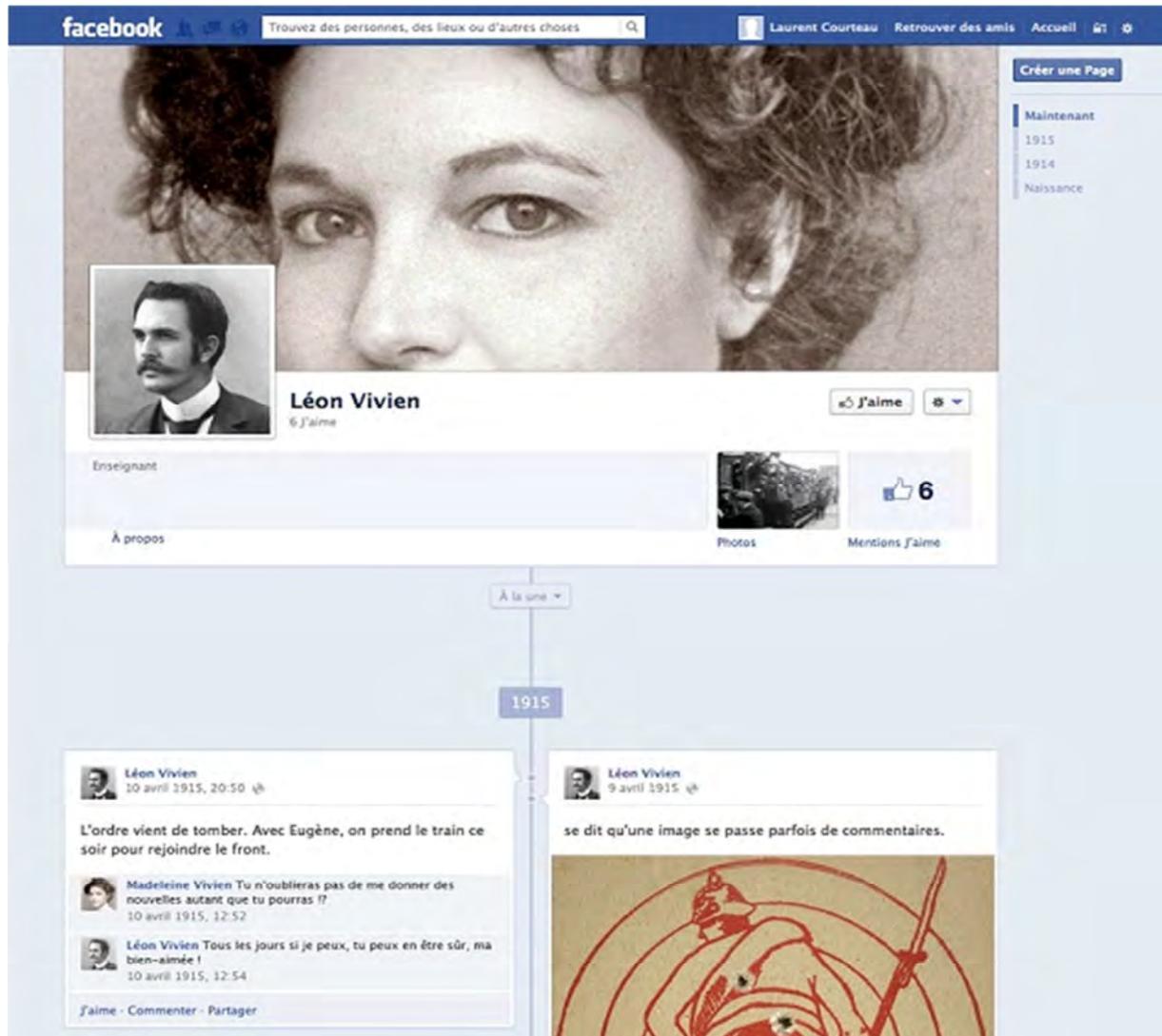


Personnages en quête d'auteurs. Storytelling et Transmedia (III) Etudes de cas et bonnes pratiques



« Le 23 mai 2013, 9 millions de Français apprenaient la mort de Léon, en même temps que sa femme Madeleine, dont les derniers mots ont généré des centaines de commentaires endeuillés, comme à la perte d'un proche. »

Page 4 – Introduction

Page 4 - Compassion et participation

Page 4 – Communautés d'intérêt

Page 7 – Storytelling

Page 8 – Définitions

Page 8 – Interprétation et fiction

Page 9 - Marketing, publicité et politique

Page 12 – Raconter la marque et le produit

Page 13 – Le digital change le storytelling et introduit le transmédia

Page 15 – Outils dédiés

Page 15 – Webdocumentaire

Page 15 – Révolution ?

Page 16 - Définitions

Page 18 – Outils

Page 19 – Utilisations

Page 20 – Partenariats

Page 23 - Transmedia

Page 23 - Patrimoine et transmédia : une profession de foi

Page 26 – Définitions

Page 28 – Utilisations et opinions

Page 32 - Implication des télévisions

Page 33 – Utilisations scolaires

Page 36 – Un choix raisonné : webdocumentaires et transmédia

Page 37 – Des projets interactifs

Page 37 – Découvertes et reportages

Page 39 – Imaginaires

Page 40 – Jeux

Page 40 – Sociaux

Page 41 – Mes coups de coeur

Page 41 - Itinéraires et voyages

Page 45 – Entre chambres et paysages. Entre villes et jeux de piste.

Page 49 – Patrimoine immatériel et matériel

Page 52 – The Spiral

Page 55 – Film participatif

Introduction

Compassion et participation

J'ai souhaité mettre en couverture l'exemple de la page facebook qui a été consacrée à Léon Vivien, poilu de la Grande Guerre, dont la vie dans les tranchées a fait l'objet de la publication de messages accompagnés de photographies d'archives durant plusieurs mois, parce qu'elle a généré l'adhésion de dizaines de milliers d'internautes, mais a également suscité des messages d'intérêt, de félicitations pour les moments heureux comme la naissance de son enfant, voire de messages de condoléances lorsqu'il est décédé.

Cette période de notre histoire européenne a fait l'objet de romans comme les « *Croix de bois* » de Roland Dorgelès qui racontait sans détours dès 1919 la vie dans les tranchées. Plus récemment, elle a suscité un film de création comme celui de Michaël Gaumnitz, vidéaste et infographiste « *Premier Noël dans les tranchées*¹ » sorti en 2005 qui insiste sur le moment de paix et de dialogue entre les combattants la nuit de Noël. Celui de Bertrand Tavernier « *La vie et rien d'autre* » de 1989 porte sur la quête des disparus dans les tranchées. Les livres d'histoire sur cette période, aussi bien du côté français qu'allemand sont déjà nombreux et beaucoup sont en préparation pour le centenaire de 2014.



Toutes ces œuvres de création ont reçu des succès de natures différentes et ont parfois suscité des polémiques. Mais en 2013, un phénomène consensuel s'est déroulé sous nos yeux. La

¹ <http://www.editionsmontparnasse.fr/p829/Premier-Noel-dans-les-tranchees-DVD>

page facebook du personnage de Léon Vivien a reçu en quelques mois l'adhésion de plus de 61.000 fans qui ont pu lire le 23 mai dernier le message suivant : « Léon est mort. Pour vous comme pour nous, la nouvelle est tragique. Nous en sommes conscients : aujourd'hui, Madeleine n'est pas la seule à pleurer, le petit Aimé n'est pas le seul orphelin ; car vous avez été des dizaines de milliers à "aimer" Léon, des millions à suivre jour après jour sa vie au front. Nous voulions vous en remercier. Chaleureusement. Vous remercier pour votre implication. Cette page n'aurait pas été la même sans vous. Sans tous les commentaires qui l'ont égayée parfois, enrichie très souvent grâce aux remarques de passionnés, et rendue plus touchante encore par les émotions que vous étiez nombreux à partager, dans un même élan sincère. Cette page n'avait pas d'autre but que de vous faire ressentir et partager, au plus près de l'humain, ce qu'ont pu connaître les soldats de 14, mais aussi leurs proches restés à l'arrière. Vos milliers de commentaires, venus droit du cœur, nous ont prouvé que nous avons réussi. »

Ce message émanait du Musée de la Grande Guerre du Pays de Meaux et de l'agence de communication DDB Paris qui se trouvaient derrière l'opération. La page facebook du musée ne compte en août 2013 que 5.500 fans. La simple comparaison des chiffres entre les deux pages montre bien que l'implication émotionnelle forte a été largement plus convaincante que la page institutionnelle d'un musée, même si celui-ci a bénéficié d'un report de fréquentation à partir de l'histoire de Léon Vivien, ce qui était le but recherché et même si cette page de musée est elle-même nourrie d'actualités quotidiennes qui font tout son intérêt.



Une opération de communication et d'information du même ordre a été proposée plus récemment, toujours sur facebook en mettant en avant cette fois Georges Baudin : « Chaque jour, du 25 juillet 1914 au 28 juin 1919, Georges Baudin a retranscrit ses émotions dans de

petits carnets, cinq au total. A l'approche du centenaire, sa famille souhaite faire partager l'expérience de Georges, alors âgé de 23 ans... Les carnets précieusement conservés, ont été retranscrits par la petite fille de Georges Baudin et donnent aujourd'hui naissance à un document à valeur historique, un récit complet de la période de guerre. Il s'agit d'un texte inédit, d'un témoignage brut d'un homme, d'une expérience hors du commun. Ce document est un trésor. Enfoui depuis de longues années, il est désormais mis à jour, afin d'en apprendre davantage sur cette guerre. » Ce récit n'a recueilli que 376 fans, même si ceux-ci écrivent régulièrement, ce qui prouve sans doute qu'il est difficile de renouveler une bonne idée, ou que les internautes n'avaient pas envie de faire preuve une seconde fois de compassion ou peut-être même que ce récit est trop proche de la réalité alors que Léon Vivien par son caractère virtuel symbolisait une totalité où chacun pouvait se projeter.

Raconter une histoire personnelle, décliner le travail d'un musée au travers d'un personnage, mettre en perspective une série télévisée (comme « *Hunger Games* » ou « *Real Humans* ») par des sites web présentant de fausses campagnes publicitaires pour des parfums non existants ou proposant une boutique en ligne imaginable uniquement dans un contexte de science-fiction sont là des démarches de plus en plus fréquentes que l'on peut classer **sous le terme valise de « storytelling »** et qu'il faut examiner de plus près.

Cette tendance à raconter des histoires n'est en effet pas vraiment nouvelle mais elle s'inscrit dans un nouveau contexte que l'essor des opérations de communication fondées sur la diffusion au travers de sites communautaires a complètement renouvelé dans son mode de fonctionnement.

En dehors de la plateforme facebook, twitter n'est pas en reste. Nous avons cité des exemples littéraires dans l'article II. En matière de récit un exemple récent explore le rapport entre le récit court et l'image historique. **L'initiative Whitechapel Real Time** se penche sur le Londres de la fin du 19^{ème}. Grâce au développement des transports et des chemins de fer, la ville connaît en effet à cette époque une grande effervescence et un afflux très important de la population rurale vers la capitale. C'est dans ce contexte historique que la jeune Mary Ann Nichols a été tuée : la première d'une longue liste de prostituées assassinées à Whitechapel et autant de meurtres attribués à **Jack L'Eventreur**. L'enquête ne sera jamais résolue contribuant à l'engouement de la presse pour une histoire qui affole tout Londres. History Press² profite du 125^e anniversaire du premier meurtre pour réaffirmer son expertise historique. Partant du meurtre de Mary Ann Nichols, le 31 août 1888, la société donne la parole à l'assassin en lui créant un profil imaginaire sur Twitter via @WChapelRealTime. L'éditeur possède denombreux documents d'archive pour illustrer les tweets.

Communautés d'intérêt

Nous nous trouvons aujourd'hui devant une forme « *d'intelligence collective* » formée de communautés en ligne qui partagent des intérêts communs, construisent des liens affinitaires et décident ou non de la diffusion des messages au sein de leurs communautés uniquement **si**

² <http://www.thehistorypress.co.uk/>

elles considèrent des contenus comme étant pertinents et détenteurs de valeurs et de sens qui font échos à leurs propres valeurs communautaires.

Dans le cas de Léon Vivien, le fait de se relier à une aventure familiale, celle d'un père, d'un grand-père et même d'un arrière-grand-père qui a subi ces atrocités semble avoir joué fortement, mais il n'a pas joué de la même manière une seconde fois. Question d'affinités ou de communautés ?

Un autre exemple réellement frappant est le partage qui intervient au deux sens du terme - **partage de valeurs et partage d'expériences** – qui caractérise une longue démarche comme celle du pèlerinage contemporain vers **Saint-Jacques de Compostelle**, le long de la **Via Francigena**³ où par exemple Cristine Menghini a blogué pendant trois mois à partir de sa propre géolocalisation entre Canterbury et Rome, voire aujourd'hui en ce qui concerne l'itinéraire de Saint Martin de Tours⁴ où Hubert Morel envoie également chaque jour des messages sur son dernier parcours entre Bratislava et Tours. Des centaines de sites personnels, de sites d'associations, ainsi que de pages de médias sociaux interviennent aujourd'hui dans cet échange qui est autant spirituel, émotionnel que pratique.

La convergence culturelle au sein d'une communauté émane comme on le voit **autant du haut** : une histoire racontée qui est diffusée et participe de la recherche d'un public, **que du bas** : l'activité de communautés d'intérêt en ligne, qu'elle soit à très court terme (mobilisation pour un événement ponctuel) ou à plus long terme comme pour la préparation d'un long voyage. Il suffit de trouver le bon motif à une participation ou d'en suggérer un et de le co-construire.

A l'aspect collaboratif et à l'esprit de partage qui relie **des personnes qui participent à un effort commun ou à une aventure commune**, démarches qui ont tout naturellement trouvé dans les médias sociaux une utilisation évidente, d'où une grande part de leurs succès toutes générations confondues, succèdent aujourd'hui des affiliations plus mixtes et plus complexes qui visent autant à **échanger des contenus utiles ou utilitaires**, qu'à construire ensemble **des contenus utilisables hors des circuits commerciaux traditionnels** et surtout à **participer à des fictions en faisant œuvre commune**.

Comme l'affirment les publicitaires à la suite d'Henry Jenkins : « *Si le message ne se propage pas, il est mort - If it doesn't spread, it's dead*⁵ ». Et qui dit propagation dit viralité passive et / ou transformation et enrichissement du message avant sa diffusion vers un autre cercle.

Il faut **faciliter l'appropriation et donc diversifier les points d'entrée et les supports**. Il faut **pénétrer des environnements différents**. Mais **il faut surtout des véhicules porteurs d'une histoire suffisamment ouverte** et la mobilisation de communautés pour reconcentrer le message, se l'approprier, le construire autrement et le faire de nouveau circuler.

³ <https://www.facebook.com/cristinamenghini76?fref=ts>

⁴ <http://lechemindeszombathely.blogspot.se/>

⁵ Henry Jenkins "If It Doesn't Spread, It's Dead", in Confessions of an Aca-Fan, the Official Blog of Henry Jenkins, February 11, 2009

Storytelling

Définitions

Interprétation et fiction

S'il fallait ajouter encore une référence à toutes celles que nous avons déjà données dans les deux articles précédents, mais en choisissant cette fois de mettre en perspective **la notion de porosité entre réel et imaginaire**, il me semble qu'il serait utile de faire appel au philosophe Paul Ricoeur.

Pour lui, **l'interprétation de l'historien a toujours à voir avec la fiction**. Il s'agit donc d'assumer aujourd'hui ce principe trop occulté par tous ceux qui mettent seulement en avant l'objectivité des outils scientifiques en séparant résolument recherche et création et **de restaurer la part de rêve en suivant ce qu'il nomme fort justement « une subjectivité de réflexion »**.

Raconter, avons-nous dit. Mais raconter autant par l'analyse des documents historiques, des documents d'archives, des réalités quotidiennes d'aujourd'hui, que par la relecture des écrivains d'hier et d'aujourd'hui, par l'appel à la création contemporaine, **en confrontant l'image, l'imaginaire et l'imaginé**.



Un très bel exemple de cette complémentarité est donné par le travail de la BnF sur l'œuvre de Voltaire « *Candide*⁶ ». L'œuvre est bien entendu par elle-même un conte philosophique qui suit le parcours de Candide et de certains de ses compagnons. Devenu un livre numérique, il offre de nombreux enrichissements autour du texte ainsi que des éclairages qui contribuent à la compréhension de l'œuvre. **Une fonction de création et de partage permet également au lecteur de proposer sa perception personnelle du livre.** L'application bénéficie enfin de la voix de l'acteur Denis Podalydès et du regard d'Alain Finkielkraut, écrivain, philosophe, de Michel Le Bris, écrivain, de Martine Reid, professeur de littérature à Lille III et Georges Vigarello, écrivain, philosophe.

Marketing, publicité et politique

En matière de définition du terme, il faut se retourner une fois de plus vers les spécialistes, en l'occurrence les agents du marketing. « *Le storytelling est littéralement le fait de raconter une histoire à des fins de communication. Dans un contexte marketing, le storytelling est le fait d'utiliser le récit dans la communication publicitaire. Le storytelling consiste donc à utiliser une histoire plutôt qu'à mettre classiquement en avant des arguments concernant directement la marque ou le produit. La technique du storytelling doit normalement permettre de capter l'attention et de susciter l'émotion. Elle peut également être utilisée pour élever la marque à un rang de mythe. Le storytelling peut utiliser des histoires réelles (mythe du fondateur ou de la création d'entreprise) ou créer des histoires imaginaires liées à la marque ou au produit. Le storytelling est également utilisé en communication interne et en communication politique.* »

Certes, le storytelling politique⁷ est à tel point venu sur le devant de la scène qu'il semble constituer aujourd'hui une quasi obligation pour les hommes et femmes de pouvoir et du coup, voilà un terme qui est passé dans le langage quotidien. Les politiques aujourd'hui doivent par conséquent disposer non plus seulement de conseillers en communication, mais de « *spin doctors* » qui sont censés faire tourner l'information si vite que les analystes et les médiateurs professionnels n'arrivent plus à suivre et ne trouvent donc plus le temps de décrypter et d'expliquer les messages, donc d'ouvrir l'esprit critique de leurs lecteurs.

