencer les autres à faire de même. Les réactions négatives mentionnées par Hu pourraient alors se propager d'un individu à de nombreux autres.

1.3.2 La viralité numérique, ou le nombre d'annulations

Going viral, soit atteindre la viralité en ligne, est très recherché dans le monde des réseaux sociaux. C'est ce qui fait la différence entre une campagne réussie et une campagne ratée (Mills, 2012), ce qui sert parfois à expliquer les gains ou les pertes financières d'une entreprise, ou encore la popularité d'une personnalité publique en fonction des conversations en ligne à leur sujet (Pöyry et coll., 2018). La viralité apporte à celui ou celle qui en est le centre une certaine pertinence, que ce soit pour un instant ou comme tremplin pour établir une présence en ligne permanente. En d'autres termes, ce

qui rend une personne ou un contenu important à l'échelle numérique, c'est le fait que beaucoup en parlent. Dans sa recherche intitulée « Virality in social media: the SPIN Framework », le chercheur Adam J. Mills affirme que :

Les membres des communautés scientifiques et médicales consacrent leur temps et leurs ressources à la guerre contre les infections virales et luttent sans relâche pour arrêter la propagation des virus dans le monde entier. [...] les spécialistes du marketing, cependant, semblent courir dans la direction opposée. (Mills, 2012, p. 162, traduction libre)

Ce concept, qui a effectivement longtemps été comparé à son prédécesseur scientifique puisqu'il s'agit dans les deux cas de la propagation à grande échelle d'une entité susceptible de se répliquer un « virus » (Mills, 2012), est à la base du partage en masse d'information en ligne. Mills décrit d'ailleurs cette pratique comme « les effets du réseau et de la connectivité instantanée [qui] ont jeté de l'huile sur le feu du bouche-à-oreille. » (Mills, 2012, p. 162, traduction libre) C'est ainsi que se produit cette diffusion importante d'un message qui, dans un contexte autre que celui de cette étude, pourrait être séduisante pour n'importe quelle célébrité ou entreprise.

Comme précédemment vu, les pratiques aussi chargées que les annulations regroupent de nombreux participants, mais ces utilisateurs ont également tous des niveaux de participation différents. À partir du cas de l'annulation de J.K. Rowling, nous avons catégorisé ces individus en trois groupes, les participants actifs, modérément actifs et relativement passifs, librement basés sur les données présentées par van Dijck dans son article intitulé « Users like you? Theorizing agency in user-generated content. » Ses observations suggèrent six types de participants aux plateformes de contenus générés par les utilisateurs. Cependant, seuls quatre des six groupes sont pertinents pour cette recherche : les deux derniers groupes présentés par van Dijck, soit les « spectateurs passifs » qui suivent le contenu de leurs pairs, sans toutefois leur attribuer des mentions « j'aime » ou sans laisser de commentaire et les « inactifs » qui ne s'engagent dans aucune activité en ligne ne participent pas activement aux annulations en les déclenchant ou en les faisant circuler en ligne, et ne sont donc pas pertinents pour cette étude.

Tout d'abord, il y a les « créateurs actifs », qui produisent et publient des contenus tels que des vidéos, des photos et, dans le cadre de ce mémoire, des mèmes. Ces utilisateurs forment généralement le plus petit groupe d'utilisateurs sur les réseaux

sociaux, bien qu'ils fournissent le plus de contenu original. Il y a ensuite les « critiques » qui commentent et évaluent ce contenu. Les trouvailles analysées par van Dijck se concentrent sur les sites de réseaux sociaux tels que MySpace et Facebook et n'utilisent donc pas de langage spécifique aux sites pertinents pour cette étude tel que Twitter, mais dans le contexte de ce dernier, le rôle du critique peut être interprété comme celui d'une personne qui attribue des mentions « j'aime » et donne son avis sur les publications par le biais de la section des commentaires. Le troisième groupe identifié dans le texte de van Dijck est celui des « collectionneurs », soit des utilisateurs qui « enregistrent des URL sur un service de partage de signets qui peuvent être partagés avec d'autres utilisateurs. » (van Dijck, 2009, p.44, traduction libre) Cela peut être interprété comme le fait « d'aimer » et de sauvegarder des publications qui non seulement les mettent en signet sur votre compte utilisateur personnel, mais les partagent également avec tous ceux qui vous suivent. Le quatrième groupe, soit celui des « joiners », regroupe les individus qui rejoignent les sites de réseaux sociaux sans nécessairement contribuer à leur contenu, bien qu'un bon nombre d'entre eux le fasse également. Ces utilisateurs utilisent souvent leurs positions de manière interchangeable et peuvent également être désignés comme des « *prosumers* » (Toffler, 1980) soit des utilisateurs qui agissent à la fois en tant que consommateurs et producteurs de contenu. (Fuchs, 2014)

Ce type d'utilisateur est introduit dans la théorie de la culture participative développée par le professeur de communication américain Henry Jenkins. Jenkins décrit cette culture comme :

[...] Une culture où les obstacles à l'expression artistique et à l'engagement civique sont relativement faibles, où la création et son partage sont fortement encouragés et où il existe une forme de mentorat informel qui permet aux plus expérimentés de transmettre aux novices ce qu'ils savent. Une culture participative est également une culture dans laquelle les membres pensent que leurs contributions sont importantes et ressentent un certain degré de lien social avec les autres (ils se soucient au moins de ce que les autres pensent de ce qu'ils ont créé). (Jenkins et coll., 2015, p.3, traduction libre)

Cette culture s'appuie fortement sur la sociabilité du contenu et sur la collaboration de nombreux utilisateurs pour exister. Dans le contexte numérique, ceci peut se manifester comme « l'édition conjointe d'un article sur Wikipédia, le téléchargement d'images sur Flickr ou Facebook, le téléchargement de vidéos sur

YouTube et la création de courts messages sur Twitter. » (Fuchs, 2014, p.52, traduction libre) À travers elle, ses participants peuvent ainsi à la fois occuper le rôle de consommateur et de contributeur en ligne.

La culture de l'annulation s'appuie sur ce partage en masse d'information pour pouvoir être significative et ces trois groupes contribuent ensemble à la création, au partage et à la montée en popularité de ces contenus sur les réseaux sociaux. Dans son livre intitulé *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, Jenkins déclare d'ailleurs que « If It Doesn't Spread, It's Dead », qui se traduit par « si ça ne se propage pas, c'est que c'est mort. » (Jenkins, 2013, p.293) Le terme « *spreadability* » (que l'on pourrait traduire par « capacité de propagation ») désigne la capacité de certains types de contenu à se propager plus que d'autres. Les attributs spécifiques de ces contenus incluent des formes médiatiques qui incitent au partage, ainsi que de la simplicité, car Jenkins suggère également que « la force d'un message viral dépend de la facilité avec laquelle il peut être transmis. » (p. 293) Cela désigne du contenu qui est peut être rapidement republié en ligne, soit des contenus audiovisuels tels que les images et les vidéos, des textes et expressions communes, et bien entendu, les mots-clics et les mèmes. Ces derniers ont déjà été évoqués à quelques reprises dans cette recherche en raison de leur grande présence dans les annulations. Dans un contexte académique, un mème est défini comme « des messages remixés et itérés qui sont rapidement diffusés par les membres de la culture numérique participative dans le but de poursuivre une conversation » (Wiggins et Bowers, 2014, p.1, traduction libre). Ce concept, développé par le biologiste Richard Dawkins à travers sa théorie de la mémétique, est considéré par ce dernier comme « un répliqueur culturel de base utilisé pour diffuser des idées et des comportements parmi les individus et au sein de la société » (cité par Glăveanu et de Saint Laurent, 2021, p.3). Dans son livre *Le gène égoïste*, Dawkins affirme que :

Tout comme les gènes se propagent dans le pool génétique en sautant d'un corps à l'autre par l'intermédiaire des spermatozoïdes ou des œufs, les mèmes se propagent dans le pool des mèmes en sautant d'un cerveau à l'autre par un processus qui, au sens large, peut être appelé imitation (Dawkins, [1976] 1989, p. 192, traduction libre)

Dans ses essais, Jenkins se réfère souvent à cette théorie qui se rattache bien au concept de *spreadability*. Il affirme que :

Le mème est poussé à s'autocréer, et possède trois caractéristiques importantes : La fidélité - les mèmes ont la capacité de conserver leur contenu informationnel lorsqu'ils passent d'un esprit à l'autre ; la fécondité - les mèmes possèdent le pouvoir d'induire des copies d'eux-mêmes ; et la longévité - les mèmes qui survivent plus longtemps ont une meilleure chance d'être copiés. Le mème est donc « une unité d'information dans un esprit dont l'existence influence les événements de telle sorte que davantage de copies de lui-même sont créées dans d'autres esprits. » Ce sont les idées au centre d'événements qui se propagent de manière virale, une idée cohérente et autoreproductible qui se déplace de personne à personne, d'esprit à esprit, se dupliquant au fur et à mesure. (Jenkins, 2009, traduction libre)

Ainsi, selon les théories mentionnées plus haut, une idée pourrait trouver son origine chez un ou plusieurs créateurs actifs. Elle pourrait ensuite être attaquée ou soutenue par les critiques et être à chaque fois interprétée un peu différemment de la fois précédente. Et finalement, elle arriverait à atteindre les collectionneurs qui la propageraient à leur tour. Ainsi, le partage remixé en masse de ce contenu par ces trois types de participants pourrait servir à le rendre viral.

Plusieurs chercheurs suggèrent qu'il existerait également un lien entre émotions et viralité. Autrement dit, les publications qui suscitent des émotions chez les utilisateurs, qu'elles soient positives ou négatives, auraient plus de chances de devenir virales que celles qui laissent les utilisateurs indifférents. (Berger et Milkman, 2012) La première recherche sur ce sujet a été menée par Jonah Berger et Katherine Milkman, professeurs à la Wharton School de l'université de Pennsylvanie. Dans leur article intitulé « What Makes Online Content Viral? », les chercheurs ont étudié la possibilité d'un lien possible entre le contenu très partagé (par le biais de la liste des articles les plus envoyés par courriel du *New York Times*) et les émotions que ce contenu suscitait chez les lecteurs. Ils ont également cherché à déterminer si des émotions spécifiques telles que l'anxiété, la colère, l'admiration et le dégoût, ou encore le ton d'un article (positif ou négatif) influençaient ses chances d'être fortement partagé ou non. (Berger et Milkman, 2012) Bien que leur recherche ne porte pas spécifiquement sur les réseaux sociaux, nous pensons que leur étude démontrant que les émotions peuvent influencer la viralité d'un contenu sur le web est tout de même pertinente pour notre recherche. Leurs résultats ont montré qu'il existait bien un lien entre l'émotion et la viralité, précisant que « les contenus les plus chargés d'affect, qu'ils soient positifs ou négatifs, ont plus de chances de figurer

sur la liste des messages les plus envoyés. » (Berger et Milkman, 2012, p. 15, traduction libre) En se concentrant spécifiquement sur l'émotivité, Berger et Milkman notent que :

[...] L'examen d'émotions spécifiques montre que le lien entre émotion et viralité est plus complexe que la seule valence. Alors que les contenus les plus impressionnants et les plus surprenants ont plus de chances de figurer sur la liste des contenus les plus envoyés, et que les contenus suscitant la tristesse sont moins viraux, certaines émotions négatives sont positivement associées à la viralité. Les contenus suscitant l'anxiété et la colère sont tous deux plus susceptibles de figurer sur la liste des messages les plus envoyés. Cela suggère que la transmission ne se limite pas à partager des choses positives et à éviter de partager des choses négatives. (Berger et Milkman, 2012, p. 16, traduction libre)

Leurs conclusions montrent également que « le prédicteur le plus puissant de la viralité [dans leur modèle] est le degré de colère qu'évoque un article. » (Berger et Milkman, 2012, p.18, traduction libre) Cela signifie que même si les articles positifs sont généralement plus partagés que les articles négatifs, les articles qui suscitent la colère des lecteurs deviennent viraux plus souvent que ceux qui évoquent toute autre émotion. (Berger et Milkman, 2012)

Alors que Berger et Milkman ont permis d'établir un premier lien entre les émotions et la viralité en ligne, d'autres études ont approfondi ce que cette relation pouvait signifier à l'échelle des réseaux sociaux. Dans leur article scientifique intitulé « On the Relation between Message Sentiment and its Virality on Social Media », les chercheurs Sho Tsugawa et Hiroyuki Ohsaki ont analysé la relation entre le sentiment (positif ou négatif) d'un message et sa viralité sur le site Twitter. Grâce à l'analyse de 4,1 millions de *tweets*, ils ont conclu que les *tweets* négatifs étaient plus susceptibles d'être republiés, plus rapidement et plus fréquemment que ceux qui étaient positifs ou neutres. (Tsugawa et Ohsaki, 2017) Ils affirment que « les *tweets* négatifs sont plus viraux que les *tweets* positifs en termes de volume de *retweet* », ce qui indique « une forte preuve de l'existence d'un biais de négativité sur les réseaux sociaux » (Tsugawa et Ohsaki, 2017, p.11, traduction libre).

Leurs conclusions concordent avec celles d'autres chercheurs qui théorisent que le biais de négativité existe bel et bien en ligne. En analysant la manière dont les spectateurs de télévision répartissent leur attention entre leur écran principal et leurs écrans secondaires (tablettes, téléphones portables, etc.), Kätsyri et ses collaborateurs

ont noté que « les *tweets* négatifs attirent des temps de visionnage plus longs et suscitent plus d'attention sur eux-mêmes que les *tweets* positifs. » (Kätsyri et coll., 2016 p. 16, traduction libre) Bebbington et ses collaborateurs eux affirment que « les messages viraux sur les réseaux sociaux sont peut-être l'expression la plus moderne de la transmission sociale » (Bebbington et coll., 2017, p. 92, traduction libre) et prouvent par leurs recherches que « les informations négatives auront un avantage de survie par rapport aux informations positives lors d'épisodes répétés de transmission sociale » (Bebbington et coll., 2017, p. 99, traduction libre). En adoptant le thème de la mémétique comme mentionné plus haut, ils affirment aussi que :

La résolution négative préférentielle de l'ambiguïté peut être le résultat d'un mécanisme de reconstruction dans lequel les individus transforment le matériel à transmettre ; dans ce cas, les informations ambiguës sont transformées de manière à favoriser une interprétation négative par rapport à une interprétation positive (c'est-à-dire l'attraction culturelle). (Bebbington et coll., 2017, p. 99, traduction libre)

Alors, même un contenu qui ne serait pas négatif à la base serait susceptible d'être interprété comme tel et l'existence d'un biais de négativité en ligne, par lequel le contenu négatif et la viralité sont liés, signifierait alors que ce contenu serait le plus susceptible d'être partagé en masse.

La présentation sommaire de notre revue de la littérature et de deux aspects centraux de la culture de l'annulation (son contexte parasocial et la question de sa possible viralité) ne nous a cependant pas encore permis de trouver des pistes d'explication suffisantes pour traiter des raisons spécifiques qui poussent les gens à annuler. À travers leurs recherches respectives, Cook et ses collaborateurs, Hu, Mueller et Velasco proposent tous des hypothèses pour ces motivations, qui serviront de pistes pour nous à travers ce mémoire. Leurs études nous serviront de bases vers nos propres conclusions et comme des éléments à confirmer ou à contredire avec nos propres résultats. Nous chercherons par contre à voir s'il y a autre chose que l'atteinte à l'honneur, la rupture d'une relation parasociale, la recherche de responsabilisation et l'intolérance aux idées divergentes qui motivent la participation à la culture de l'annulation.

Comprendre la cancel culture, c'est l'examiner sous tous ses angles, des conditions numériques qui la rendent possible aux modalités sociales qui la composent

également. Alors que l'amorce de notre revue de la littérature explorait ses premières composantes, les sections qui suivent serviront plutôt à analyser les notions qui expliquent tout autant son existence sans toutefois s'inscrire exclusivement dans un contexte numérique (nous reviendrons à cet aspect plus tard). Il s'agira d'abord d'envisager des tendances sociohistoriques dans lesquelles la cancel culture peut s'inscrire.

1.3.3 Une question de moralité ?

Il nous semble que la moralité est une notion à aborder impérativement dans toute conversation sur la culture de l'annulation. Nous l'avons d'ailleurs vue convoquée dans de nombreux travaux de notre revue de la littérature (e.g. Mueller 2021 ; Bouvier et Machin, 2021). C'est aussi un domaine de la vie sociale qui a intéressé les sciences sociales depuis leurs origines. Ainsi, le sociologue Émile Durkheim la concevait comme un outil de régulation sociale. (Hilbert, 1986) À travers sa théorie de l'homo duplex, il suggérait que les êtres humains étaient guidés par une moralité générée par leur société qui constitue un moyen pour eux de contrôler leurs comportements. (Fish, 2013) Ceci se rattache également à sa théorie de la conscience collective, qui désigne les sentiments, idées, croyances et attitudes morales qui unissent les membres d'une société (Durkheim, [1893]1991) et qui est à l'origine de la théorie de la conscience collective virtuelle de Velasco présentée lors de la revue de la littérature. En bref, Durkheim considérait que les règles morales établies par la société agissent non seulement comme un code de conduite pour ses membres, établissant les normes sociales qu'ils doivent suivre (Hilbert, 1986), mais résultent également en une sorte d'esprit de ruche qu'il appelle « la solidarité mécanique », par lequel les individus cessent d'exister en tant qu'entités séparées, et existent plutôt en tant qu'un unique groupe. (Durkheim, [1893]1991)

La conscience collective repose sur le respect des règles, car il ne s'agit pas uniquement d'une boussole morale pour soi, mais également d'un outil de surveillance et de contrôle du comportement des autres. La violation de ses règles amène donc à une révolte du groupe contre l'individu excentrique. À ce sujet, Durkheim déclare :

Nous pouvons donc [...] dire qu'un acte est criminel quand il offense les états forts et définis de la conscience collective. [...] [L'immoralité] ne peut évidemment venir que d'un ou plusieurs caractères communs à toutes les variétés criminologiques ; or, le seul qui satisfasse à cette condition, c'est cette opposition qu'il y a entre le crime, quel qu'il soit, et certains sentiments collectifs. C'est donc cette opposition qui fait le crime, bien loin qu'elle en dérive. En d'autres termes, il ne faut pas dire qu'un acte froisse la conscience commune parce qu'il est criminel, mais qu'il est criminel parce qu'il froisse la conscience commune. Nous ne le réprouvons pas parce qu'il est un crime, mais il est un crime parce que nous le réprouvons. (Durkheim, [1893]1991, p.82)

Même si Durkheim parle principalement d'actes criminels dans sa théorie, nous pouvons quand même voir des manifestations de cette conscience collective dans des actes d'indignation suscités par des comportements moins graves, comme dans la culture de l'annulation. Ainsi, selon lui, c'est cette moralité définie par le collectif qui caractérise une société, plaçant immédiatement n'importe quel individu déviant contre le reste de ses membres. Et cette colère collective peut se manifester de bien des manières, mais tout mot utilisé pour la décrire ou la définir ne ramènerait finalement qu'à un seul : l'indignation, un sentiment de colère ou de révolte provoqué par une action qui heurte la conscience morale (Le Robert, 2021). Dans le livre *L'indignation: Histoire d'une émotion politique et morale XIXe - XXe Siècles*, l'historienne Anne-Claude Ambroise-Rendu et ses collaborateurs définissent cette émotion comme étant une « sainte colère purificatrice » et un moteur d'action sociale (Ambroise-Rendu et al., 2008). Ils affirment :

[L'indignation est] un déclencheur [de] passions – intérêt, cupidité, désir [...] le ressort d'un jugement moral et le moteur d'actions privées autant que publiques. On peut l'approcher en considérant une séquence qui prend son départ dans l'émotion, se poursuit dans l'affect éthique et peut s'accomplir dans un jugement moral et une action revendicative. (Ambroise-Rendu et al., 2008, p.8)

L'action est alors une composante importante de tout acte d'indignation, à la fois comme provocateur et comme conséquence. (Jasper, 2014) Dans son article intitulé « Some Effects of Moral Indignation on Law », le chercheur Cass R. Sunstein note que la colère est l'une des variantes de l'indignation (avec le dégoût et le mépris) et explique comment les actions commises par les autres alimentent cette colère et incitent donc un individu à être indigné et ensuite à agir. Il donne l'exemple suivant :

Si vous voyez [une] brute agresser sa victime, vous êtes probablement conscient de la raison de votre émotion : l'action viole une règle sociale acceptée (et à votre

avis justifiée) qui interdit l'agression non provoquée. La catégorisation de l'action fournit une raison de s'indigner, une raison que l'observateur s'attend à voir approuvé par d'autres observateurs objectifs. (Sunstein, 2009, p. 407, traduction libre)

Ses observations rejoignent celles de Durkheim en ce qui concerne le non-respect des règles établies par une société, tout en évoquant une autre composante importante de l'indignation, à savoir « les autres. » Les affirmations de Sunstein suggèrent que dans l'indignation, les autres peuvent occuper deux espaces : premièrement, comme ceux qui partagent notre indignation et deuxièmement, comme ceux qu'il faut défendre. L'un des collaborateurs d'Ambroise-Rendu, Loïc Artiaga, déclare d'ailleurs dans son anthologie que « l'indignation ne vaut que si elle est partagée » (Ambroise-Rendu et coll, 2008, p.70), ce qui suggère que si la fureur n'est pas portée par un collectif, elle reste insignifiante et inefficace. (Ambroise-Rendu et coll, 2008) La chercheuse Crystal Cordell Paris affirme également dans son article intitulé « L'indignation entre pitié et dégoût : les ambiguïtés d'une émotion morale » que « si l'on est indigné, c'est que l'on a des raisons de l'être. Si notre voisin est indigné, nous devrions l'être aussi » (Cordell, 2017, p.67). Ainsi, l'indignation nécessite un collectif, les individus qui sont tout autant révoltés que nous, afin d'être : elle ne vaut que si partagée.

La deuxième interprétation des autres dans l'indignation va dans le sens de ce que le philosophe Baruch Spinoza disait de l'émotion, qu'il définissait comme « la haine que nous sentons pour qui fait du mal à autrui. » (Spinoza, [1677]2002, p.98 et 130). Tout comme Sunstein, Spinoza désigne l'agression des autres comme le déclencheur de cette indignation, contrairement à Durkheim qui lui parlait de règles entendues socialement et non respectées. Jusqu'à présent, nous avons vu ces « autres » mentionnés dans la culture de l'annulation principalement comme le collectif qui exécutait l'acte, et pas tellement comme ceux ou celles qui le subissent. Beaucoup considèrent cette culture comme un moyen pour les groupes marginalisés, auparavant sans voix, de se défendre. (Ng, 2020) Dans son article « Cancel Culture : Myth or Reality », la politologue Pippa Norris suggère que la culture de l'annulation est une « stratégie [qui] peut être justifiée comme un outil efficace mobilisant la collectivité en réseau pour parvenir à la justice sociale et au changement culturel par les groupes marginalisés. » (Norris, 2023) Nous sommes alors tentés d'adopter toutes ces interprétations afin d'interpréter l'indignation : à

la fois comme la colère provoquée par une action allant à l'encontre des règles entendues socialement et par une attaque commise envers les autres que nous cherchons à défendre et surtout, comme une émotion partagée avec les autres membres de notre groupe ou de notre société.

Dans son livre *L'Éthique*, Spinoza définit diverses passions, tristes et heureuses, que les gens peuvent éprouver. (Spinoza, [1677]2002) Parmi ces définitions se retrouve celle de l'envie qui semble particulièrement pertinente pour ce mémoire. *L'Éthique* décrit l'envie comme « la haine, en tant qu'elle dispose l'homme à s'attrister du bonheur d'autrui, et au contraire à se réjouir de son malheur. » (Spinoza, [1677]2002, p. 131) Ceci nous semble important, car cette définition se rattache à un autre concept que nous avons considéré afin de construire notre cadre théorique, soit celui de la *schadenfreude*. Ce terme désigne le plaisir de voir la douleur ou la détresse des autres (Cambridge Dictionary, 2023) que plusieurs chercheurs attribuent à trois causes différentes, soit parce que cette détresse amène à un gain personnel, parce qu'elle est méritée, ou enfin, comme l'a suggéré Spinoza, parce que ceux qui la subissent sont enviés. (Smith et coll., 2009)

Dans le cadre de ce mémoire, seules les deux dernières expressions, soit se réjouir du malheur de l'autre parce qu'il nous semble mérité ou parce qu'on envie tout simplement cet individu, nous semblent pertinentes, bien que le fait de parler avec de véritables censeurs pourrait révéler que la première (se réjouir parce que la détresse d'un individu amène à un gain personnel) est également importante dans la *cancel culture*. Le chercheur Wilco W. van Dijk et ses collaborateurs ont établi un lien entre la *schadenfreude* et le fait que ce bonheur résultant de l'impression que la douleur des autres pourrait être « méritée », en menant une recherche dans laquelle des participants étaient invités à évaluer leurs sentiments après avoir été informés du malheur d'un étudiant au rendement supérieur pris en flagrant délit de tricherie. Les résultats ont révélé que « plus une cible est responsable de son propre malheur, plus ce malheur est perçu comme mérité, ce qui suscite davantage de schadenfreude. » (van Dijk et coll., 2005, p. 938, traduction libre) Ces résultats sont appuyés par d'autres recherches similaires qui montrent que « la perception du mérite est un déterminant important de la schadenfreude » (Feather et coll. 2012, p. 577, traduction libre) ainsi que celui qui serait le plus susceptible de le provoquer. (Smith et coll., 2009)

L'envie reste tout de même une composante importante de la *schadenfreude*. Dans leur étude explorant le quand et le pourquoi de la *schadenfreude*, le professeur Richard H. Smith et ses collaborateurs affirment que :

L'envie est une émotion douloureuse, et la source de cette douleur, la supériorité d'une autre personne, présente une opportunité de plaisir - si un malheur arrive à la personne enviée. [...] Les définitions de l'envie incluent souvent un ingrédient de ressentiment, dans le sens où la personne enviée peut sembler ne pas mériter son avantage. [...] Cet aspect prévalent des sentiments injustes suggère une autre raison pour laquelle l'envie devrait conduire au *schadenfreude* si la personne enviée souffre : dans la mesure où l'envie contient du ressentiment, la malchance semblera également méritée. [...] Non seulement les personnes qui éprouvent de l'envie se sentent mécontentes et souvent inférieures à cause de l'avantage dont jouit la personne enviée, mais elles éprouvent également de la mauvaise volonté à l'égard de la personne enviée. Elles préféreraient que personne n'ait l'avantage si elles en sont elles-mêmes privées. (Smith et coll., 2009, p. 540-541, traduction libre)

La professeure et auteure Jo Littler analyse cette notion dans un contexte contemporain dans son article « *Celebrity and Schadenfreude: the cultural economy of fame in freefall* », et déclare :

La jouissance de l'infortune ou de l'humiliation d'une célébrité remplit une fonction culturelle spécifique, précisément parce qu'elle offre un plaisir vicariant à voir le puissant devenir moins puissant ; il s'agit d'une tentative d'aborder ou de traiter un grave déséquilibre du pouvoir. (Littler, 2010, p. 401, traduction libre)

Ainsi, ces deux textes présentent la *schadenfreude* comme un moyen de rétablir une sorte d'équilibre avec une personne que nous percevons comme ayant plus que nous, ce qui n'est qu'exacerbé lorsqu'il s'agit de célébrités par rapport à des personnes « normales » (e.g. pas célèbres).

La *schadenfreude* nous a semblé importante pour notre recherche en raison de ses expressions. Lors de l'analyse de l'annulation de Rowling, nous avons noté l'utilisation du hashtag #PersonIsOverParty, qui nous a témoigné un certain plaisir à l'annulation en la transformant en un événement amusant et donc, une manifestation de ce concept. Ainsi, il sera intéressant de voir si la *schadenfreude* joue un rôle (et lequel) dans la participation des cancelleurs à une annulation : sera-t-elle présente, nourrie par l'envie, la perception d'être mérité ou le désir de rétablir une balance avec les célébrités qui semblent tout

avoir ou par d'autres motivations que notre enquête révélera peut-être ? Quoi qu'il en soit, il nous semble que *schadenfreude* et célébrité, lorsque conjuguées, évoquent un type de relation parasociale que nous ne pouvons écarter de notre questionnement sur la *cancel culture* auquel il faut également rajouter le contexte numérique de son expression, en revenant sur la question du nombre. C'est ce à quoi nous nous emploierons maintenant, en mobilisant des concepts spécifiques utiles pour sa compréhension.

1.3.4 Retour sur le nombre : la foule 2.0, *mobbing* ou *bandwagon* ?

Lorsque nous parlons de la foule dans cette section, nous l'entendons comme dans la première définition de Sunstein présentée ci-dessus, c'est-à-dire comme le groupe d'individus qui nous accompagne dans notre indignation. La définition traditionnelle du terme désigne simplement un ensemble de personnes qui se sont rassemblées en un même lieu au même moment. (Adrian et coll., 2019) Pour les participants de la *cancel culture*, ce rassemblement est souvent défini comme un « online mob » (Ng, 2022) (Clark, 2020), une meute (Lussier, 2021) ou encore un troupeau (Wong, 2022, traduction libre). Indépendamment des connotations que ces mots peuvent ou non revêtir, ils servent, tout comme la définition, à rassembler ces participants dans l'activité à laquelle ils participent tous, quel que soit leur niveau d'implication. Ici encore, il s'agit d'un concept, ou d'une problématique, originel de la science sociale.

