

---

Jean-Paul Fourmentraux (dir.) : *Digital Stories. Arts, design et cultures transmédia*

Matteo Treleani

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/edc/6858>

DOI : [10.4000/edc.6858](https://doi.org/10.4000/edc.6858)

ISSN : 2101-0366

**Éditeur**

Université de Lille

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 juin 2017

Pagination : 211-216

ISBN : 978-2-917562-17-8

ISSN : 1270-6841

**Référence électronique**

Matteo Treleani, « Jean-Paul Fourmentraux (dir.) : *Digital Stories. Arts, design et cultures transmédia* », *Études de communication* [En ligne], 48 | 2017, mis en ligne le 01 juin 2017, consulté le 23 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/edc/6858> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.6858>

---

Ce document a été généré automatiquement le 23 septembre 2020.

© Tous droits réservés

---

# Jean-Paul Fourmentraux (dir.) : *Digital Stories. Arts, design et cultures transmédia*

Matteo Treleani

---

## RÉFÉRENCE

**Fourmentraux J.-P.** (dir.) (2016). *Digital Stories. Arts, design et cultures transmédia*, Paris, Hermann.

- 1 *Digital Stories*, dirigé par Jean-Paul Fourmentraux, se propose d'analyser les nouvelles pratiques de la narration numérique. Du web-documentaire aux livres interactifs ou aux œuvres transmédia, les auteurs qui ont participé à l'ouvrage interrogent les nouvelles manières de penser des récits numériques. L'angle d'analyse est celui de l'engagement des publics. Les textes examinent donc l'articulation entre pratiques collectives et interactivité. Les récits s'adaptent à des contextes médiatiques qui permettent une présence, du moins simulée, des usagers dans l'histoire.
- 2 Les trois premiers textes abordent trois formes différentes de création numérique : il s'agit des campagnes transmédiées, des web-documentaires et de l'édition numérique.
- 3 Mélanie Bourdaa décrit deux exemples de *transmedia storytelling*, selon la définition de Henri Jenkins : la campagne marketing de la série *Game of Thrones* et celle de *Battlestar Galactica*. Elle démontre comment l'extension des univers fictionnels des séries contribue à accrocher les fans et à les fidéliser autour des mondes narratifs. L'engagement des publics est alors sollicité à travers la création d'une constellation de produits dérivés visant à les garder attentifs même en absence du produit principal (c'est-à-dire dans les pauses entre une saison et l'autre, par exemple).
- 4 Laure Bolka et Marie Després-Lonnet se sont penchées sur la réalisation d'un web-documentaire qui a vocation à être utilisé dans des ateliers de formation et de remédiation sociale de femmes en cours d'insertion professionnelle. L'intérêt de la

recherche, abordée selon un angle ethno-sémiotique, porte sur la difficile négociation entre les trois différentes entités assumant la réalisation du produit : un photographe qui avait en charge la conception de l'œuvre, une agence web qui s'occupait de l'interface et l'association d'insertion professionnelle. Les difficultés de dialogue se manifestent ensuite dans des problèmes sémiotiques et ergonomiques rencontrés par les chercheuses dans la première version du produit. L'interactivité se démontre comme l'élément le plus intéressant mais en même temps le plus problématique pour le web-documentaire.

- 5 Le chapitre rédigé par Florence Rio aborde la question des pratiques de lecture numérique avec l'analyse de deux exemples de livres augmentés. Le point de départ est de considérer que la lecture numérique non linéaire ne devrait pas être pensée en opposition avec le contenu du livre mais dans un rapport de complémentarité. Il s'agit en particulier de maîtriser des facilitateurs qui permettent le passage du texte à son augmentation hypertextuelle. Des *embrayeurs* donc, qui captent l'attention et facilitent l'accrochage au texte. Les cas analysés permettent de considérer les dispositifs numériques comme des systèmes complexes, supports de fictions transmédiatiques ou compléments fictionnels, ludiques ou documentaires.
- 6 Penser des nouveaux récits signifie que l'on peut également concevoir des nouvelles représentations. Fanny Georges aborde, par exemple, la question de la représentation de la mort dans les jeux vidéos. Dans les sociétés occidentales, on a remarqué l'absence de « croyances et de rites pour conjurer la mort » (p. 80). Cependant, les jeux vidéos mettent en scène une multitude de morts simulées : le décès à la première personne, celui de l'avatar du joueur, est ainsi pris en examen par l'auteur. Le risque des surabondances des représentations de la mort (et, j'ajouterais, de leur esthétisation) est la déréalisation : le joueur pourrait ne pas se sentir réellement touché et se trouver au contraire anesthésié face à la violence. Selon Fanny Georges, au contraire, l'avatar peut être vu comme « un dispositif d'expérience subjective de la mort », permettant de « mourir de façon répétitive » où témoigne un souci de « redonner du sens à la mort, en prolongeant l'agonie ou en donnant des pénalités » (p. 90). En d'autres termes, le jeu vidéo « donne bien lieu à des représentations de la mort imprégnées dans les imaginaires étudiés par certains anthropologues dans des sociétés qui n'ont pas recours aux nouvelles technologies » (p. 89). Le travail de Fanny Georges donne envie d'approfondir la question, sans doute en comparant les rites analysés par Edgar Morin avec les morts de l'avatar, pour mieux comprendre le rôle de la déréalisation.
- 7 Michaël Bourgatte analyse les pratiques numériques en relation avec des documents audiovisuels et voit un glissement de l'univers de l'écrit vers des pratiques proprement numériques. Il y voit une nouvelle forme de littérature audiovisuelle, qu'il définit comme la construction de discours à partir d'extraits filmiques. Ses observations ont été conduites en milieu scolaire et à l'occasion d'un festival de cinéma sur internet. Il aborde l'annotation des films, les commentaires faits à une conférence retransmise en direct<sup>1</sup> et l'expression à travers la manipulation d'images : le *mashup*. Cette dernière pratique en particulier tend « à s'intensifier et elle devient un moyen efficace de documenter les films, mais aussi de mettre en circulation des connaissances et des savoirs » (p. 107).
- 8 Les récits numériques présentent en effet des logiques esthétiques qui ne sont pas nouvelles, mais qui tendent à devenir dominantes alors qu'il s'agissait que de cas particuliers dans les médias analogiques (le remix musical, par exemple, ou le