Faire vivre dans l'instant des actes politiques toujours nouveau, c'est faire oublier l'absence de valeurs, l'absence de messages ou tout simplement l'absence de stratégie qui caractérise une bonne partie du monde politique dans un moment de l'histoire où les changements stratégiques devraient être tellement fondamentaux qu'ils dépassent de très loin le « temps politique ». Le temps politique est en effet essentiellement un temps électoral et bien peu d'élus ont envie d'avouer à leurs électeurs l'étendue des conversions à envisager aujourd'hui. Alors le numérique a au moins l'avantage pour eux d'assurer un renouvellement quasi instantané du vécu politique par l'invention d'histoires quotidiennes.

⁶ <http://www.club-innovation-culture.fr/la-bibliotheque-nationale-de-france-orange-et-la-voltaire-foundation-co-editent-lapplication-candide-ledition-enrichie/>

⁷ Christian Salmon. *Storytelling la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, La Découverte, 2007.

Mais on voit bien que le storytelling dépasse de loin le domaine où on a eu tendance à le cantonner en raison du pragmatisme des hommes de pouvoir. Le storytelling n'est pas simplement ce qu'un conseiller du Président français Nicolas Sarkozy, Henri Guaino déclarait : « *La politique, c'est écrire une histoire partagée par ceux qui la font et ceux à qui elle est destinée. On ne transforme pas un pays sans être capable d'écrire et de raconter une histoire.* »

Christian Salmon explique avec beaucoup de pertinence et une bonne dose d'humour cette dérive qui se rattache parfaitement à l'histoire de la narration que j'évoquais dans l'Article I : « *Don Quichotte lui aussi voulait changer le monde en racontant une histoire... Comme l'écrivait Michel Foucault : « À lui de refaire l'épopée, mais en sens inverse : celle-ci racontait [...] des exploits réels, promis à la mémoire ; Don Quichotte, lui, doit combler de réalité les signes sans contenus du récit . » C'est exactement ce qu'a fait Henri Guaino, qui prétend « écrire une histoire partagée » alors qu'il répand de villes en villes les clichés narratifs et les figures imposées d'un récit scolaire, chantant la France historique et géographique, « ses terres usées, sacrifiées, sanctifiées par le sang versé ». Le Languedoc est « cette bien vieille terre où se mélangent depuis si longtemps les souvenirs des morts et les espoirs des vivants », déclame le candidat à Montpellier. Avant de célébrer quelques jours plus tard en Lorraine, « cette terre sainte où c'est la même chose de prier Dieu ou de prier la France ». Mais le voilà déjà en Auvergne, « **ce vieux pays volcanique où la terre de cendres et les montagnes de lave se souviennent encore qu'ici un peuple courageux défit les légions de César au nom de la Gaule tout entière** ». Le vieux cliché pétainiste affirme que « la terre ne ment pas », mais on ne savait pas les montagnes si bavardes. ⁸»*

On pourrait malheureusement choisir d'autres exemples dans l'ensemble des partis politiques européens.

Le storytelling en matière politique c'est certes raconter une histoire partagée, mais une histoire qui permet de prendre conscience en commun d'un risque, d'une situation dangereuse, d'une évolution complexe.

Du moins peut-on l'espérer et le souhaiter !

⁸ Ib. 4. Voir aussi, paru plus récemment : Christian Salmon. La cérémonie cannibale. Fayard, 2013.



En ce sens, le premier exemple fondateur auquel je songe parmi les démarches de storytelling, j'entends par là parmi celles qui ont éveillé mon intérêt pour la narration télévisée, est la série de Patrick McGooohan « *Le prisonnier* » prenant pour support dans les années 60' un ensemble d'épisodes qui peuvent être vus dans l'ordre ou le désordre. **Il s'agit bien en effet d'un puzzle auquel il manque des pièces** ; à charge pour chaque spectateur de les fabriquer lui-même et de les mettre en place...

« Publicité, télévision, presse, Internet nous bombardent chaque jour d'affirmations péremptoires, de recettes toutes faites, de réponses fabriquées. À l'inverse, Le Prisonnier passe méthodiquement le spectateur à la question...Question morale, philosophique, politique que, par une sorte d'effet boomerang, chaque spectateur se pose pour lui-même, dans la même solitude que le Numéro 6, et à laquelle il ne peut y avoir que des réponses individuelles. »

C'est Martin Winckler⁹, romancier qui l'affirme dans le dossier d'Arte¹⁰ consacré à la série, en ajoutant : *« Marginale et sans pareille, la puissante vision de Patrick McGooohan s'insère parfaitement dans son époque - les années 60, celles des grandes prises de conscience politiques et morales - et dans son médium - la télévision, dont elle est aujourd'hui l'un des classiques les plus connus au monde. »*

⁹ Martin Winckler. Le numéro 7. Editions du Cherche Midi, 2007.

¹⁰ <http://www.arte.tv/fr/le-prisonnier-une-oeuvre-riche-de-sens/3294808.html>

Raconter la marque et le produit

Au-delà du monde politique qui a largement entraîné l'idée du storytelling dans ses pires perversions, nous avons déjà donné de nombreux exemples qui renouvellent intelligemment la communication d'une marque et des produits qu'elle caractérise. J'en ajouterai encore une parce qu'elle présente une certaine dose d'humour : **il s'agit de la communication du Groupe Lego qui a fêté l'an passé ses 80 ans**. Elle me semble *a minima* exemplaire d'une histoire expliquant l'évolution de l'économie globale, des modes de production et des modes de consommation sur quatre-vingts ans.

Pour raconter l'histoire de la marque, c'est plutôt une histoire de famille qui a été mise en avant par un film en 3D qui a reçu **deux millions de visiteurs sur You Tube en quinze jours**¹¹. Tout commence en effet à Billund en 1932 chez un charpentier dont la vie est plutôt difficile et qui doit licencier tous ses ouvriers, mais trouve heureusement la bonne idée pour se sortir de la crise : fabriquer des jouets en bois. C'est en trouvant un nom de marque court et convaincant dans les langues nordiques, mais qui s'étendra au monde entier en raison même de sa brièveté sonore et en décidant de vendre des éléments qui peuvent permettre à l'acheteur de monter lui-même le produit fini que l'aventure rebondit pour atteindre un succès global. Le plastique relaie le bois et la société change de cours.



Il s'agit là **d'une sorte de paradigme pour le monde digital** : trouver une marque, trouver des acheteurs, mais surtout leur proposer de **participer à la projection de tous les possibles imaginables du produit**, les amener à créer des formes et des utilisations nouvelles, **les amener finalement à construire un monde en Lego dans un système cohérent qui pourrait même servir d'exemple à des architectes et des urbanistes** et qui en tout cas permet à des enfants d'acquérir **le sens des formes et la compréhension de l'espace**. Lego

¹¹ http://www.youtube.com/watch?v=NdDU_BBJW9Y

apparaît bien en ce sens comme **ancêtre et symbole de la co-construction d'une communauté d'utilisateurs !**

Le digital change le storytelling et introduit le transmédia

Dans un article sur l'évolution du travail des agences de communication : « *Interactive Storytelling and the Future Agency*¹² », Eamon Wyse fait une synthèse extrêmement brillante de la situation actuelle où après la phase de succès des innovateurs qui sont passés directement au numérique, ce sont les agences traditionnelles qui sont de nouveau en première ligne en raison même de leur connaissance du storytelling et surtout du fait qu'elles peuvent profiter de la généralisation et de la simplification de l'usage des plateformes internet (par les émetteurs comme par les récepteurs), donc **de la multiplication des canaux de diffusion qui créent de l'interaction directe à propos d'une histoire dont on perçoit presque en temps réel l'intérêt participatif qu'elle suscite.**

Pour citer Wyse: “*Storytelling has been at the forefront of modern life. Whether it is TV, cinema, books, radio or You Tube, we all have access to consume stories that others have created and indeed, create our own for the Internet audience. More recently, with the progression of technology, we have had the opportunity to interact, to a certain degree, with online storytelling.*”

Pour reprendre ses termes : nous commencerions donc à interagir même avec les films publicitaires. Des exemples ? Hugo Boss a permis aux usagers d'utiliser des outils d'enregistrements des mouvements de la tête et des yeux par rapport à une image visualisée (**head-tracking or eyes-tracking technologies**) pour qu'ils apportent eux-mêmes des changements à ce qu'ils voient, de même que Lexus et Mercedes donnent la possibilité de choisir ce qui va arriver aux voitures et aux personnages qui sont montrés dans les films. Louis Vuitton¹³ consacre une grande partie de son site à mettre en scène des histoires autour de ses produits et Shell a ouvert une page facebook¹⁴ qui communique de manière très différente de celle du site « corporate », en racontant le futur de l'énergie.

Nous sommes certes dans le divertissement, mais aussi dans la publicité, mais encore parfois dans un jeu où nous influençons l'histoire vécue par les personnages, **où nous pouvons rencontrer les personnages eux-mêmes dans la vie réelle**, mais où nous pouvons **aussi devenir des personnages de l'histoire** en utilisant parallèlement et complémentaiement la télévision, le cinéma, l'internet, des outils mobiles, voire en faisant entrer la fiction dans notre propre environnement **par le biais des webcams.**

L'interaction rejoint dans ce cas l'immersion et le html 5¹⁵ apporte une étape technologique supplémentaire pour permettre **l'animation web immersive et interactive**¹⁶ tandis que les Google Glass ouvrent un nouvel horizon en nous dotant d'outils permettant des déplacements

¹² <http://ewyse.wordpress.com/2012/12/11/interactive-storytelling-and-the-future-agency/>

¹³ http://www.louisvuitton-histoires.com/en_US

¹⁴ https://www.facebook.com/Shell/app_284847868234917

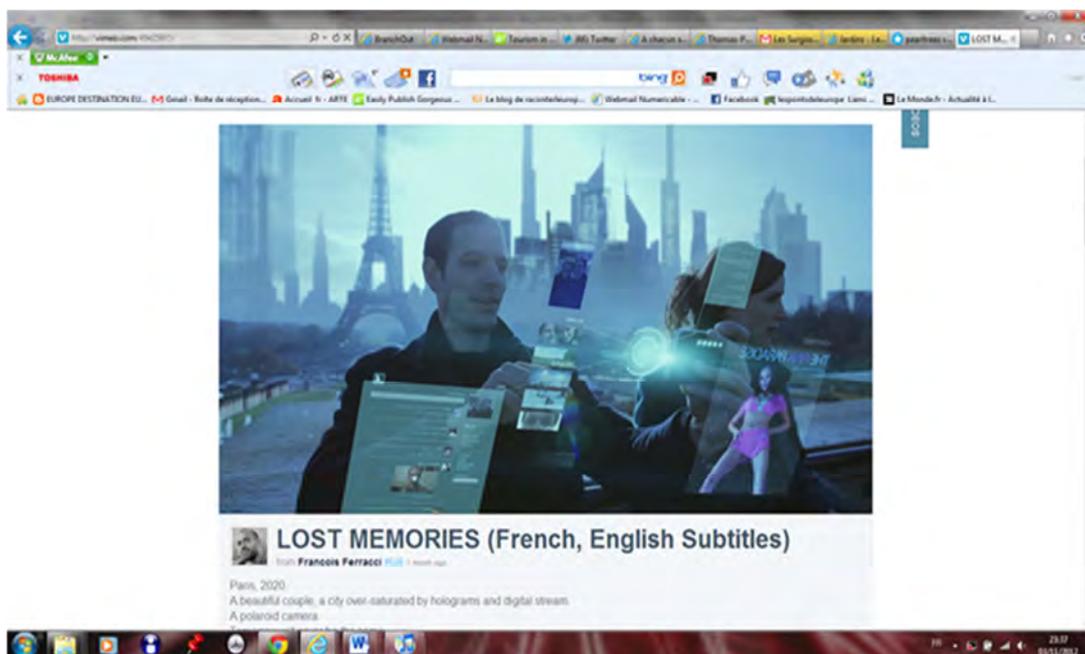
¹⁵ Voir par exemple Clichés de campagne sur le site de France Inter : <http://clichesdecampagne.franceinter.fr/>

¹⁶ <http://www.nevermindthebullets.com/?fbid=SDEewLWTcLG>

entre plusieurs mondes, ceci de manière continue, où que nous nous trouvions et en complète interactivité.

Pourquoi en effet ne pas pousser la logique jusqu'au bout ? : « *The future agency can become more than just a service to help advertise a product. **With an immersive platform, we could be learning languages, receiving medical training, psychology, rehabilitation and courtroom experience***¹⁷, all of these could use this idea as a base and it is just an idea.»

Un dernier exemple démonstratif avant d'en revenir aux définitions : A l'automne 2007, le premier épisode de la série suédoise « *The Truth about Marika* » est suivi d'un débat télévisé, où une blogueuse soutient qu'il s'agit d'une histoire vraie, que son amie Marika a réellement disparu. C'est le début d'une pure fiction transmedia et participative, à la TV et sur le web¹⁸. La présentation qui en est faite dans cette vidéo est particulièrement démonstrative et, de plus, elle joue parfaitement sur l'idée de mondes parallèles, de l'intervention de sociétés secrètes en débouchant clairement sur une utilisation extensive du transmédia. Elle constitue maintenant – je devrais dire déjà - une sorte de collector qui prend sa place en tête des exemples que je donnerai dans l'un des derniers chapitres de cet article.



Une question fondamentale reste pourtant posée – et de manière humoristique par le film « *Lost memories*¹⁹ » - dont on voit un écran ci-dessus - qui raconte un épisode de vie d'un couple en 2020. Si toutes les données qui constituent les briques de nos histoires se trouvent stockées de manière immatérielle dans le « *cloud* », quel est alors le sort à long terme de tous ces éléments numérisés et comment arriverons-nous à garder un juste équilibre entre réalité, réalité augmentée et virtualité ? Où se place notre espace de liberté pour utiliser les outils et maîtriser les histoires en leur gardant sens et valeurs ?

¹⁷ L'une des propositions touristiques proposées dans les Cornouailles est la participation à une séance de tribunal fictif. <http://www.cata.co.uk/attractions/courtroom-experience.html>

¹⁸ <http://lab.patricjean.net/CMS.asp?id=42>

¹⁹ <http://vimeo.com/49425975>

Outils dédiés

Dans la mesure où le storytelling digital prend de l'ampleur et peut être abordé par des utilisateurs tant professionnels qu'amateurs, **il fallait s'attendre à ce que des sites dédiés à la construction d'une histoire apparaissent**. Il s'agit de raconter, d'établir un fil narratif soit en prélevant des informations déjà existantes sur les médias sociaux, pour en faire une présentation éditoriale cohérente, soit de créer une histoire à partir de données cohérentes et complémentaires en intégrant à la fois des éléments imaginaires et réels, en faisant appel à des personnages de fiction et des personnes réelles.

C'est le cas de storify²⁰. Comme l'indique la présentation du site elle-même : **Storify** construit « ...*la couche d'histoires au-dessus des réseaux sociaux pour amplifier les voix qui ont de l'importance et créer un nouveau format d'histoire qui est interactif, dynamique et social. Les histoires Storify peuvent être intégrées sur n'importe quel site en copiant-collant le code d'intégration (code d'embed). C'est aussi facile que d'intégrer une vidéo YouTube. Vous pouvez également connecter votre blog Wordpress, Drupal, Tumblr ou Posterous ou envoyer une histoire par email avec Mailchimp.* »

Un autre exemple est celui de **storyplanet** qui se trouve toujours en version beta de test²¹. Les tutoriels et le blog qui ont été créés ouvrent des portes à l'imagination et ouvrent surtout des perspectives sur de nouvelles manières de penser l'internet selon le mot d'ordre : « **Don't build a site, build a story** ».

*“The rise of social media have made it strikingly clear that you get much more traction by telling a good story with real human emotions and thoughts. Yet the classic corporate website or personal portfolio site still remain the main channel for most of us. It's time to take a leap forward. When you start planning your next website don't sketch out the traditional structure with a homepage, then about products and whichever sub-categories you have. **Think of the stories you can tell instead, and think of creating a universe with this.**”*

Webdocumentaire

Révolution?

“This past April, several new media pioneers issued "The Web Documentary Manifesto"²², which, inspired from Soviet filmmaker Dziga Vertov's early writings, called for "a revolution" in storytelling:

"One - It is time to bring storytelling and storytellers to the web!

Two - It is time to turn the web into an interactive audiovisual medium made by everyone.

Three - It is time, fellow comrades, for a revolution!""

²⁰ <http://storify.com/>

²¹ <https://www.storyplanet.com/index>

²² <http://zeega.com/101357>

Ne serait-ce qu'en raison de l'aspect créatif de ce webdocumentaire / manifeste qui fait explicitement référence à la révolution des soviets et que je conseille de regarder, je tenais à commencer ce chapitre par cette remarque d'un article de juin 2013 qui pourrait paraître un peu défaitiste en raison de son titre : « *Transmedia Documentaries are Sexy, But Who's Watching?*²³ » En effet pourquoi chercher à utiliser le webdocumentaire dans le champ des itinéraires culturels ? Les paragraphes suivants apporteront mes approches personnelles, donneront des exemples et montreront surtout l'étonnant dynamisme de ce secteur.

Définitions

J'ai découvert personnellement le webdocumentaire au cours de présentations de « *Visa pour l'image*²⁴ » dès 2009, sans savoir que cette manifestation jouerait un tel rôle dans l'histoire des romans que j'écris. Un prix était attribué à des photoreportages correspondant à cette catégorie par la chaîne France24- rfi²⁵. Une salle est d'ailleurs régulièrement consacrée à leur projection pendant la durée de ce Festival. **La fréquentation reste toutefois encore largement confidentielle par rapport à l'afflux de visiteurs qui vont voir les expositions de photographies.** A cette époque j'avais exploré les logiciels utilisés. J'ai bien du me rendre à l'évidence qu'il me faudrait absolument l'aide d'un développeur web si je voulais les utiliser dans toutes leurs possibilités. J'ai donc à l'époque abandonné l'idée de mettre en oeuvre ce nouveau médium pour les itinéraires culturels, mais l'idée n'a pas disparu pour autant de mes intentions.