Ainsi, dès la fin du XIX^{ème} siècle, Gustave Le Bon caractérisait la foule par son cerveau unique : selon lui, et beaucoup d'autres chercheurs à sa suite, ses membres perdent leur individualité lorsqu'ils y participent. Ils ne pensent plus ou n'agissent plus par et pour eux-mêmes, mais en fonction du groupe. Dans son livre *Psychologie des foules* ([1895]1905), il caractérise la foule par les critères suivants :

1. Son irritabilité et son impulsivité

La foule [...] est conduite presque exclusivement par l'inconscient. [...] Une foule est le jouet de toutes les excitations extérieures et en reflète les incessantes variations. Elle est donc esclave des impulsions qu'elle reçoit. (Le Bon, [1895]1905, p. 25)

2. Sa crédulité
[...] errant toujours sur les limites de l'inconscience, subissant aisément toutes les suggestions, ayant toute la violence de sentiments propre aux êtres qui ne peuvent faire appel aux influences de la raison, dépourvue de tout esprit critique, la foule ne peut qu'être d'une crédulité excessive. L'in vraisemblable n'existe pas pour elle. [...] (p. 27-28)
3. L'exagération et le simplisme de ses sentiments et sa tendance aux excès
[...] l'individu en foule se rapproche des êtres primitifs. Inaccessible aux nuances, il voit les choses en bloc et ne connaît pas les transitions. Dans la foule, l'exagération des sentiments est fortifiée par ce fait, qu'un sentiment manifesté se propageant très vite par voie de suggestion et de contagion, l'approbation évidente dont il est l'objet accroît considérablement sa force. (p.32)
4. Son hostilité au changement et au progrès
N'ayant aucun doute sur ce qui est vérité ou erreur et ayant d'autre, part la notion claire de sa force, la foule est aussi autoritaire qu'intolérante. L'individu peut supporter la contradiction et la discussion, la foule ne les supportent jamais. (p. 34)
5. Et sa moralité particulière et souvent différente de celle des individus la composant
L'intérêt personnel est bien rarement un mobile puissant chez les foules, alors qu'il est le mobile à peu près exclusif de l'individu isolé. [...] Même pour les parfaits gredins, il arrive fort souvent que le fait seul d'être réunis en foule leur donne momentanément des principes de moralité très stricts. (p. 36 et 37)

Selon lui, la foule gouverne alors les individus qui la composent, et qui sont, de manière générale, individuellement plus rationnels et raisonnables qu'elle. Une fois rassemblés, ces individus perdent cette rationalité et sont dirigés par les émotions fortes, par les excès et par les illusions. ([1895]1905) « Peu aptes au raisonnement, les foules sont au contraire très aptes à l'action », déclare-t-il à ce sujet. (p. 12) « Du moment qu'ils sont en foule, l'ignorant et le savant sont également incapables d'observation » (p. 28) ajoutait-il. Il qualifiait ce comportement d'inconscient collectif, ce qui peut sembler aller à l'encontre de la théorie de Durkheim, mais qui en fait l'englobe puisqu'il fait toujours référence à l'âme collective du groupe. (Smaniotto, 2020) En utilisant le mot « inconscience », Le Bon veut simplement exprimer que les individus régressent vers leur nature inconsciente de base et agissent selon leurs instincts les plus fondamentaux. (Wall, 2014)

Même si la foule est d'abord conduite par ses sentiments intenses, un véritable chef doit quand même occuper la seconde place dans la direction des membres. En effet,

Le Bon note la présence de meneurs, un ou quelques individus qui constituent les premiers éléments d'organisation de toute foule. (Le Bon., [1895]1905) Il affirme :

Dès qu'un certain nombre d'êtres vivants sont réunis, qu'il s'agisse d'un troupeau d'animaux ou d'une foule d'hommes, ils se placent d'instinct sous l'autorité d'un chef. Dans les foules humaines, le chef réel n'est souvent qu'un meneur, mais, comme tel, il joue un rôle considérable. Sa volonté est le noyau autour duquel se forment et s'identifient les opinions. (p. 73)

Ce sont ces meneurs qui amènent alors la foule à commettre n'importe quel acte par l'affirmation, la répétition et la contagion. L'affirmation désigne les déclarations que les chefs font à la foule. Ces déclarations sont ensuite répétées parmi les membres, et Le Bon estime que plus une information est répétée dans un groupe, plus les individus appartenant à ce groupe sont enclins à croire qu'elle est vraie. ([1895]1905) Une fois que cette idée est suffisamment partagée et acceptée par la plupart, la contagion se produit, où les émotions et les paniques sont propagées dans la foule, ce qui l'incite alors à passer à l'action. ([1895]1905) Cette contagion dicte non seulement aux individus la façon dont ils devraient agir, mais également comment ils devraient se sentir, Le Bon affirmant que :

[...] c'est la contagion qui fait mépriser à une époque certaines œuvres [...] et qui, quelques années plus tard, les fait admirer par ceux-là mêmes qui les avaient dénigrées le plus. C'est surtout par le mécanisme de la contagion, jamais par celui du raisonnement, que se propagent les opinions et les croyances des foules.» (p. 78)

Comme le suggère cette théorie, les émotions volatiles telles que l'indignation seraient donc plus susceptibles de se propager dans une foule, ce qui correspond aux attitudes observées dans les cas d'annulations, et pourrait représenter un facteur de motivation.

Le sociologue américain Robert E. Park partageait l'avis de Le Bon selon lequel les individus se fondent au sein d'une foule. Dans son livre *La foule et le public*, il affirme que « la foule ne doit pas simplement être considérée comme la somme de ses parties. Le comportement du groupe pris dans son unité est tout à fait différent de celui qu'on pourrait attendre de ses membres pris individuellement. » (cité par Alessia Smaniotto, 2020, p. 77) Toutefois, Park fait une distinction entre les types de rassemblements humains. En effet, il ne catégorise pas automatiquement tout regroupement comme étant

une foule, mais suggère aussi la possibilité du public, basé entre autres sur les écrits du sociologue français Gabriel Tarde.

Tarde définit le public comme étant « la foule à distance » (Julliard, 2010), suggérant qu'il s'agit du « regroupement mental d'individus » (Plasseraud, 2012) plutôt qu'émotionnel comme le suggère Le Bon. Dans son texte, *Le public et la foule*, il décrit le public comme « une collectivité purement spirituelle [...] une dissémination d'individus physiquement séparés et dont la cohésion est toute mentale. » (Tarde, 1898, p. 287-288) Cela nous amène alors à nous demander où se situe la culture de l'annulation à travers ces deux théories. Alors que Le Bon interprète la foule comme explosive, violente, désorganisée et contrôlée par ses émotions (Le Bon, [1895]1905), Tarde lui considère le public comme étant mené par la rationalité et « moins outranciers, moins despotes et moins dogmatiques » (cité par Julliard, 2010, p. 11) que cette première et caractérise son existence par la distance qui existe entre ses membres. Bien que la culture de l'annulation ne se produise qu'en ligne, donc à distance, elle se définit également par sa violence (Norris, 2023), et ressemble passablement à la foule telle que décrite par Le Bon. C'est donc une question que nous tenterons d'élucider à travers les analyses suivantes : la culture de l'annulation mobilise-t-elle des publics, des foules ou un mélange des deux ? Et qu'en est-il des foules numériques ?

La théorie des *smart mobs* suggère que l'émergence des téléphones intelligents aurait permis aux foules de mieux « coordonner et coopérer » entre elles. (Harper et coll., 2005) La communication numérique aurait ainsi facilité leurs échanges, et leur permettrait de se rassembler de manières qui ne leur étaient pas possibles auparavant. (Rheingold, 2002) Dans son livre *Smart Mobs : The Next Social Revolution*, Howard Rheingold offre plusieurs exemples de situations, majoritairement politiques, où la foule a pris le dessus grâce à la communication numérique. L'un de ces exemples décrit une manifestation pacifique organisée par les habitants de Manille contre Joseph Estrada, l'ancien président des Philippines, par le biais de messages SMS. De brefs textos tels que « *Go 2ESDA. Wear Black* » ont progressivement rassemblé des millions de personnes dans un lieu précis pendant quatre jours pour finalement « faire tomber le gouvernement. » (Rheingold, 2002, p.158) C'était ainsi la première fois dans l'histoire que la foule intelligente l'emportait sur un chef d'État. À ce sujet, Rheingold déclare que :

Le rassemblement rapide de la foule anti-Estrada était une caractéristique des premières technologies de foule intelligente, et les millions de messages textuels échangés par les manifestants en 2001 étaient, de l'avis général, un élément clé de l'esprit de corps de la foule. » (Rheingold, 2002, p.160, traduction libre)

Rheingold définit cette pratique comme « la stratégie du *swarming* », qui désigne l'action de se regrouper afin de former un grand groupe, généralement grâce à un intérêt commun. (Rheingold, 2002) Grâce à l'apparition des appareils, l'idée de la « *mob* », donc de la foule en colère, a pris une toute nouvelle dimension qui n'est qu'amplifiée une fois qu'il est question de réseaux sociaux. Le *swarming* n'a plus besoin de se faire en personne, puisque les plateformes sociales permettent l'existence de pages consacrées à tout type de sujet et agissant comme point de rencontre pour tous les individus qui abordent ce sujet. En raison de la nature ouverte de ces sites, un sujet peut ainsi être discuté en temps réel par deux personnes situées à distance l'une de l'autre et bien que les annulations tendent à devenir des tendances principalement dans le pays où se trouve la personne annulée, il n'est pas rare que la nouvelle de l'annulation, et surtout le mot-clic concernant cette annulation, se répande dans le monde entier. Ainsi, les *smart mobs* nous semblent être une des formes originales de la culture de l'annulation, permettant à des individus de se rassembler et de se mobiliser contre une cause commune.

Le *dogpiling*, également reconnu comme la *cybermob* ou l'effet de meute, peut également être considéré comme une forme négative de *swarming* et désigne une forme de harcèlement en ligne se manifestant souvent par la honte publique. (Hackett, 2019) Ce concept a en effet une connotation négative comme le laisse entendre le terme « harcèlement » et il est compris par certains chercheurs comme une forte composante, voire simplement un autre terme pour désigner la culture de l'annulation. (Pluckrose et Lindsay, 2020) Lussier fait une description approfondie de cette pratique dans son livre en déclarant :

En français, on pourrait parler d'attaque de meute, de tirs groupés ou de flots de jappements, mais rien n'est aussi percutant que d'imaginer des chiens s'empilant les uns par-dessus les autres. Généralement, le *dogpiling* survient à la suite d'une déclaration controversée. Par exemple, un homme publie un commentaire sexiste. Sous sa publication, des internautes font part, poliment ou non, de leur désaccord. Le ton monte. Puis la personne à l'origine de la controverse est ridiculisée, insultée, humiliée. Des mêmes peuvent être créés. [...] Le parcours numérique de ce pauvre bougre accusé de sexisme est scruté à la loupe : on ressort d'autres propos

controversés qu'il a émis par le passé. Les insultes fusent. [...] La situation prend des proportions démesurées. [...] La personne qui subit le *dogpiling* reçoit le tout comme un seul amas de boue difforme dans lequel se mêlent commentaires arrogants, insultes gratuites, appuis épars, attaques injustifiées, mêmes humiliants et critiques légitimes, donc elle peut difficilement faire le tri. (Lussier, 2021)

Contrairement au *swarming* que Rheingold a défini de manière plus positive, le *dogpiling* met véritablement en évidence le harcèlement dont est victime la personne qui se fait « empiler », les utilisateurs des réseaux sociaux se rassemblant un par un, insulte par insulte jusqu'à ce que la personne quitte la plateforme.

1.3.5 De l'activisme en ligne, malgré tout ?

Bien que nous ayons précisé plus tôt dans cette recherche que nous cherchions à analyser la culture de l'annulation en tant que pratique personnelle des annulateurs, et non à travers un quelconque mouvement social, certains chercheurs interprètent tout de même l'acte sous cet angle. La notion de l'activisme en ligne est alors énormément abordée dans les recherches sur la *cancel culture*, ce que nous ne pouvons ignorer, et que nous choisissons d'explorer brièvement, uniquement dans le but d'expliquer la façon dont certaines participations peuvent être perçues et exprimées.

On reproche souvent à l'activisme en ligne son manque d'action. Même si certains reconnaissent qu'il s'agit d'un outil très utile pour la sensibilisation et l'action politique sur des questions sociopolitiques importantes (Zulli, 2020), la plupart des études suggèrent plutôt que cette activité « conjure une illusion d'activisme » (Lewis et coll., 2014, p.1, traduction libre). Deux termes ressortent le plus souvent dans les recherches sur l'activisme numérique, soit le *clicktivism* ou le *slacktivism*. Tous deux sont qualifiés par leurs faibles efforts (Freelon et coll., 2020), le chercheur Max Halupka les décrivant comme « une action politique [avec] peu d'impact dans le monde réel. » (Halupka, 2017, p.2, traduction libre) Dans leur article académique intitulé « Educators, Solicitors, Flamers, Motivators, Sympathizers: Characterizing Roles in Online Extremist Movements », les chercheurs Shruti Phadke et Tanushree Mitra affirment également que le *clicktivism* et le *slacktivism* sont « largement improductifs et éphémères - un type d'activisme idéal pour la génération paresseuse. » (Phadke et Mitra, 2021, p. 111, traduction libre) Ainsi, bien que

la pratique consistant à utiliser les réseaux sociaux comme outil d'action politique soit très populaire, elle est encore largement considérée comme une forme moindre d'activisme.

Seules quelques études portent sur les avantages de cette pratique et sur la façon dont, à l'instar des *smart mobs*, l'activisme numérique peut parfois conduire à des actions hors ligne. (Harlow et Harp, 2012) La chercheuse Hedy Greijdanus et ses collaborateurs étudient la relation entre l'activisme en ligne et les actions collectives hors ligne dans leur article intitulé « The psychology of online activism and social movements : relations between online and offline collective action ». À travers leur recherche, ils théorisent que l'activisme en ligne va de pair avec les actions collectives réalisées hors des réseaux sociaux comme des manifestations puisque ces derniers facilitent leur organisation et leur propagation. (Greijdanus et coll. 2020) Une étude réalisée par les professeurs de communication Yu-Hao Lee et Gary Hsieh a également révélé que, dans certains cas, les activistes en ligne étaient cohérents dans leurs actions hors ligne. Lee et Hsieh ont testé des participants pour voir si le fait de signer ou de ne pas signer une pétition en ligne augmentait ou diminuait leur contribution ultérieure à une œuvre de charité (Lee et Hsieh, 2013) et ont constaté que :

[...] le slacktivisme en général peut aider l'activisme ultérieur, indépendamment du nombre de personnes qui choisissent réellement de participer au slacktivisme. En regroupant toutes nos conditions, le simple fait d'être invité à signer la pétition a augmenté les dons ultérieurs des participants [...] Cependant, si le slacktivisme augmente la probabilité de réaliser une action civique ultérieure congruente, nos résultats suggèrent également que cette augmentation ne peut être limitée qu'aux scénarios dans lesquels l'action civique ultérieure est également relativement peu coûteuse. (Lee et Hsieh, 2013, p.9, traduction libre)

L'activisme en ligne renvoie évidemment à ses participants, qui sont considérés comme un mélange d'activistes traditionnels qui se sont adaptés à l'environnement en ligne (Veil, et coll., 2015), d'utilisateurs cherchant véritablement à utiliser les réseaux sociaux comme vecteur de changement (Noland, 2017) (Bertrams et Krispenz, 2022) et d'utilisateurs pratiquants du *virtue signaling*. (Bertrams et Krispenz, 2022) Ce terme, que nous traduirons par « spectacle de la vertu », est souvent mentionné dans les recherches sur la culture de l'annulation. Il trouve ses origines à travers le concept de la grandiloquence morale (*moral grand-standing*) que Tosi et Warmke définissent comme de « faire une contribution au discours moral public qui vise à convaincre les autres que l'on

est moralement respectable. » (Tosi et Warmke, 2016, p. 199, traduction libre) Le chercheur Neil Levy ajoute à cette définition afin d'en créer une du spectacle de la vertu et affirme :

Le signaleur de vertu se préoccupe indûment de lui-même plutôt que des questions qu'il prétend aborder. S'il peut aussi chercher à convaincre les autres et à produire un monde meilleur, au moins l'une de ses motivations premières est la reconnaissance. Il signale sa prétendue perspicacité morale et ses valeurs supérieures, transformant ainsi le discours moral en un « projet de vanité. » (Levy, 2020, p. 9546, traduction libre)

La mention fréquente du spectacle de la vertu lors de conversations sur la *cancel culture* est due au fait que beaucoup, chercheurs comme journalistes, pensent qu'un élément de la culture de l'annulation, au moins pour certains participants, est performatif. (Kalina, 2020) Ici, nous partons du principe que seuls les cancelleurs connaissent les vraies motivations de leurs participations, bien que des recherches ultérieures sur le thème de la moralité, ainsi que des conversations tenues avec ces participants, permettront au moins d'émettre une hypothèse sur la validité de cette théorie.

Un dernier concept qui pourrait caractériser les formes de rassemblement qui se produisent lors des annulations est celui de l'effet *bandwagon*. Le *bandwagoning* peut facilement être défini comme la probabilité accrue pour des individus de participer à une activité s'ils la perçoivent comme étant populaire et s'ils voient que d'autres la pratiquent déjà (Schmitt-Beck, 2015). On en trouve des preuves dans la manière dont les gens prennent des décisions politiques (Kiss et Simonovits, 2013), dans leurs habitudes d'achat en ligne (Sundar et coll., 2008) et même dans la manière dont ils se forgent des opinions tout simplement. (Nadeau et coll., 1993) Sur les réseaux sociaux, cela peut signifier que les gens sont plus enclins à attribuer une mention « j'aime » à un commentaire qui a déjà reçu un grand nombre de *likes*, ou à s'engager dans des conversations figurant sur la page tendance, comme c'est le cas dans la culture de l'annulation. Ce phénomène peut être comparé à « l'effet de meute » que décrit Lussier dans son livre *Annulé(e) : Réflexions sur la cancel culture*. Dans son troisième chapitre, la journaliste revient sur l'annulation des sœurs Stratis, des jumelles blogueuses de mode qui ont été annulées en juillet 2020 à la suite d'accusations de violence psychologique et d'intimidation sur le lieu de travail. Citant l'une d'entre elles, Lussier déclare : « Je vois ça

comme une avalanche. Ça ramasse la neige, la neige s'accumule, puis détruit tout sur son passage. » (Lussier, 2021) C'est ce rassemblement progressif, utilisateur par utilisateur, qui peut amener à croire que certains participants de la *cancel culture* peuvent avoir rejoint le groupe justement parce qu'il y *avait* un groupe à joindre.

L'effet bandwagon est principalement dû à une chose : le FoMo, soit le *fear of missing out*, ou la peur d'être exclus et de se démarquer du groupe. (Kang et Ma, 2020) Dans une étude portant sur la façon dont le *bandwagoning* affecte le comportement des consommateurs, les chercheurs Inwon Kang et Ilhwan Ma ont noté « qu'afin de réduire [l'anxiété et le stress psychologique associés au FoMo], les gens peuvent [...] devenir plus assidus à suivre les autres. » (Kang et Ma, 2020, p.4, traduction libre) Cette affirmation est soutenue par les chercheurs Jan-Willem van Prooijen et Kees van den Bos qui affirment dans leur étude que « le fait d'être privé d'un niveau satisfaisant d'inclusion peut être la cause de plusieurs effets négatifs, tels que l'anxiété, la détresse émotionnelle, la solitude et les problèmes de santé. » (van Prooijen et van den Bos, 2004, p. 67, traduction libre) Ainsi, des individus chercheraient à se joindre aux autres afin de ne pas subir ces effets négatifs. Ceci témoigne alors un certain désir d'appartenir à un collectif que l'on appelle académiquement le *group belongingness*, soit la recherche de l'appartenance à un groupe. Les psychologues Roy F. Baumeister et Mark R. Leary ont considéré, comme beaucoup avant eux, que « les êtres humains sont fondamentalement motivés par un besoin d'appartenance. » (Baumeister et Leary, 1995, p. 522, traduction libre). Ce sentiment d'appartenance est basé sur des similitudes en termes d'attitudes, d'opinions, de goûts, parmi beaucoup d'autres. (Sachdev et Hogg, 1983) Ainsi, il serait possible de théoriser que les participants à la culture de l'annulation participent a) par sentiment d'appartenance et b) par peur d'être exclus d'une activité populaire en ligne.

Ces dernières sections ont permis de décrire et de conceptualiser certaines conditions de possibilité de la culture de l'annulation. En nous replongeant dans la littérature, nous avons pu explorer les concepts et les théories qui composent la culture de l'annulation, afin de problématiser. Ces sections nous ont également permis de formuler des hypothèses sur les raisons qui poussent les gens à annuler, qui serviront de point de départ pour les prochaines étapes de notre recherche. Maintenant que nous comprenons ce qu'est la culture de l'annulation, nous pouvons nous concentrer sur la manière dont elle s'exprime et, en particulier, sur les raisons qui la motivent. Nous

pouvons maintenant chercher à recueillir nos propres réponses en nous adressant directement aux cancelleurs. La prochaine partie de ce mémoire, consacrée à la méthodologie de notre enquête, servira à préciser les étapes de cette collecte de données.

Chapitre 2

Méthodologie

Bien que ce mémoire s'intéresse globalement à la *cancel culture*, son point focal reste avant tout les cancelleurs, ou plus précisément, les raisons qui sous-tendent leur participation. Finalement, notre question de recherche centrale peut être formulée comme suit : comment la culture de l'annulation est-elle vécue par ses participants ? Nous cherchons ainsi à savoir ce qui pousse des individus à se rassembler en ligne dans le but commun de critiquer un individu et de lui retirer sa tribune ? Quelles formes prennent leurs participations? Qu'est-ce qu'annuler signifie pour eux? Afin de répondre à toutes ces questions, nous avons décidé de nous adresser aux personnes concernées en créant et en diffusant un sondage d'opinion qui leur était destiné.

2.1 À qui parlions-nous ?

Ainsi, nous étions à la recherche de tout utilisateur de réseaux sociaux ayant déjà participé à une ou plusieurs annulations en ligne. Il n'y avait pas de préférence en termes d'âge pour les répondants ou de sites sociaux utilisés pour les annulations. Nous avons plutôt cherché à accueillir le plus grand nombre de participants possibles afin d'obtenir une variété de réponses à notre questionnaire initial. Afin de les atteindre, nous avons créé deux sondages, l'un en français et l'autre en anglais, qui ont été publiés sur le site de sondages en ligne Typeform et promus auprès des utilisateurs des réseaux sociaux sur nos comptes Twitter, Instagram et Tik Tok personnels. Cette étape a été réalisée après l'obtention du formulaire éthique fourni par le Comité d'éthique de la recherche en arts et humanités (CERAH) le 18 février 2022 qui confirmait que nos méthodes de recherche

étaient conformes aux normes d'éthique de la recherche de l'université. Une affiche promotionnelle ainsi qu'une série de vidéos contenant des extraits audios tirés de divers reportages d'actualité et de vidéos populaires de youtubeurs discutant de la culture de l'annulation ont accompagné les sondages afin d'ajouter un élément visuel qui attirerait l'attention. Grâce à ce matériel promotionnel et au partage en ligne, nous avons ainsi pu recueillir des données auprès de 30 sujets différents sur une période de deux mois. Des captures d'écran de certains éléments du matériel promotionnel sont présentées aux annexes 1 et 2.

La décision d'utiliser des sondages publiés en ligne dans deux langues pour la collecte des données semblait évidente, puisque nous espérions toucher le plus grand nombre de personnes possible, sur plusieurs plateformes. Le sondage était anonyme, ce qui a permis aux utilisateurs de s'ouvrir d'une manière qu'ils n'auraient peut-être pas osé faire autrement en raison de la connotation négative potentiellement associée à l'acte de l'annulation. Des études ont en effet montré que les gens sont plus enclins à répondre à un sondage s'ils sont assurés de pouvoir rester anonymes, surtout si la nature de ce sondage est controversée (Saleh et Bista, 2017) et que les sondages en ligne rapportent généralement plus de réponses que n'importe quelle autre méthode. (Fricker et coll., 2012) Étant donné que nous étudions un phénomène qui a pris le Web d'assaut, il nous a ainsi à sembler logique de chercher à atteindre le plus grand nombre de participants possible.

2.2 Que voulions-nous savoir ?

Puisque cette recherche exploratoire porte uniquement sur les motivations et l'expérience de l'annulation et non sur les répercussions de la *cancel culture*, nos questions ne s'adressaient pas aux personnes *annulées* et ne s'appuyaient pas sur leurs perspectives, ou sur leurs expériences. Elles se concentraient plutôt sur les personnes qui ont procédé aux annulations et cherchaient à déterminer s'il existait un fil conducteur dans leurs raisonnements individuels. Notre questionnaire comportait à la fois des questions à choix multichotomiques à réponse unique et des questions ouvertes. Une seule question était à proprement parler quantitative : celle leur demandant le nombre

d'annulations auxquelles ils avaient participé à ce jour. Ceci constituait à nos yeux la variable principale : nous nous demandions si le nombre de participations pouvait être le déterminant principal du type d'expérience vécue par les participants. Nous imaginions en effet que des cancelleurs débutants n'avaient pas la même expérience que ceux et celles qui avaient déjà participé à plusieurs annulations.

Nous avons opté pour une enquête écrite par sondage, car cela nous a permis à la fois d'obtenir des informations personnelles de la part des sujets (par des questions ouvertes) et de déterminer des types d'expérience de l'annulation (par des questions à choix), qui compte tenu du nombre restreint de répondants, ne sauraient être statistiquement représentatifs, mais nous l'espérons cependant significatif. Certaines des questions demandaient aux sujets de décrire leurs expériences, tandis que d'autres visaient simplement à obtenir un aperçu de leurs habitudes en ligne.

Le questionnaire commençait par fournir aux participants la définition de la *cancel culture* suggérée par Ng et présentée dans notre problématisation. Notre usage de cette définition avait pour but d'informer les participants sur la nature de la recherche et était suivi d'un court texte précisant que l'objectif premier était de comprendre et non de porter un quelconque jugement sur les réponses reçues. C'est dans cette première clause également que nous indiquions que l'enquête était anonyme et que nous demandions aux participants de donner leur accord pour continuer.

La première question du sondage cherchait à évaluer les connaissances des sujets sur la *cancel culture* et à déterminer à travers un choix de réponses s'ils étaient conscients de toutes les actions qui pouvaient être considérées comme des actes d'annulation. Nous avons construit cette question en partie à partir des écrits de Ng dans son article universitaire intitulé « No Grand Pronouncements Here... : Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation », où elle suggère que le retrait de soutien peut se faire en arrêtant « de visionner le contenu de la personne annulée, de suivre la personne annulée sur les réseaux sociaux (en raison de son annulation), d'acheter des produits endossés par la personne, etc. » (Ng, 2020, 623, traduction libre) Les autres choix de réponse ont été faits à partir de nos propres observations de la culture de l'annulation lorsque nous avons observé les trois types de participants (actifs, modérés et passifs) à l'œuvre. Ainsi, cette première question demandait aux sujets d'identifier

lesquels parmi les actes suivants se qualifiaient comme étant de la participation à la culture de l'annulation :

- a) La rédaction de messages d'opinion sur les médias sociaux sur la personne ou sur l'acte *annulé(e)* ;
- b) L'utilisation du mot-clic parlant de l'annulation (exemple : #PersonnelsCancelled) ;
- c) Le fait d'aimer et/ou de republier les messages des autres qui participent à l'annulation d'un individu ou d'une entreprise ;
- d) Arrêter de suivre une personne sur les réseaux sociaux après qu'elle a fait ou dit quelque chose que vous jugez de problématique et ;
- e) Toutes ces réponses.

À ce stade, la plupart des sujets ont répondu « Toutes ces réponses », avec quelques exceptions qui se répartissaient entre toutes les autres options.

Beaucoup des questions du sondage visaient à mieux connaître le niveau ainsi que la modalité de la participation des sujets à la culture de l'annulation. Des questions telles que « Q3. À quelle fréquence utilisez-vous les sites de réseaux sociaux ? », « Q4. À combien d'annulations environ avez-vous participé ? » ou encore « Q15. En moyenne, quel a été votre niveau de participation à la/aux annulation(s) ? » nous ont permis non seulement de nous faire une impression du degré d'implication de chaque sujet, mais nous ont également offert des critères de classification pour notre analyse ultérieure. D'autres questions telles que « Q5. Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ? » et « Q12. Comment avez-vous pris connaissance des annulations auxquelles vous avez participé ? » ont servi à en savoir plus sur les annulations spécifiques évoquées, toujours avec la possibilité de trouver plus tard des tendances communes dans les réponses. La question la plus critique pour notre analyse était cependant la question numéro 10, qui demandait directement aux sujets pourquoi ils avaient participé à l'annulation des individus qu'ils avaient annulés. La question était ouverte, l'objectif étant de laisser les sujets s'exprimer sur leurs raisonnements.

Dans l'ensemble, nos questions visaient donc à déterminer non seulement la ou les raisons pour lesquelles ils avaient participé à une ou plusieurs annulations, mais aussi la

manière dont ils l'avaient fait. Le reste des questions qui n'ont pas été interprétées figure à l'annexe 3 du présent mémoire.

Nous avons introduit l'annulation de J.K. Rowling comme étude de cas lors de notre problématisation. Le fait de voir des utilisateurs défendre passionnément leurs positions contre l'auteure nous avait incités à prêter une attention particulière à cet événement et à envisager de l'analyser dans son ensemble en cherchant à recueillir des données auprès des personnes qui l'ont annulée. Cet intérêt s'est manifesté dans les questions six à neuf du sondage, qui n'étaient pas accessibles à toutes les personnes interrogées (elles n'apparaissaient que s'ils avaient répondu avoir annulé Rowling). Cependant, bien que l'affaire Rowling ait été largement évoquée en ligne, la plupart des individus qui ont répondu au sondage n'avaient en fait pas participé à son annulation, c'est pourquoi nous nous sommes finalement éloignés de ce cas.