Rien de mieux pour donner une définition du mot que de se reporter à la présentation de ce prix et au site web webdocu.fr²⁶ entièrement dédié au sujet. Au plus simple on peut dire que *le webdocumentaire est un documentaire diffusé sur le net, utilisant photos, textes, sons, vidéos avec une dimension interactive.*

Prise dans son contexte journalistique, cette définition devient : « *Le webdocumentaire est un documentaire multimédia diffusé et visionnable sur Internet. Sous forme de vidéos, photographies, sons et textes, le journaliste livre un récit non-linéaire que l'internaute peut parcourir selon différentes entrées. Il peut choisir quelles informations il veut obtenir grâce à l'interactivité, véritable caractéristique du webdocumentaire. Aucune règle ne régit cette nouvelle écriture journalistique, libre à chacun de créer ses propres codes d'où la valeur expérimentale de ceux publiés actuellement.* »

Dans cette présentation déjà ancienne proposant une liste de webdocumentaires de référence (ancienne puisqu'elle date de trois ans et que l'évolution du genre est foudroyant), l'auteur ajoutait : « *Les chaînes publiques Arte et France 5 ont d'ailleurs ouvert leur plateforme en février dernier (2010) sur webdocs.arte.tv²⁷ et documentaire.france5.fr²⁸. En mars, lemonde.fr*

²³ <http://www.indiewire.com/article/transmedia-documentaries-are-sexy-but-whos-watching?page=1#articleHeaderPanel>

²⁴ <http://www.visapourlimage.com/fr/index.do;jsessionid=697F9DEBC1C60CDD558505C9FA3E8392>

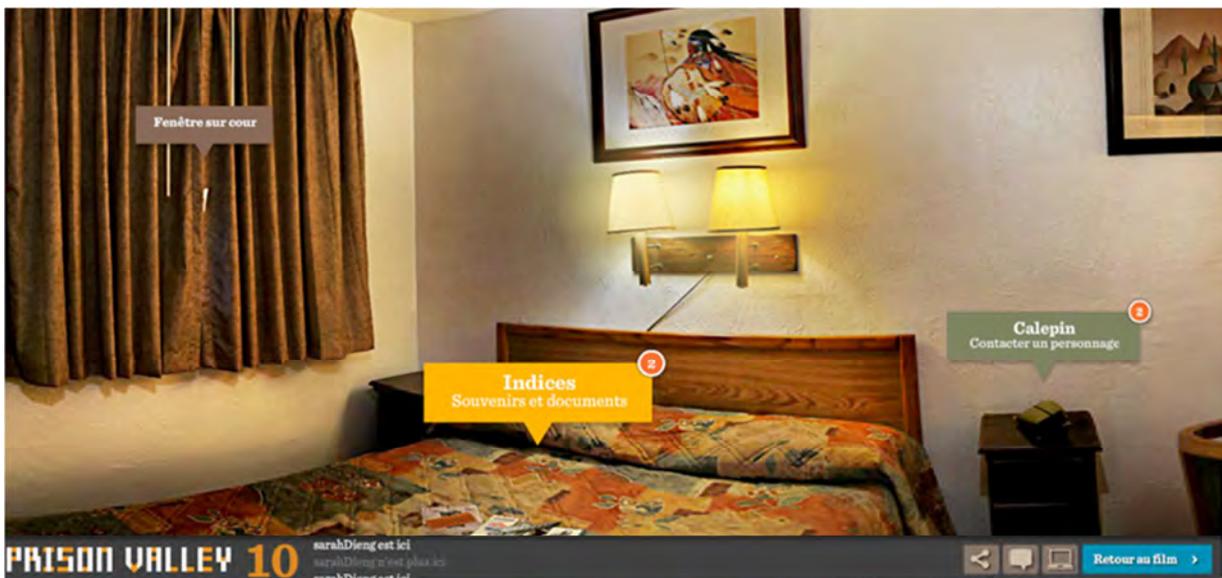
²⁵ <http://www.france24.com/fr/France-24-RFI-prix-du-webdocumentaire-2013>

²⁶ <http://webdocu.fr/web-documentaire/2010/06/05/tentative-de-definition-du-webdocumentaire/>

²⁷ Qui est devenu depuis : <http://www.arte.tv/sites/webdocs/?lang=fr>

²⁸ Qui n'a pas changé d'adresse : <http://www.france5.fr/documentaires>

n'a pas tardé à suivre en créant un onglet sous « Actualités » intitulé « Webdocumentaires »²⁹. De plus, la sortie le 22 avril 2010 du très attendu et novateur *Prison Valley*, coproduit par Upian et Arte, précédé d'un blog et de nombreuses annonces, a suscité une vague d'articles. »



²⁹ Cette rubrique s'est aujourd'hui fondue dans une nouvelle présentation flash de l'accueil du site web du Monde.

Les plateformes citées pour les trois médias sont maintenant extrêmement riches de contenu et **Prison Valley**³⁰ qui avait en effet innové a été rejoint par un ensemble de productions plus imaginatives les unes que les autres. Prison Valley de David Dufresne et Philippe Brault est un webdocumentaire sur **la ville-prison de Cañon City, Colorado**. Il se compose d'un film, autour duquel s'organise un dispositif interactif (applis, chats, photos, sons...) qui permet une expérience unique à chaque spectateur, comme dialoguer avec les prisonniers, les habitants, les personnages du film. On peut même s'inscrire même dans un hôtel. On y trouve un carnet des personnages avec leurs sites web et leurs e-mails...ou leur my spaces etc. Une analyse complète a été publiée par Rue89³¹.

Un article récent sur le travail d'Arte³² est particulièrement exemplaire de l'importance de ce secteur pour la chaîne qui se désigne aujourd'hui comme « *une chaîne bimédia* ».

Il faut y ajouter maintenant le site de France Télévision³³ qui présente chaque jour de nouvelles réalisations. **The End**³⁴ a constitué un exemple de grande qualité promu par le groupe. Après un prologue social composé de mots clefs dont il faudra ensuite choisir trois sur trois écrans différents, l'internaute compose un film personnel, parmi tous les films possibles.

Nous n'oublions pas TV5³⁵.

Outils

Je pourrais pratiquement dire qu'aujourd'hui un certain nombre de logiciels de montage interactif sont à disposition des professionnels du documentaire qui ne savent pas ou ne souhaitent pas écrire des codes ou faire du développement, ce qui ne peut que me rassurer, même si je ne minimise pas le fait qu'on ne devient pas documentariste sans formation préalable.

Différents sites dont webdocu déjà cité donnent des références utiles. On peut également consulter régulièrement le blog « *Choose Your Own (real) Adventure* »³⁶.

A citer : **Djehouti**³⁷ qui a été utilisé pour un reportage intelligent et utile sur le nationalisme hongrois : « **Hongrie, le repli identitaire**³⁸ ». Des visages constituent autant de portes d'entrées de thématiques éditoriales.

Klynt³⁹ est un logiciel de montage interactif en Flash. Le documentaire du journal le Monde « **Voyage au bout du charbon**⁴⁰ » a été développé sur cette base.

³⁰ <http://prisonvalley.arte.tv/?lang=fr>

³¹ <http://www.rue89.com/2010/04/23/prison-valley-derriere-le-buzz-lhistoire-dun-webdocumentaire-148624>

³² <http://cinemadocumentaire.wordpress.com/2013/07/31/le-pole-web-darte-avec-marianne-levy-leblong-et-gilles-freissinier/>

³³ <http://nouvelles-ecritures.francetv.fr/>

³⁴ <http://the-end.nouvelles-ecritures.francetv.fr/>

³⁵ <http://www.tv5.org/cms/chaine-francophone/cultures/p-17005-Web-docu-Shalom-Amigos.htm>

³⁶ <http://webdoclab.wordpress.com/2013/05/26/des-outils-de-creation-en-webdocumentaire/>

³⁷ <http://www.djehouti.com/12-HOME.htm>

³⁸ <http://hongrie-nationalisme.france24.com/14.php>

3wdoc⁴¹ est un logiciel de montage interactif en HTML5 dont tout le monde, semble-t-il, peut se servir. « **Dans la peau du lac**⁴² » constitue une bonne démonstration des possibilités de celui-ci.

Utilisations

Ce qui m'a bien entendu le plus frappé dans le webdocumentaire, outre sa fonction multimédia qui permet de réunir des documents de natures différentes en les alternant, en les proposant au choix de l'internaute, en provoquant l'intérêt pour aller plus loin dans le fil conducteur ou au contraire pour assumer l'envie d'approfondir, c'est la recherche de l'originalité dans l'écriture du scénario et la qualité du message. **C'est aussi bien entendu le fait que le spectateur n'est plus inactif.** Par essence, **la narration n'est plus linéaire mais éclatée.** Je donnerai plus loin mes coups de cœur, mais je tenais à signaler tout de suite les réalisations qui me semblent utiliser ce médium dans ce qu'il offre de plus interactif.

En matière de webdocumentaire d'enquête impliquant l'internaute : **La cité des mortes**⁴³ est un programme interactif qui fait lui-même partie d'un ensemble plus complet. Il accompagne le livre « La ville qui tue les femmes », enquête à Ciudad Juarez, écrit par Jean-Christophe Rampal et Marc Fernandez. (Edité par hachette Littératures). Il fait également écho au documentaire du même nom, diffusé sur Canal+



³⁹ <http://www.klynt.net/>

⁴⁰ http://www.lemonde.fr/asi-pacifique/visuel/2008/11/17/voyage-au-bout-du-charbon_1118477_3216.html

⁴¹ <http://www.3wdoc.com/fr/index.html>

⁴²

<http://story.3wdoc.com/cb89fb8ef0d35e5bc2496b2ecc0c3e1669cbc30567c4c088e48660f45184fa30d5/1/index.html>

⁴³ <http://www.lacitedesmortes.net/>

Thanatorama⁴⁴ m'a séduit non seulement en raison du sujet plutôt clinique (la destinée du corps après la mort), mais en raison de l'animation graphique des questions interactives qui sont à la fois pratiques (Le cercueil, le marbriers, les contrats...) mais qui doivent être explorées par une sorte d'âme vagabonde qui parcourt l'écran sous forme d'un point lumineux.

« **Quand on sera grands, on aura une belle maison**⁴⁵ » a été réalisé par Samuel Bollendorff et Mehdi Ahoudig pour la Fondation Abbé Pierre. Comme les deux premiers, il aborde un sujet de société plutôt difficile. Sa narration à la première personne par une petite fille apporte une émotion tout à fait tangible, tout en s'appuyant sur des données matérielles très concrètes. Il ouvre également aux visiteurs une sorte de bourse à idées destinées à améliorer la situation des mals logés.

En matière d'utilisation impressionnante du html5, mais les exemples vont certainement se multiplier, je recommande **hollowdocumentary**⁴⁶ qui est tellement mixte du point de vue de ses supports et de leur confrontation qu'il s'agit d'un objet complètement singulier. Le but principal était d'abord de redonner de la fierté aux habitants du McDowell County qui ont subi des inondations durant l'été 2001 et le printemps 2002, inondations qui ont provoqué des destructions importantes.

Partenariats

Il n'est pas dans mon propos d'entrer ici dans les modalités de la production des webdocumentaires, ni des éléments du « *transmédia* ». On est là dans un domaine où les directeurs de production des chaînes sont décisionnaires, comme ils le sont déjà pour les coproductions cinématographiques.

Il sera temps dans quelques mois d'examiner les possibilités offertes par le nouveau programme « **Europe créative**⁴⁷ » de la Commission européenne qui va regrouper culture et média et ouvrir des possibilités de prêts à des produits mixtes.

Il existe par ailleurs des formations et surtout des rencontres qui peuvent aider à initier des partenariats dont celles de l'IFDA « *International Documentary Film Festival Amsterdam* ». Un compte-rendu comportant des vidéos des interventions a été mis en ligne sur le blog documentaire⁴⁸. De nombreuses références professionnelles y sont discutées.

Un site de veille sur scoop.it a été ouvert par Marie Thomas-Penette sous le titre « Web et Documentaire⁴⁹ ». Je recommande également « Interactive and Immersive Journalism⁵⁰ » de Eva Dominguez.

⁴⁴ <http://www.thanatorama.com/docu/?#/accueil/>

⁴⁵ <http://www.rue89.com/2011/03/14/quand-on-sera-grands-on-aura-une-belle-maison-194881>

⁴⁶ <http://hollowdocumentary.com/>

⁴⁷ http://ec.europa.eu/culture/index_fr.htm

⁴⁸ <http://cinemadocumentaire.wordpress.com/2012/12/20/webdocumentaire-a-lidfa-2012-la-conference-sur-le-documentaire-interactif/>

⁴⁹ <http://www.scoop.it/t/web-et-documentaire>

Le crowdfunding est parfois très bien adapté à ce type de production. C'est par exemple le cas du webdocumentaire projeté sur l'opération « *Des pianos dans Paris* ». Cinquante pianos ont été mis à disposition de la rue dans le cadre de l'opération « *Play Me I'm Yours*⁵¹ », du 21 juin au 5 juillet dernier. Il s'agit de la seconde année pour la capitale française. Par ailleurs trente-quatre villes ont été concernées et l'opération a touché plus de cinq millions de personnes.

« Ces rencontres avec les Parisiens sont l'occasion de raconter et de faire le portrait de cinq à six quartiers de la ville. Tous uniques et tous à raconter : c'est la mission de ce webdocumentaire. A travers cette oeuvre de Street-Art un peu particulière, nous voulons toucher un peu de l'esprit de ces quartiers et de ses habitants, et chercher finalement ce qui fait l'unicité de Belleville, de Barbès, de Saint-Germain, de Montmartre ou du Marais. » raconte la réalisatrice Hannah Rosselin sur le site de KissKissBank⁵². La collecte qui s'est terminée le 28 juin a récolté 110% de la somme recherchée, soit 5 495 €.

En fait, pour mieux saisir la dynamique partenariale dans ses aspects plus concrets, je me suis plutôt rapproché des déclarations **des professionnels qui travaillent dans les pôles web ou « transmédia » des chaînes les plus engagées à ce sujet.** Je l'ai fait pour les chaînes francophones (ou pour des productions dans lesquelles ces chaînes ont apporté leur part), mais il est certain que la politique des compagnies européennes et américaines devrait également être analysée.

Sur le site de francetv déjà cité, on trouve une présentation sur « Nouvelles écritures et transmedia : nos projets 2013 » : *« Après avoir fait du numérique l'un des axes clés de notre stratégie, augmenté très sensiblement la consommation de vidéos en ligne par nos téléspectateurs, lancé un très grand nombre d'innovations en social TV et télévision connectée, obtenu de multiples récompenses avec nos productions proposant de nouvelles écritures, nous sommes désormais l'un des seuls groupes audiovisuels européens à avoir, depuis janvier 2013, une organisation qui intègre la démarche numérique au cœur de son activité de programmes. La direction des Nouvelles écritures et du Transmedia s'inscrit pleinement dans cette organisation. Au cœur des enjeux éditoriaux de France Télévisions aussi bien côté numérique que côté antenne, les nouvelles écritures s'insèrent désormais en amont des réflexions sur chacun de nos programmes pour mieux répondre à la dissémination croissante des canaux de réceptions de nos contenus. »*

A noter parmi les quelques projets cités :

« **Sur les traces de Corto Maltese** », une création Web et jeu multimédia coproduit par francetv nouvelles écritures, casterman et kids up hill. Une aventure Web dans le monde d'Hugo Pratt. La rencontre de la bande dessinée, du jeu, de l'enquête et du voyage, entre le trait de crayon et la réalité. Pour commencer, rendez-vous à Venise...

⁵⁰ <http://www.scoop.it/t/interactive-narratives>

⁵¹ <http://www.sortiraparis.com/arts-culture/balades/articles/61957-play-me-i-m-yours-les-pianos-de-retour-a-paris>

⁵² <http://www.kisskissbankbank.com/fr/projects/des-pianos-dans-paris-le-webdocumentaire>

« **Un empire dans mon assiette** » (titre provisoire), un webdocumentaire transmedia écrit et réalisé par Judith Rueffet coproduit par francetv nouvelles écritures, Ligne4 et les films d'ici 2. Il s'agit du volet web d'un projet transmedia consacré au géant de l'agroalimentaire Nestlé, ce web-documentaire enquête dans les coulisses de la célèbre multinationale suisse et dévoile sa stratégie économique et marketing.



Ci-dessus figure l'écran d'accueil de la « **Contre Histoire des Internets**⁵³ », un site ouvert depuis peu pour les internautes qui peuvent intervenir en traversant le questionnaire de Proust. Une coproduction Arte / Premières Lignes Télévisions.

La stratégie du pôle web d'Arte a été présentée le 31 juillet 2013 par l'intermédiaire de l'interview de M. Lévy-Leblond et G. Freissinier qui insistent moins sur les montages de coproduction que sur l'importance des auteurs. « *Le rapport de force est clairement plus favorable aux auteurs à Arte⁵⁴ que dans les chaînes privées. La différence est même incommensurable. Ici, nous parlons de « partenariat » ; dans le privé, on utilise les termes « prestataires » ou « clients ».* Nous privilégions ici la création et les auteurs. Il ne s'agit pas pour autant de laisser libre cours à la création sans limite. Le diffuseur a des obligations légales et éditoriales à faire respecter. Il y a donc un rapport de force certain : nous n'acceptons pas tous les projets. Nous sommes face à de nombreuses propositions faites à un média qui en refuse beaucoup et en accepte quelques-unes. Notre travail consiste à faire le lien entre de nombreuses productions et un public conséquent en trouvant les lieux de rencontre idéaux. Partant de là, je comprends que les auteurs peuvent parfois se sentir fébriles par rapport à un média qui décide si, oui ou non, il croit en leurs projets. Cela étant, je crois que ce rapport est plus équilibré sur le web, notamment parce que le coût de diffusion est le moins élevé par rapport aux autres supports. Imprimer un livre ou louer une salle de

⁵³ <http://lesinternets.arte.tv/>

⁵⁴ Sur le blog documentaire : <http://cinemadocumentaire.wordpress.com/2013/07/31/le-pole-web-darte-avec-marianne-levy-leblond-et-gilles-freissinier/>

cinéma, c'est plus compliqué que mettre du contenu sur un site web où tout le monde peut s'instituer comme média. Les acteurs traditionnels voient d'ailleurs très bien que le rapport de force n'est pas nécessairement à leur avantage dans les créations web. Arte, chaîne de création, se place délibérément dans une optique de partenariat. »



Transmedia

Patrimoine et transmédia : une profession de foi

J'ai donné dès le premier article de cette série la définition du transmédia afin de la mettre en perspective par rapport à l'évolution des liens que nous établissons avec le patrimoine. J'ai également indiqué dans le second article, et dans la perspective du Café de l'Europe d'Enghien-les-Bains comment **un nouveau visage de la « fabrique du patrimoine » et une nouvelle allégorie patrimoniale numérique se mettaient en place.**

Dans ce contexte, le terme patrimoine ne **désigne plus aujourd'hui seulement une certaine catégorie d'objets, un ensemble de valeurs, une série de traditions** que nous labellisons comme un corpus à protéger, à valoriser parce que ces objets nous rattachent au passé : le notre, celui de notre famille, de notre classe sociale, de notre nation, de l'Europe ou de l'univers. Nous avons en partie quitté l'idée d'un **patrimoine musée**, hors de tout usage, sinon célébratif, voire pédagogique **qui nous appartient comme à tous les citoyens d'une catégorie à laquelle nous choisissons d'appartenir et qui nous cimente en tant que**

communauté, mais qui se trouve de fait géré dans une sphère extérieure sur laquelle nous avons peu d'influence.

Le mot désigne bien plus maintenant **la relation que nous établissons avec le patrimoine, individuellement et collectivement**, pour montrer de nous-mêmes aux autres, en tant qu'individu consommateur, une image constituée d'un passé auquel nous tenons – un passé d'ailleurs de moins en moins éloigné dans le temps - comme si nous avons besoin de cette panoplie pour nous identifier socialement et même pour exister affectivement et activement. Il s'agit là d'un **patrimoine-action** en quelque sorte, d'un **patrimoine-jeu** à reconstruire en permanence à partir de pièces disjointes, mais aussi d'un **patrimoine narratif** à propos duquel nous voulons qu'on nous raconte une histoire dans laquelle nous allons proposer notre chapitre, notre contribution affective et effective.

Dans une certaine mesure, nous sommes aussi en train de passer à **une troisième phase** où nous n'allons plus nous contenter de déléguer la reconnaissance, le classement, la gestion et la valorisation à des autorités extérieures, parce que celles-ci vont de toute manière restreindre considérablement le nombre des patrimoines auxquels elles peuvent consacrer des budgets, mais **où nous allons décider par groupes d'affinités quels sont les patrimoines qui nous caractérisent et pour lesquels, en groupe, nous mettrons les moyens et l'énergie pour les conserver, pour en garder les traces, voire pour en donner une image virtuelle grâce à la numérisation et dont nous allons ensemble construire le discours d'interprétation.**

Et du coup, **nos propres archives patrimoniales**, celles de notre famille, que nous pouvons conserver selon des moyens quasi équivalents à ceux dont disposent les collectivités, grâce aux scans familiaux et aux espaces mémoire géants à portée de toutes les bourses, deviennent tout autant importantes que celles des collectivités elles-mêmes .

Ce qui fait que depuis quelques années - et en raison même des inquiétudes à propos de l'accélération de l'histoire que nous projetons sur les objets patrimoniaux (L'Allégorie du patrimoine⁵⁵) - le patrimoine est donc devenu à la fois :

- **L'objet d'une dévoration** : ce patrimoine, même s'il est encore géré par des collectivités est le mien, d'ailleurs les journées portes ouvertes qui m'y donnent accès montrent bien que ce sont mes impôts qui le maintiennent en l'état, donc je peux le consommer quand j'en ai envie ;
- **L'objet d'une mise en scène** mouvante : je me photographie dans le contexte de ce patrimoine, je fais une fête dans ce patrimoine, je participe à un spectacle qui s'y déroule. C'est un espace public multi-usage qui est transformé en lieu ludique ;
- **Un objet de collection personnelle populaire ou élitiste dématérialisé** : non seulement je l'ai collectionné en le visitant et en le photographiant moi-même, mais de plus, j'ai sous la main des photographies immersives à 360°, un DVD... toutes reproductions qui me le montrent en réalité augmentée avec des points actifs pour obtenir des commentaires. Si j'éprouve un besoin de connaissance historique, je dispose d'un catalogue, d'un livre de recherche accessibles en ligne...

⁵⁵ Françoise Choay. L'allégorie du patrimoine. La couleur des idées. Seuil, 1992, 1996 et 1999.

Ces évolutions sociales et culturelles majeures **ont été provoquées par différents facteurs extérieurs** : la spéculation effrénée, y compris sur la valeur marchande du patrimoine, la crise économique qui diminue les budgets d'intervention des collectivités, la perte des références religieuses, la crise des valeurs de manière générale, l'accélération de la quantité d'information circulante et la multiplication des accès à cette information...La liste est longue.

Mais face à ce qui est de l'ordre du chaos, **les valeurs culturelles du patrimoine restent cependant, j'en suis persuadé, des valeurs-liens** où l'appétit de consommation, la montée du ludique, l'esprit de collection qui participent de ce chaos, peuvent être accompagnés pour le meilleur, plutôt que pour le pire.

On peut **consommer avec appétit dans un esprit durable**, on peut **jouer en s'appropriant des connaissances et en se réappropriant des mémoires perdues**, on peut **collectionner dans le partage**.

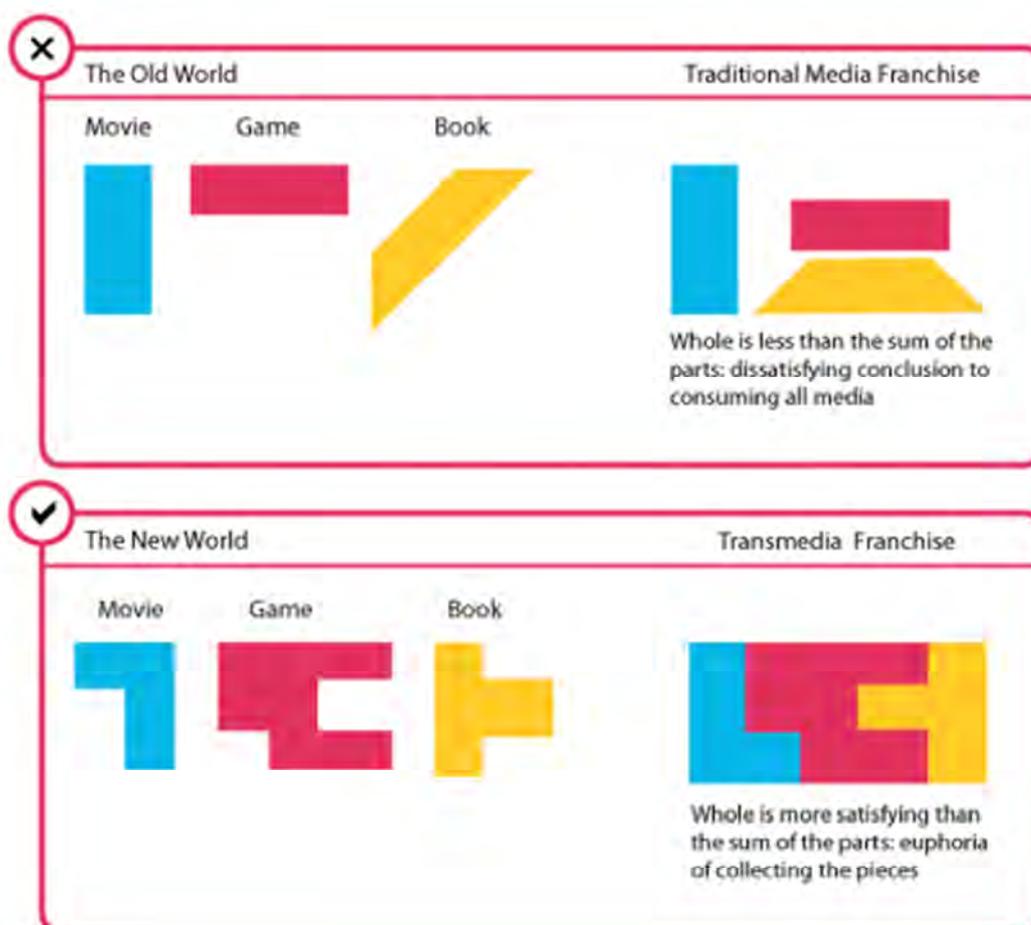
Il existe plusieurs formes de participation à la culture et au patrimoine que le numérique a favorisées : **les affiliations** (être membre d'une communauté), **les formes d'expression** (notamment de la fiction de fans), **le travail collaboratif** (travailler ensemble pour résoudre des problèmes) et **la circulation de contenus** (échanges et diffusions de contenus sur des blogs ou par des podcasts). Je suis parfaitement en accord avec cette réflexion de Rachid Amirou⁵⁶ qui évoque l'interprétation du patrimoine que nous découvrons en voyage et qui devient un lieu de transaction entre visiteurs et visités : « *Je pense à quelque chose qui est le lot commun de l'humanité auquel des individus et des groupes peuvent contribuer et d'où chacun de nous pourra tirer quelque chose, si nous avons un lieu où mettre ce que nous trouvons* ».

Ainsi, il peut être intéressant de se fonder sur ces formes de participation pour les mettre en œuvre dans le cadre **d'une méthode interprétative pour laquelle une « histoire » ouverte, elle-même fondée sur des personnages de fiction est mise en œuvre**.

Je vais me répéter, mais la démarche du storytelling concernant le patrimoine et les expressions culturelles, conduit sans aucun doute à cette participation active « **...d'où chacun de nous peut tirer quelque chose** ». Une participation qui peut « **faire société** » si elle s'insère dans un axe narratif, qui peut de plus « **...faire société européenne** », si elle chemine sur des **itinéraires dans un esprit transfrontalier** et constitue ce « **...lieu où mettre ce que nous trouvons** » si nous rapprochons nos récoltes des voies d'entrées multiples que nous offre le « *transmédia* ».

⁵⁶ Rachid Amirou. L'imaginaire touristique. Préface de Michel Houellebecq. CNRS Editions, 2012.

Définitions



Je vais reprendre ici la définition que Ronan John Germain⁵⁷ propose dans son mémoire sur le patrimoine et le « *transmédia* » en se fondant sur l'approche de Henry Jenkins⁵⁸ déjà donnée dans l'Article I. « *La narration transmédia vise désormais à articuler de façon stratégique et adaptée différents contenus sur plusieurs plateformes médiatiques judicieusement choisies afin de créer une expérience continue, complète et complémentaire dans laquelle le récepteur change de statut en fonction de son avancement dans la narration : il est tantôt spectateur, lecteur, collaborateur ou visiteur.* »

Le site movienomics⁵⁹ résumait de manière encore plus directe cette définition en juin 2013 : « *So let's define Transmedia. In short it is storytelling across multiple platforms. HOWEVER, each platform tells a different part of the story allowing for different sets of users to interact with only certain parts or get a broader vision of a storyworld by interacting with multiple parts of the same story universe.* »

⁵⁷ Ronan John German. L'application de la narration transmédia à l'interprétation des patrimoines. Mémoire de Mastère II Professionnel « Patrimoines, musées et multimédia » à l'Université de Poitiers, 2012.

⁵⁸ Henry Jenkins. Transmedia storytelling. In Technology Review, MIT, January 2003

⁵⁹ http://movienomics.com/transmedia-the-way-of-the-future-2/?goback=.gde_2092287_member_252629446

On pourrait proposer encore beaucoup d'autres rédactions de la même définition, mais elles vont toutes dans le même sens. Cependant les anglo-saxons déploient comme d'habitude une vision plus pragmatique et volontairement choquante des définitions dans le but de nous faire réagir.

Pourquoi alors selon movienomics le transmédia est-il important ? :

« POINT 1. **77% of people now use some form of computer while watching tv.** Up 16% from last year⁶⁰.

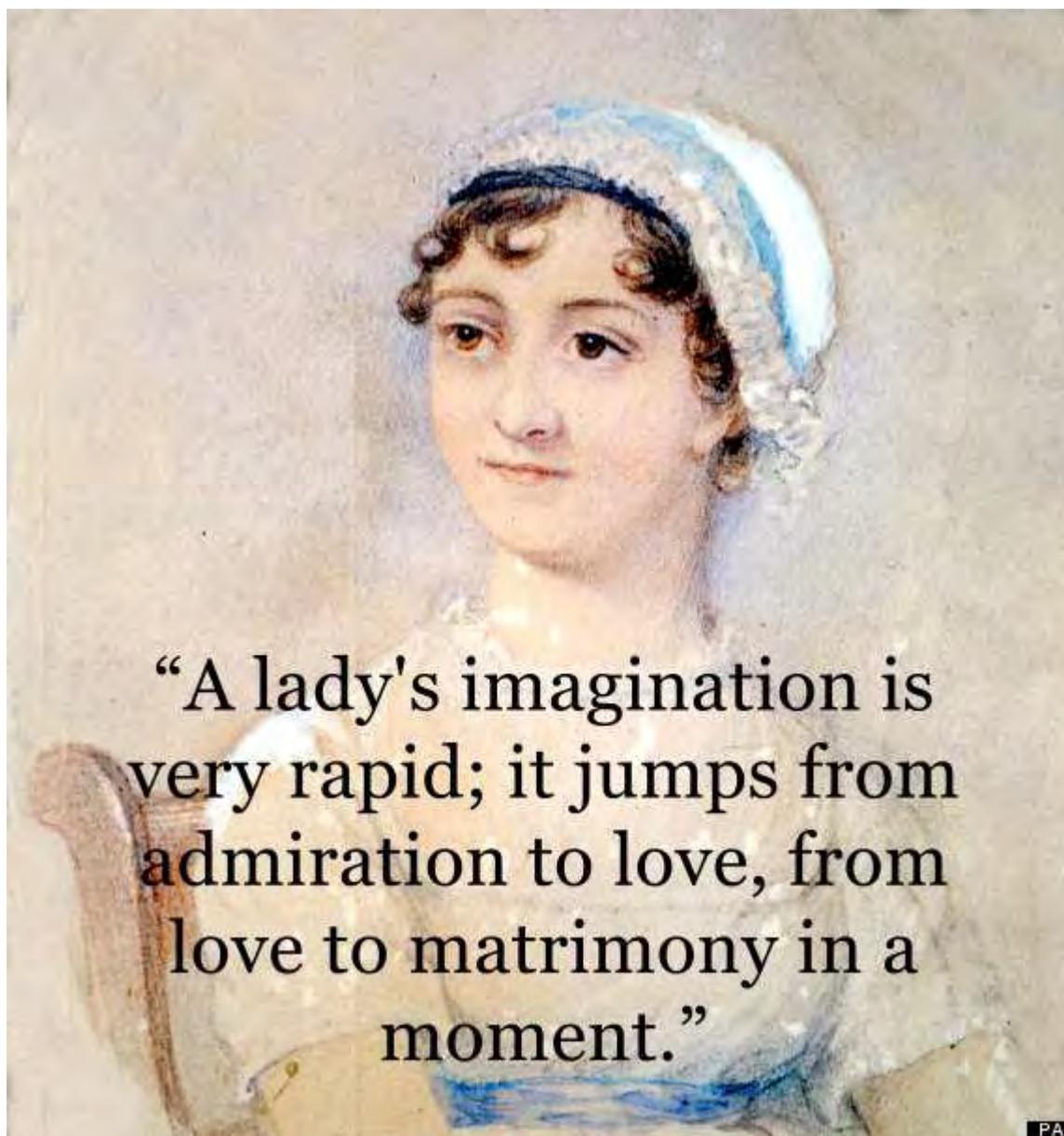
POINT 2. Well does anybody remember newspapers? No. Well they used to be a way for people to tell stories about what was going on in the world. Then a little thing called the internet was invented that made them COMPLETELY OBSOLETE. This was a newer, faster, better way to consume and share content and it's been embraced by anyone under 80 years old.”

Et de donner un exemple qui, **s'il se rattache curieusement aux villes thermales par l'intermédiaire de Jane Austen**, n'est peut-être pas le meilleur exemple de créativité. Il reste par contre **un exemple d'inventivité juvénile et de mise en œuvre de moyens relativement peu coûteux.**

« *Teen girls everywhere got their first taste of transmedia through a retelling of Jane Austen's Pride and Prejudice called The Lizzie Bennet Diaries⁶¹. The LBD included 100 youtube videos (that had NO VIEWER DROPOFF, this means as many people watched the first one as the last one,) blog entries and twitter accounts of the characters interacting with each other. It was a big fat success and now the producers are cooking up something new for all you One Direction fans out there.*”

⁶⁰ http://www.huffingtonpost.com/2013/04/09/tv-multitasking_n_3040012.html

⁶¹ <http://www.lizziebennet.com/> The Lizzie Bennet Diaries is an innovative, original episodic video and social media series produced for the web. Adapting Pride and Prejudice to the modern era, Lizzie Bennet tells the classic Jane Austen tale from the point of view of an Elizabeth “Lizzie” Bennet who grew up in a world of cell phones, video cameras, and social media. The series was created by popular YouTube personality Hank Green and Streamy Award winning web video writer Bernie Su. Combining web video and social media in a way never before seen for a literary adaptation, The Lizzie Bennet Diaries takes the characters of Pride and Prejudice and tells their stories across a network of different platforms. Although YouTube serves as a “home base” for the story, fans can choose to further explore this modern retelling by following the characters’ interactions on Facebook, Tumblr, and Twitter, all of which keep the fictional world “alive” for the audience in-between episodes.



Utilisations et opinions

Est-ce que comme pour le webdocumentaire nous devons reposer la question : *Transmedia is Sexy, But Who's Watching?* Il n'est pas vraiment facile de répondre à cette question en ce qui concerne un média aussi récent dont quelques exemples encore rares figurent à titre d'icônes et où la théorisation a commencé en ordre dispersé, selon que les analystes pensent au jeu, au marketing ou aux séries télévisées, voire aux films s'inscrivant dans un ensemble cohérent d'entrées par eds plateformes complémentaires.