2.3 Que pensions-nous trouver ?

La *cancel culture* met l'accent sur le partage de l'information. Des masses d'utilisateurs se rassemblent sur une plateforme quelconque pour commenter, aimer, partager le contenu des autres internautes et nous avons soupçonné que la participation à cette culture pourrait indiquer un effet de « suivre le leader » en raison de son aspect viral. En bref, nous avons présenté l'effet *bandwagon* dans notre problématisation et avant de recueillir et d'analyser nos données, nous avons ainsi émis l'hypothèse qu'une grande partie de la culture de l'annulation pourrait en fait résulter de l'actualisation de ce concept sur les réseaux sociaux. Nous ne pouvions ignorer le fait que le sentiment d'indignation est souvent à l'origine de l'annulation, et qu'une bonne partie des annulateurs participent pour s'opposer à un comportement qu'ils jugent problématique. Ainsi, sachant que le *bandwagoning* est un comportement auquel les utilisateurs de réseaux sociaux peuvent prendre part et en raison de la nature du contenu partagé lors des annulations en ligne (bien que de nombreux utilisateurs fournissent des articles de réflexion, la plupart des publications avec lesquelles les utilisateurs interagissent sont des memes humoristiques), nous pensions alors qu'un nombre considérable d'internautes qui participent à la culture de l'annulation le faisaient davantage pour participer à une

tendance en cours que parce qu'ils étaient réellement indignés par ce qu'ils annulent. Nous pensions retrouver des éléments confirmant cette hypothèse dans nos réponses bien que la taille de notre échantillon fait en sorte qu'il ne puisse pas être représentatif.

Nous pensions également retrouver des preuves de ruptures parasociales comme l'une des motivations des annulations, puisque, comme l'a suggéré Hu, les scandales sont susceptibles d'inciter les internautes à cesser de soutenir les célébrités qu'ils admirent. Le fait que des individus seraient susceptibles d'abandonner leurs relations parasociales si les personnalités publiques avec lesquelles ils les entretenaient étaient prises dans des situations désavantageuses, et d'influencer les autres à faire comme eux, semble être une autre façon de définir les relations complexes, mais inconstantes, entre les utilisateurs et les célébrités en ligne, et la façon dont elles se désintègrent au cours des annulations. Parallèlement, nous nous attendions aussi à trouver la présence de *schadenfreude* dans leurs motivations, peut-être comme un moyen pour certains utilisateurs de rétablir un équilibre entre eux et ces personnalités publiques qui semblent beaucoup plus privilégiées qu'eux, comme le suggère Littler. (2010)

Nous nous attendions également à ce que les réponses reçues nous indiquent à quel type de groupe les annulateurs s'identifiaient le plus probablement, à une foule telle que vue par Le Bon ou à un public tel que vu par Park et Tarde. Certaines questions (22 et 23, disponibles à l'annexe 3) cherchent à déterminer le niveau d'émotions ressenties par les participants au moment de leurs annulations, ce qui nous aidera à voir s'ils étaient en effet guidés par ces émotions lorsqu'ils agissaient, ou par autre chose.

Enfin, la moralité a été fortement explorée dans le cadre de notre problématisation et de notre théorisation. Malgré cela, nous avons émis l'hypothèse que la plupart des annulateurs annulent avec très peu d'efforts (en attribuant uniquement des mentions j'aime et en republiant les *tweet* des autres), classant possiblement leur participation comme du *slacktivism*, ou même du spectacle de la vertu. Nous nous attendions néanmoins à ce que la morale tienne une certaine place dans leurs justifications, même si nous ne pouvions pas prédire dans quelle mesure.

2.4 Comment avons-nous procédé ?

La première étape de notre analyse a consisté à transférer les données amassées du site de Typeform sur notre ordinateur personnel. Les fichiers unilingues ont été téléchargés au format .xlsx propre au logiciel Excel, et les données ont été organisées par sujet en fonction de la date à laquelle ils ont répondu à l'enquête. Nous pouvions alors compter 30 participants avec des niveaux de réponse variables (ils n'ont pas tous répondu à toutes les questions), et avons commencé à parcourir rapidement leurs réponses sans entamer d'analyse concrète ni parvenir à une quelconque conclusion. Cette étape visait simplement à obtenir une première impression des sujets et à noter leur niveau de participation aux questions.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	#	Merci pour	Avant de c	La réponse	À quelle fré	A combien	Qui est/sor	Avez-vous	Vous êtes	L'annulatio	De quelle n	Êtes-vous
2	v6vnz27af	7	Toutes ces	Oui	Tous les jo	3	Les soeurs	Non, je n'ai				Non
3	8bfsyfyke8	1	Toutes ces	Oui	Tous les jo	Une vingtai	Des influen	Non, je n'ai				Oui
4	maimsozac	1	Arrêter de	Oui	Quelques f	2	Jk Rowling	Oui	Non			Je préfère
5	u1v89i833c	1	Toutes ces	Oui	Tous les jo	1 ou 2	L'humoriste	Non, je n'ai				Non
6	0sz1s35jax	1	Toutes ces	Oui	Tous les jo	3	Shane Daw	Non, je n'ai				Non
7	9tic2n2x6b	1	Toutes ces	Oui	Tous les jo	1	Chrissy Te	Non, je n'ai				Non
8	sd9738iryy	1		Oui	Tous les jo	2	Doja Cat, C	Non, je n'ai				Non

Figure 2 : Exemple des données brutes du sondage français

Notre prochaine action a été de réunir les deux documents téléchargés afin de disposer d'un groupe de données bilingues. Cela a été fait pour que les réponses puissent être plus facilement comparées les unes aux autres et pour aider à la construction éventuelle de types définis dans lesquels chaque sujet pourrait s'inscrire. Une fois cette étape franchie, nous avons procédé à une seconde lecture, plus approfondie, au cours de laquelle nous avons effectué une première organisation des données sur la base de la question quatre du sondage, soit « A combien d'annulations environ avez-vous participé ? » Cela nous a permis de filtrer les sujets qui ne remplissaient pas les conditions requises pour cette étude. Notre échantillon final contient alors 19 des 30 personnes qui ont répondu à notre sondage. Les raisons en sont peu nombreuses : certains ont donné des réponses incongrues (ces individus étaient des cancelleurs, mais n'avaient pas répondu à la plupart des questions du sondage, ce qui a rendu l'interprétation et l'analyse de leurs participations difficile), alors que d'autres, sans doute un peu perdus, n'avaient tout simplement jamais annulé personne. Il est également important de mentionner que nous

avons utilisé les questions 30 (Connaissez-vous des personnes qui ont également participé à l'annulation d'un individu ?) et 31 (Quel était leur niveau de participation ?) pour tenter d'évaluer la véritable fréquence de l'annulation en ligne, et 14 de nos 19 sujets ont indiqué qu'ils connaissaient des personnes ayant participé à la culture de l'annulation à des degrés divers. Ceci rend alors cet acte encore plus répandu que notre petit échantillon le laisse croire. Nous nous sommes ainsi retrouvés avec un petit groupe de cancelleurs, francophones et anglophones, offrant une multitude de perspectives. C'est également à ce stade que nous avons décidé de séparer les données de nos questions ouvertes de celles de nos questions fermées.

2.4.1 Les questions fermées

Pour les questions fermées, nous avons opté pour des questions multichotomiques à réponse unique : il s'agissait de définir des modalités pour chaque question, de manière à tenter de définir par une analyse typologique les différents niveaux d'implication des participants. Nous avons opté pour ce type d'analyse afin de décrire l'implication dans une dynamique d'annulation en un nombre défini de sous-groupes aussi différents que possible les uns des autres et dans lesquels les individus sont aussi semblables que possible entre eux.

Cette méthode nous a donc permis de classer certaines de nos réponses en groupes, ce qui les ont rendues plus faciles à organiser et donc, à interpréter. La figure ci-dessous est un exemple de ce type de questions :

4→ À quelle fréquence utilisez-vous les sites de réseaux sociaux ?
(Facebook, Twitter, Instagram, etc.)

A) Tous les jours

B) Quelques fois par semaine

C) Environ une fois par semaine

D) Quelques fois par mois

E) Une fois par mois

F) Moins d'une fois par mois

OK ✓

Powered by Typeform

Figure 3 : Exemple d'une question à choix de réponses

Afin d'éviter toute confusion possible, nous souhaitons également limiter les options de réponse des questions qui n'exigeaient pas que les sujets partagent leurs expériences. Les réponses que nous avons reçues à la quatrième question, « A combien d'annulations environ avez-vous participé » en sont un bon exemple. Cette question était ouverte afin d'offrir aux sujets la possibilité de développer s'ils le souhaitent, mais le manque de limites a plutôt ouvert la porte à autre chose. Par exemple, certains sujets ont épilé leurs réponses (« Un ») ce qui ne nous a pas posé de problème. D'autres ont toutefois répondu avec des pronoms non spécifiques (par exemple : « quelques un », « au moins un », etc.). Nous avons essayé d'interpréter ces réponses du mieux que nous pouvions, tout en sachant que les sujets auraient pu vouloir dire quelque chose de tout à fait différent. C'est ce genre d'imprécision que nous avons alors voulu éviter en limitant certains de nos choix de réponses.

L'analyse typologique s'est déroulée en trois étapes : le codage, l'interprétation et l'attribution des types.

Coder les données

Une fois nos 19 sujets rassemblés dans un même document, nous avons pu commencer à organiser leurs réponses pour voir s'il y avait des tendances parmi celles-ci. Notre point de départ a toujours été le nombre d'annulations commises par chaque sujet,

ce qui nous a permis de leur attribuer des titres officiels. Les sujets ont été classés par ordre croissant du sujet A (une annulation) au sujet S (environ 20 annulations). Nous avons également adopté un système de couleurs afin de mieux les reconnaître dans les analyses ultérieures en fonction de leur niveau d'annulations. Ils ont ainsi été divisés en quatre groupes et une couleur a été attribuée à chacun d'entre eux :

- vert pâle pour les *cancelleurs* uniques (une annulation) ;
- vert foncé pour les *cancelleurs* faibles (de deux à quatre annulations) ;
- bleu pour les *cancelleurs* modérés (plus que cinq, mais moins que dix annulations) et
- rouge pour les *cancelleurs* de masse (dix ou plus annulations)

Sujet	Q4. A combien d'annulations environ avez-vous participé ?	Q5. Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ?
A	1	Valkyrae
B	One	Someone I worked for in the past
C	1	Chrissy Teigen
D	at least one	creepshowart
E	1 ou 2	L'humoriste Julien Lacroix
F	2	Jk Rowling, Jordan Peterson
G	2	Doja Cat, Chris Brown
H	1-3	_____
I	3	Les sœurs Stratis et la marque Dolce&Gabbana
J	3	Shane Dawson, Jeffree Star, Amber Heard
K	1	Marilyn Manson, Ryan Adam's, Brand New, a couple of guys
L	a couple	Mostly content creators or celebrities
M	5	James Charles, Jeffrey Star, Shane Dawson, Andrew Tate and the Ace Family
N	5	Weinstein, Rowling, Anzari, and a few others I can't remember?
O	5	Produits d'Israel
P	10	_____
Q	10	James Charles, Shane Dawson, Jefree Star, Can't remember any more lol

R	A dozen	Trump supporters, men who have been revealed to abuse women and/or children (H. Weinstein, Woody Allen, R. Kelly, Michael Jackson, Chris Brown, David Bowie), Camilla Cabello (racist), Clint Eastwood (racist), the British monarchy
S	Une vingtaine	Des influenceurs, artistes, connaissances

Tableau 1 : Grille des sujets

L'étape suivante consistait à sélectionner les questions qui nous permettraient de définir les types d'implication. Comme nous l'avons déjà dit, nous avons procédé avec les questions fermées, car elles offraient presque toutes des choix multichotomiques à choix unique, qui laissaient donc peu de place à l'incertitude. Finalement, les 18 questions suivantes ont été sélectionnées :

Q3. À quelle fréquence utilisez-vous les sites de réseaux sociaux ?

- a) Tous les jours
- b) Quelques fois par semaine
- c) Environ une fois par semaine
- d) Quelques fois par mois
- e) Une fois par mois
- f) Moins d'une fois par mois

Q4. A combien d'annulations environ avez-vous participé ?

(Question ouverte)

Q11. De combien d'informations disposiez-vous sur le sujet avant de contribuer à l'annulation ou aux annulations ?

- a) Une grande partie
- b) Beaucoup d'information
- c) Une quantité modérée
- d) Un peu d'information
- e) Aucune information

Q13. Connaissez-vous la ou les personnes annulées avant de contribuer à leur annulation ?

- a) Oui
- b) Non

Q14. A quel point connaissiez-vous cet/ces individu(s) ?

- a) Je savais presque tout sur eux
- b) Je savais beaucoup de choses sur eux
- c) Je savais un peu de choses sur eux
- d) Je ne savais pas grand-chose sur eux
- e) Je ne savais rien d'eux

Q15. En moyenne, quel a été votre niveau de participation à la/aux annulation(s) ?

- a) Passive (Aimer et/ou republier les publications des autres sur l'annulation)
- b) Modérée (Aimer, republier et/ou commenter les publications des autres sur l'annulation)
- c) Active (publication de messages originaux sur l'annulation)

Q16. Vous êtes-vous adressé directement à la ou aux personnes annulées ?

- a) Oui
- b) Non, je les ai seulement mentionnés

Q17. Vos messages étaient-ils principalement dirigés contre la ou les personnes annulées ou contre les actions qui ont conduit à leur annulation ?

- a) Contre l'individu annulé
- b) Contre leurs actions
- c) Les deux
- d) Autres

Q18. Quel type de langage avez-vous utilisé /avec lequel vous avez interagi ?

- a) Léger (Aucune utilisation de jurons)
- b) Moyen (Utilisation de quelques jurons)
- c) Intense (Utilisation de beaucoup de jurons)

Q19. Avec quel type de contenu avez-vous le plus interagi ?

- a) Des publications écrites
- b) Des mèmes (Images et/ou vidéos)
- c) Des articles d'actualité
- d) Autres

Q20. Avez-vous le sentiment d'avoir contribué à la prise de conscience de l'individu ou des individus annulés ?

- a) Oui
- b) Non
- c) Autres

Q21. Votre opinion sur la ou les personnes annulées a-t-elle changé après avoir participé à leur annulation ?

- a) Oui, il a augmenté favorablement
- b) Oui, il a diminué de façon défavorable
- c) Non, il est resté inchangé

Q22. Avez-vous ressenti des sentiments négatifs à un moment quelconque pendant ou après la ou les annulations ? (Remords, colère, tristesse, etc.)

- a) Oui, j'ai ressenti des sentiments négatifs
- b) Non, je n'ai pas ressenti des sentiments négatifs

Q23. Avez-vous ressenti des sentiments positifs à un moment quelconque pendant ou après la ou les annulations ? (Fierté, contentement, satisfaction, etc.)

- a) Oui, j'ai ressenti des sentiments positifs
- b) Non, je n'ai pas ressenti des sentiments positifs

Q24. Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ?

- a) J'ai eu l'impression de faire partie d'une communauté
- b) J'avais l'impression d'agir seul
- c) Je ne suis pas sûr.
- d) Autres

Q26. Pensez-vous participer à l'annulation d'un autre individu dans le futur ?

- a) Probable
- b) Improbable
- c) Je ne suis pas sûr

Q27. Votre participation a-t-elle eu un effet ou des répercussions sur votre vie personnelle ou professionnelle ?

- a) Oui
- b) Non

Q29. Êtes-vous resté anonyme ou avez-vous conservé votre identité lorsque vous avez participé à l'annulation ou aux annulations ?

- a) Je suis resté anonyme
- b) J'ai conservé mon identité

Figure 4 : Grille des questions multichotomiques

Nous avons ensuite créé une feuille Excel pour chaque question et conservé les deux premières colonnes de données (la première représentant les sujets dans l'ordre des annulations et la suivante indiquant le nombre exact d'annulations) comme point de référence. Nous avons ensuite ajouté deux nouvelles colonnes : la première étant la question mise en évidence, et la seconde, un nouvel ordre des sujets en fonction de leur réponse à cette question. Le tableau ci-dessous offre un exemple d'une des questions à l'étude.

Sujet	Q4. A combien d'annulations environ avez-vous participé ?	Q11. De combien d'informations disposiez-vous sur le sujet avant de contribuer à l'annulation ou aux annulations ?	Sujet
A	1	A great deal	D
B	One	A great deal	P
C	1	A lot	A
D	at least one	Beaucoup d'information	F
E	1 ou 2	Beaucoup d'information	J
F	2	A lot	M
G	2	A lot	N

H	1-3	A lot	O
I	3	A lot	R
J	3	A moderate amount	B
K	1	Une quantité modérée	C
L	a couple	Une quantité modérée	E
M	5	Une quantité modérée	G
N	5	A moderate amount	H
O	5	Une quantité modérée	I
P	10	A moderate amount	L
Q	10	A moderate amount	Q
R	A dozen	A little	K
S	Une vingtaine	Aucune information	S

Tableau 2 : Grille de la question 11

Cette méthode de classification, associée aux couleurs que nous avons attribuées à chaque sujet, s'est avérée très utile pour commencer à voir où chaque sujet gravitait dans la grille. À ce stade, les sujets ont cessé d'être un ensemble de données et ont commencé à se différencier les uns des autres par leurs caractéristiques propres. C'est également à ce stade que nous avons commencé à observer des regroupements, non seulement parmi les groupes de couleurs, mais aussi parmi les sujets. Cette étape a été répétée avec les 18 questions multichotomiques, à l'issue desquelles on pouvait commencer à voir émerger des types particuliers regroupant les sujets. La présentation des résultats reçus ainsi que les deux prochaines étapes de l'analyse typologique, soit l'interprétation, et l'attribution des types seront tous abordés dans le chapitre suivant.

2.4.2 Les questions ouvertes

La nécessité d'une approche qualitative pour cette recherche est évoquée dès notre introduction puisque nous cherchons à savoir « pourquoi ». Alors que la méthode de questions à réponse unique nous a permis de comprendre le « comment » de la participation à la culture de l'annulation, celle des questions ouvertes nous a amené vers la raison pour laquelle elle se produit en premier lieu. Dans leur article universitaire intitulé « Strengths And Limitations Of Qualitative And Quantitative Research Methods, » Almeida et ses collaborateurs décrivent cette méthode comme une méthode qui :

« [...] s'intéresse aux aspects de la réalité qui ne peuvent être quantifiés, en se concentrant sur la compréhension et l'explication de la dynamique des relations sociales. [...] [Cette recherche] travaille avec l'univers des significations, des motivations, des aspirations, des croyances, des valeurs et des attitudes, ce qui correspond à un espace plus profond de relations, de processus et de phénomènes qui ne peuvent être réduits à l'opérationnalisation de variables. (Almeida et coll., 2017, p.370, traduction libre)

Combinée à la méthode typologique présentée ci-dessus, cette méthode de recherche a donc été d'une grande utilité pour développer une compréhension approfondie de chacun de nos sujets et ainsi, de leurs motivations.

Notre analyse s'est donc poursuivie à travers ces questions qui se devaient d'être ouvertes puisque l'objectif était de recueillir des témoignages personnels de la part des sujets. Il est important de noter que certaines des questions à modalités présentées plus haut offraient également quelques questions de suivi ouvertes, en fonction de la manière dont les individus répondaient afin d'approfondir leurs réponses. Par exemple, les sujets qui ont répondu « a) J'ai eu l'impression de faire partie d'une communauté » à la question « Q24. Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ? » ont ensuite été invités à développer dans une question suivante, soit « Q25. Si vous avez choisi la première option, quels types de liens avez-vous établis ? Ont-ils continué après l'annulation ? » Nous avons également proposé une option « Autres » à certaines des questions multichotomiques, ce qui a permis aux sujets de développer davantage s'ils en ressentaient le besoin. En fin de compte, la combinaison de ces trois éléments s'est avérée très utile, car nous avons pu recueillir des informations pertinentes auprès des participants à travers chacun d'eux.

Notre liste finale de questions ouvertes s'est avérée beaucoup moins longue que la liste des questions à modalités, principalement parce que les questions ouvertes permettent de partager beaucoup d'informations. L'approche par questions fermées ne permet qu'une seule réponse à une question, donc l'accès à une seule information à la fois, et demande de combiner toutes ces réponses pour obtenir une idée générale (Brannen, 2005). La méthode des questions ouvertes, quant à elle, a permis aux sujets de développer autant qu'ils le souhaitent et nous a fourni des renseignements sur un grand nombre d'éléments à la fois. Cette liste de neuf questions figure ainsi ci-dessous :

Q5. Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ?

(Question ouverte)

Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ?

(Question ouverte)

Q20. Avez-vous le sentiment d'avoir contribué à la prise de conscience de l'individu ou des individus annulés ?

- a) Oui
- b) Non
- c) Autres

Q24. Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ?

- a) J'ai eu l'impression de faire partie d'une communauté
- b) J'avais l'impression d'agir seul
- c) Je ne suis pas sûr
- d) Autres

Q25. Si vous avez choisi la première option, quels types de liens avez-vous établis ? Ont-ils continué après l'annulation ?

(Question ouverte)

[Q27. Votre participation a-t-elle eu un effet ou des répercussions sur votre vie personnelle ou professionnelle ?]

- a) Oui
- b) Non

Q28. Quels étaient ces effets ou répercussions ?

(Question ouverte)

Q32. Que signifie pour vous le mot « annuler » ?

(Question ouverte)

Q33. Avez-vous déjà boycotté ou dénoncé quelqu'un dans la vie réelle ?

- a) Oui je l'ai déjà fait
- b) Non, je ne l'ai jamais fait

Q34. Quelle forme a pris ce boycottage ?

(Question ouverte)

Q35. Y a-t-il quelque chose qui n'a pas été demandé et qu'il vous semble pertinent de mentionner ?

Figure 5 : Grille des questions ouvertes

Nous avons commencé notre analyse en organisant les questions en tableaux ou en listes, selon le nombre de réponses reçues. C'est également à ce stade que nous avons décidé de changer de logiciel pour faciliter nos recherches. Contrairement aux

données des questions fermées que nous avons analysées à travers les feuilles de calcul Excel, les réponses aux questions ouvertes ont été transférées de leur fichier .xlsx d'origine dans un document Word. Puisque ces données n'étaient pas nécessairement quantifiables, nous n'avons pas jugé nécessaire d'utiliser Excel pour cette partie de notre analyse, et avons opté pour une page Word qui nous permettrait de mieux manipuler et interpréter le texte. Les neuf questions ont ainsi toutes été regroupées sur une feuille Word bilingue et divisées en sections distinctes.

Le système de couleurs utilisé dans la section précédente a été adopté seulement pour les résultats de la question cinq, comme présentés ci-dessous, puisqu'un nouveau système a été utilisé afin d'interpréter les questions suivantes.

Sujet	Q5. Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ?
A	Valkyrae
B	Someone I worked for in the past
C	Chrissy Teigen
D	creepshowart
E	L'humoriste Julien Lacroix
F	Jk Rowling, Jordan Peterson
G	Doja Cat, Chris Brown
H	_____
I	Les sœurs Stratis et la marque Dolce&Gabbana
J	Shane Dawson, Jeffree Star, Amber Heard
K	Marilyn Manson, Ryan Adam's, Brand New, a couple of guys
L	Mostly content creators or celebrities
M	James Charles, Jeffrey Star, Shane Dawson, Andrew Tate and the Ace Family
N	Weinstein, Rowling, Anzari, and a few others I can't remember?
O	Produits d'Israel
P	_____
Q	James Charles, Shane Dawson, Jefree Star, Can't remember any more lol
R	Trump supporters, men who have been revealed to abuse women and/or children (H. Weinstein, Woody Allen, R. Kelly, Michael Jackson, Chris Brown, David Bowie), Camilla Cabello (racist), Clint Eastwood (racist), the British monarchy
S	Des influenceurs, artistes, connaissances

Tableau 3 : Tableau des individus ayant été annulés

Nous avons laissé notre système de couleurs de côté alors que notre attention passait du niveau d'implication dans une dynamique d'annulation au raisonnement qui les sous-tend. Nos objectifs pour cette partie de l'analyse étaient a) de trouver dans chacune des réponses des sujets des informations qui nous permettraient de répondre à la deuxième partie de notre question de recherche et b) de trouver des liens possibles entre ses réponses individuelles qui pourraient nous aider à théoriser une raison générale pour tous les participants de la *cancel culture*. Après avoir déterminé qui étaient les personnes qui avaient été annulées avec la question cinq, nous nous sommes intéressés aux raisons pour lesquelles les sujets avaient choisi d'annuler. Notre recherche visait à comprendre « pourquoi », alors nous leur avons demandé, simplement. La question suivante a donc été posée à tous les sujets « Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ? » et seuls deux d'entre eux (H et P) n'ont pas répondu. Ces réponses ont ensuite été combinées avec les questions quatre et cinq dans un tableau que vous pouvez consulter ici :

Sujet	Q4. A combien d'annulations environ avez-vous participé ?	Q5. Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ?	Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ?
A	1	Valkyrae	Not support them anymore
B	One	Someone I worked for in the past	Telling the truth about my experiences with them that validated what the media reports were saying.
C	1	Chrissy Teigen	Arrêter de supporter des artistes qui ont des valeurs qui ne s'alignent pas aux miennes.
D	at least one	creepshowart	i didnt want to support someone that disgusting . their actions were terrible.
E	1 ou 2	L'humoriste Julien Lacroix	Ne pas encourager ce genre de comportement (violence conjugale)
F	2	Jk Rowling, Jordan Peterson	Elle est une bigot
G	2	Doja Cat, Chris Brown	Mon objectif principal était d'informer les personnes des actions problématiques de la célébrité en question
H	1-3	—————	—————
I	3	Les sœurs Stratis et la marque Dolce&Gabbana	Je ne veux pas encourager des gens qui ont des idées trop différentes des miennes, ou qui sont fermés d'esprit

			(racisme, sexisme, homophobie, harcèlement, etc.)
J	3	Shane Dawson, Jeffrey Star, Amber Heard	Enlever une tribune à la personne, surtout lorsque les actes/paroles sont problématiques et ne méritent pas d'être répandues. Dans mon cas, il s'agit simplement d'un choix personnel de "unfollow" la personne car son contenu ne m'intéresse plus (et non pas du public bashing de cette personne). Il y a aussi une certaine distance avec les célébrités, ce qui fait qu'on ne pense pas toujours à la personne derrière et on se surprend à aimer mépriser les antagonistes, comme si c'était un film.
K	1	Marilyn Manson, Ryan Adam's, Brand New, a couple of guys	To disassociate myself from them by refraining from engaging in anything (listening to their music, watching their shows, viewing articles/interviews about them because of those stupid algorithms) because I view those things as a form of support for the artist and I no longer wanted to support them
L	a couple	Mostly content creators or celebrities	Either because they discriminate against certain groups of people, or let them know that their opinion is not universal, or to help another person that I would consider has been publicly victimized by someone. I would never go to the extreme of being violent with my words, but lots of people have big platforms with whom they share unpopular opinion, and the comment section is usually where negativity gets balanced out with negativity. In other words, someone may feel attacked by what a content creator says in a video. Seeing the comment section bashing the person you feel bashed you or your lifestyle or your life choices will kind of make you feel like someone is on your side. It's all about tolerance.
M	5	James Charles, Jeffrey Star, Shane Dawson, Andrew Tate and the Ace Family	Because they had very offensive actions and opinions that they forced on others and they dont align with my views/opinions (ultimately, they offended and hurt thousands even more)
N	5	Weinstein, Rowling, Anzari, and a few	To stand up for trans rights, women's rights, and human rights. To push back against billionaires using their power to

		others I can't remember?	harm marginalized communities in the name of feminism. To use what little power I have in comparison (my buying power, my voice/own network) to uphold my personal values of equality, empathy and basic human decency.
O	5	Produits d'Israel	Helping some to gather is information for is research
P	10	_____	_____
Q	10	James Charles, Shane Dawson, Jefree Star, Can't remember any more lol	Cuz their mank
R	A dozen	Trump supporters, men who have been revealed to abuse women and/or children (H. Weinstein, Woody Allen, R. Kelly, Michael Jackson, Chris Brown, David Bowie), Camilla Cabello (racist), Clint Eastwood (racist), the British monarchy	Be one less person giving them a platform and to signal the person and their art are intertwined, not separate.
S	Une vingtaine	Des influenceurs, artistes, connaissances	Je n'avais plus d'intérêt à suivre le contenu de ces individus.