L'un des meilleurs spécialistes et inventeurs de « *transmédi*as » Eric Viennot, l'auteur de *In Memoriam*⁶² (devenez un chasseur de tueurs en série...) a été interviewé en octobre 2012⁶³ au

⁶² <http://www.inmemoriam-thegame.com/>

⁶³ Sur le collectif Orange: <http://lecollectif.orange.fr/jeux/eric-viennot-imagine-futur-transmedia>

moment où la chaîne Arte faisait le bilan de sa participation à la co-production de The Spiral et que Alt Minds était prêt à être diffusé. La question précise qui lui était posée était celle de **l'avenir du « transmédia »**. Sa réponse était claire : *« Les choses changent vite, mais, en ce qui concerne le transmédia, pas aussi vite qu'on le souhaiterait parfois. Quand, il y a 4 ans, j'ai fait le tour des chaînes de télévision avec Twelve, le projet qui allait devenir Alt-Minds, je pensais qu'on verrait, quatre ans plus tard, de nombreux projets de ce genre. Pourtant, même si les chaînes ont commencé à expérimenter des choses (en France, les bonus transmédia de Braquo et d'Engrenages chez Canal+, The Spiral chez Arte), on sent bien que les chaînes traditionnelles ont du mal à changer d'époque. »*... *« Dans quelques années, une majeure partie des fictions seront transmédia. Comme Monsieur Jourdain, on fera tous de la prose transmédia sans s'en rendre compte, comme il est naturel pour un adolescent d'aujourd'hui de passer de sa console de jeu à Facebook et au visionnage d'une série sur son portable. Mais en quoi consistera donc cette prose ? Elle proposera de nouvelles formes de divertissements connectés, interactifs, participatifs, qui, comme Alt-Minds, mélangeront jeu vidéo, film ou séries TV et réseaux sociaux. Le tout dans des univers cohérents, ce qui sera l'un des enjeux les plus difficiles. »*... *« Le transmédia du futur mélangera allègrement la réalité et la fiction. La narration en temps réel, imposée par les réseaux sociaux, et expérimentée dans de plus en plus de projets, se généralisera sans doute et imposera le tournage de certaines séquences de fiction en temps réel. »*... *« Donc, à tous ceux qui imaginent dans 10 ans la généralisation d'œuvres transmédia utilisant des procédés post-humanistes incroyables comme des puces ou des écrans greffés vous permettant de jouer n'importe où et d'être géolocalisé en permanence, relié à une intelligence artificielle qui, selon l'endroit où vous serez, vous confiera telle ou telle mission ou vous mettra en contact avec tel ou tel personnage; je souhaiterais calmer l'ardeur ou la peur, c'est selon ! On ira, c'est sûr, mais on ira doucement ! »*... *« Cette nouvelle grammaire proposera des fictions dans lesquelles les spectateurs cesseront d'être de simples spectateurs passifs, pour devenir à différents degrés des acteurs de la narration. Parfois même des héros de l'histoire. »*

Un mois après, la série Alt Minds⁶⁴ était lancée. Eric Viennot dit plaisamment⁶⁵ : *« ...après plus de quatre ans de conception et de production, dont deux passés sur la documentation, l'architecture et le scénario, et deux passés sur la production, avec près de 250 personnes de différentes origines et nationalités qui ont y participé de près ou de loin, l'écriture de milliers de pages, de fiches, de tableaux et d'organigrammes dans tous les sens, 60 jours de tournage à travers toute l'Europe, des milliers de kilomètres parcourus en avion, en van, en voiture, en bateau, en train, ou même à pieds sur des montagnes enneigées, quelques boîtes de Dolipran, plusieurs litres de café et de vodka (là, je préfère ne pas donner le chiffre exact, d'ailleurs j'en suis incapable). »*

Huit semaines de jeu en temps réel. On peut consulter la timeline sur facebook⁶⁶ où – seulement ? - 7300 fans sont inscrits, mais selon Le Monde du 4 décembre 2012 : *« La première semaine d'enquête (gratuite), menée en temps réel, a séduit près d'une dizaine de*

⁶⁴ http://www.dailymotion.com/video/xv0pjn_alt-minds-trailer-2-vf_videogames?start=0

⁶⁵ <http://ericviennot.blogs.liberation.fr/ericviennot/2012/11/alt-minds-cest-parti-html#more>

⁶⁶ <https://www.facebook.com/AltMinds?fref=ts>

milliers de joueurs, qui ont fait avancer les investigations avec leurs découvertes, qu'elles soient dans la vie réelle, en se rendant dans une consigne de train à Belgrade, ou sur Internet en parcourant les pages relatives à Nikola Tesla, par exemple. »

De quoi est-il question en effet ? « Été 2012 : cinq jeunes scientifiques travaillant sous l'égide de la fondation Alvinson, disparaissent sans laisser de traces. Manu, Alissa, Hisham, Sofia et Stanko formaient un groupe de recherche pluridisciplinaire intitulé MHD6, installé dans les laboratoires de l'Université de Physique de Belgrade. De récents événements semblent accréditer l'hypothèse d'un enlèvement. Face à l'inertie des institutions, la Fondation décide alors de mener sa propre enquête. En plus d'équipes de terrain composées d'enquêteurs professionnels, la Fondation opte pour une solution radicale : faire également appel aux internautes. Grâce à différents outils mis à leur disposition, ils pourront ainsi intervenir dans l'enquête, soutenir les équipes de terrain, aider à secourir les chercheurs disparus et éventuellement devenir à leur tour des héros de l'histoire. »

Il s'agit donc d'un jeu d'enquête sur la trace des cinq chercheurs. Sur ordinateur ou tablette. C'est aussi **une application mobile** (pour suivre l'enquête, pour trouver des lieux secrets grâce à la géolocalisation, pour découvrir une autre partie du jeu...) et c'est également **une websérie**.

On peut jouer et participer à l'enquête sur une tablette et ne jamais utiliser ni l'ordinateur ni le téléphone portable. Ou bien passer de l'ordinateur à la tablette, de façon totalement transparente. On peut aussi suivre l'enquête sur un téléphone portable et utiliser parfois l'option de géolocalisation. Plus on utilise de supports, plus on découvre de facettes de l'histoire.

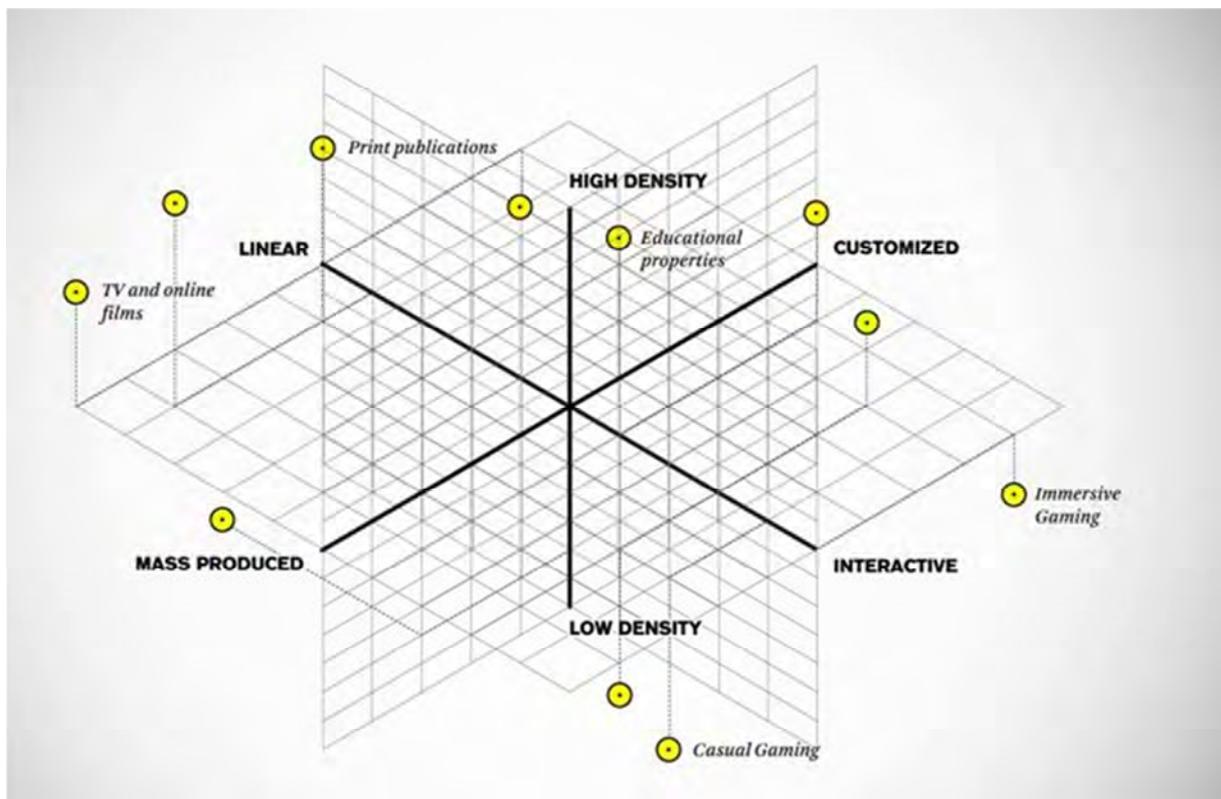


Viennot fait d'ailleurs souvent référence aux ancêtres du « transmédia » en remontant assez loin dans le temps : « Le 30 octobre 1938, à l'antenne de la radio CBS, l'acteur et futur réalisateur Orson Welles lit une adaptation du roman *La guerre des mondes* de H.G. Wells.

Présenté comme un bulletin d'information, le programme provoque la panique chez certains auditeurs, qui croient qu'une invasion martienne est en cours. »

Henry Jenkins complète ce parcours définition / opinion où il était légitime de mettre Viennot en avant, en ajoutant ces phrases à son concept: « *Most often, transmedia stories are based not on individual characters or specific plots but rather complex fictional worlds which can sustain multiple interrelated characters and their stories. This process of world-building encourages an encyclopedic impulse in both readers and writers. We are drawn to master what can be known about a world which always expands beyond our grasp. This is a very different pleasure than we associate with the closure found in most classically constructed narratives, where we expect to leave the theater knowing everything that is required to make sense of a particular story.* »

En insistant ainsi sur la complexité et surtout sur la possibilité de choisir le degré de cette complexité, Jenkins rejoint l'analyse d'Omar Kattan⁶⁷ sur les trois axes de la narration de type storytelling et « *transmédia* » représentée ci-dessous : **Activity, Complexity, and Personality**. L'histoire se place entre les deux extrêmes de l'axe activité : **linéarité – interactivité**, entre les deux extrêmes de l'axe complexité : **densité plus ou moins grande des éléments de connaissance engagés dans l'histoire** et enfin de l'axe de personnalisation : **diffusion de masse ou individualisation**. Une excellente vidéo⁶⁸ met ces trois axes en perspective.



⁶⁷ Voir le blog : <http://www.brandstories.net/author/admin/>

⁶⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=Vr9adE5MzI>

Implication des télévisions

On peut aisément se reporter aux références d'interviews données dans la partie « Partenariats » du chapitre précédent sur le webdocumentaire. Depuis la remarque d'Eric Viennot en 2012 sur la frilosité des chaînes de télévision, la situation a surtout évolué dans le bon sens chez France télévision et Arte, ainsi que de manière plus limitée sur Canal + et TV5.

Quels projets chez francetv⁶⁹ en dehors de ceux déjà cités pour les webdocumentaires ? On pourra voir dans la liste partielle ci-dessous que plusieurs des « *transmédia* » envisagés – ou certains déjà en cours – sont liés de manière complémentaire et intelligente à des programmes (émissions temporaires ou magazines...) et se greffent sur l'actualité de certaines célébrations ou s'appuient sur des questions sociales récurrentes.

Anarchy : Fiction d'anticipation transmedia écrite par Olivier Szulzynger et coproduite par francetv nouvelles écritures, TelFrance Série, avec lemonde.fr et la Gaîté Lyrique. Premier programme transmedia dans lequel les narrations web, tv et seconds écrans se répondent. L'internaute participera à l'écriture de la série et aux destinées de ses personnages. Le point de départ ? La faillite d'une grande banque oblige la France à sortir de la zone euro. En attendant une nouvelle monnaie, chaque citoyen doit vivre avec un revenu de 40 euros par semaine...

Cut : Série transmedia de 70 épisodes de 24' coproduite par francetv nouvelles écritures, France Ô et ALP/Terence Films Réalisateur transmedia : Bigger Than Fiction. Un scénario pensé 100 % bimedia. Les réseaux sociaux sont intégrés dans l'écriture de la série. Laura est l'héroïne à l'antenne. Jules, son fils, est le héros digital. L'internaute pourra suivre ses aventures sur sa page Facebook. Une fiction interactive se déroule en parallèle des épisodes et influence leur déroulement. Les internautes pourront suivre le tournage et ses coulisses via un compte Twitter dédié.

Génération quoi ? (titre provisoire). Dispositif transmedia : documentaire, enquête en ligne et média éphémère interactif écrit par Margaux Missika, Christophe Nick, réalisé par Thomas Bornot et coproduit par francetv nouvelles écritures, Yami 2 et Upian. Auteurs du questionnaire : Cécile Van de Velde et Camille Peugny. A l'occasion de la diffusion sur France 2, à l'automne 2013, d'une enquête en trois volets sur la génération des 18-30 ans, une grande consultation nationale de la jeunesse sera proposée en ligne. Un site, une expérience documentaire, un média éphémère... pour la première fois, une génération dressera son autoportrait.

Apocalypse première guerre mondiale. Dix destins (titre provisoire) qui rejoint la préoccupation vis-à-vis de la Grande Guerre que nous évoquons en introduction à raison des célébrations du centenaire à venir en 2014. Dispositif transmedia : documentaire et fiction écrit par Vincent Borel, design Leeroy Vanilla. Une coproduction francetv nouvelles écritures, CC&C, Ideacom International et TV5 Canada. Dans le cadre de la diffusion sur

⁶⁹ <http://plateautele.francetv.fr/com/2013/06/11/nouvelles-ecritures-transmedia-nos-projets-en-2013/>

France 2 de la série événement Apocalypse 14-18, cette fiction documentaire interactive web et Ipad mêlera illustrations, animations et archives. Au travers du destin et du regard de dix individus, de nationalités, d'origines sociales et d'âges différents, elle plongera les internautes au cœur de la Grande Guerre.

ARG⁷⁰ Plus belle la vie⁷¹. Une coproduction France 3, francetv nouvelles écritures et Telfrance Série. Du 26 avril au 17 septembre 2012, **en même temps que la diffusion de Plus belle la vie sur France 3, un alternate reality game a été proposé aux téléspectateurs.** Le concept ? Ninon, journaliste, un des personnages de plus belle la vie, annonce qu'elle crée un blog pour solliciter l'avis des téléspectateurs sur les caméras de surveillance qui doivent être installées place du mistral. Le public commence à débattre sur www.loeil-de-ninon.fr. **Résultat : plus de 70.000 joueurs, 10.000 connexions simultanées, 100.000 vues sur YouTube... Un succès.** Un autre dispositif transmedia autour de la série Plus belle la vie est en préparation pour l'hiver 2013-2014. une coproduction francetv nouvelles écritures et Telfrance Série.

On n'est pas que des cobayes ! Dispositif transmedia coproduit par francetv nouvelles écritures, 2p2l et Nineteen Group. Le magazine diffusé sur france 5 se décline désormais en un dispositif interactif et ludique sur france5.fr : véritable « serial testeur », **l'internaute se glisse dans les coulisses de l'émission, s'amuse avec la science, seul ou entre amis, grâce à un jeu et des défis.** Sa contribution vidéo aura peut-être la chance de passer dans l'émission ! Prix du public au webprogram-festival 2013 de la rochelle, catégorie Web-jeunesse.

Utilisations scolaires

De nombreux sites de veille portent sur l'utilisation des nouveaux outils, dont les approches transmédia en milieu scolaire et universitaire. Je citerai celui de Audrey Bardon « *Université et Numérique*⁷² », celui de Skip Zalneraitis « *Learning*Education*Technology*⁷³ », celui de Michelle Laurissergues « *Educnum*⁷⁴ » ou encore le blog joliment intitulé « *Chroniques du lièvre de Mars*⁷⁵ ».

Un post de ce dernier blog consacré au transmédia dans le processus éducatif se conclut ainsi : « *On le voit, les dispositifs transmedia ne transmettent pas seulement le contenu des apprentissages, ils sont également capables d'éveiller l'intérêt des apprenants. Et les attitudes vis à vis de ces productions varient en fonction de la personnalité, des profils des élèves. Une des caractéristiques essentielles d'un contenu transmedia est qu'il sollicite l'engagement. L'enseignant attend également de ses élèves qu'ils s'engagent dans leurs apprentissages, c'est pourquoi un choix judicieux et adapté aux besoins pédagogiques d'un dispositif transmedia est une voie qui mérite d'être exploré.* »

⁷⁰ Un ARG est un jeu en réalité alterné qui conduit le joueur, sur différents supports, aux frontières de la réalité et de la fiction.

⁷¹ <http://plateautele.francetv.fr/2012/09/11/succes-du-premier-arg-pour-belle-la-vie/>

⁷² <http://www.scoop.it/t/universite-et-numerique>

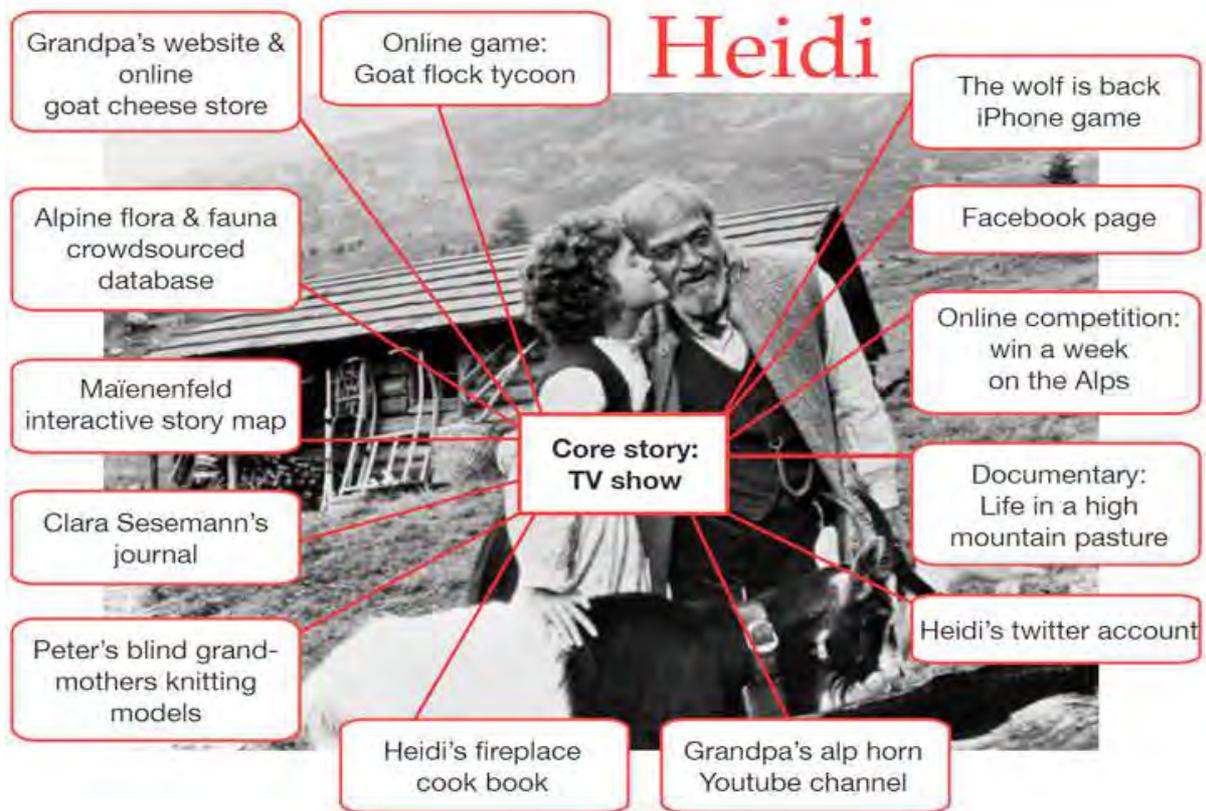
⁷³ <http://www.scoop.it/t/learning-education-technology>

⁷⁴ <http://www.scoop.it/t/educnum>

⁷⁵ <http://haigha.wordpress.com/>



De manière plaisante, le site nexttrends⁷⁶ propose de démonter comment faire passer une série comme **Heidi**, majoritairement destinée aux enfants en mode « *transmédia* ».



⁷⁶ <http://nexttrends.swissnexsanfrancisco.org/>

D'autres exemples ? Ils ne sont pas très nombreux. Mais ce point pourra être approfondi dans les mois qui viennent.

The Time Tribe⁷⁷ **Prologue** is the first installment in an epic time travel adventure series that blends mystery, role-playing, and puzzle-solving into a game you can play online, on iPad, and in the real world! **Become a Tribe member and start your collection of real world artifacts, letters and stories** — fleshing out an exciting world full of quirky characters, dastardly plots, actual history, and real archaeology!

Teach with Alice⁷⁸. Inanimate Alice is easily assimilated into learning environments; its use of multimodality (images, sounds, text, interaction) enables students to see storytelling in a new, multi-sensory light. Inanimate Alice is a new media fiction that allows students to develop multiple literacies (literary, cinematic, artistic, etc.) in combination with the highly collaborative and participatory nature of the online environment.

Robot Hearts Stories. Robot Heart Stories is the first in a trilogy of experiential learning projects from award winning storytelling pioneer Lance Weiler and creative producer Janine Saunders. This is an experiential learning project that uses collaboration and creative problem solving to put education directly in the hands of students. This fall, two classrooms, a continent apart, have worked together to get a lost robot home, with public help...The experience begins when a robot crash lands in Montreal and must make her way to LA in order to find her space craft and return home. Two class rooms in underprivileged neighborhoods, one in Montreal (French speaking) and the other in LA (English speaking), will use math, science, history, geography and creative writing to help the robot make her way across North America. It uses a heartpack images. Heartpacks are an image of the robot that one can print, customize and upload⁷⁹.

Votre langue est le français⁸⁰. Produit par TV5. Des professeurs venus du monde entier illustrent, à partir de mots ou de situations propres à leurs sociétés, les rapports croisés de leur langue maternelle avec le français. Variations, synonymes, ellipses, redondances, particularismes : une mosaïque d'expressions, de visages, de sensibilités et de cultures.

Ecologie sonore⁸¹. Produit par Arte, il s'agit d'un programme interactif sur notre environnement sonore et notre rapport au silence. Qu'est-ce le bruit, un son, de la musique ? Et d'où vient cette incapacité à soutenir le silence, à être seul, à composer avec le vide ? Une approche sensible du bruit des paysages. De la ville à la pleine nature.

Un bon exemple de projet « éducatif » au sens large est donné par le site Yu Centrik⁸², celui développé par France Inter et le Pavillon de l'Arsenal⁸³ : « **Paris, porte-à-porte**⁸⁴ » pour le

⁷⁷ <http://www.thetimetribe.com/>

⁷⁸ <http://www.inanimatealice.com/teach.html>

⁷⁹ <http://roboheartstories.com/blog>

⁸⁰ <http://www.tv5.org/cms/chaine-francophone/lf/p-24721-Votre-langue-est-le-francais.htm>

⁸¹ <http://ecologiesonore.arte.tv/>

⁸² <http://yucentrik.ca/en>

40eme anniversaire du périphérique de Paris. Le dispositif comprend un webdocumentaire, une carte interactive pourvue de flashcodes, une émission de radio et une collection de photographies prises par des conducteurs ou des résidents qui explorent les trois états du périphérique ; hier, aujourd’hui et demain. Chaque point d’entrée procure une expérience différente.

Yu Centrik en fait une analyse détaillée en reprenant point par point les qualités et les défauts d’un outil qui devrait faire mieux comprendre aux Parisiens, petits et grands un élément important de leur environnement quotidien. « *Transmedia storytelling creates an immersive experience only if it serves the project’s goal. In this case, the objective is to have the user discover and learn more about an important element of Paris. If each media presentation were to complement one another, this purpose would be reached; the 3 mediums would have together expressed the high quality content of this project.* »



Un choix raisonné : webdocumentaires et transmédia

Il y a maintenant plusieurs centaines de webdocumentaires liés ou non à des projets transmédia, en rapport ou non avec des films ou des séries télévisées qui constituent des démonstrations tout à fait convaincantes du propos que je veux développer dans le cadre d’un

⁸³ <http://www.pavillon-arsenal.com/home.php>

⁸⁴ <http://www.franceinter.fr/page-statique-paris-porte-a-porte>

roman interactif. J'en ai déjà cité une bonne cinquantaine qui ont été lancés, qui sont encore actifs ou font l'objet de projets. Des sites web commencent à se spécialiser sur ces questions comme trancemedia.eu⁸⁵.

Je voudrais dans ce chapitre commencer par donner une liste de ceux dont l'intérêt m'a retenu d'une manière ou d'une autre, qu'ils soient réalisés ou en projet, en proposant des résumés courts et en me servant de présentations données par les producteurs, même s'ils sont en anglais, pour terminer par ceux qui me semblent au mieux correspondre aux domaines qui sont liés :

- Aux ambiances reliant intérieur et extérieur ;
- A la culture européenne au sens large ;
- A l'interprétation européenne du patrimoine ;
- Aux voyages dans le temps et l'espace auxquels vont se soumettre les personnages des romans.

Des projets interactifs

Découvertes et reportages

The story of Arctic cowboys⁸⁶. Myriapod productions. One year in the life of a family of reindeer herders in Finnish Lapland. A study of hard work, hard earned leisure, and an intricate bond between man and nature. Un film en ligne **The Aatsinki Season**⁸⁷ est étroitement lié au projet.

A culture of coffee⁸⁸. A Culture of Coffee is a transmedia project about the history of coffee and the traditions tied to this major world export, from its origins in Ethiopia and deep national roots to its influence around the globe. By harnessing social media and the rare art of book-making, we explore the oft-ignored imprint of Ethiopian coffee across time and cultures. We consider coffee as a cultural good; not just an everyday caffeine fix, but a fixture, in and of itself. Set for a Fall 2013 release, A Culture of Coffee will be an artful coffee table book about the Ethiopian coffee ceremony.

Les derniers hommes de fer⁸⁹. Un webdocumentaire du journal belge Le Soir. Ils sont ouvriers de la sidérurgie, de l'industrie automobile, du génie civil. Musa, André et Gabi incarnent les derniers hommes de fer, dans les derniers jours de l'industrie lourde de la Belgique. Leurs vies sont très différentes, mais se rejoignent en un point malheureux : ils ont été touchés par des plans de restructuration menés par leurs direction. Trois histoires, dans trois villes, qui démarrent par Ford à Genk, et son drame social.

⁸⁵ <http://www.trancemedia.eu/home>

⁸⁶ <http://arcticcowboys.com/about.html>

⁸⁷ <http://aatsinkiseason.com/>

⁸⁸ <http://cultureofcoffee.com/>

⁸⁹ <http://webdocus.lesoir.be/les-derniers-hommes-de-fer/>

Anne Frank's Diary⁹⁰. It's the most read diary in the world, both horrifying and spirit-lifting at the same time. Now it's getting a work-around with the help of Penguin Books, Viking and TradeMobile, and I must say it sounds pretty awesome. It's what publishing and transmedia should be about, giving context, letting the reader move into the world of the story, experience how it was back then or how it is there right now; if only they could go full Alternate Reality, it'd be even more neat.

Bear 71⁹¹. Through webcam footage and animal tracking devices set in an interactive playable map, the viewer is enabled to explore a grizzly bear's territory and better understand the perils she faces living close to humans. For the first time, the audience can choose from which angle they wish to experience the subject.

Inside the Haiti Earthquake⁹². You can follow the story of the 2010 earthquake in Haiti through the eyes of a survivor, a journalist, or an aid worker.

Firestorm⁹³. The photograph of the Holmes family hiding from a violent bushfire in Tasmania was shared around the world. But what became of them? In a unique multimedia project, the family speak exclusively to the Guardian about the day their community was devastated, and the new breed of bushfire that is impossible to fight.

Gaza Sderot⁹⁴. La vie malgré tout. Webdocumentaire sur la frontière de Gaza fondé de manière assez classique sur la parole des habitants et sur un choix de mots clefs.

Roger McGowen, condamné à mort #889⁹⁵. Six semaines après le meurtre de la propriétaire d'un night-club, Roger McGowen est arrêté. Il est alors gérant d'un restaurant et n'a aucun antécédents judiciaires. Après 6 heures d'interrogatoire, il signe des aveux rédigés par la police, se laissant accuser à la place de son frère, persuadé que la justice finira par reconnaître son innocence. A la suite d'un procès entaché d'erreurs, Roger McGowen est condamné à mort en 1987. Ce webdocumentaire est à découvrir sur le site **de Courrier International**.

Unspeak⁹⁶. Il s'agit d'un webdocumentaire trois écrans sur le langage politique. Une véritable mise en perspective du storytelling politique. Unspeak is a name for something, but it's not a neutral name. It's language trying to smuggle in a particular point of view, and silence any possible dissent.

Les voyageurs⁹⁷. Un webdocumentaire de Médecins du monde sur les migrants au Mali, Ethiopie et Turquie.

Alma, une enfant de la violence⁹⁸. Prix Visa pour l'image du webdocumentaire 2013. Alma a appartenu pendant 5 ans à l'un des gangs les plus violents du Guatemala, pays aujourd'hui

⁹⁰ <http://www.beyondthestory.com/af/diaryvideo.html>

⁹¹ <http://bear71.nfb.ca/#/bear71>

⁹² <http://insidedisaster.com/haiti/experience>

⁹³ <http://www.theguardian.com/world/interactive/2013/may/26/firestorm-bushfire-dunalley-holmes-family>

⁹⁴ <http://gaza-sderot.arte.tv/fr/#/time/95>

⁹⁵ <http://www.courrierinternational.com/webdoc/roger>

⁹⁶ <http://unspeak.submarinechannel.com/>

⁹⁷ <http://lesvoyageurs.medecinsdumonde.org/#Prehome>

décimé par une guerre qui ne dit pas son nom. Une confession sans fard, les yeux dans les yeux. Un témoignage unique, dans lequel les mots de la jeune femme ouvrent sur les images de ses souvenirs, du quotidien du Guatemala et de l'intérieur des gangs. Il comporte un documentaire diffusé par Arte en juin 2013. Toujours tissé du fil rouge de la vie d'Alma avec, au coeur, sa confession en huis clos, le film raconte le parcours de la jeune femme depuis son enfance jusqu'à son intégration et sa vie dans le gang, sans jamais en maquiller la vérité et la violence. Bousculés entre empathie et défiance, nous découvrons ainsi progressivement l'histoire d'Alma. Un documentaire de Miquel Dewever-Plana et Isabelle Fougère réalisé par Ruben Korenfeld. Un livre, des messages web à partir de discussions ouvertes, des thématiques d'entrée et une page d'accueil en html5.



Imaginaires

The Beast (A.I. Intelligence artificielle)⁹⁹. Créé par Microsoft pour promouvoir le film A.I. Intelligence artificielle de Steven Spielberg, The Beast participe à la reconnaissance du transmedia avec ses 3 millions de participants et son jeu d'enquête mêlant réel et virtuel : sites, mails, pubs, communautés et même véritables conversations téléphoniques.

Lost¹⁰⁰. Pour ne pas perdre l'attention de leurs fans entre les saisons 2 et 3, les créateurs de la série Lost lancent un jeu en réalité alternée (ou ARG), composé de sites viraux, de vidéos, de mini-jeux et même d'un roman.

Braquo¹⁰¹. Tout au long de la diffusion de la saison 2 de Braquo, le spectateur est invité par la chaîne Canal+, le producteur Capa et le studio Lexis Numérique à devenir un membre du groupe Capla et à aider les héros de la série.

Inside Engrenages¹⁰². En rapport avec la série de Canal+. Ce transmédia propose une intrigue originale d'ENGRENAGES, spécialement écrite pour le Web, et met en scène les protagonistes principaux de la série télévisée. L'utilisateur est dans la peau d'un webreporter autorisé à suivre le groupe du capitaine Laure Berthaud, le temps d'une enquête sur un réseau de trafic de faux papiers et de clandestins. Durant les sept jours d'investigation, l'internaute

⁹⁸ <http://alma.arte.tv/fr>

⁹⁹ <http://www.faismoijouer.com/2009/04/22/the-beast-know-your-roots/>

¹⁰⁰ http://fr.lostpedia.wikia.com/wiki/L%27Exp%C3%A9rience_LOST

¹⁰¹ <http://www.codekplan.com/>

¹⁰² <http://engrenages.canalplus.fr/>

suit en temps réel l'évolution de l'enquête et est averti par mail ou via les réseaux sociaux des rebondissements de l'affaire ou de la découverte de nouveaux indices.

Jeux

Byzantium¹⁰³. Un site de chasseur de têtes qui constitue une voie d'entrée pour un jeu : faites-vous partie des 1% de la population qui comptent dans un monde concurrentiel et libéral.

Typewriter¹⁰⁴. Déjà en ligne pour l'accueil, il sera complètement opérationnel le 15 octobre 2013 sur le site d'Arte. Il s'agit d'un jeu typographique visant justement à explorer l'histoire de la typographie. Coproduction @Cosmografik. Produced by Ex Nihilo & Arte.

Intime conviction¹⁰⁵. A la limite du social, du reportage et du jeu, cette web-série d'Arte raconte jour après jour le procès d'Assises du principal suspect de l'affaire Manon Villers. Pendant trois semaines les internautes ont pu suivre les auditions et les plaidoiries, réagir face aux dépositions et partager leur opinion avec leurs amis.

Code Barre¹⁰⁶. Ce n'est pas un jeu au sens propre, mais ce webdocumentaire produit par Arte met en scène de manière très intelligente l'utilisation des codes barres. On peut donc le prendre comme une exploration ludique des objets et des histoires humaines qui leur sont liés. Trente cinéastes ont participé à ce webdocumentaire et ont réalisé cent courts métrages.

Sociaux

Half the sky¹⁰⁷. The Half the Sky Movement is cutting across platforms to ignite the change needed to put an end to the oppression of women and girls worldwide, the defining issue of our time. Inspired by journalists Nicholas Kristof and Sheryl WuDunn's book of the same name, Half the Sky: Turning Oppression into Opportunity for Women Worldwide brings together video, websites, games, blogs and other educational tools to not only raise awareness of women's issues, but to also provide concrete steps to fight these problems and empower women. Change is possible, and you can be part of the solution.



What + How + Why. REINVENTION STORIES¹⁰⁸ is an experiment in bringing real life documentary stories into the potential of an interactive environment. This includes a short movie. Sit back and watch it if you want, or choose your own path through. You can add your own story. You can answer questions we ask. Or eventually you can see dozens of stories, of

¹⁰³ <http://byzantiumsecurity.com/>

¹⁰⁴ <http://typerider.arte.tv/fr/>

¹⁰⁵ <http://intimeconviction.arte.tv/fr/>

¹⁰⁶ <http://codebarre.tv/fr/#/fr/film/89>

¹⁰⁷ <http://www.halfttheskymovement.org/>

¹⁰⁸ <http://blog.reinventionstories.org/about>

people, places and events in our city. Can an evolving web site become a living, breathing chronicle of one city's struggle and resurgence? Let's find out.

Bombshell: The Life and Death of a Pinup¹⁰⁹. A documentary film-in-the-making that uses crowdfunding and multimedia to expand the narrative of the story beyond the parameters of the film itself.

Solos webdoc¹¹⁰. This is the portrait of a family through two stories and several movies on a single screen. Très convaincant dans son approche multimédia.

Banlieue la nuit¹¹¹. Sur les travailleurs de la nuit au Québec. Bar, autobus, pizza et même hôpital constituent autant de voies d'entrées. Informatif et pédagogique et centré sur la vie quotidienne des habitants.

Une vie de Rom¹¹². Un Webdocumentaire simple et efficace de TV5.

Des tours et des hommes¹¹³. Le Blosne est un quartier situé au sud de Rennes classé en Z.U.S. (Zone Urbaine Sensible). Il comportait 16 107 habitants en 2008 dont 12% étaient au chômage et 28,4% vivaient dans un ménage à bas revenus. Hormis ces données purement statistiques, le Blosne est un quartier en pleine évolution où l'on dénombre une trentaine de nationalités différentes. Entre français de souche, français d'origine étrangère et migrants habitant un quartier dit cosmopolite, des tensions existent. Se découvrir pour apaiser les tensions et valoriser le « vivre ensemble » dans un seul et même lieu semble nécessaire. Mettre en avant un quartier pionnier où se côtoient le proche et le lointain, peut-être inventeur d'une nouvelle façon de vivre.