Tableau 4 : Tableau des raisons des annulations

Nous avons commencé par surligner toutes les phrases à travers les réponses reçues qui se répétaient ou qui allaient dans le même sens. Nous avons commencé par les termes qui se répétaient tels quels entre les sujets, puis nous sommes passés à une interprétation plus large avec les termes qui semblaient signifier la même chose, mais qui étaient écrits différemment. Cette étape a été réalisée en lisant chacune des réponses et en notant ce qui nous semblait être répété ou similaire d'un sujet à l'autre. L'association de chaque couleur à un terme spécifique n'avait pas de véritable raison d'être : elle visait simplement à les séparer les unes des autres. Cela s'est avéré très utile pour nous aider à trouver des points communs entre les sujets et à nous rapprocher de notre objectif, à savoir trouver une raison commune pour laquelle les gens annulent. Une fois les répétitions entre les réponses mises en évidence, nous avons créé un premier tableau des mots les plus souvent utilisés (et les plus pertinents pour cette étude) et y avons regroupé les sujets. Ce tableau figure ci-dessous :

Mots	Sujets
No longer support/ Not support / Ne pas encourager	A, C, D, E, K, I
Actions / Comportement	D, E, G, J, L, M
Valeurs	C, I, M, N
Groupes/communautés (marginalisé)	L, N
Dégoutant (la personne annulée)	D, Q
Intérêt (perte)	J, S
Problématique	G, J

Tableau 5 : Termes répétés parmi les sujets

Bien qu'une interprétation profonde n'eût été entamée à ce stade, les lignes que nous avions imaginées exister entre les sujets étaient officiellement tracées et nous pouvions enfin voir la base d'une théorie se former. Nous avons supprimé les deux colonnes centrales du tableau pour les questions suivantes et avons répété l'étape du surlignage avec les questions qui le permettaient, soit les questions 25, 32 et 34 (les autres questions n'avaient pas assez de réponses, ou il n'y avait aucun lien entre les réponses reçues). Les couleurs utilisées pour le surlignage sont indépendantes à chaque tableau et ne représentent donc pas le même élément de tableau en tableau. Ces résultats sont présentés ci-dessous :

Sujet	Q25. Si vous avez choisi la première option, quels types de liens avez-vous établis ? Ont-ils continué après l'annulation ?
H	Aucun
K	Des liens de sentiments d'appartenance à d'autres personnes que j'admire (exemple: avoir la même opinion qu'une personne pour qui j'ai du respect ou de l'admiration) ou un point en commun à discuter avec des amis. Ces liens n'ont pas perduré après l'annulation (lorsque le sujet n'est plus à propos)
L	they did not continue. I just felt like we were all standing together because we had just been discriminated against for no valid reason by someone who had absolutely no knowledge on the subject.
M	I did not speak to anyone differently but i watch alot of drama videos on youtube and i did feel part of a community when i agreed with what the youtuber said about the situation and some commenters.
N	Not connecting with people directly but joining a chorus of like minded people whom I might not have intersected with otherwise
O	Faire partie d'un groupe
S	Aucune

Tableau 6 : Termes répétés dans les réponses à la question 25

Sujet	Q32. Que signifie pour vous le mot « annuler » ?
B	To remove or negate
C	Masse de gens arrêtent de supporter (passif) ou dénoncent (actif) un individu, d'une telle façon que cela affecte l'image publique/le gagne pain de cette personne.
E	Mettre de l'avant les comportements mauvais de la personnalité publique pour que les gens soient conscients de qui ils suivent et qu'il cesse de le suivre sur les réseaux
F	Faire devenir pariah; que le monde en parle moins, et que le monde réalise que cette personne n'est pas un bon membre de notre société
G	Arreter de donner du support à la personne
H	Removing credibility and/or power
I	Personnellement c'est d'arrêter d'encourager quelqu'un qui a fait des gestes graves ou qui utilise son pouvoir pour passer des messages haineux.
J	Mettre un arrêt à quelque chose
K	To write someone off, as if they can't have any redeeming phase
L	To me, cancel is not just unfollowing someone or retweeting. I think when we use the term cancel culture, it has a violent connotation because it actually can be quite a traumatizing experience for someone being canceled. Ultimately, I think cancelling is to no longer support. And if you are already not supporting that person, it's to continue to do so and to tell them when they are wrong."
M	Someone who had influence but now is seen as not-credible and a joke
N	Accountability
O	Le fait d'arrêter de supporter/encourager une entité
Q	to get someone to address their actions and what they did wrong, also to apologise but also mean it and maybe come of the internet for a while
R	No chance for redemption.
S	Arrêtez/cesser

Tableau 7 : Termes répétés dans les réponses à la question 32

Sujet	Q34. Avez-vous déjà boycotté ou dénoncé quelqu'un dans la vie réelle ? Quelle forme a pris ce boycott ?
B	Stop supporting their businesses
F	Pas participer dans leurs affaires
G	Fin de notre relation amicale et dénonciations de ses actions à nos amis en commun
H	Not purchasing products
I	Cesser du suivre cette personne sur les réseaux sociaux et ne plus répondre à ses messages.
J	Garder mes distances avec les personnes qui étaient nocives avec moi ou mes proches.
K	Social media?

L	If i buy something and it's total trash, i wont buy it again. If not treated properly as a client, I wont come back.
N	Financial boycott
R	Ceased engagement with the person

Tableau 8 : Termes répétés dans les réponses à la question 34

Enfin, les nombreux détails que les sujets ont fournis dans leurs réponses nous ont permis de recueillir un grand nombre d'informations et nous pouvions ainsi entamer notre étape d'interprétation et donc, de compréhension.

Chapitre 3

Analyse et discussion

3.1 Continuation de l'analyse typologique des questions fermées

Interpréter les données

Alors que la première étape de notre analyse typologique servait à rassembler et organiser les données recueillies, cette nouvelle étape cherche finalement à les interpréter. L'organisation de ces données s'est faite autour d'une question à laquelle nous répondrons plus tard, soit quel est le degré d'implication des sujets? Nous avons choisi cet angle parce que nous voulions voir s'il existait un lien entre le niveau de participation des sujets à la *cancel culture* et le nombre d'annulations qu'ils avaient effectuées. Pour nous, un haut niveau d'implication pourrait témoigner d'une motivation qui expliquerait pourquoi des individus annulent et une évaluation de leur degré de participation pourrait également nous aider à déterminer comment ils se comportent lorsqu'ils le font. Même si notre recherche tente de déterminer le pourquoi de la participation à la culture de l'annulation, nous pensons que nous devons également comprendre *comment* les gens effectuent ces annulations.

Nous avons jugé leur implication sur la base de trois critères :

- 1) Leur niveau d'information, soit dans quelle mesure les sujets connaissaient-ils les personnes qu'ils annulaient et la raison de l'annulation avant de procéder;
- 2) Leur niveau de participation aux annulations par leurs contributions (selon nos trois types de participants précédemment établis); et
- 3) Leur investissement émotionnel lors de l'annulation

Cinq des questions fermées ont servi à construire ces cases et les regroupements mentionnés plus tôt sont devenus plus évidents lorsque nous avons commencé à placer les sujets par groupes. Les figures ci-dessous montrent où les sujets se positionnent par rapport au premier de nos critères, soit leur degré d'information. Le reste des grilles figurent aux annexes 4, 5, 6, et 7.

3.1.1 Niveau d'information

Grille 2. Information préalable (Q11) De combien d'informations disposiez-vous sur le sujet avant de contribuer à l'annulation ou aux annulations ?	
Une grande partie D, P	Beaucoup d'information A, F, J, M, N, O, R
Une quantité modérée B, C, E, G, H, I, L, Q	Aucune information
Un peu d'information K	N/A S

Grille 5. Niveau d'information – Individu (Q14) A quel point connaissiez-vous cet/ces individu(s) ?	
Je savais presque tout sur eux P	Je savais beaucoup de choses sur eux A, B, D, F, H, I, J, M, Q
Je savais un peu de choses sur eux K, L, N, R	Je ne savais pas grand-chose sur eux C, E
Je ne savais rien d'eux S	N/A O, G

Tableaux 9 et 10 : Rassemblement des sujets dans des grilles selon leur niveau d'information.

Nous avons cherché à déterminer le niveau d'information des sujets, car nous voulions voir si leur participation était motivée par des actions raisonnées ou par des émotions. Tarde qualifiait un public de rationnel et d'organisé, où les membres partageaient une connexion mentale plutôt qu'émotionnelle (Tarde, 1898), ainsi il nous semblait que plus les participants de la culture de l'annulation étaient individuellement informés sur leurs annulations respectives, plus ils s'éloignaient de la foule telle que vue par Le Bon.

Cette première répartition nous a permis de voir où chaque individu se situait par rapport à chaque critère. Le sujet P, par exemple, s'est distingué comme étant très bien

informé dans le contexte de cette recherche, car il a indiqué connaître la majeure partie du contexte des annulations auxquelles il a participé et en savoir beaucoup sur les personnes qu'il a annulées également. Finalement, nous avons estimé qu'il n'était pas nécessaire de séparer les sujets en de nombreuses catégories en raison du faible nombre de participants et avons plutôt choisi de les rassembler en trois grands groupes : les sujets informés, les sujets modérément informés et les sujets peu informés. Cette classification avec chacune des questions peut être observée ici :

a) Basé sur leurs réponses à la grille 2 / question 11

Q11. De combien d'informations disposiez-vous sur le sujet avant de contribuer à l'annulation ou aux annulations ?

Sujets informés ont répondu :	Sujets modérément informés ont répondu :	Sujets peu informés ont répondu :
<ul style="list-style-type: none"> • Une grande partie • Beaucoup d'information 	<ul style="list-style-type: none"> • Une quantité modérée 	<ul style="list-style-type: none"> • Un peu d'information • Aucune information
D, P, A, F, J, M, N, O, R	B, C, E, G, H, I, L, Q	K
*Sujet S n'a pas répondu à cette question		

Tableau 11 : Les sujets selon leur niveau d'information à la question 11

b) Basé sur leurs réponses à la grille 5 / Question 14

Q14. A quel point connaissiez-vous cet/ces individu(s) ?

Sujets informés ont répondu :	Sujets modérément informés ont répondu :	Sujets peu informés ont répondu :
<ul style="list-style-type: none"> • Je savais presque tout sur eux • Je savais beaucoup de choses sur eux 	<ul style="list-style-type: none"> • Je savais un peu de choses sur eux 	<ul style="list-style-type: none"> • Je ne savais pas grand-chose sur eux • Je ne savais rien d'eux
P, A, B, D, F, H, I, J, M, Q	K, L, N, R	C, E, S
* Sujets O et G n'ont pas répondu à cette question		

Tableau 12 : Les sujets selon leur niveau d'information à la question 14

Une fois cette étape accomplie, nous avons pu rassembler les résultats des deux questions en un seul tableau comme on peut le voir ici :

Sujets informés	Sujets modérément informés	Sujets peu informés	Sujets non classés
Dans la case des sujets informés 2 fois sur 2.	Dans la case des sujets informés 1 fois sur 2 ou dans les cases modérément informés 2 fois sur 2	Majoritairement dans les cases des sujets modérément / peu informés	(Pas assez d'information sur leurs réponses)
A, D, F, J, M, P	B, H, I, L, N, Q, R	K, C, E	G, O, S

Tableau 13 : Tableau final des sujets selon leur niveau d'information

Nous avons ainsi pu déterminer que les sujets A, D, F, J, M et P se considéraient généralement bien informés par rapport aux annulations auxquels ils ont participé ; que les sujets B, H, I, L, N, Q et R pensaient savoir certaines choses, mais ne se considéraient pas totalement renseignés lorsqu'ils ont procédé à leurs annulations ; et que les sujets K, C et E ne pensaient pas disposer de beaucoup d'information. Les sujets G, O et S eux, n'ont pas fourni assez d'information afin de pouvoir être classés. Ainsi, nous savions où chaque sujet se classait en fonction du premier critère destiné à déterminer leur niveau d'implication. Il ne nous restait plus qu'à confirmer les deux derniers, soit le niveau de participation et l'investissement émotionnel.

3.1.2 Niveau de participation

Le deuxième élément permettant de déterminer leur degré d'implication était celui de leur niveau de participation et cette classification s'est faite à partir de la question 15, soit « En moyenne, quel a été votre niveau de participation à la/aux annulation(s) ? » La classification était assez simple pour ce critère, car les choix de réponses étaient déjà répartis en trois groupes : active (publication de messages originaux sur l'annulation), modérée (aimer, republier et/ou commenter les publications des autres sur l'annulation) et passive (aimer et/ou republier les publications des autres sur l'annulation). Cette répartition a été élaborée sur la base de nos observations au cours de notre étude de cas

sur J.K. Rowling, et sur les enseignements tirés de la revue de la littérature où nous avons pu constater que ce que nous qualifions de participants actifs, modérément actifs et relativement passifs, van Dijck (2009) qualifiait de créateurs actifs, de critiques et de collectionneurs.

Nous avons ainsi classé le niveau de participation en fonction de l'apport ou non d'idées et de messages originaux à l'annulation en tant que telle. Pour nous, le fait de participer activement à une annulation signifie que les individus expriment directement leurs propres opinions (ou reprennent les opinions des autres à travers leurs propres publications), que ce soit par le biais de messages sérieux ou de mêmes humoristiques. Comme mentionné plus tôt dans ce mémoire, cela diffère des sujets qui se contentent de partager ou d'aimer un contenu, ou même de ceux qui commentent les messages des autres. Et même s'il est tout à fait possible que ces derniers aient apporté de nouvelles idées en répondant à des messages originaux, nous avons considéré qu'ils ajoutaient à une pensée déjà existante plutôt que d'en créer une nouvelle. Toutefois, nous avons changé le mot « modéré » pour le terme « modérément actif » puisque les membres des deux premiers groupes diffèrent grandement de ceux du troisième groupe que nous considérons comme relativement passifs puisqu'ils n'ont partagé aucun avis personnel à l'annulation. Les figures suivantes illustrent la distribution de tous les sujets dans ces trois groupes :

Basé sur leurs réponses à la grille 6 / Question 15

Q15. En moyenne, quel a été votre niveau de participation à la/aux annulation(s) ?

Sujets « actifs » Participation active : • Publication de messages originaux sur l'annulation	Sujets modérément « actif » Participation modérée : • Aimer, republier et/ou commenter les publications des autres sur l'annulation	Sujets relativement « passifs » Participation passive : • Aimer et/ou republier les publications des autres sur l'annulation
B	D, L, M, N, P, Q	K, A, C, E, F, G, H, I, J, O, R, S

Tableau 14 : Tableau final des sujets selon leur niveau d'activité

Ainsi, nous avons pu constater que même si le sujet B est le seul à avoir publié du contenu original, six autres sujets se sont également classés parmi les participants quelque peu actifs. Le reste de l'échantillon se classe comme relativement passif, ce qui pourrait être représentatif des participants à la culture de l'annulation dans son ensemble.

3.1.3 Investissement émotionnel

Nous avons finalement cherché à évaluer l'investissement émotionnel de nos sujets. La logique de cette démarche nous a semblé évidente : comme Ambroise-Rendu et ses collaborateurs l'ont suggéré, les émotions sont à la base de l'indignation et peuvent être des puissants moteurs d'action. (Ambroise-Rendu et coll., 2008) Ainsi, nous avons cherché à savoir dans quelle mesure les sujets avaient tendance à s'impliquer émotionnellement lorsqu'ils participaient à une annulation, et ce que les résultats de cette question pouvaient signifier pour notre recherche. Nous voulions également voir si elles étaient aussi présentes dans les annulations qu'elles l'étaient dans la théorie de la foule de Le Bon, où le groupe était principalement dirigé par ce qu'il ressentait. Nous avons donc constitué deux groupes, émotionnels et impassibles, et organisé les sujets en fonction de leurs réponses aux questions 22 et 23 :

- a) Q.23 : Avez-vous ressenti des sentiments négatifs à un moment quelconque pendant ou après la ou les annulations ? (Remords, colère, tristesse, etc.)
- b) Q.24 : Avez-vous ressenti des sentiments positifs à un moment quelconque pendant ou après la ou les annulations ? (Fierté, contentement, satisfaction, etc.)

Émotionnels	Impassibles
Ont répondu « oui » à la question 23 et/ou 24	Ont répondu « non » à toutes les questions
B, D, E, I, J, L, M, N, P, Q	A, C, F, G, H, K, O, R, S

Tableau 15 : Tableau final des sujets selon leur niveau d'investissement émotionnel

Comme l'indiquent les résultats, la moitié des sujets semblent avoir été investis sur le plan émotionnel lors de leurs annulations. Cette trouvaille nous apparaît peu

surprenante, car nous nous attendions au moins à la présence d'émotions dans beaucoup des cas d'annulation. Comme le mentionne Jasper, « la colère et l'indignation, la forme moralement fondée de la colère, sont cruciales pour de nombreux aspects de la protestation » (Jasper, 2014, p.208, traduction libre), alors l'investissement et les émotions nous semblaient intrinsèquement liés. Cependant, nos résultats n'indiquent pas une tendance évidente à la participation émotionnelle à la culture de l'annulation, ce qui nous laisse penser qu'il ne s'agit peut-être pas d'un acte intrinsèquement émotionnel, comme le serait la foule de Le Bon.

La plupart des sujets « émotionnels » (sujets E, I, L, N, P et Q) ont indiqué avoir uniquement ressenti des sentiments positifs lors de leurs annulations (le sujet M a ressenti à la fois des émotions positives et négatives) ce qui témoigne d'une certaine satisfaction d'avoir annulé et qui suggère que ces sujets se sentaient justifiés dans leurs actions. Ceci pourrait également représenter la présence de la *schadenfreude* si ces sujets ressentaient effectivement du plaisir face à l'annulation. Neuf sujets ont répondu qu'ils ne ressentaient aucune émotion ou qu'ils ne savaient pas, ce qui indique un détachement que nous soupçonnions également et qui s'aligne avec certaines de nos hypothèses mentionnées précédemment, telles que celles du bandwagoning. Nous avons également choisi de rassembler les sujets qui ont répondu « non » et ceux qui étaient incertains dans la même case « impassible » afin d'établir une distinction claire avec le premier groupe de sujets pour lesquels il était clair qu'ils avaient ressenti un certain type d'émotions lorsqu'ils avaient participé à leurs annulations. En fin de compte, ce critère s'est avéré très utile pour déterminer le niveau de participation émotionnelle des sujets, bien que nous considérions également que l'absence d'émotions ne signifie pas automatiquement qu'un participant n'est pas investi. C'est pourquoi il est associé à d'autres pour déterminer collectivement ce qu'est un participant investi.

3.2 La construction des types

Une fois nos données codées et analysées, nous pouvions tenter de répondre à la question concernant le degré d'implication des sujets posée dans la section précédente, à savoir, quel est le niveau d'implication de chaque sujet et existe-t-il une corrélation entre

ce niveau et le nombre d'annulations qu'ils ont effectuées ? Nous avons finalement distingué quatre types différents : les sujets très impliqués, les sujets impliqués, les sujets modérément impliqués et les sujets peu impliqués.

Le terme « sujet impliqué » nous est apparu intuitivement au cours des premières étapes de notre analyse puisque c'est ce que nous avons cherché à mesurer dès le début de notre analyse. Ce terme désigne également la participation des sujets dans leurs cas spécifiques d'annulation, et non dans la culture de l'annulation en elle-même.

Pour nous, un sujet impliqué était :

- 1) informé, et ne participait donc pas seulement de manière informelle;
- 2) impliqué de manière active ou semi-active par sa participation, et
- 3) quelque peu investis émotionnellement dans l'acte.

Le niveau de participation était également le critère le plus significatif pour nous, car les sujets actifs et modérément actifs ont partagé des réflexions originales par le biais de publications ou de commentaires lorsqu'ils ont annulé des individus en ligne, ce qui témoignait d'un niveau d'implication plutôt élevé.

Pour terminer notre analyse typologique et enfin construire nos types, nous avons comparé les critères entre eux dans des tableaux comme ceux qui figurent ci-dessous :

a) Niveau d'information / Niveau d'activité

	Informés	Modérément informés	Peu informés
Actifs		B	
Modérément actifs	D, M, P	L, N, Q	
Passifs	A, F, J	E, H, I, R	C, K

*Sujets qui manquent d'information : G, O et S

Tableau 16 : Tableau de comparaison entre leur niveau d'information et leur niveau de participation

b) Niveau d'information / Investissement émotionnel

	Informés	Modérément informés	Peu informés
Émotionnels	D, J, M, P	B, E, I, L, N, Q	
Impassible	A, F	H, R	C, K

*Sujets qui manquent d'information : G, O et S

Tableau 17 : Tableau de comparaison entre leur niveau d'information et leur investissement émotionnel

c) Investissement émotionnel / Niveau d'activité

	Sujets « actif »	Sujets modérément « actif »	Sujets relativement « passif »
Émotionnels	B	D, L, M, N, P, Q	E, I, J
Impassibles			A, C, F, G, H, K, O, R, S

Tableau 18 : Tableau de comparaison entre leur niveau de participation et leur investissement émotionnel

Cette comparaison des critères entre eux nous a permis d'observer les éléments suivants :

- Tous les sujets impassibles (A, C, F, G, H, K, O, R, S) sont également relativement passifs. Cela signifie que ces sujets qui ne se sentaient pas émotionnellement investis lors de leurs annulations n'ont que laissé des mentions « j'aime » ou republié les publications des autres alors qu'ils le faisaient. Nous pouvons alors suggérer qu'ils n'étaient peut-être pas assez émotionnellement attachés aux annulations afin de partager leurs propres idées et qu'il existe peut-être un lien entre l'investissement émotionnel et le niveau d'activité des participants de la *cancel culture*.
- Tous les sujets actifs et modérément actifs (B, D, L, M, N, P et Q) sont émotionnellement investis, ce qui suggère qu'une corrélation entre le niveau d'activité d'un participant à la culture de l'annulation et son niveau d'investissement émotionnel lors de cette participation pourrait effectivement exister. On pourrait émettre l'hypothèse qu'un investissement émotionnel plus élevé pourrait susciter chez les internautes une envie plus forte de participer activement à l'annulation d'un individu, ou que beaucoup de ceux qui annulent activement le font sur une base émotionnelle.
- Tous ces mêmes sujets actifs et modérément actifs sont également tous informés ou modérément informés, alors que les sujets relativement passifs se répartissent dans les trois catégories, trois d'entre eux se retrouvant dans la catégorie des sujets peu informés. Ceci pourrait indiquer qu'un niveau d'information plus élevé pourrait susciter une participation plus active.
- Tous les sujets émotionnellement investis (sauf le sujet E) sont informés ou modérément informés, ce qui, avec les deux points précédents, pointerait vers

l'existence d'un lien entre le niveau de participation, le niveau d'information et l'investissement émotionnel des sujets.

Ce n'était évidemment que le début de nos observations sur les sujets et les liens qui existaient entre eux. La comparaison plus approfondie de l'ensemble des tableaux qui a suivi nous a permis de catégoriser tous nos sujets. Le premier groupe que nous avons formé était celui des sujets très impliqués et notre sélection s'est faite sur la base d'une combinaison des critères ci-dessous :

Un sujet très impliqué est :

- Informés ou modérément informés; ET
- Actifs ou modérément actifs; ET
- Émotionnels

En étudiant ces tableaux, nous avons ainsi constaté que les sujets B, D, L, M, N, P et Q se sont avérés être les sujets les plus actifs, informés et émotionnellement investis, et donc, plus impliqués selon nos critères. Leurs résultats sont les suivants :

Sujet B	Modérément informé, actif, émotionnel
Sujet D	Informé, modérément actif, émotionnel
Sujet L	Modérément informé, modérément actif, émotionnel
Sujet M	Informé, modérément actif, émotionnel
Sujet N	Modérément informé, modérément actif, émotionnel
Sujet P	Informé, modérément actif, émotionnel
Sujet Q	Modérément informé, modérément actif, émotionnel

Tableau 19 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 1

Certains autres ne remplissaient que deux des trois catégories mentionnées plus haut, comme les sujets E, I et J qui étaient généralement informés et émotionnels, mais relativement passifs. Ces sujets constituaient notre deuxième groupe, soit celui des sujets impliqués :

Sujet E	Modérément informé, relativement passif, émotionnel
Sujet I	Modérément informé, relativement passif, émotionnel
Sujet J	Informé, relativement passif, émotionnel

Tableau 20 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 2

Le groupe suivant était destiné aux sujets modérément impliqués, qui ne remplissaient qu'une seule des trois catégories. Ce groupe fut le plus difficile à définir, car on y trouve les sujets qui sont impliqués pour certaines catégories tout en étant peu impliqués dans d'autres. Les données de ces sujets figurent ci-dessous :

Sujet A	Informé, relativement passif, impassible
Sujet F	Informé, relativement passif, impassible
Sujet H	Modérément informé, relativement passif, impassible
Sujet R	Modérément informé, relativement passif, impassible

Tableau 21 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 3

Les sujets A et F représentent parfaitement ces cas extrêmes. Ils sont tous deux informés, encore plus que certains des sujets dans les deux premiers groupes, mais ces sujets n'étaient pas impliqués émotionnellement lors de leurs annulations et leurs participations étaient passives. Ainsi, nous ne pouvions pas les classer parmi les autres sujets qui semblaient être impliqués dans plus de catégories qu'eux malgré leur haut degré d'information. Il s'agit de la même chose pour les sujets H et R qui eux sont moins informés que A et F, mais tout autant peu impliqués en termes d'activité et d'investissement émotionnel. En fin de compte, les sujets de ce groupe ne semblaient pas aussi impliqués que ceux des premiers groupes, mais ne pouvaient pas non plus se qualifier comme étant peu investis comme les sujets du groupe suivant.

Les membres de ce dernier groupe étaient généralement peu informés, relativement passifs, et impassibles, ne remplissant alors aucun des trois critères mentionnés plus haut. Certains d'entre eux n'ont également pas fourni assez d'information pour certains des critères, ce qui les a placés dans le groupe des sujets non impliqués. Leurs résultats sont les suivants :

Sujet C	Peu informé, relativement passif, impassible
Sujet G	Manque d'information pour l'information, relativement passif, impassible
Sujet K	Peu informé, relativement passif, impassible

Sujet O	Manque d'information pour l'information, relativement passif, impassible
Sujet S	Manque d'information pour l'information, relativement passif, impassible

Tableau 22 : Tableau des sujets basé sur leurs résultats lors de l'interprétation des données 4

Pour terminer cette section d'analyse, nous avons d'abord réuni les quatre groupes de sujets en deux grands groupes comme indiqué dans la grille finale suivante:

Impliqués	Pas impliqués
B, D, E, I, J, L, M, N, P, Q	A, C, F, G, H, K, O, R, S

Tableau 23 : Tableau des sujets basé sur leurs niveaux d'investissement aux annulations auxquelles ils ont participé

Nous avons décidé de séparer les sujets comme tels selon la logique suivante : les détails de leur participation individuelle à la culture de l'annulation étaient intéressants, mais pour nous, soit un sujet était impliqué, soit il ne l'était pas. Par conséquent, leur division en groupes spécifiques et détaillés ne nous semblait pas nécessaire pour la suite, et une classification plus restreinte faciliterait toute analyse ou comparaison ultérieure. Les sujets qui étaient donc majoritairement impliqués sur la base de nos trois critères de catégorisation ont formé le premier groupe, et les sujets qui ne remplissaient qu'un seul ou aucun des critères ont formé le second. Nous pouvions alors constater que les sujets étaient divisés de manière presque égale entre les deux groupes avec dix individus impliqués et neuf individus non impliqués. Cette découverte fut étonnante, car nous n'avions pas prévu que le groupe puisse être divisé de manière aussi égale. C'est à ce moment que nous avons également ramené la grille des nombres d'annulations par sujets, comme vous pouvez le voir ci-dessous :

Nombre d'annulations	Catégorie	Sujets
1	Cancelleurs faible	A, B, C
2-3	Cancelleurs faible	D, E, F, G, H, I, J
< 5-10 >	Cancelleurs modéré	K, L, M, N, O
< 10	Cancelleurs de masse	P, Q, R, S

Tableau 24 : Tableau des sujets basé sur le nombre d'annulations auxquelles ils ont participé

Les résultats de ces deux tableaux ont ensuite été combinés pour obtenir une grille finale indiquant à la fois le niveau d'investissement des sujets et le nombre d'annulations qu'ils ont effectuées :

Impliqués – Canceleurs faibles B, D, E, I, J	Pas impliqués – Canceleurs faibles A, C, F, G, H
Impliqués – Canceleurs modérés L, M, N	Pas impliqués – Canceleurs modérés K, O
Impliqués – Canceleurs de masse P, Q	Pas impliqués – Canceleurs de masse R, S

Tableau 25 : Tableau final du niveau d'investissement comparé au nombre d'annulations

La constatation la plus flagrante qui ressort de cette classification est qu'il n'y a pas de véritable corrélation, directe ou inverse, entre le nombre d'annulations effectuées par les sujets et leur niveau d'implication dans ces annulations. Comme le montre ce tableau, les sujets sont presque parfaitement partagés dans les cases, ayant tout autant de canceleurs faibles et impliqués que de canceleurs faibles et non impliqués, et ainsi de suite. Ceci élimine donc deux hypothèses possibles selon lesquelles :

- 1) les personnes qui ont annulé le plus d'individus étaient plus impliquées que celles qui ont annulé moins, ou
- 2) plus on annule de personnes, plus on est indifférent à l'acte en lui-même

Nous avons également pu déterminer que la moitié des sujets étaient au moins quelque peu informés lorsqu'ils ont participé à une annulation ce qui nous a semblé significatif puisque cela pourrait signifier qu'une bonne partie des canceleurs en général annulent en connaissance de cause. Bien que ce petit échantillon de réponses ne puisse pas représenter l'ensemble des participants de la culture de l'annulation, il nous a tout de même permis de mieux comprendre certaines de leurs expériences, ce qui est un angle

qui pourrait être développé par d'autres recherches et avec un plus grand groupe de répondants.

3.3 Les différentes manières d'annuler

Bien que notre analyse actuelle nous ait permis d'obtenir d'importantes informations sur nos sujets, elle diffère tout de même de notre toute première approche. En effet, nous avons initialement prévu cinq critères pour évaluer le niveau d'implication de nos sujets au lieu de trois. Notre première sélection de questions fermées comprenait sept questions, soit deux de plus des cinq qui ont été retenues, car nous voulions analyser deux autres éléments qui, selon nous, pouvaient nous donner plus d'information sur la manière dont les sujets effectuaient leurs annulations. Ces deux éléments étaient : leur sentiment d'appartenance au groupe et leur confirmation de leur participation à la *cancel culture*, soit leur volonté de participer à nouveau à des annulations.

3.3.1 Sentiment d'appartenance

Comme il l'a précédemment été suggéré lors de notre théorisation, la culture de l'annulation est caractérisée pour partie par le fait que ses participants « font nombre ». (Hackett, 2019) (Lussier, 2021) En d'autres termes, sans la foule, il n'y a simplement pas de *cancel culture*. C'est pourquoi il nous semblait important, dans le cadre de cette recherche, d'évaluer si les participants considéraient qu'ils faisaient partie d'un groupe lorsqu'ils participaient à la culture de l'annulation, ou non. La question dédiée à ce critère, couplée à celle qui la suivait dans le sondage et qui leur demandait de développer leur sentiment d'appartenance (et qui sera donc analysée plus loin dans la section des données qualitatives), visait à voir s'il y avait une corrélation entre leur niveau de participation et le fait qu'ils étaient entourés d'internautes partageant les mêmes idées qu'eux. Nous avons émis l'hypothèse que certains participants de la culture de l'annulation pourraient se sentir renforcés par le nombre de canceleurs et être plus enclins à s'investir dans une annulation s'ils savent qu'ils ne sont pas les seuls à ressentir ce qu'ils ressentent. Le sentiment d'appartenir à un groupe ou une communauté pourrait

ainsi générer un enthousiasme et une camaraderie du type « nous faisons cela ensemble » parmi eux, qu'ils n'auraient peut-être pas s'ils sentaient qu'ils agissaient seuls. Nous pensions également que leur sentiment d'appartenance à un collectif pouvait signifier qu'ils *savaient* qu'ils participaient à la *cancel culture* et qu'ils n'étaient pas simplement en train de partager leurs opinions en ligne. Les résultats que nous avons obtenus sont les suivants :

Basé sur leurs réponses à la grille 15 / Question 24 :

Q24. Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ?

Sujets ayant un sentiment d'appartenance ont répondu : J'ai eu l'impression de faire partie d'une communauté	Sujets n'ayant pas de sentiment d'appartenance ont répondu : J'avais l'impression d'agir seul	Sujets non classés ont répondu : Je ne suis pas sûr.
G, H, J, L, M, N, O, P, Q	R	A, B, C, D, E, F, I, K, S

Tableau 26 : Tableau final des sujets par leur sentiment d'appartenance

Ces résultats sont intéressants puisque la moitié de nos sujets ont indiqué ressentir ce sentiment d'appartenance à un groupe. Seul le sujet R a fermement déclaré se sentir seul, les autres sujets non classés n'ayant peut-être pas réfléchi à cette notion de « groupe contre individu » lorsqu'ils ont participé. Il est d'autant plus intéressant que tous les sujets qui ont indiqué avoir un sentiment d'appartenance ont tous annulé plusieurs individus (entre deux et vingt personnes). Seuls les sujets G, H et J se classent comme des cancelleurs faibles, tous les autres ayant annulé au moins cinq personnes. Tous les cancelleurs uniques et la majorité des cancelleurs faibles ont affirmé ne pas être sûrs d'avoir fait partie d'une communauté, ce qui nous amène à penser que le sentiment d'intégration dans le groupe peut s'accroître au fur et à mesure que l'on cumule les annulations et que les personnes qui annulent pour la première fois ou qui ont participé peu de fois à la culture de l'annulation peuvent le faire de manière plus individuelle, que pour faire partie d'un collectif. Il pourrait ainsi y avoir une corrélation entre la fréquence

des annulations et le sentiment d'appartenance qu'ont les cancelleurs par rapport au groupe.

3.3.2 Confirmation

La dernière question que nous avons initialement sélectionnée pour cette section était claire : « Q26. Pensez-vous participer à l'annulation d'un autre individu dans le futur ? » Cette question nous a servi à déterminer lesquels des sujets considéraient l'annulation comme une expérience unique, et lesquels savaient qu'ils participeraient à nouveau au besoin. Nous avons désigné ce dernier groupe comme « confirmant » parce que le fait d'être certain de participer à nouveau à une annulation indiquait un investissement de la part de ces sujets à la *cancel culture* elle-même. Un sujet confirmant anticipait de recommencer à annuler alors qu'un sujet qui ne confirmait pas estimait que le nombre d'annulations qu'il avait effectué avant de répondre à notre sondage était suffisant ou avait d'autres raisons de ne pas vouloir participer à nouveau. Les résultats étaient les suivants :

Basé sur leurs réponses à la grille 16 / Question 26 :

Q26. Pensez-vous participer à l'annulation d'un autre individu dans le futur ?

Participants « confirmant » ont répondu : Probable	Participants « ne confirmant pas » ont répondu : Improbable	Participants « incertains » ont répondu : Je ne suis pas sûr.
I, M, N, P, R	B, G, L	A, C, E, F, H, J, K, O, Q, R, S
*Le sujet D n'a pas répondu à cette question		

Tableau 27 : Tableau final des sujets par leur intention de participer à nouveau

Comme vous pouvez le constater, la plupart des sujets ont indiqué qu'ils ne savaient pas s'ils participeraient à nouveau ou non, ce qui nous a amenés à penser que pour beaucoup d'entre eux, les annulations étaient peut-être quelque chose qu'ils décidaient de faire sur le moment et avec plus d'informations sur la situation. Certains sujets, tels que B, G et L, ont indiqué qu'ils ne participeraient pas à nouveau, et nous avons trouvé

cette certitude curieuse, car deux d'entre eux avaient déjà annulé plusieurs personnes, alors nous nous sommes demandé pourquoi ils étaient maintenant certains qu'ils n'annuleraient plus à l'avenir. Nous avons émis l'hypothèse qu'ils se sont peut-être lassés des annulations ou que quelque chose à propos de la dernière annulation à laquelle ils ont participé leur a déplu. Un examen plus approfondi de leurs réponses qualitatives pourrait nous aider à déterminer pourquoi ces trois sujets n'étaient pas enclins à annuler à nouveau. Enfin, cinq sujets ont indiqué qu'ils recommenceraient, ce qui correspond à leurs positions dans le tableau de l'implication à la page 86 (tableau 23) puisque tous sauf le sujet R font partie du groupe des impliqués. Il s'est également avéré que ce groupe de sujets confirmants contenait des individus qui avaient annulé plusieurs fois (entre trois et une douzaine de fois) ce qui suggère qu'il y aurait une corrélation entre la fréquence des annulations et la confirmation des individus.

Le sentiment d'appartenance et la confirmation nous sont apparus au départ comme des indicateurs d'implication importants, mais ont commencé à ressembler davantage à des soutiens aux trois premiers critères au fur et à mesure que nous avançons dans notre analyse. Effectivement, nous avons réalisé alors que ces critères servaient plus à approfondir la compréhension que nous avons bâtie sur chaque sujet quant à son niveau d'implication qu'ils étaient véritablement significatifs en eux-mêmes. Les trois premiers critères ont été utilisés pour évaluer la participation individuelle des sujets aux moments où ils annulaient un ou des individus, tandis que les deux derniers visaient à mieux comprendre leurs relations avec les autres et leurs intentions futures.

Pour nous, un sujet informé, actif et émotionnellement investi pouvait alors quand même se qualifier comme étant impliqué dans ses annulations, même s'il n'envisageait pas de participer à nouveau à la *cancel culture* à l'avenir ou qu'il n'avait pas eu le sentiment d'appartenir à un groupe. Nous avons également choisi d'utiliser le terme « impliqué » afin de mesurer la participation des sujets dans leurs cas spécifiques d'annulation, et non dans la culture de l'annulation en elle-même, ce qui nous a semblé être un élément de la partie de l'analyse consacrée à la confirmation. Ces deux derniers critères ont alors été effacés de toute analyse antérieure et une nouvelle analyse les excluant a été réalisée. Cependant, il nous a semblé qu'une comparaison entre le sentiment d'appartenance et la confirmation des sujets, et les résultats de la dernière

section pouvait quand même nous servir à confirmer ce que nous savions sur le niveau d'implication des sujets, alors nous avons procédé à cette vérification.

Nous avons ainsi comparé les deux tableaux affichés plus haut à celui du niveau d'implication des sujets qui figure dans la section précédente et en avons créé deux nouveaux comme vous pouvez le voir ici:

	Impliqués	Pas impliqués
Ayant un sentiment d'appartenance	J, L, M, N, P, Q	G, H, O
N'ayant pas de sentiment d'appartenance		R
Incertains	B, D, E, I	A, C, F, K, S

Tableau 28 : Tableau de comparaison entre le sentiment d'appartenance et le niveau d'implication

	Impliqués	Pas impliqués
Confirme	I, M, N, P	R
Ne confirme pas	B, L	G
Incertains	E, J, Q	A, C, F, H, K, O, S
*Le sujet D n'a pas répondu à cette question		

Tableau 29 : Tableau de comparaison entre la confirmation et le niveau d'implication

Nous pouvions ainsi constater que la majorité des sujets impliqués avaient un sentiment d'appartenance, alors que les sujets non impliqués se situaient dans les trois catégories. Cette différence entre le rassemblement de ce premier groupe d'individus dans une position spécifique et les placements plus répartis du second groupe suggère que les sujets les plus impliqués étaient en effet plus susceptibles de sentir qu'ils appartenaient à un groupe, ou du moins, qu'ils étaient plus sûrs de leurs positions et comprenaient peut-être mieux leur participation à la *cancel culture* que les autres. Ce dernier point est également illustré dans le deuxième tableau où, une fois de plus, la plupart des sujets non impliqués ont déclaré qu'ils n'étaient pas sûrs de participer à nouveau. On pourrait donc confirmer avec ces résultats que contrairement à leurs homologues, les sujets non impliqués ont participé aux annulations avec un certain détachement, ce que nous soupçonnions depuis le début.

Le second tableau nous a également permis d'observer les points suivants :

- Personne d'impliqué n'a affirmé ne pas avoir de sentiment d'appartenance. Soit ils en avaient un, soit ils n'en étaient pas certains.
- Les sujets J, L et Q sont impliqués, mais ne confirment pas alors que le sujet I, lui confirme, mais est incertain par rapport à son sentiment d'appartenance.
- Les sujets B et E ne confirment pas et n'ont pas de (ou sont incertains par rapport à leur) sentiment d'appartenance.
- Les sujets M, N et P sont à la fois impliqués, ont un sentiment d'appartenance et confirment, ce qui signifie que ces trois sujets sont objectivement les plus impliqués de tous nos sujets.

Ces nouveaux tableaux comparatifs nous ont également permis d'observer que :

- Personne de non impliqué confirme **et** a un sentiment d'appartenance
 - Les sujets G, H et O ne confirment pas, mais ont un sentiment d'appartenance au groupe
 - Le sujet R lui a affirmé éventuellement considérer participer à nouveau à la *cancel culture*, mais n'a pas eu de sentiment d'appartenance au groupe
 - Les sujets A, C, F, K et S sont tous non impliqués, non confirmant et n'ont tous pas de (ou sont incertains par rapport à leur) sentiment d'appartenance, ce qui signifie qu'ils sont les cinq sujets les moins impliqués de notre recherche

Ces nouveaux résultats suggèrent qu'il existe une corrélation entre le niveau d'implication des sujets (impliqué ou pas impliqués) et leur sentiment d'appartenance, mais pas entre le nombre d'annulations (1 à 20) qu'ils ont effectuées et ce sentiment d'appartenance. Par exemple, bien que la catégorie des impliqués regroupe à la fois des sujets qui ont beaucoup annulé et d'autres qui l'ont peu fait, il y a tout de même une séparation claire entre ces deux groupes en ce qui concerne le sentiment d'appartenance. Les annulateurs modérés et de masse (J, L, M, N, P et Q) ont indiqué qu'ils avaient eu l'impression d'appartenir à un groupe, tandis que les annulateurs faibles (B, D, E et I) ont pour leur part indiqué qu'ils n'en étaient pas sûrs. Cependant, cette tendance ne se maintient pas avec les sujets non impliqués, car les trois groupes (ayant un sentiment d'appartenance, n'ayant pas de sentiment d'appartenance ou incertains)

contiennent à la fois des individus qui ont beaucoup annulé et d'autres qui ne l'ont pas énormément fait. Il ne semble pas non plus y avoir de corrélation entre le niveau d'implication des sujets et le fait qu'ils pensent ou non participer à nouveau, puisque tous les sujets impliqués se répartissent entre les trois catégories (Confirme, ne confirme pas ou incertains) et les sujets non impliqués se trouvent principalement dans la section incertaine, ce qui n'est pas surprenant compte tenu de leur faible niveau d'implication. Il n'y a également pas d'inclinaison particulière vers un type de confirmation spécifique dépendamment du nombre d'annulations effectuées, ce qui montre qu'il n'y a pas non plus de corrélation à ce niveau.

Ainsi, l'ajout de ces deux critères de soutien nous a permis de nuancer nos premiers résultats et de découvrir de nouvelles facettes de l'implication des sujets lorsqu'ils cancelent. Leurs annulations semblent différer les unes des autres, malgré les similitudes en termes d'implication ou même de fréquence qui existent entre elles. On ne peut alors pas s'attendre à ce que tous les cancelleurs de masse ou tous les individus impliqués agissent de la même manière ou ressentent la même chose, tout comme on ne peut pas s'attendre aux mêmes choses des cancelleurs faibles ou des individus moins impliqués. Ces deux nouveaux critères nous ont également permis de trouver les sujets les plus impliqués de notre recherche, soit les sujets M, N et P, ainsi que les sujets les moins impliqués (A, C, F, K et S) et il sera fort intéressant de voir s'il existe des similarités entre eux lors de l'analyse des questions ouvertes.

Bien que notre échantillon soit petit, il nous a permis de bâtir et de suggérer quelques types d'individus qui participent à la culture de l'annulation. Ainsi, grâce à l'analyse de nos questions fermées à travers nos trois critères principaux et de nos deux critères de soutien, nous avons pu répondre à une partie de notre questionnement initial, à savoir comment les sujets ont participé à l'annulation de la culture. L'analyse qui suit sur les données fournies par les questions ouvertes a pu nous aider à déterminer le pourquoi.

3.4 Analyse des questions ouvertes

L'interprétation des données issues des questions ouvertes s'est avérée plus complexe que nous ne l'imaginions. Alors que nous sortions de l'ombre des questions

fermées qui nous permettaient de facilement regrouper les sujets grâce à la nature restreinte des questions à choix multiples, nous arrivions dans l'interprétation libre des réponses de dix-neuf individus. Nous avons alors anticipé quelques complications avant de commencer. Tout d'abord, nous craignons de mal interpréter les réponses reçues, car même si nous tentions de rester objectifs, il était peu probable que nous puissions parfaitement traduire ce que les sujets voulaient dire de la manière dont ils l'entendaient. En d'autres termes, nous craignons de mal les comprendre. Le chercheur Svend Brinkmann a suggéré que « les chercheurs [détenaient] un monopole d'interprétation sur les déclarations des sujets et [jouissaient] du privilège d'interpréter et de rapporter ce que les sujets voulaient vraiment dire. » (Brinkmann, 2007, p.129, traduction libre) Cette liberté ne s'est pas traduite pour nous par un privilège, mais plutôt par un obstacle possible. De plus, chaque individu s'exprime différemment des autres, et nous craignons de possiblement manquer certains liens sous-jacents dans leurs réponses, ce qui nous empêcherait d'établir des connexions entre eux. En fin de compte, les possibles contraintes de cette démarche interprétative nous ont incités à procéder avec prudence et attention.

Une première lecture des données qualitative nous a permis de confirmer certains de nos résultats de l'analyse typologique. Le sujet M, par exemple, qui s'était démarqué comme étant un des sujets les plus impliqués lors des annulations a confirmé son haut niveau d'information en mentionnant qu'il regardait beaucoup de « *drama videos* » sur YouTube à la question 25. Ce type de vidéos, produites par des créateurs qui possèdent généralement ce que l'on appelle en ligne des « *drama channels* » proposent des commentaires sur d'importantes controverses en ligne, et donc, souvent, sur des cas d'annulation. (Christin et Lewis, 2021) Bien que le point de vue des créateurs de « *drama videos* » ne soit pas toujours objectif et que certaines de ces vidéos ne soient pas très informatives, un certain nombre d'entre elles prétendent tout de même proposer des recherches et des analyses approfondies sur les situations qu'elles abordent, ce qui va dans le sens de ce que le sujet M a déclaré lorsqu'il a indiqué en savoir beaucoup sur les personnes qu'il annulait et sur les raisons pour lesquelles ces personnes se faisaient annuler.

Les réponses reçues aux questions ouvertes nous ont également permis de trouver des nuances que nous ne pouvions pas atteindre avec les réponses aux questions

fermées. Effectivement, plusieurs sujets qui ne semblaient pas trop investis émotionnellement à travers leurs réponses dans la section précédente offraient des perspectives plus personnelles dans cette nouvelle section. Le sujet K, par exemple, a désigné avoir eu « le sentiment de perdre quelque chose que j'appréciais », lorsque demandé si les annulations qu'il avait commises avaient eu des répercussions sur sa vie personnelle, alors que ce même candidat avait indiqué n'avoir ressenti aucune émotion positive ou négative aux questions 22 et 23. Le sujet L, qui lui n'avait pas répondu à la question 24 (Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ?), a plutôt développé dans la section « Autres » en affirmant : « J'ai certainement parlé en mon nom parce que je n'aimais pas ce que la personne continuait à dire et qu'elle ne prenait pas ses responsabilités. En même temps, beaucoup de gens pensaient la même chose que moi, c'est donc à la fois faire partie d'une communauté et être seul. » Finalement, cette première lecture s'est avérée à être très instructrice et un excellent moyen pour nous d'acquérir plus d'information sur les sujets.

Pour continuer notre analyse de la manière la plus neutre possible, nous nous sommes concentrés sur tous les termes mis en évidence dans les réponses aux questions ouvertes. Il s'agissait de mots ou de phrases qui s'y répétaient et qui n'exigeaient donc pas que nous établissions un lien profond entre eux. Nous avons été surpris de constater que les sujets avaient des réponses très similaires, avec quelques termes répétés tels quels. La clarté de leurs réponses, ainsi que les recoupements entre elles, ont permis d'apaiser les craintes que nous avions de perdre certains liens entre les témoignages. Cela nous a également permis de trouver un fil conducteur dans la plupart des réponses.

Cette étape a été la plus surprenante de toute notre analyse, car nous avions précédemment théorisé que le *bandwagoning* ou le spectacle de la vertu puisse être des composantes importantes de la participation à la culture de l'annulation, ou que les participants de la *cancel culture* pouvaient être vus comme une foule selon la définition de Le Bon. Les résultats de la section précédente laissaient entrevoir la possibilité d'une implication émotionnelle de la plupart des sujets dans les annulations auxquelles ils avaient participé, mais nous étions tout de même étonnés de voir à quel point leur propre indignation menait leur participation à cet acte collectif et non l'inverse. Certains termes qui exprimaient cette indignation ont été couramment utilisés par la plupart des sujets, et

leurs analyses nous ont permis d'approfondir les raisons de leur participation. Nous les détaillerons plus loin dans cette section ; avant de plonger dans leur analyse, nous avons voulu revenir sur la toute première section de cette recherche qui se concentre sur le mot « annuler » lui-même.

Le mot : *cancel*

Bien que l'étude étymologique du mot *cancel* ait été très utile pour nous aider à en acquérir une première compréhension, nous avons cherché à interpréter cette compréhension à travers un prisme social en demandant aux sujets ce qu'il signifiait pour eux à la question 32 (Que signifie pour vous le mot « annuler » ?). Nous avons posé cette question pour deux raisons : 1) nous voulions évaluer comment les sujets interprétaient le mot en lui-même, sans lien avec la culture de l'annulation, et ensuite 2) voir si une association avait définitivement été faite entre le terme « annuler » et le phénomène en ligne. La définition du Merriam Webster que nous avons donnée précédemment parle de « détruire la force, l'efficacité ou la validité de [quelqu'un ou quelque chose]. » (Merriam-Webster, 2021) La mention du « quelqu'un » était très pertinente pour cette étude, alors nous voulions savoir si elle apparaîtrait dans les réponses de nos sujets. Cette question est également celle pour laquelle nous avons reçu le plus de réponses, avec 24 réponses au total (soit cinq de plus que nos 19 sujets de base, car cette question avait été laissée ouverte même pour les personnes qui n'avaient pas participé à la culture de l'annulation et qui n'étaient donc pas appropriées pour cette étude. Nous avons décidé de les inclure car nous avons convenu que leurs réponses à cette question particulière pouvaient être pertinentes afin d'interpréter le mot « annulé », que l'individu soit un annuleur ou non). Cela signifie que nous avons 24 perspectives différentes à déchiffrer afin de trouver un, ou peut-être plusieurs liens qui nous permettraient d'élaborer une définition générale du mot *cancel*.

Notre premier résultat a immédiatement répondu au deuxième point mentionné dans le paragraphe précédent, à savoir que les sujets semblaient avoir associé le mot *cancel* à la culture de l'annulation, et fournissaient des définitions du mot qui allaient dans ce sens. Ceci peut être dû à la nature de cette recherche et des questions qui leur ont été posées, mais seuls cinq des répondants ont offert une définition qui n'avaient pas rapport avec la *cancel culture* (Sujets B, J, S, 2 et 6). Les autres sujets ont tous proposé des

définitions qui faisaient écho à ce qui avait été évoqué dans les autres réponses qualitatives, certains d'entre eux répétant presque mot pour mot ce qu'ils ou ce que d'autres avaient écrit. La liste des complètes des réponses se trouve ci-dessous :

Sujet	Q32. Que signifie pour vous le mot « annuler » ?
B	To remove or negate
C	Masse de gens arrêtent de supporter (passif) ou dénoncent (actif) un individu, d'une telle façon que cela affecte l'image publique/le gagne pain de cette personne.
E	Mettre de l'avant les comportements mauvais de la personnalité publique pour que les gens soient conscients de qui ils suivent et qu'il cesse de le suivre sur les réseaux
F	Faire devenir pariah; que le monde en parle moins, et que le monde réalise que cette personne n'est pas un bon membre de notre société
G	Arreter de donner du support à la personne
H	Removing credibility and/or power
I	Personnellement c'est d'arrêter d'encourager quelqu'un qui a fait des gestes graves ou qui utilise son pouvoir pour passer des messages haineux.
J	Mettre un arrêt à quelque chose
K	To write someone off, as if they can't have any redeeming phase
L	To me, cancel is not just unfollowing someone or retweeting. I think when we use the term cancel culture, it has a violent connotation because it actually can be quite a traumatizing experience for someone being canceled. Ultimately, I think cancelling is to no longer support. And if you are already not supporting that person, it's to continue to do so and to tell them when they are wrong."
M	Someone who had influence but now is seen as not-credible and a joke
N	Accountability
O	Le fait d'arrêter de supporter/encourager une entité
Q	to get someone to address their actions and what they did wrong, also to apologise but also mean it and maybe come of the internet for a while
R	No chance for redemption.
S	Arrêtez/cesser
Pas un sujet 1	To remove an individual from public space/ online space.
Pas un sujet 2	To nullify, render irrelevant
Pas un sujet 3	To stop supporting
Pas un sujet 4	No longer interested. The person's actions were wrong and they should be penalized.

Pas un sujet 5	Deplatforming someone.
Pas un sujet 6	too stop so that it dosent happen again
Pas un sujet 7	remove something that's being supported but that is unacceptable in our world
Pas un sujet 8	Censorship

Tableau 30 : Réponses reçues à la question 32

Les réponses reçues nous indiquaient que beaucoup semblaient effectivement avoir associé la mention simple de l'annulation à la *cancel culture* en général. Les candidats F et Q, par exemple, fournissent des définitions au mot « annulé » qui se rattachent directement à la culture de l'annulation et quatre termes qui seront étudiés dans cette section, soit « ne plus encourager », « valeurs », « actions » et « les autres » sont également ressortis dans les autres réponses. Le sujet F a aussi indiqué que « *cancelling* » pouvait être d'ignorer l'individu ou d'activement le haïr lorsque demandé s'il voulait ajouter quoique ce soit d'autres à la question 35. En répondant à une question portant simplement sur le terme « annuler », les sujets ont fourni les raisons de leurs actions et pourquoi ils ont estimé qu'elles étaient justifiées. C'est grâce à l'étape suivante, soit l'analyse approfondie des mots les plus souvent retrouvés dans les réponses que nous avons pu tout reconstituer et formuler une véritable hypothèse sur les raisons de l'annulation.

3.5 Les termes les plus utilisés

« *No longer support* », ou ne plus encourager

Ce premier terme est celui qui a été le plus répandu dans toutes nos réponses, particulièrement à la question dix (six sujets l'ont cité comme la raison de leurs annulations). En effet, le désir « *to no longer support* » ou de « ne plus encourager » les personnes qu'ils ont annulées a été fortement exprimé tout au long des témoignages. Ceci sous-entend que ces sujets maintenaient un certain lien avec ces personnalités publiques avant leurs annulations qu'ils sont conséquemment rompus. Les raisons de leurs sentiments sont exprimées ci-dessous :

Sujet	Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ?
A	Not support them anymore
C	Arrêter de supporter des artistes qui ont des valeurs qui ne s'alignent pas aux miennes.
D	i didnt want to support someone that disgusting. their actions were terrible.
E	Ne pas encourager ce genre de comportement (violence conjugale)
I	Je ne veux pas encourager des gens qui ont des idées trop différentes des miennes, ou qui sont fermés d'esprit (racisme, sexisme, homophobie, harcèlement, etc.)
K	To disassociate myself from them by refraining from engaging in anything (listening to their music, watching their shows, viewing articles/interviews about them because of those stupid algorithms) because I view those things as a form of support for the artist and I no longer wanted to support them

Tableau 31 : Tableau des sujets qui ont utilisé le mot « support » ou le terme « ne pas encourager » à la question dix

Comme suggéré par Cohen, Hartmann, ainsi que d'autres lors de la revue de la littérature, les utilisateurs de réseaux sociaux créent souvent une relation émotionnelle avec les personnalités auxquelles ils sont abonnés par la relation parasociale. Bien que le fait de « suivre » un individu sur Instagram ou sur Twitter puisse sembler aussi anodin que d'appuyer sur un bouton « *follow* », cela signifie en réalité que l'on s'intéresse à lui, qu'on lui accorde de l'attention et que l'on approuve en quelque sorte ce qu'il représente en tant que personnalité publique. Ainsi, comme l'a proposé Hu (2016), un scandale impliquant cette personne, surtout s'il s'agit de quelque chose qu'elle a fait qui viole notre propre moralité (Cook et coll., 2021) (Sunstein, 2009) peut entraîner une perte d'intérêt et une rupture de cette relation parasociale (Hu, 2016), ce qui pourrait expliquer ce que nous voyons ici.

Nos répondants ont aussi fait quelques mentions du terme « *deplatforming* » qui signifie enlever à quelqu'un sa tribune, ce qui nous a semblé aller dans le même sens que ce désir de ne plus soutenir quelqu'un. Le sujet R, par exemple, déclare directement son désir « d'être une personne de moins à donner une plateforme [à la personne annulée] » dans sa réponse à la question dix, alors qu'un autre sujet a également utilisé ce même terme lorsque demandé ce que mot *cancel* signifiait pour lui à la question 32. Bien que le terme « ne plus encourager » ne soit pas explicitement mentionné dans toutes les

réponses que nous avons reçues, ce retrait de soutien se fait quand même sentir dans les témoignages de la plupart de nos sujets. Par exemple, même s'il n'a pas utilisé les termes « ne plus encourager » dans sa réponse à la question dix, le sujet N a tout de même indiqué avoir voulu « utiliser le peu de pouvoir [qu'il a] ([son] pouvoir d'achat, [sa] voix et [son] propre réseau) pour défendre [ses] valeurs personnelles d'égalité, d'empathie et de décence humaine de base. » Le sujet K, lui, a déclaré avoir cessé « d'écouter leur musique, de regarder leurs émissions, de lire des articles/interviews à leur sujet [concernant la personne annulée] », tandis que le sujet O a indiqué « ne plus acheter certains produits », lorsque nous leur avons demandé quelles étaient les répercussions de ces annulations sur leur vie personnelle (Q28). Le sujet J considère même qu'il y a peut-être une corrélation entre sa décision de ne plus interagir avec la personne qu'il a annulée et la prise de conscience de cette dernière (Q20). Le retrait de ce soutien, bien que mentionné que par six d'entre eux, est tout de même réitéré à travers beaucoup des réponses reçues. Cette perte, abonnée par abonnée, et aussi petite qu'elle puisse paraître, peut aussi s'avérer être très significative à long terme et peut donc être un moyen pour les sujets de dissocier de ces personnalités et d'utiliser le pouvoir qu'ils ont pour faire une différence. (Smith et coll., 2009)

Certains sujets ont aussi utilisé des mots péjoratifs pour décrire les personnes qu'ils annulaient. Les sujets D et Q les ont qualifiés de « dégoûtants » (*mank* est un terme populaire en ligne qui désigne quelque chose ou quelqu'un de dégueulasse (Wikitionary, 2023)), tandis que le sujet F qualifie la personne qu'il a annulée de « bigote. » Ce type de réaction n'est qu'une des façons par laquelle nous avons vu la culture de l'annulation se manifester en ligne lors de nos observations antérieures, certains participants s'étant montrés particulièrement agressifs dans leur retrait du soutien. En fin de compte, quelle que soit la façon dont ils choisissaient de le faire, les sujets qui ont exprimé le désir de « ne plus soutenir » utilisaient leur pouvoir social, même si cette action n'avait de signification que pour eux et indépendamment du fait qu'ils aient eu l'impression d'agir seuls ou en tant que groupe.