La memoria e la ferita¹¹⁴. The workers of the Officine Grandi Riparazioni in Bologna repaired and refitted train cars from all over Italy, exposing themselves to asbestos when removing it from train cars. Hundreds of people have died and continue to die in a silent massacre. Their stories are kept alive in the small museum created by one of the train yard employees. Producteur : Pubblico bene¹¹⁵.

Changer le monde¹¹⁶. **Portraits d'entrepreneurs sociaux en action.** Produit par Canal+. Alors que l'entrepreneur classique mesure sa performance en termes de profit et de retour sur investissement, l'entrepreneur solidaire mesure son succès en termes d'impact sur l'environnement et sur la société. Des fondations ont été créées pour regrouper et permettre une meilleure visibilité de ces entrepreneurs du futur. Les fondations Schwab (rattachées au World Economic Forum) ou Skoll sont devenues des références en la matière. Elles regroupent plusieurs centaines d'entrepreneurs solidaires. À titre d'exemples, nous en avons

¹⁰⁹ <http://strongfeatures.com/projects/bombshell/>

¹¹⁰ <http://webdocsolos.com/en/webdoc>

¹¹¹ <http://banlieuelanuit.radio-canada.ca/reportage/nuit-blanche/bar.html>

¹¹² <http://focus.tv5monde.com/uneviederoms/>

¹¹³ <http://www.tours-hommes.org/>

¹¹⁴ <http://www.lamemoriaelaferitawebdoc.com/>

¹¹⁵¹¹⁵ Pubblico Bene è un progetto sperimentale di giornalismo d'inchiesta finanziato dai lettori e basato sulla partecipazione di lettori e giornalisti. <http://www.pubblicobene.it/>

¹¹⁶ <http://changerlemonde.canalplus.fr/>

sélectionné huit à travers le monde. Ils ont accepté de partager avec nous leur vision et la manière dont elle est devenue source de bien-être et de revenus pour de nombreuses personnes. Huit portraits d'hommes et de femmes qui s'engagent à faire naître le capitalisme de demain. Un capitalisme à visage humain.

Mes coups de coeur

Comme je l'ai déjà indiqué, depuis maintenant trois ans, je cherche des projets de type webdocumentaire ou transmédia qui puissent servir de base ou d'approche théorique à la présentation des itinéraires culturels.

C'est la raison pour laquelle j'ai fait un travail de veille assez régulier. Mais depuis un an, quand est venue l'idée d'un roman interactif utilisant au mieux les approches « *transmédia* », j'ai balayé de manière plus large les aspects théoriques et pratiques de ces domaines. La rédaction des articles I à IV m'a permis de faire un point sur la documentation que j'avais réunie, à la lumière d'une première rédaction des synopsis des romans interactifs qui vont être lancés d'ici la fin 2013.

Dans cette dernière partie, dont le choix est relativement et volontairement restreint, je n'ai retenu que les exemples qui touchaient de près par leur contenu ou leur état d'esprit la recherche que je mène. Les responsables de deux des exemples commentés ci-dessous ont été invités à Enghien-les-Bains pour le premier Café de l'Europe qui confrontait numérique et patrimoine : « **Border Bistro** », en raison de son travail sur le transfrontalier et les langues, ainsi que du travail passé de ses auteurs sur le parcours transfrontières depuis la Baltique jusqu'à la Mer Adriatique, le long de l'ancienne frontière entre l'Est et l'Ouest de l'Europe et d'autre part « **Le défi des bâtisseurs** » qui est un des rares exemples à porter sur le patrimoine et son histoire de manière aussi créative.

Le seul webdocumentaire directement relié aux itinéraires culturels du Conseil de l'Europe concerne à ma connaissance uniquement les Chemins de Compostelle. Je commencerai donc par celui-ci.

Itinéraires et voyages

En route vers Compostelle¹¹⁷. Le parcours, la carte et les images sont les trois voies d'entrée. Une coproduction BNSA Aquitaine Patrimoines et Région Aquitaine. Les choix sont simples, soit explorer le patrimoine avec des personnes compétentes (architectes, tailleur de pierre...), soit écouter la parole de pèlerins, celle des artisans...soit continuer la route.

Seidenstrasse¹¹⁸. Si vous voulez suivre les « **Routes de la Soie** » et que vous comprenez l'allemand, SFR la télévision suisse allemande propose un parcours de type documentaire utilisant le son, une carte animée et le langage html.5 pour aider les internautes à comprendre ce qui relie Venise (point de départ), en passant par la Turquie, la Géorgie, l'Azerbaïdjanet et les pays d'Asie Centrale à la Chine (point d'arrivée).

¹¹⁷ <http://webdoc.bnsa.aquitaine.fr/en-route-vers-compostelle/>

¹¹⁸ <http://seidenstrasse.srf.ch/de/home.html>

Sur le thème du voyage j'avais beaucoup apprécié le prix du Webdocumentaire de Visa pour l'Image 2012.

Paroles de conflits¹¹⁹. Il s'agit en fait de 10.000 kilomètres de témoignages sur des territoires de / ou / en conflits. **Huit étapes d'un parcours en vélo**. En commençant par la Bosnie-Herzégovine, la Moldavie et l'Ukraine. Entre Srebrenica et Hiroshima, deux villes tristement célèbres pour avoir subi des atrocités sans nom de la guerre, Raphaël Beaugrand rapporte dans son webdocumentaire des tranches de vie d'hommes et de femmes, victimes ou témoins des barbaries des hommes dévorés par la haine. Partenariat RFI, la chaîne de télévision Toute l'Histoire et Dailymotion.



¹¹⁹ http://telechargement.rfi.fr.edgesuite.net/WebDocu/paroles_de_conflits/index.html

Autre exemple de voyage, mais dans l'espace celui-là.

The Trip¹²⁰. This is a brainchild of the Kissinger Twins and of UNIT9. A **transmedia project consisting of an interactive film, a short cinema film, a photography series and a concept album by Smolik**. The interactive version of The Trip is a road movie consisting of 11 chapters. An immersive, chill out music experience with strong visuals taken from public domain footage. "Listening to him was a bizarre experience. The line between fiction and reality blurred. But the facts and details of his story were logical" précise la présentation.

A sa manière, « Le jeu des mille euros » qui existe sous différentes formes depuis une soixantaine d'années et qui est diffusé aujourd'hui sur la radio qui a pris le titre de France Inter constitue également un « **road movie** » puisqu'il parcourt la France dans toutes ses villes et villages, met en relief le caractère des centres urbains et des paysages traversés et surtout, fait parler des Français de toutes origines et de tous âges.

Le Jeu des 1.000 histoires¹²¹. Préparé par Philippe Brault et Upian à qui on doit le remarquable "Prison Valley" évoqué plus haut. Images du quotidien, on puise dans un réservoir considérable d'instantanés. Une merveille !



¹²⁰ <http://www.unit9.com/project/the-trip?playlist=dawid-marcinkowski>

¹²¹ <http://1000-histoires.franceinter.fr/#home>

Entre chambres et paysages. Entre villes et jeux de piste

Out my window¹²². Même si l'exemple et l'approche viennent du Canada, la conception de ce webdocumentaire développée par son auteur Katerina Cizek est à mon avis applicable plus largement aux pays européens (Prague et Amsterdam font d'ailleurs partie des exemples) puisqu'il s'agit d'explorer la vie dans les tours des grandes cités périphériques. Il me semble surtout généralisable dans son approche bien adaptée à décrire des espaces clos en isolant des objets, des fragments d'ambiances intérieures ou des personnages particuliers, en faisant jouer le son, tout en ouvrant à une lecture du paysage environnant. Une analyse détaillée est donnée sur le site Filmmaker¹²³. L'auteur y souligne l'importance du travail pluridisciplinaire. « *HIGHRISE is founded on the idea of inter-disciplinary collaboration. So our teams include a broad scope of disciplines: architects, urban planners, academics, civil servants, landlords, community engagement officers, animators, web developers, art directors, creative technologists, sound designers and of course, highrise residents themselves. In HIGHRISE, as in Filmmaker-in-Residence (the project that Senior Producer Gerry Flahive and I did previously at the NFB), the stories and the projects stem from the relationships rather than the other way around.* »



¹²² <http://interactive.nfb.ca/#/outmywindow>

¹²³ <http://filmmakermagazine.com/70273-the-new-digital-storytelling-series-katerina-cizek/>

Ce webdocumentaire insiste également **sur la réactivité en temps réel** en élargissant à d'autres exemples. Lire à ce sujet cette analyse et interview¹²⁴ : « *Tower incorporates real-time experiences by having the virtual, interactive replica of its featured Kipling Avenue building reflect the current weather in Toronto. If it's snowing in Toronto, pixelated snow will fall in Tower, creating a more tangible connection between the viewer and the subjects in the documentary. The shift to interactive makes sense. Who hasn't had their interest piqued by something in a documentary and immediately pulled up Wikipedia to learn more? An interactive documentary can fold in the expanded threads so that users can pause the film and dive more in-depth, perhaps by providing additional relevant links or attaching supplemental photos and videos on a subject. Other works allow viewers to affect the images being presented. In Alma¹²⁵, an online documentary about a young former gang member in Guatemala, images of violence hover over Alma as she describes her former life. The choice of what is shown on screen is left to the viewer.* »

Des tours aux rues de villes, il n'y a qu'un pas. L'espace urbain et son évolution, ses habitants, ses travailleurs sont inclus dans de nombreux webdocumentaires, mais ma recherche personnelle portait sur des approches narratives fondées sur la topographie. Les webdocumentaires suivants comprenant film et carte interactive, qu'ils dialoguent avec le travail des artistes « *in situ* » ou qu'ils jouent sur l'imaginaire d'étranges épidémies, correspondent en grande partie à cette attente.



¹²⁴ <http://www.yongestreetmedia.com/features/nationalfilmboard01092013.aspx>

¹²⁵ Voir présentation plus haut dans les commentaires sur les reportages.

In situ¹²⁶. Il s'agit avant tout de performances d'artistes dans les villes. Il a obtenu le Grand Prix Digital Storytelling du Doc Lab de l'IDFA à Amsterdam. Antoine Viviani¹²⁷ répond ainsi à une interview¹²⁸ : « *Le film se déroule dans des villes européennes mais je recherchais davantage à capter une sensation de la ville, abstraite et sensorielle, plutôt que de passer d'une ville à l'autre de manière didactique. La cohérence entre toutes ces villes, c'est cet espace urbain majoritairement vieux et qui doit se renouveler. C'est aussi bien sûr cette idée que la ville est à la fois le lieu des plus grands espoirs, des utopies, du progrès, de la construction, du rêve, mais aussi, en miroir, un cauchemar, qui vous absorbe, un espace monstrueux, d'une complexité inouïe, le lieu de l'oubli, de la destruction, de l'accumulation... C'est pourquoi elle a pour certains un côté nostalgique, ou pessimiste, comme s'il s'agissait d'un espace perdu peut être...* » La chaîne Arte ayant demandé à l'auteur de raconter une histoire, celui-ci a donc « *retravaillé le film dans ce sens, qui m'intéressait bien plus, avec ce côté un peu schizophrène du webdoc : proposer à la fois de l'interactivité tout en essayant de raconter une histoire a fortiori linéaire. J'ai réécrit entièrement le film avec l'idée de ce grand voyage dans une ville poétique et de rencontres avec des personnages obsédés par le fait de s'en emparer artistiquement.* »

The Silent History¹²⁹. The Silent History is a groundbreaking novel, written and designed specially for iPad and iPhone, that uses serialization, exploration, and collaboration to tell the story of a generation of unusual children — born without the ability to create or comprehend language, but perhaps with other surprising skills of their own. The editorial brain behind the project is Eli Horowitz, author, editor, and former publisher of McSweeney's. Working with designer and technologist Russell Quinn and writers Matthew Derby and Kevin Moffett, Horowitz has created a book-app chimera with the weight and flow of a good novel and the open-ended world-making potential of a collaborative game. We caught up with him during the frenzy of publication week. Interview¹³⁰ of Horowitz: “*Although it's a novel, not a TV show like The Walking Dead or Breaking Bad, The Silent History resembles them in that it was presented in serial form—one chapter per weekday for roughly six months. The story is told through 120 "testimonials"—short accounts from parents, doctors, teachers, and a variety of other participants that together form a sort of oral history of the silent phenomenon. But it also features a number of "field reports"—site-specific accounts that can only be read when you are physically located at the place where they happened.*”

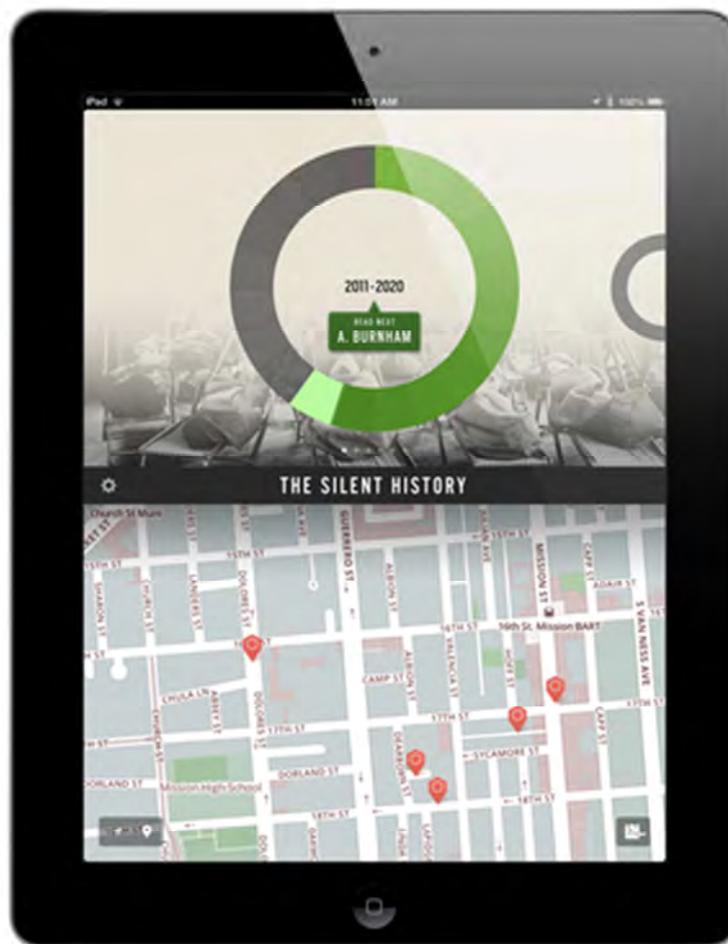
¹²⁶ <http://insitu.arte.tv/fr/#/home>

¹²⁷ Antoine Viviani a produit de nombreux documentaires musicaux (REM, Arcade Fire), a travaillé avec le vidéaste Pierre Huyghe, puis créé en 2009 sa société de production Providences. Au même moment, il réalise ses premiers films : Little Blue Nothing (2009, coréalisé avec Vincent Moon), puis la série Fugues (les meilleurs interprètes de musique classique surgissent au milieu de situations et lieux insolites, pour Arte Live Web, et développe et coproduit en parallèle des webdocumentaires (Changer le Monde cité plus haut, pour Canal+) depuis 2007.

¹²⁸ <http://cinemadocumentaire.wordpress.com/2011/12/12/insitu-entretien-multimedia-avec-antoine-viviani/>

¹²⁹ <http://www.thesilenthistory.com/>

¹³⁰ <http://www.deepmediaonline.com/deepmedia/2013/08/what-the-silent-history-teaches-about-digital-stories.html#more>



Un autre exemple d'épidémie est proposé dans le transmédia suivant dans lequel l'eau en bouteille joue un rôle important :

Pandemic¹³¹. Il s'agit d'un transmédia fondé **sur un film fantastique** dans lequel il reste 120 heures aux internautes pour stopper une épidémie. On a affaire à la fois à un court métrage, un magazine, cinq lieux d'action en improvisation, 6 objets connectés, 20 acteurs avec caméra, 50 objets avec puce NFC, tweets de tous les personnages, hashtags etc..., 5000 bouteilles d'eau qui combattent l'épidémie, 40000 festivaliers, 50000 photographies, 1 Mo de données et un quartier général pour l'organisation centrale.

Les participants du jeu sont appelés à se rendre sur les endroits même où ont été tournées certaines séquences.

¹³¹ <http://www.lanceweiler.com/work/case-study-pandemic/>

Patrimoine immatériel et matériel



Border Bistro¹³². Ce webdocumentaire a été sélectionné pour le Festival Frontières de Thionville en 2013. Il a été préparé par deux architectes paysagistes réunis dans le cadre de l'Atelier Limo¹³³ et qui avaient déjà fait un remarquable travail de diplôme d'architecture à Villeneuve d'Ascq sur les points de passage entre l'Est et l'Ouest de l'Europe durant la période de la Guerre Froide. Ce travail les a conduit à produire un film et un site web et à lancer l'idée, en plusieurs points frontières de radios locales. Ce webdocumentaire explore **neuf cafés qui se trouvent situés sur « la frontière linguistique belge »**. Il est essentiellement fondé sur les bruits des cafés, leur ambiance et la prise de parole de ceux qui les fréquentent et s'espriment sur leurs traditions linguistiques.

Gare du Nord¹³⁴. Produit par francetv, ce webdocumentaire sorti le 2 septembre 2013 est lié à un documentaire / fiction de Claire Simon qui sort lui-même en salle à l'automne 2013. La réalisatrice s'est immergée dans la plus grande gare d'Europe pendant plusieurs mois. La Gare du Nord n'est pas qu'un lieu de transit, c'est aussi un centre commercial, une place publique, un lieu de rendez-vous, où des milliers de Parisiens se croisent chaque jour. 550 000 passagers en tout. Dans le webdocumentaire est mise en place une topographie émotive où le parcours grâce au défilement avec la molette de la souris est très agréable et convivial. Claire Simon

¹³² <http://www.borderbistro.eu/#/fr/home>

¹³³ <http://www.atelier-limo.eu/>

¹³⁴ <http://gare-du-nord.nouvelles-ecritures.francetv.fr/>

donne la parole aux « habitants » de la gare - acteurs, passagers, occupants, travailleurs. En faisant défiler les heures, en changeant d'étage, on rencontre les divers personnages qui font la Gare du Nord. Aussi vous pourrez même croiser certains acteurs du film au beau milieu de ce webdoc. Vous pourrez aussi faire le choix de vous arrêter un instant et aller à la rencontre des personnages de la Gare du Nord grâce à des vidéos, photos, textes, illustrations ou sons.