Actions

Ce deuxième mot le plus souvent utilisé offre une sorte de contraste avec le premier. Alors que l'expression « ne plus encourager » se centrerait surtout les personnes

annulées, le mot « actions » mentionné ci-dessous dénonce plutôt les actes qu'elles ont commis.

Sujet	Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ?
D	didnt want to support someone that disgusting . their actions were terrible.
E	Ne pas encourager ce genre de comportement (violence conjugale)
G	Mon objectif principal était d'informer les personnes des actions problématiques de la célébrité en question
J	Enlever une tribune à la personne, surtout lorsque les actes/paroles sont problématiques et ne méritent pas d'être répandues. Dans mon cas, il s'agit simplement d'un choix personnel de "unfollow" la personne, car son contenu ne m'intéresse plus (et non pas du public bashing de cette personne). Il y a aussi une certaine distance avec les célébrités, ce qui fait qu'on ne pense pas toujours à la personne derrière et on se surprend à aimer mépriser les antagonistes, comme si c'était un film.
L	Either because they discriminate against certain groups of people, or let them know that their opinion is not universal, or to help another person that I would consider has been publicly victimized by someone. I would never go to the extreme of being violent with my words, but lots of people have big platforms with whom they share unpopular opinion , and the comment section is usually where negativity gets balanced out with negativity. In other words, someone may feel attacked by what a content creator says in a video. Seeing the comment section bashing the person you feel bashed you or your lifestyle or your life choices will kind of make you feel like someone is on your side. It's all about tolerance.
M	Because they had very offensive actions and opinions that they forced on others and they dont align with my views/opinions (ultimately, they offended and hurt thousands even more)

Tableau 32 : Tableau des sujets qui parlent des actions des individus annulés à la question dix

Comme il est indiqué dans ce tableau, plusieurs de nos sujets ont veillé à mentionner les actions des personnes annulées comme raison de leurs annulations. Cette découverte ne nous a pas surprises, puisque les écrits de Sunstein (2009) présentés lors de la théorisation suggéraient déjà que les actions commises par d'autres étaient des causes directes de nombreuses indignations. Le mot « problématique » dans son sens commun a aussi été employé conjointement avec le mot « actions » dans quelques-unes des réponses reçues, ce qui est également peu surprenant puisque ce mot figure dans la définition même de la culture de l'annulation. (Ng. 2020) Cette mention des actions ou des comportements des individus annulés correspond aux réponses que nous avons reçues à la question 17 (Vos messages étaient-ils principalement dirigés contre la ou les personnes annulées ou contre les actions qui ont conduit à leur annulation ?) où quatre

sujets ont indiqué avoir dirigé leurs messages contre les actions des individus annulés (B, L, P et Q) et deux ont indiqué avoir critiqué les actions *et* la personne annulée (sujets D et M) (le sujet N affirme avoir critiqué que la personne annulée et les autres sujets n'ont pas répondu à cette question). Un autre sujet a répondu que « les actions de la personne étaient mauvaises et elles devraient être pénalisées » lorsqu'il essayait de définir le mot *cancel* à la question 32. Nous considérons toujours que les sujets puissent avoir lié la personne annulée aux actions qu'elle a commises, comme le sujet D qui n'a pas semblé faire de distinction entre les deux, mais avons quand même estimé que la mention des actions des annulés s'était produite suffisamment pour être considérée en soi.

Ainsi, comme l'ont suggéré de nombreux chercheurs dans les chapitres précédents et comme le confirment ces résultats, les censeurs semblent s'indigner contre les mauvaises actions de certains individus, ce qui les amène à agir en annulant. Même si c'était une suite qui pourrait paraître évidente, la voir confirmée par les réponses des sujets était quand même une confirmation significative pour nous à ce stade de notre recherche.

Valeurs

Le mot suivant en est un que nous ne nous attendions pas à voir aussi souvent initialement. Notre première interprétation de la culture de l'annulation était plus négative, puisque nous pensions qu'il s'agissait tout d'abord d'un acte de *bandwagoning* divertissant pour les censeurs, plutôt qu'une indignation intentionnelle. Toutefois, c'est à partir de ces résultats que nos opinions ont commencé à changer. Comme nous l'avons mentionné précédemment, nous ne nous attendions pas à ce que les sujets adoptent une position aussi individualiste dans leur participation à la culture de l'annulation, au point d'être incités à annuler parce qu'ils sentaient que leurs *propres* valeurs fondamentales étaient attaquées. Nous pouvions considérer que certains censeurs étaient attachés à leurs principes, nous savions qu'un non-respect des règles morales établies dans une société était une composante importante de tout acte d'indignation (Durkheim, [1893]1991) et nous savions que l'indignation était à la base de la culture de l'annulation (Ng. 2020), mais nous avons tout de même été surpris de découvrir à quel point il semblait important pour les internautes consultés de défendre leurs valeurs, puisqu'il est apparu même dans un échantillon aussi petit que le nôtre. Le sujet G appuie cette

perspective avec sa réponse à la question 35 (Y a-t-il quelque chose qui n'a pas été demandé et qu'il vous semble pertinent de mentionner ?) en disant : « Il me semble que nous avons tendance à « annuler » quelqu'un si cette personne va à l'encontre directe de nos valeurs ou si la situation de la victime résonne avec quelque chose que nous avons vécu. » Nous avons imaginé que plusieurs individus participeraient à la *cancel culture* parce qu'ils voulaient dénoncer des actions qu'ils jugeaient problématiques, mais la mention répétée d'un lien entre ces actions et leur propre moralité a tout de même été une surprise. L'utilisation du terme « valeurs » dans les réponses à la question dix figure ici :

Sujet	Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés ? Quel était votre objectif principal ?
C	Arrêter de supporter des artistes qui ont des valeurs qui ne s'alignent pas aux miennes.
I	Je ne veux pas encourager des gens qui ont des idées trop différentes des miennes, ou qui sont fermés d'esprit (racisme, sexisme, homophobie, harcèlement, etc.)
M	Because they had very offensive actions and opinions that they forced on others and they I align with my views/opinions (ultimately, they offended and hurt thousands even more)
N	To stand up for trans rights, women's rights, and human rights. To push back against billionaires using their power to harm marginalized communities in the name of feminism. To use what little power I have in comparison (my buying power, my voice/own network) to uphold my personal values of equality, empathy and basic human decency.

Tableau 33 : Tableau des sujets qui parlent de leurs valeurs à la question dix

Le fait de voir le mot « valeurs » utilisé à plusieurs reprises dans les réponses nous a ramenés à la modalité de *l'homo duplex* que nous avons explorée dans notre théorisation. Cette théorie qui suggère que les individus utilisent la moralité établie par leur société comme outil de jugement des actions des autres semble être retrouvée dans les réponses trouvées ci-dessus. (Durkheim, [1893]1991) Même si les sujets parlent de leurs « propres » valeurs et opinions, les exemples qu'ils donnent de ces valeurs (antiracisme, anti-sexisme, droits de l'homme, etc.) sont ceux qui sont généralement mis de l'avant par la société dans son ensemble. Mueller discute également de la place de la moralité dans les manifestations d'indignation en ligne dans ses recherches affirmant que « [l'indignation par le biais des réseaux sociaux a permis] aux individus de devenir le collectif et d'agir en tant que juge, jury et bourreau des autres. » (Mueller, 2021, p.1,

traduction libre) Dans l'ensemble, ces résultats nous ont permis de confirmer ceci : contrairement à ce que nous croyons initialement, au moins une partie des participants à la culture de l'annulation, comme l'indique le petit échantillon de nos sujets et en particulier le sujet G (qui l'exprime au mieux), se sont impliqués, non pas poussés par la masse, mais parce qu'ils ressentaient le besoin de protéger leurs propres principes. Nos hypothèses que la culture de l'annulation était principalement du *bandwagoning*, ainsi qu'une foule désorganisée comme suggérée par Le Bon commençaient alors à s'effacer.

Les « autres »

Les mentions des « autres » ont été entrelacées dans les réponses que nous avons reçues, non seulement à la question dix, mais aussi dans certaines des autres questions ouvertes. En effet, l'appel à la communauté se retrouve dans de nombreux témoignages, certains sujets exprimant clairement leur désir d'informer et de veiller sur les autres. Le sujet G, par exemple, déclare que son objectif principal était « d'informer les personnes des actions problématiques de la célébrité en question. » Ceci nous rappelle alors la théorie d'Hu (2016) selon laquelle, non seulement les gens seraient susceptibles de se dissocier de leurs personnalités publiques préférées à la suite de leur participation à un scandale, mais qu'il est également possible pour eux de chercher à inciter les autres à faire de même. Les sujets L, N et R, quant à eux, ont mentionné vouloir défendre certains groupes (LGBTQIA+, droits des femmes, etc.) qu'ils considéraient être attaqués par le comportement des personnes annulées. Bien que la culture de l'annulation soit par nature basée sur le collectif, il était tout de même assez révélateur de le voir mentionné dans les réponses. Les réponses détaillées peuvent être consultées ci-dessous :

Sujet	Q5. Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ?
R	Trump supporters, men who have been revealed to abuse women and/or children (H. Weinstein, Woody Allen, R. Kelly, Michael Jackson, Chris Brown, David Bowie), Camilla Cabello (racist), Clint Eastwood (racist), the British monarchy
Sujet	Q10. Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ?
G	Mon objectif principal était d'informer les personnes des actions problématiques de la célébrité en question
I	Je ne veux pas encourager des gens qui ont des idées trop différentes des miennes, ou qui sont fermés d'esprit (racisme, sexisme, homophobie, harcèlement, etc.)
L	Either because they discriminate against certain groups of people , or let them know that their opinion is not universal, or to help another person that I would consider has been publicly victimized by someone. I would never go to the extreme of being

	violent with my words, but lots of people have big platforms with whom they share unpopular opinion, and the comment section is usually where negativity gets balanced out with negativity. In other words, someone may feel attacked by what a content creator says in a video. Seeing the comment section bashing the person you feel bashed you or your lifestyle or your life choices will kind of make you feel like someone is on your side. It's all about tolerance.
N	To stand up for trans rights, women's rights, and human rights. To push back against billionaires using their power to harm marginalized communities in the name of feminism. To use what little power I have in comparison (my buying power, my voice/own network) to uphold my personal values of equality, empathy and basic human decency.

Tableau 34 : Tableau des sujets qui parlent des autres aux questions cinq et dix

Le chapitre 1 nous a montré que la notion des « autres » est très présente dans la compréhension que nous avons de la culture de l'annulation. Park parle de foule et de public, tandis que Spinoza parle de chercher à défendre les autres par notre indignation. En bref, les deux expressions sont fondamentalement liées : s'il ne peut pas avoir de *cancel culture* sans les cancelleurs, il ne peut également pas y en avoir sans ceux que l'on doit défendre. Alors que le tableau ci-dessous nous témoigne de cette deuxième expression, soit le désir de défendre les autres, d'autres résultats que nous avons obtenus, incluant les tableaux ci-dessous, illustrent la première puisque neuf sujets ont indiqué qu'ils avaient « l'impression de faire partie d'une communauté » lorsqu'ils ont été interrogés sur leur participation (sujets G, H, J, L, M, N O, P et Q). Les réponses par rapport au sentiment d'appartenance des sujets dans les questions 24 et 25 sont indiquées ci-dessous :

Sujet	Question 24. Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ?
L	I definitely spoke for myself because I didn't like what the person kept saying and were not taking accountability. At the same time, lots of people thought the same as me so it's kind of both part of a community and alone

Tableau 35 : Réponse reçue à la question 24

Sujet	Question 25. Si vous avez choisi la première option, quels types de liens avez-vous établis ? Ont-ils continué après l'annulation ?
K	Des liens de sentiments d'appartenance à d'autres personnes que j'admire (exemple: avoir la même opinion qu'une personne pour qui j'ai du respect ou de l'admiration) ou un point en commun à discuter avec des amis. Ces liens n'ont pas perduré après l'annulation (lorsque le sujet n'est plus à propos)
L	they did not continue. I just felt like we were all standing together because we had just been discriminated against for no valid reason by someone who had absolutely no knowledge on the subject.

M	I did not speak to anyone differently bu i watch alot of drama videos on youtube and i did feel part of a community when i agreed with what the youtuber said about the situation and some commenters.
N	Not connecting with people directly but joining a chorus of like minded people whom I might not have intersected with otherwise
O	Faire partie d'un groupe

Tableau 36 : Réponses reçues à la question 25

Telle que suggérée lors de notre théorisation, la culture de l'annulation est considérée par beaucoup comme un nouveau moyen pour les groupes marginalisés de se défendre. (Norris, 2023) Toutefois, notre échantillon de sujets nous pousse à croire que les individus qui annulent ne sont pas uniquement des membres de ces communautés marginalisées, mais aussi des personnes qui souhaitent se porter à leur secours. Dans l'ensemble, les réponses que nous avons reçues à ces questions ouvertes laissent entrevoir un certain souci des autres et de la justice sociale, ainsi que la nécessité pour les gens de défendre leur propre morale. Cette défense est d'autant plus amplifiée lorsqu'elle se met à inclure d'autres internautes, comme le suggère Lussier lorsqu'elle affirme que « plus le nombre de voix accusatrices semble grandir, plus chaque individu est conforté dans sa posture morale ». (Lussier, 2021) Ces réponses nous ont également permis de confirmer que le désir de responsabiliser et de se dissocier des individus qu'ils considèrent avoir violés leurs propres principes sont à la base des annulations de nos sujets, comme l'avaient trouvé Mueller et Cook à travers leurs recherches. Nous pouvons ainsi confirmer les résultats de ces chercheurs et nous rapprochions alors d'une hypothèse claire sur les raisons pour lesquelles les gens annulent les autres. À ce stade-ci, nous pouvons également voir l'émergence de deux types de participation à la culture de l'annulation.

3.6 La culture affirmative et la comparaison des réponses multichotomiques et ouvertes

Certains chercheurs se veulent objectifs dans leur étude de la culture de l'annulation (Velasco, 2020), tandis que d'autres penchent pour une interprétation plus négative de l'acte. (Lussier, 2021) En ce qui nous concerne, plus nos recherches avançaient, plus nous penchions vers une compréhension neutre de l'annulation,

abandonnant notre premier jugement négatif pour un jugement plus nuancé. Toutefois, nous soutenons quand même que toutes les participations à la culture de l'annulation sont intrinsèquement négatives, uniquement en raison de ce que cette participation implique. Tout d'abord, les gens *annulent*, et comme l'a montré notre étude étymologique et sociale du mot, l'action d'annuler signifie d'arrêter ou de nier quelque chose. Les gens annulent pour se dissocier de quelque chose qu'ils ne veulent plus, et donc le mot annuler en lui-même penche plus vers une connotation négative que positive.

Deuxièmement, comme le montrent les deux premiers termes les plus utilisés par nos sujets, les individus qui annulent ne cherchent pas seulement à retirer leur soutien à quelqu'un, mais le font parce qu'ils estiment que cette personne a commis des actes qu'ils considèrent comme répréhensibles. Les mentions de « ne plus vouloir soutenir » et des « actions » des personnes qui ont été annulées semblaient être des expressions négatives de l'acte d'annulation, car le sujet mentionnait le désir de retirer quelque chose et citait les raisons pour lesquelles il se sentait ainsi. L'indignation était alors au premier plan de ces annulations, et cette expression est toujours alimentée par des émotions négatives (Jasper, 2014). Ainsi, nos constatations nous poussent à considérer tout acte d'annulation d'abord comme une action négative.

Les deux autres termes les plus souvent utilisés nous ont cependant ouvert la porte à autre chose. Comme l'ont montré les résultats, certains des sujets voulaient défendre leurs valeurs (Sujet N), ainsi que les autres (Sujets G, I, L, N et R), ce pour quoi ils ont participé en premier lieu. Ceci nous suggère que leur participation n'était peut-être pas complètement négative, car même s'ils visaient à retirer leur soutien, ils le faisaient afin de défendre quelque chose. La base de leur annulation était toujours l'indignation, mais certains d'entre eux annulaient afin de protéger leurs propres sentiments de droiture et à partir d'un souci pour autrui. Il s'agissait ici de soutenir quelque chose qui leur tenait à cœur et de venir en aide, au lieu de chercher à enlever ou de retirer ce soutien, ce qui témoigne d'une action affirmative.

Nous nous sommes alors appuyés sur les termes utilisés par nos sujets dans l'ensemble de leurs réponses, et avons observé deux façons d'annuler : 1) une participation uniquement négative sur la base de retirer son soutien et de critiquer des actions, ou 2) une participation mixte, c'est-à-dire à la fois négative et affirmative en

cherchant également à venir en aide aux autres ou à défendre ses propres valeurs. Nous ne pensons pas que l'utilisation de termes que nous qualifions de négatifs tels que « ne plus vouloir soutenir » signifie forcément que ces manifestations étaient entièrement fondées sur des bases négatives. Certains des sujets tels que le sujet D et le sujet E (tous les deux utilisés les termes *no longer support* et actions) auraient également pu vouloir défendre leurs valeurs, ainsi que des membres de communautés marginalisées même si ce n'était pas inscrit dans leurs réponses. Nous ne pouvions cependant pas tomber dans des suppositions et n'avons alors interprété que les réponses que nous avons reçues et ainsi, construit ces deux orientations de l'annulation. Finalement, aucune personne qui annule ne le fait d'une manière entièrement affirmative, mais nos résultats nous suggèrent que certains individus peuvent effectivement avoir une participation plus variée que nous l'anticipions.

La confirmation de différentes manières de participer à la *cancel culture* nous a permis de disposer d'une nouvelle variable qui nous aiderait à répondre à notre question de recherche. En d'autres termes, nous voulions maintenant savoir où se situaient les sujets négatifs et affirmatifs par rapport aux conclusions auxquelles nous étions précédemment parvenus. Plus tôt dans le texte, nous avons établi le nombre d'annulations effectuées et le niveau d'implication lors de ces annulations comme nos deux variables principales et déterminé qu'il n'y avait pas de véritable corrélation entre eux. Cette troisième variable, soit celle du type de participation, nous a permis de développer deux nouvelles questions : 1) existe-t-il une corrélation entre le type de participation des sujets (négative ou affirmative) et le nombre d'annulations qu'ils ont effectuées et 2) existe-t-il une corrélation entre le type de participation des sujets et leur niveau d'implication (impliqué ou pas impliqué) lorsqu'ils ont annulé. Cette comparaison, selon nous, était la toute dernière étape vers la réponse à notre question à l'étude. Une figure illustrant ces trois variables est présentée ci-dessous :

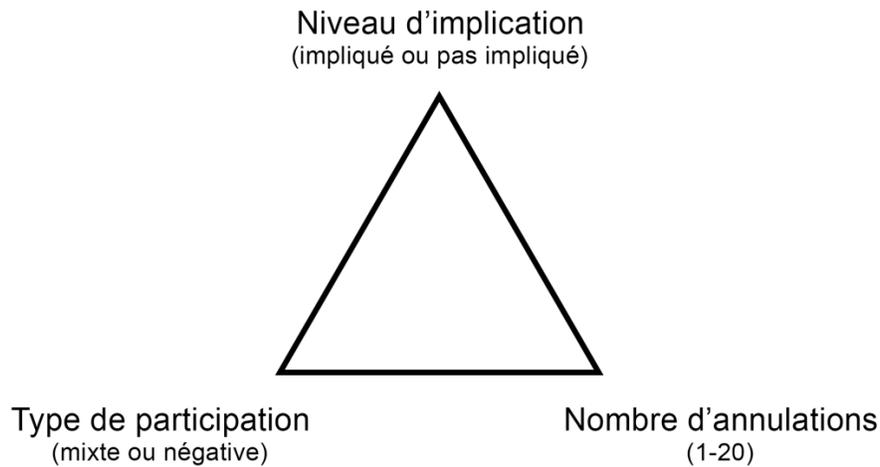


Figure 6 : Trois variables de participation

Type de participation – Nombre d'annulations

La première étape de notre comparaison des variables a été de séparer les sujets en un tableau, selon leur type de participation avec les réponses affichées aux pages 100 à 107 (tableaux 31 à 36). Il y avait les sujets qui avaient eu une participation uniquement négative (Sujets A, D, E, J et K) et ceux dont les annulations s'étaient manifestées des deux façons (Sujets C, I, G, L, M et N). Le tableau détaillé de cette catégorisation figure ci-dessous :

Sujet	Participation	Nombre de termes utilisés	Terme(s) utilisé(s)
A	Négative	1	Ne plus encourager
D	Négative	2	Ne plus encourager et actions
E	Négative	2	Ne plus encourager et actions
J	Négative	1	Actions
K	Négative	1	Ne plus encourager
C	Mixte	2	Ne plus encourager et valeurs
I	Mixte	3	Ne plus encourager, valeurs et les autres
G	Mixte	2	Actions et les autres
L	Mixte	2	Actions et les autres
M	Mixte	2	Actions et valeurs
N	Mixte	2	Valeurs et les autres
R	Mixte	1	Les autres

Tableau 37 : Tableau du type de participation par sujet 1

Une fois cette étape franchie, nous avons réalisé que ce tableau n'incluait pas tous nos sujets, car il ne prenait en compte que ceux qui avaient donné des réponses très proches de celles des autres, ce qui nous a permis de les regrouper. Un nouvel examen approfondi des réponses reçues tout au long des questions ouvertes, et plus particulièrement à la question dix (Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulés? Quel était votre objectif principal ?) nous a permis de confirmer ceci :

- Les réponses du sujet B tendent vers une expression plus affirmative, donc mixte puisqu'il indique vouloir « dire la vérité sur [ses] expériences avec [la personne qu'il a annulée] » à la question dix, ce que nous pouvons interpréter comme un désir d'informer les autres ;
- Les sujets F et S ont tous les deux donné des réponses négatives, le sujet F utilisant un terme péjoratif pour décrire une des personnes qu'il a annulées et indiquant que c'était la raison de son annulation, et S indiquant « [qu'il n'avait] plus d'intérêt à suivre le contenu de ces individus » à la question dix, ce que nous avons interprété comme un retrait de soutien plutôt détaché ;
- Le sujet Q a également utilisé un terme péjoratif pour décrire les personnes qu'il a annulées à la question dix et a répondu que l'annulation avait pour but « d'amener quelqu'un à assumer ses actions et ce qu'il a fait de mal, à s'excuser, mais aussi à être sincère et peut-être à quitter l'Internet pendant un certain temps », ce que nous avons interprété comme une participation négative ;
- Le sujet O a indiqué que l'annulation était « le fait d'arrêter de supporter/encourager une entité » lorsqu'on lui a demandé de définir le terme à la question dix, ce que nous avons interprété comme une expression plus négative, bien que cela ne signifie pas que c'est la façon dont il a effectué ses annulations ;
- Les sujets H et P, comme nous l'avons déjà mentionné, n'ont pas répondu à la question dix et aucune de leurs autres réponses ouvertes n'a pu nous orienter vers une direction spécifique concernant leur type de participation.

Après avoir ajouté nos sujets manquants, nous avons ainsi pu créer un tableau final, en excluant les deux sujets qui n'ont pas pu être classés :

Participation négative	Participation mixte
A, D, E, F, J, K, O, Q, S	B, C, I, G, L, M, N, R

Tableau 38 : Tableau du type de participation par sujet 2

Nous avons donc pu observer que nos résultats étaient une fois de plus divisés de manière presque égale, avec neuf des sujets participants d'une manière généralement négative et huit d'entre eux ayant une participation mixte. Cette répartition n'est pas surprenante, car l'annulation est avant tout un acte d'indignation, donc il est tout à fait réaliste que les manifestations soient souvent plus négatives qu'affirmatives. (Ambroise-Rendu et coll., 2008) Cette perspective est largement partagée par d'autres chercheurs, et même si le but de l'indignation est d'abord d'atteindre une forme de justice pour les personnes affectées, le passage à l'acte des émotions énumérées ci-dessus produit la plupart du temps une participation qui est souvent également négative. (Jasper, 2014) Malgré ceci, huit individus, soit presque la moitié de nos dix-neuf sujets participent quand même de manière mixte, ce qui est significatif. Cela suggère que la participation mixte n'est peut-être pas peu commune, mais plutôt courante dans les annulations, un grand nombre de participants ne cherchant pas seulement à retirer leur soutien, mais visant à faire ce qu'il faut selon leurs principes et selon les principes de ceux qui les entourent. Des recherches plus approfondies avec un échantillon plus important seraient très utiles pour voir si cette tendance se maintient effectivement dans la *cancel culture*.

À partir de là, la réponse à la question que nous posions a été simple à trouver. Nous avons comparé le tableau ci-dessus à celui qui indiquait le nombre d'annulations par sujet présenté à la page 62 (tableau 1) pour voir où ils se situaient tous et s'il semblait y avoir des rassemblements à un endroit spécifique. Cette étape nous a permis de créer un tableau comparant les deux variables que l'on peut voir ci-dessous et de voir s'il existait ou non une corrélation entre les deux :

Participation négative – Cancelleurs de masse Q, S	Participation mixte – Cancelleurs de masse R
Participation négative – Cancelleurs modérés K, O	Participation mixte – Cancelleurs modérés L, M, N
Participation négative – Cancelleurs faibles A, D, E, F, J	Participation mixte – Cancelleurs faibles B, C, I, G

Tableau 39 : Tableau final du type de la participation comparé au nombre d'annulations

Ce tableau n'inclut pas les sujets H et P par manque d'information quant à leur type de participation.

Nous avons ainsi pu constater que les sujets étaient à nouveau répartis uniformément dans les cases, avec presque autant de cancelleurs faibles avec une participation négative que mixte, et ainsi de suite. Le type de participation ne varie alors pas selon le nombre d'individus annulés : un cancelleur de masse n'est pas plus susceptible que tout autre cancelleur de participer plus négativement ou affirmativement.

Type de participation – Niveau d'investissement

La comparaison de ces deux variables était la dernière étape de notre analyse. Nous estimions ainsi que nous serions en mesure de complètement répondre à notre question de recherche à la suite de l'obtention de ces derniers résultats. Nous cherchions ici à déterminer si le niveau d'implication d'un sujet influençait son type de participation ou inversement. En d'autres termes, nous cherchions à répondre à des questions telles que : les sujets plus impliqués sont-ils plus susceptibles de participer négativement ou de manière mixte que les autres sujets ?

Nous avons commencé par comparer le « Tableau du type de participation par sujet 2 » de la page 112 (tableau 38) au « Tableau des sujets basé sur leurs niveaux d'investissement aux annulations auxquels ils ont participé » de la page 86 (tableau 23) pour à nouveau voir où chaque sujet se classait une fois que les deux variables étaient

réunis. Cette comparaison nous a permis de créer un tableau final avec les deux variables, que l'on peut voir ci-dessous :

Impliqués – Participation négative D, E, J, Q, S	Pas impliqués – Participation négative A, F, K, O
Impliqués – Participation mixte B, I, L, M, N	Pas impliqués – Participation mixte C, G, R

Tableau 40 : Tableau final du type de la participation comparé au niveau d'investissement

Ce tableau n'inclut pas les sujets H et P par manque d'information quant à leur type de participation.

Nous pouvions ainsi constater que les sujets impliqués étaient tout aussi susceptibles d'avoir une participation négative que mixte. Les sujets non impliqués se répartissaient aussi de manière égale dans les deux types de participation, ce qui va dans le sens de notre hypothèse selon laquelle les participants à la *cancel culture* en général dansent davantage entre les deux types de participation, au lieu de pencher majoritairement pour l'un d'entre eux.

Bien que notre échantillon fût petit, les données de dix-neuf personnes et les liens qui existaient entre elles ont été très instructifs et enrichissants. Grâce à leurs réponses, nous avons non seulement pu trouver une réponse à notre question de recherche, mais nous avons également pu explorer les nombreuses façons dont les gens annulent. Nous avons établi trois variables, 1) le nombre d'annulations effectuées par nos sujets, 2) leur niveau d'investissement au moment de ses annulations (impliqué ou pas impliqué) et 3) leur type de participation, qu'elle soit négative, ou mixte, afin de commencer à comprendre pourquoi et comment les gens annulent, en distinguant des différences dans leurs comportements et leurs motivations. Nos résultats nous ont permis de constater que rien ne pouvait vraiment indiquer l'inclinaison des participants à participer d'une manière spécifique : les participants de la *cancel culture*, tout comme l'acte en lui-même, sont divers et nuancés.

Beaucoup de choses les unissent : la culture de l'annulation est avant tout définie par le collectif, donc il y a forcément des similitudes considérables entre les individus qui

y participent. Les témoignages de certains sujets étaient si proches les uns des autres que nous avons pu les rassembler dans des groupes spécifiques, montrant ainsi que le raisonnement premier d'annuler tend à rester le même, peu importe l'individu qui annule. Cela dit, malgré le fait que les sujets avaient suffisamment de points communs pour être catégorisés (ont beaucoup annulé ou ont peu annulé, impliqué ou non, négatif ou affirmatif), nous pouvons tout de même affirmer qu'aucun de ces groupes ne permet de prédire la façon dont une personne va annuler. Par exemple, les sujets A et S ont tous deux des types de participation négative même s'ils sont situés à l'opposé l'un de l'autre en termes de nombre d'annulations, alors que les sujets B et N qui se sont retrouvés ensemble dans les sujets à la fois impliqués et ayant une participation mixte, même si, une fois de plus, ils n'ont pas du tout annulé le même nombre d'individus. Notre recherche exploratoire a montré qu'une personne qui n'avait annulé qu'une fois n'était pas nécessairement plus susceptible que tout autre sujet à pencher vers un certain type de participation ou même d'être plus ou moins impliqué que d'autres ayant annulé plus que lui.