A l'affiche du film, Nicole Garcia, Reda Kateb ou encore François Damiens interprètent Ismaël, Mathilde, Sacha et Joan qui vont s'y rencontrer. Chaque jour, Ismaël est ébloui, fasciné, épuisé par ce lieu. C'est sur le quai du RER qu'il voit Mathilde pour la première fois. Peu à peu, ils tombent amoureux. Ils croisent Sacha et Joan. Sacha est à la recherche de sa fille disparue, Joan passe sa vie dans cette gare entre Lille, Londres et Paris. La gare est comme une bulle que tous traversent, Français, immigrés, émigrés, voyageurs, fantômes... C'est un carrefour où chaque vie passe vite et disparaît.

Le Défi des Bâtisseurs¹³⁵. A beaucoup d'égards, **cette production transmédia qui est le fruit d'un énorme travail de Seppia**¹³⁶ **à Strasbourg restera une œuvre pionnière**. Il ne s'agit pas seulement d'un film en 3D qui démonte la complexité de la planification et de la construction d'une cathédrale gothique, mais plus encore une expérience au travers d'un webdocumentaire des phases de la recherche dans un atelier d'architecture devant s'adresser à la restauration, voire à la construction d'une partie manquante de ce patrimoine. Mieux encore il s'agit d'un jeu interactif qui a permis à de nombreux internautes de devenir eux-mêmes des bâtisseurs, grâce à un jeu d'enquête documentaire nommé « Tower Builder » ! Autre support exploité : les smartphones.

Développer une application s'est avéré être un complément harmonieux au dispositif, **puisqu'il permet aujourd'hui aux touristes de profiter gratuitement des scènes de reconstitutions historiques réalisées dans le cadre du film documentaire**. Les visiteurs seront amenés à être actifs grâce à l'exploitation de la technologie NFC et un outil de visualisation augmentée. Plusieurs jeux y constitueront des missions intégrées au webdoc.

Bref, un dispositif transmédia ambitieux pour un projet documentaire immersif. Le blog « Le lièvre de mars¹³⁷ » que nous avons déjà évoqué en fait une présentation très détaillée et donne un ensemble de liens pour aller plus loin dans l'exploration.

¹³⁵ <http://cathedrale.arte.tv/>

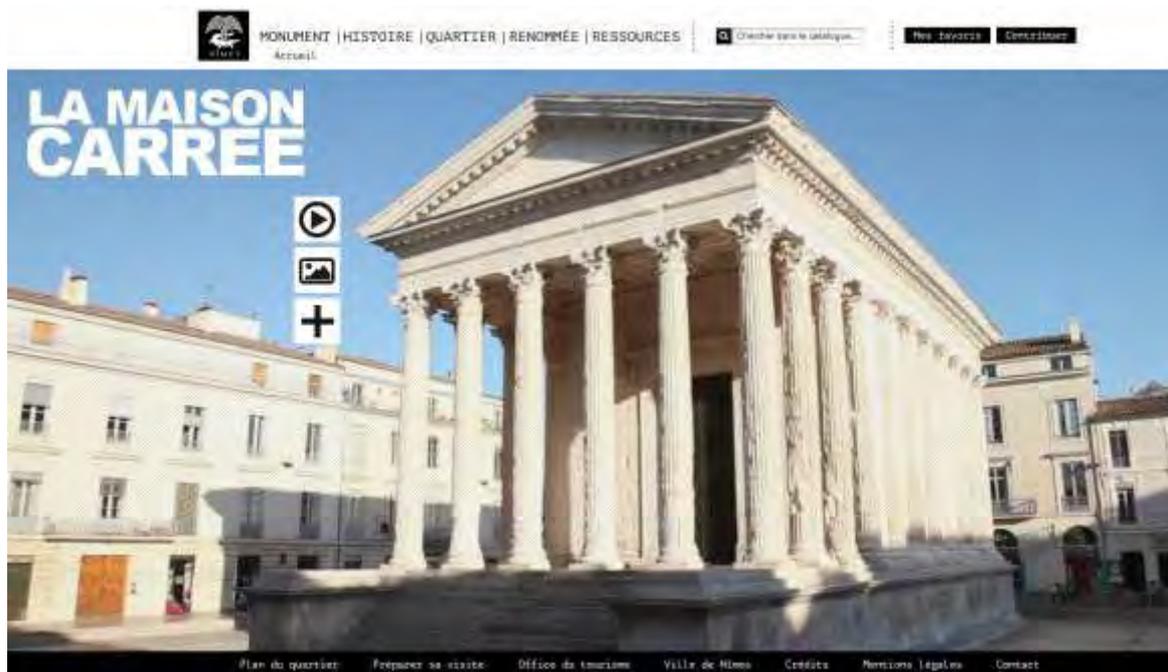
¹³⁶ <http://www.seppia.eu/>

¹³⁷ <http://haigha.wordpress.com/2012/12/06/enseigner-lhistoire-du-moyen-age-avec-des-ressources-transmedia/>



Moins sophistiqué et dans une perspective plus modeste, mais qui pourrait faire école pour d'autres monuments, la **Maison Carrée de Nîmes**¹³⁸ a fait également l'objet de la production d'un webdocumentaire culturel. Initié par Carré d'art bibliothèques, ce projet a réuni pour sa réalisation la Direction des affaires culturelles de la Ville de Nîmes, le service Patrimoine, les Archives municipales, le Musée du Vieux Nîmes, le Musée archéologique et le Musée des Beaux-arts. Le site web a été conçu et développé par Interval, une agence web récemment primée au Grimme Online Award2012 pour le webdocumentaire Amazonie – Le souffle indien diffusé par Arte. Celui-ci se présente comme une sorte de centre de ressources culturel, historique, patrimonial et touristique. **Un exemple d'avenir** qui a mobilisé : 30 vidéos (interviews de personnages clés, visites du monument, reconstitutions...), 700 images (photos, gravures, carte et plans, affiches, dessins et peintures...) ainsi que des textes (bibliographie avec lien vers les éditions en ligne, documents à télécharger, coupures de presse, textes lus...). Un espace interactif est ouvert pour le public. On y trouve en particulier des vidéos postées par les visiteurs qui montrent ce patrimoine à différentes saisons et dans différents contextes.

¹³⁸ <http://www.maisoncarree.eu/>



The Spiral

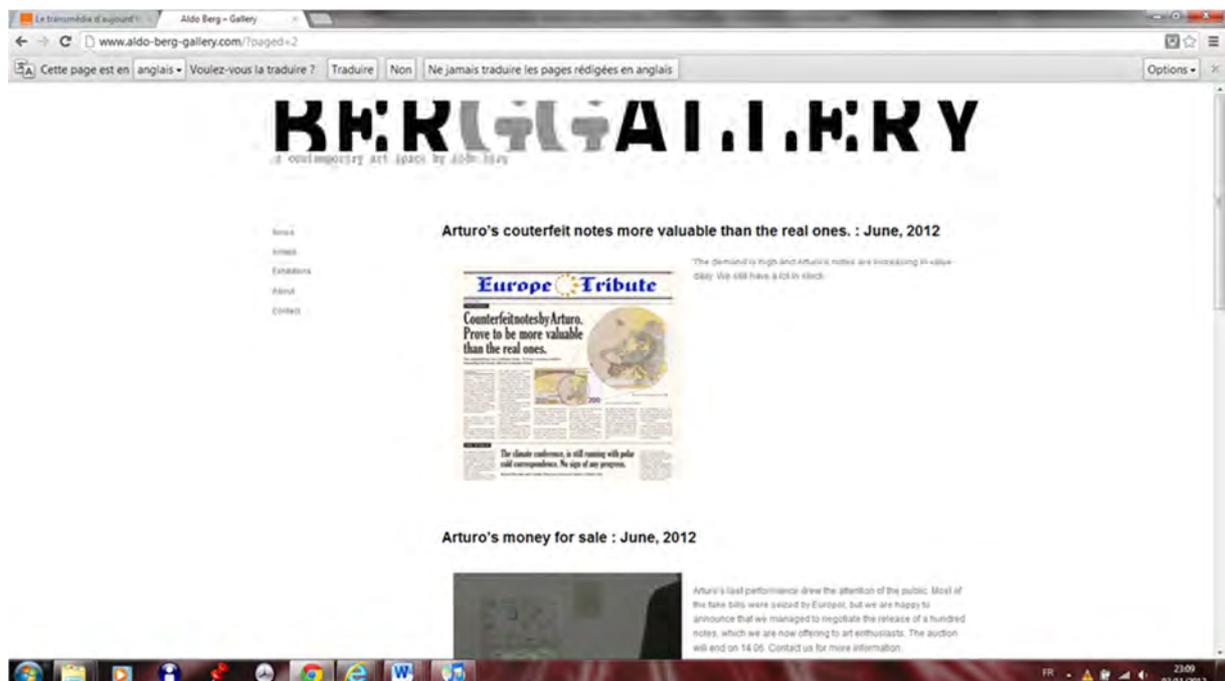
The Spiral¹³⁹. Cette série « *transmédia* » diffusée à l'automne 2012 par Arte et d'autres chaînes nord-européennes mérite certainement d'être distinguée entre toutes dans le cadre des domaines que j'explore. Avec « **Le Défi des bâtisseurs** » **il s'agit de mon plus grand coup de cœur**, au point que j'ai décidé de le faire entrer dans la vie de certains de mes personnages de romans interactifs. La raison principale est certainement que ce « thriller artistique » est à la fois « participatif » et « trans-européen ».

Une série qui raconte l'histoire d'un artiste qui a ouvert dans une friche industrielle un collectif de jeunes créateurs. Engagé dans la dénonciation de la spéculation du marché de l'art et du recyclage de l'argent sale, il décide d'envoyer six de ses jeunes collègues voler six tableaux de maîtres anciens et modernes dans six musées d'Europe. Les tableaux an question sont envoyés comme colis postaux pourvus de balises qui permettent de les suivre à la trace. Les fonctionnaires d'Europol se lancent sur la trace des voleurs, mais des « méchants » vont contrecarrer cette œuvre généreuse. Tout se terminera par le retour des tableaux le même jour dans les six villes tandis que les méchants en question seront arrêtés sur les toits du Parlement européen le 28 septembre 2012, ce qui donnera lieu à une retransmission en simultanée. Mais les internautes eux-mêmes, au même titre que les fonctionnaires Europol ont pu se lancer à la recherche des œuvres sur une carte de l'Europe, tandis que leurs tentatives de localisation - qui consommaient des points - pouvaient bénéficier de points supplémentaires de rattrapage s'ils introduisaient eux-mêmes des œuvres personnelles sur le site dédié. « Tous artistes » devenant un slogan alter-artistique, si on me permet cette expression.

¹³⁹ <http://www.arte.tv/fr/the-spiral/6835026.html>

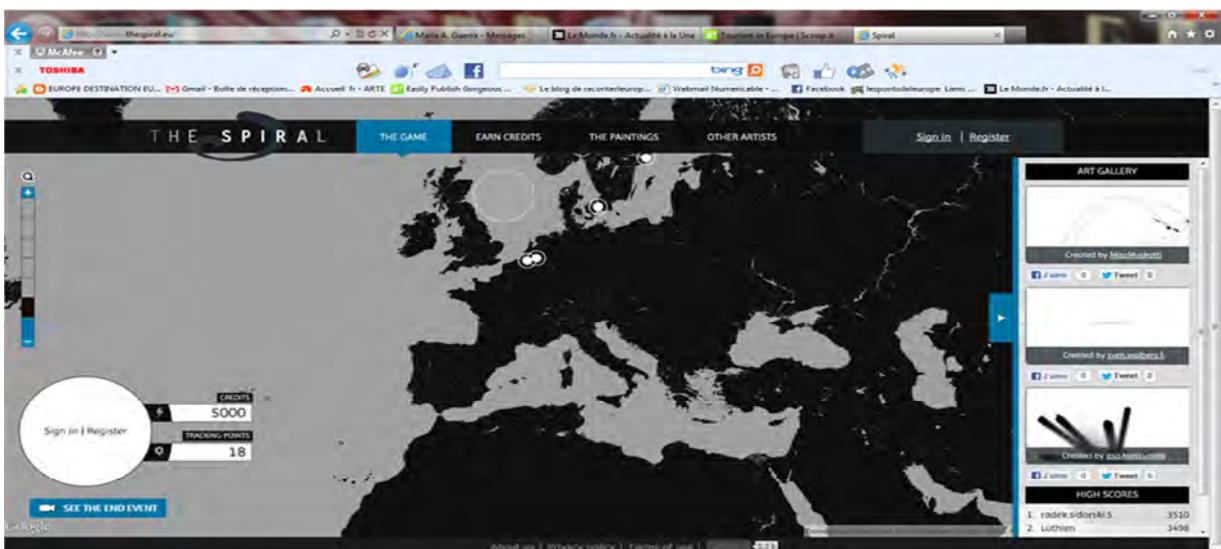
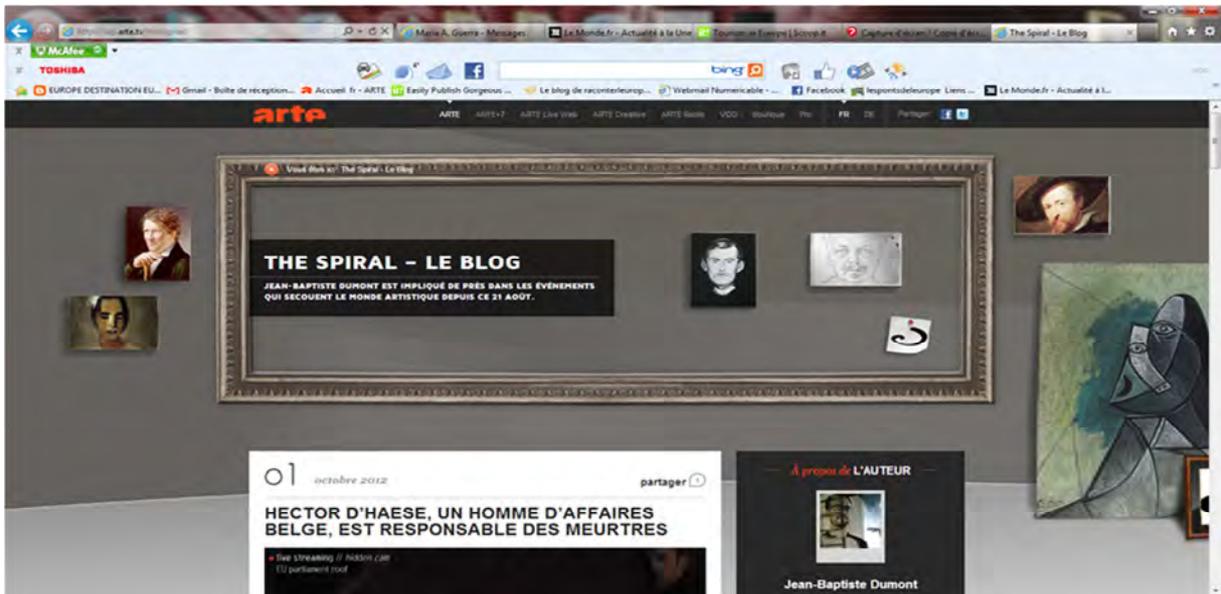
« Pour réaliser ce pari, **10% du budget global a été consacré aux dispositifs encourageant cette participation des fans en ligne.** « Une initiative qui, selon de Maegd, a généré « le meilleur retour sur l'investissement ». Il explique : « c'était comme si vous utilisez votre budget marketing à des fins narratives, ou comme si les efforts marketing et narratifs étaient fusionnés ». Ainsi, continue-t-il, « vous ne faites pas seulement du marketing, vous prolongez le récit [...] ces personnes [les joueurs] communiquent, génèrent un buzz viral, ils propagent l'histoire [...] de plus, ils produisent du contenu qui fait partie de l'univers narratif ; sans même qu'on produise du contenu, ils en font ». Résultat, les producteurs ont constaté qu'en cinq semaines, du début du jeu à la restitution des œuvres, 142.704 personnes ont contribué à leur recherche. Pensons aussi à la galerie d'images sur *TheSpiral.eu* qui compte presque 18 000 contributions des joueurs. Un choix stratégique, certainement à l'origine d'un succès d'audience, avec 2,5 millions de spectateurs pour le premier épisode, tous pays confondus – bien que le 0,4% de part de marché en Allemagne ait été jugé plutôt décevant. » Un site au nom d'Aldo Berg, un galeriste impliqué dans l'histoire a même été ouvert, tandis qu'un blog¹⁴⁰ commentait l'évolution de l'histoire. C'est à mon avis le seul exemple à ce jour qui soit véritablement bien adapté à la question de la découverte artistique de l'Europe, en utilisant une œuvre d'imagination. Une première qui n'a pas été suivie d'autres tentatives. Mais il n'est pas trop tard pour rêver à des itinéraires culturels pris dans cette Spirale !

Un certain nombre de copies d'écrans ci-dessous donnent une idée de la présentation. Le site « The rabbit hole¹⁴¹ » en a donné une analyse très pertinente.



¹⁴⁰ <http://www.arte.tv/sites/fr/the-spiral/>

¹⁴¹ <http://www.therabbithole.fr/2012/08/21/the-spiral-une-serie-transmedia-diffusee-sur-arte/>





Film participatif

Je me dois de terminer cet exercice de mise en perspective par **un film interactif, ou plutôt « participatif » et « transmédia »** assez étonnant qui reste lui aussi un cas d'école tout particulièrement par son mode de financement fondé sur le crowdfunding¹⁴². Un film **coproduit par 5000 personnes**.

The cosmonaut¹⁴³. Directed by Nicolás Alcalá, “*The Cosmonaut*” is a sci-fi adventure love story depicting the space race between Russia and the U.S. told from a Russian astronaut’s point view. The film boasts being Spain’s first film made from crowdfunding from 5,000+ people and of one of the world’s most successful film crowdfunding campaigns (at the time) collecting over €300,000. Not too shabby. It only cost 2 Euros to become a producer and was influenced by other epic projects including “*Artemis Eternal*” and “*A Swarm of Angels*.”

¹⁴² <http://techzulu.com/the-cosmonaut-new-distribution-methods/>

¹⁴³ <http://en.cosmonautexperience.com/>