Finalement, nous pouvions déterminer qu'il ne semblait pas avoir une seule façon d'annuler à travers tous les cancelleurs : leurs participations pouvaient être faibles ou importantes, investies ou peu investies, négatives ou mixtes. Ce qui réunissait nos sujets, selon l'hypothèse que nous pouvons maintenant émettre et justifier, ce sont les raisonnements derrière leurs actions. Le désir de défendre leurs valeurs et des communautés marginalisées, de retirer leur soutien et de dénoncer les actes répréhensibles d'individus problématiques est apparu dans l'ensemble des réponses et enfin nous pouvions émettre une hypothèse potentielle pour notre question de recherche : les gens annulent pour eux-mêmes, pour les autres, et ainsi pour ce qu'ils pensent être juste.

3.7 Discussion

Bien que le nombre de nos sujets ait été limité, les réponses qu'ils nous ont fournies nous ont semblé très significatives et nous ont révélé beaucoup sur la manière dont les participants de la culture de l'annulation vivent leurs expériences. Le premier

chapitre nous a aidé à problématiser cette culture en ligne, ce qui, associé aux chapitres suivants centrés sur nos sujets, nous a permis de relier les expériences de cancelleurs aux théories qui essaient d'expliquer la *cancel culture*. Nous avons ainsi pu répondre à notre question principale, soit pourquoi les gens annulent. Nous avons également pu confirmer quelques hypothèses émises par d'autres chercheurs et en écarter d'autres.

Tout d'abord, nous avons pu constater qu'une partie considérable de nos sujets étaient plutôt impassibles lorsqu'ils participaient à des annulations, repoussant ainsi l'idée que la culture de l'annulation impliquait avant tout une foule telle que la voyait Le Bon. En effet, neuf sujets, soit la moitié de notre échantillon total, ont noté qu'ils n'avaient pas ressenti d'émotions particulières, positives ou négatives, lors de leurs annulations, alors que Le Bon définissait la foule comme étant contrôlée par ses émotions. Nous retrouvons ainsi dans la culture de l'annulation, la présence au moins que quelques individus qui ne semblent pas être dirigés par des émotions fortes, allant à l'encontre de sa théorie.

La plupart des sujets de notre étude semblaient également être au moins modérément informés lorsqu'ils participaient, ce qui, comme nous l'avons mentionné précédemment, nous a suggéré qu'ils étaient davantage guidés par leurs propres pensées rationnelles et informées, que par le sentiment de la foule. Cependant, il aurait été préférable dans ce cas de confirmer la véracité de ces informations, car Le Bon avait également suggéré que les membres d'une foule pouvaient être influencés et croire des informations si elles leur étaient suffisamment répétées par d'autres membres au sein de leur groupe. Nous savons que 12 des sujets ont acquis leurs informations par les réseaux sociaux, deux d'entre eux par le bouche-à-oreille et les cinq derniers par des moyens qu'ils ont préféré de pas révéler (réponses à la question 12), alors il est donc tout à fait possible que leurs opinions sur l'annulation n'aient pas été complètement formées de manière rationnelle à partir de faits objectifs, mais plutôt par le biais de répétition en ligne et hors ligne. Nous ne pouvions pas non plus ignorer les dix participants qui ont indiqué avoir ressenti des émotions lors de l'annulation, bien que neuf d'entre eux aient également indiqué être au moins modérément informés, ce qui va dans le sens de notre hypothèse selon laquelle un niveau d'information élevé pourrait pencher davantage vers la rationalité que vers l'émotivité.

Il est aussi important de noter que neuf de nos 19 sujets ont indiqué avoir eu un sentiment d'appartenance au groupe, mais le type de groupe, foule ou public, reste à confirmer. Le sujet L a d'ailleurs affirmé : « J'ai vraiment parlé en mon nom parce que je n'aimais pas ce que la personne continuait à dire et qu'elle ne prenait pas ses responsabilités. En même temps, beaucoup de gens pensaient la même chose que moi, donc c'est à la fois faire partie d'une communauté et être seul » lorsque demandé s'il avait eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté en annulant ou s'il avait eu l'impression d'agir seul (Q24). Cette déclaration unique ne suffit pas à brosser un tableau complet de tous les annulateurs, mais nous permet de ramener la théorie de Tarde selon laquelle les individus dans un public agissent comme des entités individuelles qui partagent une connexion mentale. Ainsi, même si nos résultats se rapprochent de Tarde et écartent la possibilité que la culture de l'annulation soit une pratique qui ressemble surtout à celle d'une foule, comme le suggère Le Bon, nous ne sommes pas non plus prêts à déclarer fermement qu'il s'agit plutôt d'un public, car les émotions ont tout de même joué un rôle important dans la participation de la plupart des sujets, alors qu'elles sont plutôt absentes dans la théorie tardienne. Nous pouvons néanmoins suggérer que nous avons trouvé des indices de la présence des deux groupes chez nos sujets, ce qui pourrait indiquer que la culture de l'annulation est finalement un mélange des deux.

Deuxièmement, nous avons pu confirmer par nos résultats que Cook, Mueller et Velasco semblaient tous détenir une partie de l'énigme en ce qui concerne les motivations d'annuler. En effet, Cook et ses collaborateurs ont suggéré que les gens annulent lorsqu'ils se sentent attaqués dans leur honneur, ce sur quoi nous reviendrons plus loin dans la section consacrée à la moralité. Mueller, pour sa part, avait constaté que ce que les gens recherchaient le plus lorsqu'ils annulaient était des excuses de la part des personnes annulées, et bien que nous n'ayons pas trouvé beaucoup de revendications à ce sujet dans nos résultats, nous en avons tout de même obtenu deux de la part des sujets N et Q lorsqu'on leur a demandé de définir le mot « annuler ». À la question 32, « Que signifie pour vous le mot « annuler » ? », le sujet N a répondu « responsabilisation » alors que le sujet Q a répondu « faire en sorte que quelqu'un se penche sur ses actions et sur ce qu'il a fait de mal, qu'il s'excuse, mais aussi qu'il le pense vraiment et qu'il se retire peut-être d'Internet pendant un certain temps. » Des traces des résultats de Mueller ont

donc également été trouvées dans les nôtres (bien qu'elles soient faibles, ce qui peut être dû à notre petit groupe de sujets), ce qui indique l'existence d'un fil conducteur entre différents cancelleurs de différentes études, et donc peut représenter une réelle motivation dans la *cancel culture* en général. Enfin, à l'instar de Mueller, Velasco avait déclaré que la culture de l'annulation pouvait être le résultat de l'intolérance des internautes à l'égard des opinions divergentes, une notion qui a été répétée à de nombreuses reprises dans les réponses que nous avons reçues. Comme indiqué précédemment, une grande partie des sujets ont indiqué les actions, valeurs, et opinions des individus qu'ils ont annulés, différentes des leurs, comme étant les raisons de ces annulations. Ainsi, nous avons pu confirmer qu'il existe effectivement des motivations identifiables pour les participants à la culture de l'annulation, comme l'ont suggéré ces chercheurs.

Une dernière chose qui nous a sauté aux yeux au fur et à mesure que nous construisions notre recherche est le fait que de nombreux chercheurs et journalistes ont interprété la *cancel culture* de manière négative, tout comme nous au début. Velasco (2020) et Norris (2023) l'ont décrite comme une nouvelle méthode d'humiliation, Lussier a décrit ses manifestations comme « [du] harcèlement, [de l'] intimidation, [des] tentatives de censures », et l'a comparée à « une chasse aux sorcières ou à l'Inquisition » (Lussier, 2021, p. 132), tandis que Mishan (2020) l'a qualifiée d'implicitement négative. Ce qui nous a semblé significatif, c'est le fait que cette interprétation négative n'est pas beaucoup ressortie chez les sujets. Le sujet L a été le seul à mentionner explicitement la culture de l'annulation comme « ayant une connotation négative » à la question 32, alors que les sujets K et R ont quelque peu sous-entendu une interprétation négative du mot en disant que l'annulation n'offrait « aucune chance de rédemption. » Il pourrait donc y avoir un décalage entre la façon dont la culture de l'annulation est perçue de l'extérieur et la façon dont elle est ressentie lorsqu'elle est pratiquée : cette culture peut sembler écrasante et violente pour les observateurs et être justifiée pour les cancelleurs. Et les résultats que nous avons obtenus auprès de nos sujets témoignent effectivement de ce sentiment d'être justifié.

3.7.1 Les gens annulent : pour eux-mêmes

Notre étude a permis de mettre en évidence la forte présence de la moralité dans la culture de l'annulation. En effet, les principales raisons invoquées par nos sujets pour motiver leurs participations, telles que les actions des personnes qu'ils ont annulées ou encore la violation de leurs valeurs, révèlent à quel point leurs principes sont importants pour eux et comment ils informent leurs attitudes en ligne. Le *bandwagoning* que nous pensions être à l'origine de l'annulation de la culture s'est donc avéré moins important que nous l'avions d'abord imaginé, du moins pour nos sujets. Même si, comme nous l'avons mentionné plus haut, neuf sujets ont indiqué avoir eu un sentiment d'appartenance au groupe (ce qui peut être dû au *group belongingness* tel que vu plus tôt), la forte présence de leur moralité comme principale motivation de leurs actions confirme qu'au moins certains participants à la cancel culture le font plus par souci de défendre leurs propres valeurs qu'afin de suivre un meneur ou d'appartenir à un groupe quelconque. Cependant, nous ne pouvons pas entièrement effacer la théorie de l'effet *bandwagon*, tout d'abord parce que notre échantillon de sujet ne nous permet pas de le faire, mais également parce que comme le propose la deuxième partie de la théorie d'Hu (2016), les gens sont plus susceptibles de rompre une relation qu'ils entretiennent avec une personnalité publique s'ils voient d'autres le faire. Ainsi, nous pourrions suggérer une nouvelle façon d'aborder le *bandwagoning* à travers la culture de l'annulation : non plus comme une action informelle à laquelle les gens participent juste pour faire partie d'un groupe, mais comme le porteur d'une indignation qui ramasse des individus à son passage.

Il a été intéressant de confirmer à quel point les sujets semblaient se placer au centre des annulations. Comme Ng l'avait suggéré dans sa première définition, annuler c'est retirer « du soutien aux personnes qui ont agi d'une manière jugée inacceptable ou problématique » (Ng, 2020, p.623), et comme Mueller (2021) l'a également avancé, nos sujets semblaient véritablement agir en tant que juge des autres à partir d'eux-mêmes. Une majorité considérable des sujets ont identifié *leurs* valeurs, *leur* soutien, *leur* indignation comme raison de leurs actions à la question dix (Pourquoi avez-vous décidé de participer à l'annulation des individus que vous avez annulé ? Quel était votre objectif principal ?), suggérant que l'annulation était en fait un moyen pour eux de défendre leur sens de l'honneur (Cook et coll, 2021).

Comme l'a également suggéré Hu, la déception envers une personne admirée est également un motif de rupture parasociale et, dans ce cas, d'annulation, ce que nous avons pu confirmer par nos réponses. La mention de « ne plus vouloir soutenir » implique qu'il y avait un soutien initialement, qui a ensuite été rompu par l'annulation. Les sujets A, C et K, par exemple, réitèrent tous ce désir de ne plus soutenir les personnes qu'ils ont annulées, tandis que le sujet S déclare qu'il « n'avait plus d'intérêt à suivre le contenu de ces individus. » Cela montre une fois de plus que les sujets ne veulent pas s'associer à des personnes qui ne correspondent pas à leurs valeurs, quelle que soit leur affection initiale pour ces personnes. Ainsi, nous pourrions confirmer que la première raison pour laquelle les gens annulent des personnes ou les contenus qu'elles émettent est la suivante : ils annulent pour défendre leurs valeurs.

3.7.2 Les gens annulent : pour les autres

Il semblerait que l'homo duplex et la conscience collective trouvent également leur place dans la culture de l'annulation. Comme l'a suggéré Durkheim ([1893]1991), les croyances et la morale qui unissent les membres d'une société et qui les font agir comme une seule entité par le biais d'une solidarité mécanique, lui servent également d'outil pour surveiller le comportement des autres. Ces attitudes se retrouvent dans nos résultats, certains sujets indiquant la violation de valeurs sociétales comme la raison pour laquelle ils ne pouvaient plus soutenir certains individus. Ces actes (sexistes, racistes, homophobes, etc.) semblent surtout s'attaquer à des groupes marginalisés, ce qui provoque les annulations des individus qui les ont commis, comme le suggère Norris (2023). Il semble donc qu'une autre raison pour laquelle les gens annulent beaucoup soit par souci pour les autres, pour les défendre (sujets E, F, I, J, L, M et N) ou pour les avertir des actions commises par la personne annulée (sujet G). La mention des autres comme étant ceux à défendre, et pas seulement comme ceux qui partagent notre indignation comme le suggèrent Sunstein et Spinoza, était très significative pour ce mémoire, qui avait d'abord interprété la culture de l'annulation à travers une lentille négative. Nous ne pouvions donc plus interpréter les annulations comme étant complètement toxiques, puisqu'au moins une partie d'entre elles semblait être alimentée par un désir d'aider les autres. Nous pouvons encore nous interroger sur la méthode utilisée pour interpeller les

personnes qui ont blessé des groupes marginalisés, car des recherches ont montré que les annulations ont des effets négatifs sur la vie et le bien-être des personnes qui en font l'objet. (Cook et coll., 2021) Le *swarming* et le *mobbing* en ligne ne sont peut-être pas les manières les plus saines de faire passer un message, mais c'est néanmoins celles que les utilisateurs des réseaux sociaux ont trouvées pour défendre des voix qui ne pouvaient pas être entendues auparavant. (Norris, 2023)

3.7.3 Les gens annulent : peut-être aussi « juste parce que »

Bien que la moralité se soit avérée être le principal moteur de la participation de nos sujets à la culture de l'annulation, nous sommes néanmoins conscients que la réalité de la culture de l'annulation dans son ensemble peut être différente. Nous avons parlé dans ce mémoire du spectacle de la vertu, de *clicktivisme*, de la *schadenfreude* et d'autres façons dont les individus peuvent participer aux annulations, et même si nos résultats concordent avec ceux d'autres chercheurs dans le domaine, il est toujours possible que ces façons de participer soient bien présentes (et significatives) dans la culture de l'annulation. Tout d'abord, il est tout à fait possible que le type d'utilisateur qui aurait un comportement nonchalant ou non investi lorsqu'il annule ne soit pas non plus celui qui répondrait à un sondage comme le nôtre. Comme la plupart de nos sujets semblaient quelque peu investis et guidés par la moralité, cela pourrait indiquer qu'ils étaient simplement plus investis dans les activités en ligne dans leur ensemble, qu'il s'agisse d'annuler quelqu'un ou de participer à un sondage en ligne. Deuxièmement, nous avons également trouvé des traces de ces manières plus critiques d'annuler dans nos résultats. Par exemple, le sujet B est le seul à avoir produit ses propres messages originaux sur l'annulation à laquelle il a participé, les autres commentant ou aimant les publications des autres. Cela pourrait représenter le faible effort que beaucoup qualifient de *slacktivisme* et reprochent à la *cancel culture* (Freelon et coll., 2020), car leur participation était principalement passive (des recherches supplémentaires seraient nécessaires pour confirmer si oui ou non leurs annulations se sont poursuivies hors ligne). Ensuite, beaucoup de sujets ont indiqué avoir voulu défendre les autres, le sujet G déclarant même son intention d'avertir ses abonnés des actions des personnes qu'il a annulé. Bien que ces intentions puissent être interprétées comme nobles, elles auraient

également pu être un moyen pour les sujets de signaler leurs bonnes valeurs aux autres à travers les réseaux sociaux, comme cela se fait par le biais du spectacle de la vertu (d'autant plus que la plupart de leurs participations étaient passives). Enfin, nous avons trouvé des preuves de *schadenfreude* dans nos réponses, le sujet J déclarant qu'« il y a aussi une certaine distance avec les célébrités, ce qui fait qu'on ne pense pas toujours à la personne derrière et on se surprend à aimer mépriser les antagonistes, comme si c'était un film » dans sa réponse à la question dix. Ainsi, comme nous l'avons théorisé précédemment, il n'y a aucun moyen de prédire la manière dont quelqu'un annulera, et même si les résultats de notre recherche penchent en faveur de la moralité comme l'élément central de la participation à la culture de l'annulation, nous pensons également que ces autres manières plus décontractées d'annuler sont très présentes dans la culture, même si elles ne sont pas apparues de manière significative dans notre recherche.

3.7.4 Les personnes qui annulent croient-elles que l'annulation fonctionne ?

La toute dernière question à laquelle nous répondrons pour ce mémoire a été suscitée par les résultats que nous avons reçus à la question 20. Nous avons demandé aux sujets s'ils avaient eu le sentiment d'avoir contribué à la prise de conscience de l'individu ou des individus qu'ils ont annulés, afin d'évaluer où ils se situaient par rapport à leur propre participation. Les résultats ont été surprenants puisque seuls quatre d'entre eux (B, M, O & P) ont répondu oui à cette question alors que nous avons imaginé qu'un plus grand nombre de canceleurs auraient le sentiment que leur participation était significative. Trois d'entre eux ont répondu qu'ils ne savaient pas (ou n'étaient pas sûrs) tandis que 11 ont répondu non (le sujet Q n'a pas répondu à cette question). Cela signifie donc que la majorité de nos sujets ne croyaient pas que leur annulation contribuait à la responsabilisation de la personne annulée. Ceci est surprenant et va à l'encontre des résultats de Mueller, car même si les canceleurs souhaitent la responsabilisation de la part des individus annulés, ils ne semblent pas penser (dans le cadre de cette recherche) que leur propre participation serait susceptible de la produire.

Il est possible que le sentiment de contribuer à la prise de conscience de l'individu annulé dépende de la nature de l'annulation. Le sujet B, par exemple, a indiqué qu'il avait

annulé une personne avec laquelle il avait déjà travaillé à la question cinq (Qui est/sont la/les personne(s) que vous avez annulée(s) ?), et a déclaré que de « dire la vérité sur mes expériences avec eux, qui ont confirmé ce que les médias disaient » était la raison pour laquelle il l'avait fait. Ainsi, peut-être que la proximité entre ce cancelleur et la personne qu'il a annulée dans la vie réelle l'a incité à croire que sa participation était significative puisque son annulation témoignait de faits vécus.

Deux des sujets (N & R) qui ont répondu non à cette question ont également indiqué qu'ils seraient susceptibles d'annuler à nouveau à l'avenir (Q26. 7. Pensez-vous participer à l'annulation d'un autre individu dans le futur ?), ce qui nous amène à penser que certains participants de la cancel culture peuvent annuler, non pas parce qu'ils croient faire une différence, mais simplement afin d'exprimer leurs propres opinions sur la situation. Dans tous les cas, il serait intéressant d'approfondir cet angle dans des recherches ultérieures afin de confirmer ou d'infirmer cette hypothèse.

Conclusion

Cette recherche exploratoire m'a permis de comprendre la *cancel culture* à travers ses concepts et ses expressions. À travers ces chapitres, j'ai pu la définir d'un point de vue académiquement informé, identifier ses composantes, explorer les recherches d'autres chercheurs tout aussi curieux que moi et obtenir des réponses d'individus ayant participé à cette culture. Ainsi, j'ai été en mesure de répondre à ma question de recherche et j'ai dorénavant un peu plus de contexte sur la position des canceleurs lorsque je suis témoin de nouveaux cas d'annulations. Je peux donc dire que cette culture, que je qualifierais maintenant de complexe et souvent incomprise, ne me semble plus aussi toxique aujourd'hui qu'elle me semblait l'être en 2019.

Grâce aux théories et aux études de nombreux chercheurs, en particulier de Cook et ses collaborateurs, Hu, Mueller et Velasco, j'ai pu confirmer ou infirmer certains de mes soupçons concernant les motivations des participants. D'autres théoriciens plus anciens, comme Durkheim et Spinoza, ont aidé à définir des éléments qui se sont avérés très significatifs pour cette recherche, comme la forte présence de la moralité dans les annulations en tant que première motivation chez nos sujets. Bien que je ne m'y attendais pas, cette recherche a également révélé l'humanité de ces actes d'indignation de masse, ce qui a été une découverte incroyablement riche. En me concentrant sur les perspectives des canceleurs et en m'adressant directement à eux, j'ai pu non seulement les distinguer en tant qu'individus avec leurs expériences personnelles, mais aussi trouver des points communs dans leurs réponses qui pourraient aider à comprendre pourquoi la culture de l'annulation est telle qu'elle est. Les participants de la *cancel culture* ont donc cessé d'exister en tant qu'une grande foule en colère comme je les avais initialement perçus et ont commencé à exister en tant qu'individus, guidés par leurs propres motivations.

Limites

La réalisation de cette étude n'a pas été sans complications. Tout d'abord, il a été difficile de trouver de nombreux sujets, bien que les sondages aient été partagés sur le web. Cela pourrait être dû à plusieurs choses, comme le fait que la capacité de concentration des gens en ligne est exceptionnellement courte (Silvia, 2019). Trouver de nombreux utilisateurs de réseaux sociaux prêts à répondre à un sondage d'au moins sept minutes n'était donc pas une tâche facile. Un plus grand nombre de participants m'aurait certainement permis d'avoir accès à plus de témoignages, ce qui m'aurait donné plus d'informations sur les questions posées. En fin de compte, j'espère que cette recherche pourra encore servir de tremplin pour d'autres études sur la perspective des annuleurs dans la culture de l'annulation avec de plus grands nombres de sujets.

Ensuite, je souhaiterais avoir insisté plus sur certaines questions, tout en en abandonnant d'autres qui n'ont finalement pas servi à cette étude. J'ai évité de poser des questions qui pouvaient être interprétées comme portant un jugement lors de la création de ma grille de questions, car je voulais que les sujets se sentent libres de répondre sans se sentir jugés. Cela dit, j'aurais aimé avoir posé des questions directes telles que « est-ce que vous avez ressenti du plaisir à voir la personne se faire annuler ? » au lieu de poser des questions plus vagues telles que « avez-vous ressenti des sentiments positifs ou négatifs en annulant » pour vraiment évaluer certaines des composantes que nous avons explorées, telles que la *schadenfreude*.

Prochains questionnements

J'ai utilisé la toute dernière question du sondage pour demander aux sujets s'il y avait quelque chose qui n'avait pas été demandé qu'il leur semblait pertinent de rajouter. L'une des réponses était particulièrement intéressante puisque le sujet R a indiqué : « si les répondants pensent qu'il est possible d'inverser l'annulation et ce que cela impliquerait. » Je pense que cela pourrait représenter une future piste pour les études sur la culture de l'annulation. Alors que la plupart des études mentionnées dans ce mémoire

étaient construites autour de la définition de celle-ci et de ses expressions (Ng. 2020) (Clark, 2020), seule celle de Mueller abordait brièvement cette question à savoir s'il était possible ou non de « revenir » après avoir été annulé. Ses recherches offrent une piste, puisque ses sujets ont affirmé être prêts à pardonner à ceux qui s'excusaient après leurs annulations, mais il serait intéressant de connaître les détails de cette réhabilitation.

Mon étude s'est également concentrée sur le point de vue des annulateurs, car je voulais savoir comment la culture de l'annulation existait à travers eux, mais d'autres recherches pourraient être menées sur le point de vue des personnes qui ont été annulées. Lussier évoque quelques cas d'annulation dans son livre et inclut des témoignages de personnalités publiques qui ont elles-mêmes été prises dans ces tempêtes en ligne, mais il serait intéressant d'interpréter à nouveau la culture de l'annulation à travers certaines des théories explorées dans mon étude. Par exemple, nous pourrions essayer d'évaluer la façon dont les personnes annulées perçoivent leur position dans les relations parasociales, la possibilité que la *schadenfreude* soit une composante de leurs annulations et déterminer s'ils pensent ou non que les annulateurs ont participé à leur prise de conscience. En fin de compte, la *cancel culture* ne montre aucun signe d'affaiblissement dans le monde du web, créant des angles et des possibilités infinis pour son exploration.

Bibliographie

Adrian, J., Bode, N., Martyn Amos, M. B., Alessandro Corbetta, G. D., Steve Gwynne, G. H., Gerta Köster, M. K., Stephen Reicher, E. R., Anna Sieben, M. S., Zeynep Yücel, F. Z., & Natalie van der Wal, F. van S. (2019). A Glossary for Research on Human Crowd Dynamics. *Collective Dynamics*, 4(0), 1–13. <https://doi.org/10.17815/CD.2019.19>

Almeida, F., Faria, D., & Queirós, A. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3(9), 369–385. <https://doi.org/10.5281/zenodo.887089>

Ambroise-Rendu, A.-C., & Delporte, C. (2008). *L'indignation : Histoire d'une émotion politique et morale XIXe - XXe siècles*. Nouveau Monde Editions.

Asmelash, L. (2019). *Why "cancel culture" doesn't always work*. CNN. <https://www.cnn.com/2019/09/21/entertainment/cancel-culture-explainer-trnd/index.html>

Astor, M. (2017). Dove Drops an Ad Accused of Racism. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/10/08/business/dove-ad-racist.html>

Aw, E. C.-X., & Chuah, S. H.-W. (2021). "Stop the unattainable ideal for an ordinary me!" fostering parasocial relationships with social media influencers: The role of self-discrepancy. *Journal of Business Research*, 132(7), 146–157. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.025>

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497–529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>

- Bebbington, K., MacLeod, C., Ellison, T. M., & Fay, N.** (2017). The sky is falling: evidence of a negativity bias in the social transmission of information. *Evolution and Human Behavior, 38*(1), 92–101. <https://doi.org/10.1016/j.evolhumbehav.2016.07.004>
- Berger, J., & Milkman, K. L.** (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research, 49*(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Bertrams, A., & Krispenz, A.** (2022). Involvement in LGBTQ Activism is Related to Pathological Narcissistic Grandiosity and Virtue Signaling [Dissertation]. In *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4204911>
- Bouvier, G., & Machin, D.** (2021). What gets lost in Twitter “cancel culture” hashtags? Calling out racists reveals some limitations of social justice campaigns. *Discourse & Society, 32*(3), 307–327. <https://doi.org/10.1177/0957926520977215>
- Brannen, J.** (2005). Mixing Methods: The Entry of Qualitative and Quantitative Approaches into the Research Process. *International Journal of Social Research Methodology, 8*(3), 173–184. <https://doi.org/10.1080/13645570500154642>
- Brinkmann, S.** (2007). The Good Qualitative Researcher. *Qualitative Research in Psychology, 4*(1-2), 127–144. <https://doi.org/10.1080/14780880701473516>
- Burns, K.** (2019). *J.K. Rowling's transphobia is a product of British culture*. Vox. <https://www.vox.com/identities/2019/12/19/21029874/jk-rowling-transgender-tweet-terf>
- Christin, A., & Lewis, R.** (2021). The Drama of Metrics: Status, Spectacle, and Resistance Among YouTube Drama Creators. *Social Media + Society, 7*(1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2056305121999660>
- Clark, M. D.** (2020). DRAG THEM: a Brief Etymology of So-Called “Cancel Culture.” *Communication and the Public, 5*(3-4), 88–92. <https://doi.org/10.1177/2057047320961562>
- Cohen, J.** (2003). Parasocial Breakups: Measuring Individual Differences in Responses to the Dissolution of Parasocial Relationships. *Mass Communication and Society, 6*(2), 191–202. https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0602_5

- Conde, R., & Casais, B.** (2023). Micro, macro and mega-influencers on instagram: The power of persuasion via the parasocial relationship. *Journal of Business Research*, *158*(1), 113708. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113708>
- Cook, C. L., Patel, A., Guisihan, M., & Wohn, D. Y.** (2021). Whose agenda is it anyway: an exploration of cancel culture and political affiliation in the United States. *SN Social Sciences*, *1*(9). <https://doi.org/10.1007/s43545-021-00241-3>
- Cordell, C.** (2017). L'indignation entre pitié et dégoût : les ambiguïtés d'une émotion morale. *Raisons Politiques*, *65*(1), 67. <https://doi.org/10.3917/rai.065.0067>
- Darcy, O.** (2022). *ABC News suspends "The View" host Whoopi Goldberg*. CNN. <https://www.cnn.com/2022/02/01/media/whoopi-goldberg-the-view-suspended/index.html>
- Dawkins, R.** (1976). *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F.** (2016). Parasocial Interaction and Parasocial Relationship: Conceptual Clarification and a Critical Assessment of Measures. *Human Communication Research*, *42*(1), 21–44. <https://doi.org/10.1111/hcre.12063>
- Duggan, J.** (2021). Transformative Readings: Harry Potter Fan Fiction, Trans/Queer Reader Response, and J. K. Rowling. *Children's Literature in Education*, *53*(2). <https://doi.org/10.1007/s10583-021-09446-9>
- Durkheim, É.** (1893). *De la division du travail social*. https://monoskop.org/images/9/97/Durkheim_%C3%89mile_De_la_division_du_travail_social_1991.pdf
- Evon, D.** (2021). *Did "Be Curious, Not Judgmental" Originate with Walt Whitman?* Snopes. <https://www.snopes.com/fact-check/be-curious-not-judgmental-walt-whitman/>
- Eyal, K., & Cohen, J.** (2006). When Good Friends Say Goodbye: A Parasocial Breakup Study. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *50*(3), 502–523. https://doi.org/10.1207/s15506878jobem5003_9

- Eyre, C.** (2018). *Harry Potter book sales top 500 million worldwide* / *The Bookseller*.
 Www.thebookseller.com. <https://www.thebookseller.com/news/harry-potter-books-sales-reach-500-million-worldwide-723556>
- Feather, N. T., Wenzel, M., & McKee, I. R.** (2012). Integrating multiple perspectives on schadenfreude: The role of deservingness and emotions. *Motivation and Emotion*, 37(3), 574–585. <https://doi.org/10.1007/s11031-012-9331-4>
- Fish, J. S.** (2013). Homo duplex revisited: A defence of Émile Durkheim’s theory of the moral self. *Journal of Classical Sociology*, 13(3), 338–358.
<https://doi.org/10.1177/1468795x13480440>
- Freelon, D., Marwick, A., & Kreiss, D.** (2020). False equivalencies: Online activism from left to right. *Science*, 369(6508), 1197–1201. <https://doi.org/10.1126/science.abb2428>
- Fricke, R. D., Kulzy, W. W., & Appleget, J. A.** (2012). From Data to Information: Using Factor Analysis with Survey Data. *Phalanx*, 45(4), 30–34.
<https://www.jstor.org/stable/24911102>
- Fuchs, C.** (2014). Social media as participatory culture. In *Social media: A critical introduction* (pp. 52-68). SAGE Publications Ltd, <https://dx.doi.org/10.4135/9781446270066.n3>
- Glăveanu, V. P., & de Saint Laurent, C.** (2021). Social Media Responses to the Pandemic: What Makes a Coronavirus Meme Creative. *Frontiers in Psychology*, 12.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.569987>
- Greijdanus, H., de Matos Fernandes, C. A., Turner-Zwinkels, F., Honari, A., Roos, C. A., Rosenbusch, H., & Postmes, T.** (2020). The psychology of online activism and social movements: relations between online and offline collective action. *Current Opinion in Psychology*, 35, 49–54. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.03.003>
- Hackett, S.** (2019). *You Only Live Once Online (YOLOO): Privacy-Preserving Solution to Block and Ban Evasion* [Dissertation]. <http://www.cs.yale.edu/homes/jf/Hackett610.pdf>
- Halupka, M.** (2017). The legitimisation of clicktivism. *Australian Journal of Political Science*, 53(1), 130–141. <https://doi.org/10.1080/10361146.2017.1416586>

- Harlow, S., & Harp, D.** (2012). Collective action on the Web . *Information, Communication & Society*, 15(2), 196–216. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2011.591411>
- Harper, R., Palen, L., & Taylor, A.** (2005). *The Inside Text : Social, Cultural and Design Perspectives on SMS* (Vol. 4). Springer Netherlands.
- Hartmann, T., Stuke, D., & Daschmann, G.** (2008). Positive Parasocial Relationships with Drivers Affect Suspense in Racing Sport Spectators. *Journal of Media Psychology*, 20(1), 24–34. <https://doi.org/10.1027/1864-1105.20.1.24>
- Hartmann, T.** (2017). Parasocial interaction, parasocial relationships, and well-being. In L. Reinecke & M. B. Oliver (Eds.), *The Routledge handbook of media use and well-being: International perspectives on theory and research on positive media effects* (pp. 131–144). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Hilbert, R. A.** (1986). Anomie and the Moral Regulation of Reality: The Durkheimian Tradition in Modern Relief. *Sociological Theory*, 4(1), 1–19. <https://doi.org/10.2307/202102>
- History Cool Kids.** (2019). *History Cool Kids - JK Rowling "Fat' is usually the first insult a girl throws at another girl when she wants to hurt her."*  Facebook. www.facebook.com. <https://www.facebook.com/historycoolkids/photos/a.1790135241216658/2512422602321248/>
- Hu, M.** (2016). The influence of a scandal on parasocial relationship, parasocial interaction, and parasocial breakup. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(3), 217–231. <https://doi.org/10.1037/ppm0000068>
- Indignation.** (n.d.). indignation - Définitions, synonymes, conjugaison, exemples | Dico en ligne Le Robert. In dictionnaire.lerobert.com. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/indignation>
- Jasper, J. M.** (2014). Constructing Indignation: Anger Dynamics in Protest Movements. *Emotion Review*, 6(3), 208–213. <https://doi.org/10.1177/1754073914522863>
- JayLaw.** (2020). *Top 10 Biggest Moments in YouTube History*. www.youtube.com. <https://www.youtube.com/watch?v=2cWXWlgHlyM>

- Jenkins, H.** (2009). *If It Doesn't Spread, It's Dead (Part One): Media Viruses and Memes*. Henry Jenkins.
http://henryjenkins.org/blog/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J.** (2013). *Spreadable Media : Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press.
- Jenkins, H., Ito, M., & Boyd, D.** (2015). *Participatory culture in a networked era : a conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Polity Press.
- Julliard, J.** (2010). Foule, public, opinion. *Mil Neuf Cent. Revue d'Histoire Intellectuelle*, 1(28).
<https://doi.org/10.3917/mnc.028.0007>
- Kalina, P.** (2020). Performative Allyship. *Technium Social Sciences Journal*, 11(2668-7798), 478–481. <https://doi.org/10.47577/tssj.v11i1.1518>
- Kang, I., & Ma, I.** (2020). A Study on Bandwagon Consumption Behavior Based on Fear of Missing Out and Product Characteristics. *Sustainability*, 12(6), 2441.
<https://doi.org/10.3390/su12062441>
- Kätsyri, J., Kinnunen, T., Kusumoto, K., Oittinen, P., & Ravaja, N.** (2016). Negativity Bias in Media Multitasking: The Effects of Negative Social Media Messages on Attention to Television News Broadcasts. *PLOS ONE*, 11(5), e0153712.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0153712>
- Khaliq, A.** (2020). "Harry Potter" fan sites distance themselves from J.K. Rowling over gender identity comments. CNN. <https://www.cnn.com/2020/07/03/entertainment/harry-potter-sites-condemn-rowling-intl-scli-gbr/index.html>
- Kim, M., & Kim, J.** (2020). How does a celebrity make fans happy? Interaction between celebrities and fans in the social media context. *Computers in Human Behavior*, 111(106419), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106419>
- Kiss, Á., & Simonovits, G.** (2013). Identifying the bandwagon effect in two-round elections. *Public Choice*, 160(3-4), 327–344. <https://doi.org/10.1007/s11127-013-0146-y>

- Lang, C.** (2018). *Prada Pulls Keychain After Blackface Comparison Backlash*. Time.
<https://time.com/5480583/prada-blackface/>
- Larousse, É.** Définitions : annuler, s'annuler - Dictionnaire de français Larousse. (n.d.). In *Larousse*. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/annuler/3693>
- Le Bon, G.** (1895). *Psychologie des foules*. Édition Félix Alcan.
https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/lebon2.pdf
- Lee, Y. H., & Hsieh, G.** (2013). Does slacktivism hurt activism? The effects of moral balancing and consistency in online activism. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 811–820). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2470654.2470770>
- Levy, N.** (2020). Virtue signalling is virtuous. *Synthese*, 198, 9545–9562.
<https://doi.org/10.1007/s11229-020-02653-9>
- Lewis, K., Gray, K., & Meierhenrich, J.** (2014). The Structure of Online Activism. *Sociological Science*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.15195/v1.a1>
- Littler, J.** (2010). Celebrity and schadenfreude : The cultural economy of fame in freefall. *Cultural Studies*. *Cultural Studies*, 24(3), 395–417.
<https://doi.org/10.1080/09502381003750344>
- Lunning, J.** (2019). *James Charles Loses 2 Million Subscribers Following Tati Feud*. Newsweek. <https://www.newsweek.com/youtuber-james-charles-subscribers-drops-million-following-feud-1423039>
- Lussier, J.** (2021). *Annulé(e) : réflexions sur la cancel culture*. Éditions Cardinal.
- mank.** (n.d.). In *Wiktionary*.
[https://en.wiktionary.org/wiki/mank#:~:text=mank%20\(uncountable\)](https://en.wiktionary.org/wiki/mank#:~:text=mank%20(uncountable))
- Matheson, E., & Sedgwick, D.** (2021). Influencers and 21st Century Consumption. *Contexts*, 20(2), 18–23. <https://doi.org/10.1177/15365042211012066>

- Merriam-Webster Dictionary.** (2021). *Definition of CANCEL*. Merriam-Webster.com.
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/cancel>
- Mills, A. J.** (2012). Virality in social media: the SPIN Framework. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 162–169. <https://doi.org/10.1002/pa.1418>
- Mitrofan, F.** (2020). *Cancelling the Callouts: The “Dramageddon” of 2019 and the Effects of Cancel Culture Online* [Thesis]. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1544315/FULLTEXT01.pdf>
- Mishan, L.** (2020). The Long and Tortured History of Cancel Culture. *New York Times*.
<https://www.nytimes.com/2020/12/03/t-magazine/cancel-culture-history.html>
- Mueller, T. S.** (2021). Blame, then shame? Psychological predictors in cancel culture behavior. *The Social Science Journal*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1949552>
- Nadeau, R., Cloutier, E., & Guay, J.-H.** (1993). New Evidence About the Existence of a Bandwagon Effect in the Opinion Formation Process. *International Political Science Review*, 14(2), 203–213. <https://doi.org/10.1177/019251219301400204>
- Ng, E.** (2020). No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation. *Television & New Media*, 21(6), 621–627.
<https://doi.org/10.1177/1527476420918828>
- Ng, E.** (2022). *Cancel culture : a critical analysis*. Palgrave Macmillan.
- Noland, A.** (2017). Social Media Activists: Analyzing the Relationship between Online Activism and Offline Attitudes and Behaviors. *Social media and society*, 6, 26-55.
- Norris, P.** (2023). Cancel Culture: Myth or Reality? *Political Studies*, 71(1), 1–30.
<https://doi.org/10.1177/00323217211037023>
- Oxford Dictionary.** (2022). culture_1 noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced American Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. In *Oxfordlearnersdictionaries.com*.
https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/culture_1#:~:text=%2F%CB%88k%CA%8Clt%CA%83%C9%99r%2F

- Perse, E. M., & Rubin, R. B.** (1989). Attribution in Social and Parasocial Relationships. *Communication Research*, 16(1), 59–77. <https://doi.org/10.1177/009365089016001003>
- Phadke, S., & Mitra, T.** (2021). Educators, Solicitors, Flamers, Motivators, Sympathizers: Characterizing Roles in Online Extremist Movements. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–35. <https://doi.org/10.1145/3476051>
- Plasseraud, E.** (2012). Foule et public. Réflexions autour de la théorie française de la réception filmique lors de la période muette. *Publics de Cinéma. Pour Une Histoire Des Pratiques Sociales*. <http://journals.openedition.org/cm/1181>
- Pluckrose, H., & Lindsay, J.** (2020). *Cynical Theories : How Universities Made Everything about Race, Gender, and Identity - And Why this Harms Everybody*. Swift Press.
- Pöyry, E., Laaksonen, S.-M., Kekkonen, A., & Pääkkönen, J.** (2018). *Anatomy of Viral Social Media Events*. Scholarspace.manoa.hawaii.edu. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2018.272>
- Ravell, H.** (2023). #RIPJKRowling: A tale of a fandom, Twitter and a haunting author who refuses to die. *Public Relations Inquiry*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/2046147X231180501>
- Rheingold, H.** (2002). *Smart mobs : the next social revolution*. Perseus Pub.
- Rocher, G.** (1995). *Culture, civilisation et idéologie* (3rd ed.). Les Éditions Hurtubise.
- Romano, A.** (2019). *Why we can't stop fighting about cancel culture*. https://courses.bowdoin.edu/sociology-1101-spring-2020/wp-content/uploads/sites/319/2020/05/What-is-cancel-culture_-Why-we-keep-fighting-about-canceling-people.-Vox.pdf
- Rowling, J. K.** (2015). https://twitter.com/jk_rowling/status/678888094339366914. Twitter.
- Rowling, J. K.** (2018). https://twitter.com/jk_rowling/status/986624639983063040?ref_src=twsrc%25Etfw%257Ctwcamp%255Etweetembed%257Ctwterm%255E986624639983063040%257Ctwgr%255E53b519c54c0b87d3d7db421a0feaaadfbcd10789%257Ctwcon%255Es1_&

ef_url=https%253A%252F%252Fwww.timesofisrael.com%252Fjk-rowling-tells-victims-of-anti-semitism-you-arent-alone%252F. Twitter.

Rowling, J. K. (2020). https://twitter.com/jk_rowling/status/1269389298664701952.
Twitter.

Turner, J. C., Sachdev, I., & Hogg, M. A. (1983). Social categorization, interpersonal attraction and group formation. *British Journal of Social Psychology*, 22(3), 227–239. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1983.tb00587.x>

Saleh, A., & Bista, K. (2017). Examining Factors Impacting Online Survey Response Rates in Educational Research: Perceptions of Graduate Students. *Journal of MultiDisciplinary Evaluation*, 13(29), 63–74. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED596616.pdf>

Schadenfreude | meaning in the Cambridge English Dictionary. (n.d.). In dictionary.cambridge.org.
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/schadenfreude>

Schmitt-Beck, R. (2015). The International Encyclopedia of Political Communication. *The International Encyclopedia of Political Communication*, 3.
<https://doi.org/10.1002/9781118541555>

Silvia, S. (2019). The Importance of Social Media and Digital Marketing to Attract Millennials' Behavior as a Consumer. *JOURNAL of INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH and MARKETING*, 4(2), 7–10. Research Gate. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.42.3001>

Smaniotto, A. (2020). *Les faits, les news et l'opinion publique : Robert Ezra Park et l'enjeu démocratique du journalisme moderne* [Thesis].
<https://www.theses.fr/2020EHES0184.pdf>

Smith, R. H., Powell, C. A. J., Combs, D. J. Y., & Schurtz, D. R. (2009). Exploring the When and Why of Schadenfreude. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(4), 530–546. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2009.00181.x>

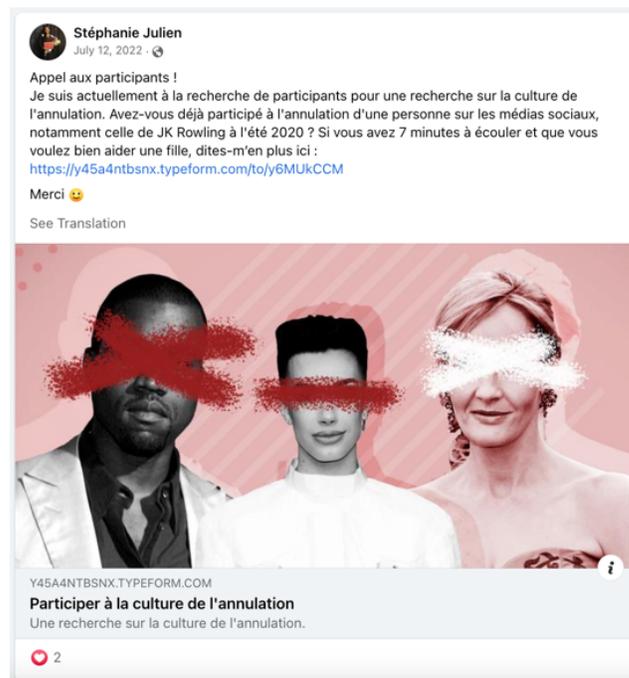
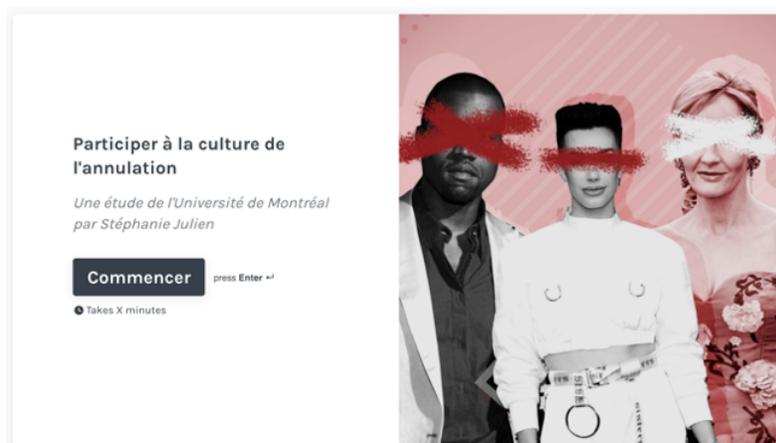
Spinoza, B. (1677). *L'Éthique*. http://palimpsestes.fr/textes_philo/spinoza/ethique.pdf

- Stolworthy, J.** (2021). *JK Rowling condemns “activists” for leaking home address on Twitter*. The Independent. <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/books/news/jk-rowling-twitter-b1962281.html>
- Suliman, A.** (2021). Harry Potter stars reunite for “magical” 20th anniversary special, without J.K. Rowling. *Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/arts-entertainment/2021/11/17/harry-potter-20-reunion-jk-rowling/>
- Sundar, S. S., Oeldorf-Hirsch, A., & Xu, Q.** (2008). The bandwagon effect of collaborative filtering technology. *CHI '08 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. <https://doi.org/10.1145/1358628.1358873>
- Sunstein, C.** (2009). *Some Effects of Moral Indignation on Law* (pp. 405–433). https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=12458&context=journal_articles
- Tarde, G.** (1898). *Le Public et la Foule*.
- Toffler, A.** (1980). *The Third Wave*. Bantam Books.
- Tosi, J., & Warmke, B.** (2016). Moral Grandstanding. *Philosophy & Public Affairs*, 44(3), 197–217. <https://doi.org/10.1111/papa.12075>
- Track Analytics.** (2023). *J.K. Rowling Twitter Followers*. Track Analytics. https://www.trackalytics.com/twitter/profile/jk_rowling/
- Tsugawa, S., & Ohsaki, H.** (2017). On the relation between message sentiment and its virality on social media. *Social Network Analysis and Mining*, 7(1). <https://doi.org/10.1007/s13278-017-0439-0>
- van Dijck, J.** (2009). Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, Culture & Society*, 31(1), 41–58. <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>
- van Dijk, Wilco & Ouwkerk, Jaap & Goslinga, Sjoerd & Nieweg, Myrke.** (2005). Deservingness and Schadenfreude. *Cognition and Emotion*. 19. 933-939.

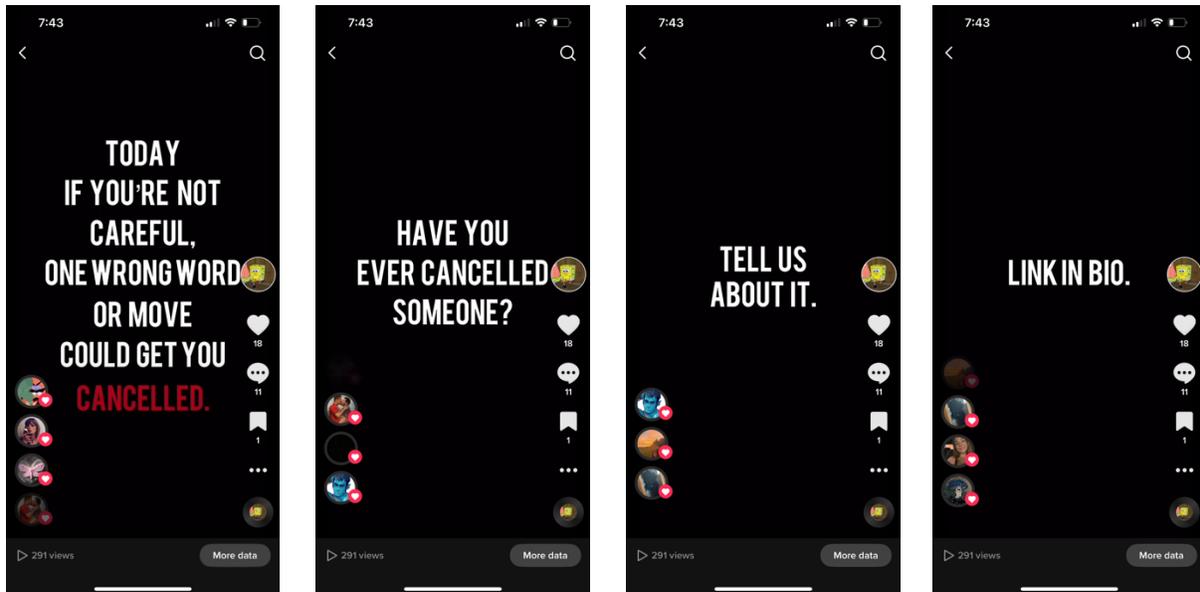
- van Prooijen, J.-W., & van den Bos, K.** (2004). Group Belongingness and Procedural Justice: Social Inclusion and Exclusion by Peers Affects the Psychology of Voice. *Journal of Personality and Social Psychology*, *87*(1), 66–79. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.87.1.66>
- Veil, S. R., Reno, J., Freihaut, R., & Oldham, J.** (2015). Online activists vs. Kraft foods: A case of social media hijacking. *Public Relations Review*, *41*(1), 103–108. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.11.017>
- Velasco, J. C.** (2020). You are Cancelled: Virtual Collective Consciousness and the Emergence of Cancel Culture as Ideological Purging. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, *12*(5), 1–7. <https://doi.org/10.21659/rupkatha.v12n5.rioc1s21n2>
- von Scheve, C., & Salmela, M. (Eds.).** (2014). *Collective emotions: Perspectives from psychology, philosophy, and sociology*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199659180.001.0001>
- Wall, I.** (2014). *Civilisation & the Savage Crowd*. Critical Legal Thinking. <https://criticallegalthinking.com/2014/06/17/civilisation-savage-crowd/>
- Watson, J., & Kellner, T.** (2004). *J.K. Rowling And The Billion-Dollar Empire*. Forbes. https://www.forbes.com/2004/02/26/cx_jw_0226rowlingbill04.html?sh=76dcb0996ce7
- Wiggins, B. E., & Bowers, G. B.** (2014). Memes as genre: A structural analysis of the memescape. *New Media & Society*, *17*(11), 1886–1906. <https://doi.org/10.1177/1461444814535194>
- Wong, R. S.** (2022). Revisiting Cancel Culture. *Contexts*, *21*(4), 69–73. <https://doi.org/10.1177/15365042221131087>
- Zulli, D.** (2020). Evaluating hashtag activism: Examining the theoretical challenges and opportunities of #BlackLivesMatter. *Journal of Audience and Reception Studies*, *17*(1), 197–216. <https://www.participations.org/17-01-12-zulli.pdf>

Annexes

Annexe 1 : Capture d'écran de la première page du sondage et du partage du sondage sur Facebook



Annexe 2 : Captures d'écran d'une vidéo de promotion anglaise publiée sur Tik Tok



Annexe 3 : Grille de questions françaises non-interprétées du sondage

Q6. Avez-vous participé à l'annulation de JK Rowling en juin 2020 ?

- a) Oui
- b) Non, j'ai participé à l'annulation de JK Rowling à un autre moment
- c) Non, je n'ai jamais participé à l'annulation de JK Rowling

En parlant de JK Rowling...

Q7. Vous êtes un fan de Harry Potter ?

- a) Oui
- b) Non

Q7b. L'annulation par JK Rowling a-t-elle eu un impact sur votre lien avec l'univers de Harry Potter ?

- a) Oui
- b) Non

Q8. De quelle manière ?

(Question ouverte)

Q9. Êtes-vous un membre de la communauté LGBTQIA+ ?

- a) Oui
- b) Non
- c) Je préfère ne pas le dire

Q16. Vous êtes-vous adressé directement à la ou aux personnes annulées ?

- a) Oui
- b) Non, je les ai seulement mentionnés

Q18. Quel type de langage avez-vous utilisé / avec lequel vous avez interagi ?

- a) Léger (Aucune utilisation de jurons)
- b) Moyen (Utilisation de quelques jurons)
- c) Intense (Utilisation de beaucoup de jurons)

Q19. Avec quel type de contenu avez-vous le plus interagi ?

- a) Des publications écrites
- b) Des mèmes (Images et/ou vidéos)
- c) Des articles d'actualité
- d) Autres

Q21. Votre opinion sur la ou les personnes annulée(s) a-t-elle changé après avoir participé à leur annulation ?

- a) Oui, il a augmenté favorablement
- b) Oui, il a diminué de façon défavorable
- c) Non, il est resté inchangé

Q27. Votre participation a-t-elle eu un effet ou des répercussions sur votre vie personnelle ou professionnelle ?

- a) Oui
- b) Non

Q28. Quels étaient ces effets ou répercussions ?

(Question ouverte)

Q29. Êtes-vous resté anonyme ou avez-vous conservé votre identité lorsque vous avez participé à l'annulation ou aux annulations ?

- a) Je suis resté anonyme
- b) J'ai conservé mon identité

Q33. Avez-vous déjà boycotté ou dénoncé quelqu'un dans la vie réelle ?

- a) Oui, je l'ai déjà fait
- b) Non, je ne l'ai jamais fait

Q34. Quelle forme a prise ce boycottage ?

(Question ouverte)

Comme nous l'avons mentionné précédemment, nous avons inclus quelques questions concernant JK Rowling dans notre sondage, car nous avons analysé son annulation dans ce mémoire et nous voulions approfondir notre compréhension en parlant à des personnes qui avaient participé à cette annulation. La question sept b, par exemple, visait à évaluer si l'annulation de Rowling avait rompu le lien que les fans entretenaient

avec l'univers de Harry Potter, car nous avons noté au cours de notre analyse que de nombreux fans de la série avaient effectivement annulés Rowling. La neuvième question, quant à elle, devait être associée à la septième question et visait à déterminer si de nombreux censeurs avaient participé à l'annulation afin de défendre une communauté à laquelle ils appartenaient, puisque les commentaires de Rowling avaient été considérés comme anti-trans et comme des attaques à l'encontre de certains membres LGBTQIA+. Nous n'avons toutefois pas reçu de réponses d'individus ayant annulé Rowling, ce pourquoi nous avons abandonné ces questions.

Les questions 16 à 29 visaient à mieux comprendre la participation des sujets à leurs annulations, mais n'ont pas pu servir de point d'appui aux variables établies dans cette étude. Tout d'abord, certaines d'entre elles (Q16) n'ont pas été répondues par la plupart des sujets, tandis que d'autres (Q18, Q19 & Q21) ont apporté des résultats qui ont permis d'approfondir notre compréhension, mais qui ont fini par ne pas être catégorisables en tant que telles. Par exemple, la moitié des sujets a indiqué avoir interagi avec un langage moyen tandis que l'autre moitié a indiqué avoir interagi avec un langage léger à la question 18 (Quel type de langage avez-vous utilisé / avec lequel vous avez interagi ?) Bien que ce résultat soit intéressant, le contraste entre les réponses ne nous semblait pas significatif et ne pouvait pas nous indiquer le niveau d'implication, d'émotion ou de participation d'un sujet. Les résultats étaient assez uniformément répartis à la question 19 (Avec quel type de contenu avez-vous le plus interagi ?) : neuf sujets ont indiqué qu'ils avaient surtout interagi avec des messages écrits, sept sujets ont indiqué que les mêmes constituaient la majeure partie de leurs interactions et un sujet a indiqué les articles d'actualité (deux d'entre eux n'ont pas répondu). La plupart des sujets ont également indiqué que leur opinion sur les personnes qu'ils avaient annulées était restée inchangée après avoir participé à leur annulation (Q21). Une fois de plus, ces résultats, tout comme ceux que nous avons reçus pour les questions 27 (majoritairement non), 28 et 29 (majoritairement a gardé leur identité) ne nous ont pas permis de les classer dans nos variables développées, c'est pourquoi nous avons choisi de ne pas inclure ces réponses dans l'étude.

Nous avons poursuivi avec les questions 33 et 34, afin d'évaluer si l'annulation en ligne est un acte qui pourrait prendre une forme différente hors ligne également, et à quoi cela pourrait ressembler. Nous voulions également savoir si une personne qui avait annulé

en ligne était plus ou moins susceptible de boycotter dans la vie réelle. Cet aspect nous intéressait surtout en tant que question de suivi pour d'éventuelles études futures.

Annexe 4 : Rassemblement des sujets dans une grille selon leur niveau de participation

Grille 6. Niveau de participation (Q15) En moyenne, quel a été votre niveau de participation à la/aux annulation(s) ?	
Active (Publication de messages originaux sur l'annulation) B	Modérée (Aimer, republier et/ou commenter les publications des autres sur l'annulation) D, L, M, N, P, Q
Passive K, A, C, E, F, G, H, I, J, O, R, S	

Annexe 5 : Rassemblement des sujets dans des grilles selon leur niveau de d'émotions

Grille 13. Émotions négatives (Q22) Avez-vous ressenti des sentiments négatifs à un moment quelconque pendant ou après la ou les annulations ? (Remords, colère, tristesse, etc.)	
Oui	Non
A, B, D, E, J, M, R	K, C, F, G, H, I, L, N, O, P, Q, S

Grille 14. Émotions positives (Q23) Avez-vous ressenti des sentiments positifs à un moment quelconque pendant ou après la ou les annulations ? (Fierté, contentement, satisfaction, etc.)	
Oui	Non
B, D, J, M	K, A, C, E, F, G, H, I, L, N, O, P, Q, R, S

Annexe 6 : Rassemblement des sujets dans une grille selon leurs sentiments d'appartenance

Grille 15. Sentiments d'appartenance (Q24) Avez-vous eu l'impression de faire partie d'un groupe ou d'une communauté pendant l'annulation ou avez-vous eu l'impression d'agir seul ?	
Oui (Groupe) G, H, J, M, N, O, P, Q, L	Non (Seul) R, S
Pas sûr K, A, B, C, D, E, F, I	

Annexe 7 : Rassemblement des sujets dans une grille selon leur confirmation

Grille 16. Sentiments d'appartenance (Q26) Pensez-vous participer à l'annulation d'un autre individu dans le futur ?	
Probable I, M, N, P, R	Improbable B, G, L
Pas sûr K, A, C, E, F, H, J, O, R, S	N/A D