remontage d'archives filmiques dans le *found footage*). Le *mashup* est un cas qui est de plus en plus fréquent. Ses logiques esthétiques et rhétoriques sont abordées par Nicolas Nova, dans un domaine fort passionnant : les œuvres créées à partir d'un remix automatisé. Il analyse le cas d'une bande dessinée générative (*Generated Detective*), constituée à partir d'emprunts de contenus existants (des photos Flickr et des extraits de textes provenant du Projet Gutenberg<sup>2</sup>). Le processus est complexe et inclut des contenus créés intentionnellement par l'humain et une structure formatée par des algorithmes. Les hybridations sont donc automatiques mais les contenus hybridés sont de natures diverses. Nicolas Nova fait l'hypothèse que ces changements sont au cœur d'un nouveau régime de la production culturelle, et plus particulièrement de la création visuelle.

- 9 Le domaine de l'audiovisuel est également abordé par Éveline Broudoux qui compare le documentaire traditionnel et le web-documentaire, à la lumière de la théorie du document numérique de Roger T. Pédaque<sup>3</sup>. Alors que le web-documentaire peut-être perçu comme un genre narratif énonçant « un ou plusieurs points de vue sur une réalité perçue » (p. 118), Éveline Broudoux observe que l'on est arrivé à de nouvelles formes narratives où les plateformes façonnent les rôles joués par les « interacteurs » en les incitant à prendre position. Leur fonction principale est donc de rechercher un changement comportemental des internautes. Elle constate cependant des contradictions dans l'engagement des visionneurs au sein des dispositifs. En particulier, leur engagement se manifeste par l'expression d'un point de vue, alors qu'en parallèle, « sont recueillies, en interne, les médiations des acteurs culturels. La captation des réalités signifiantes pourrait passer en arrière-plan et ne devenir que le prétexte à la communication » (p. 119).
- 10 La dernière partie de l'ouvrage nous offre un aperçu de travaux artistiques tout en présentant des éléments de théorie esthétique particulièrement stimulants.
- 11 Stéphane Vial nous aide à conceptualiser la création numérique en questionnant certains emplois terminologiques afin d'en proposer des nouveaux. La notion d'« ontophonie » serait selon lui utile pour mieux comprendre les objets numériques car elle s'éloigne de l'usage du mot virtuel. En philosophie, le virtuel et le réel sont deux modes d'existence. Il est peu heuristique de les opposer, comme si ce qui est numérique, n'était qu'un mirage, une tromperie. Ce qui est intéressant est de voir plutôt comment certains objets se donnent à nous : les techniques médiatiques modifient notre perception, il est donc fascinant de les analyser d'un point de vue phénoménologique. Le numérique est alors une manière de se manifester : « les interfaces numériques constituent [...] une nouvelle forme où se coule notre perception, tout comme l'ont été avant elles les machines mécanisées du [...] système technique industriel » (p. 142).
- 12 Le point de vue esthétique – au sens kantien du terme, c'est-à-dire en tant qu'étude des conditions de la sensibilité – est également approfondi dans les textes des artistes-chercheurs Jean-Marie Dallet, Marie-Laure Cazin, Stéphane Degoutin et Gwenola Wagon et dans l'analyse des travaux du collectif HeHe faite par Jean-Paul Fourmentaux.
- 13 Jean-Marie Dallet, en utilisant la notion de « projection », retrace l'histoire de ses expériences artistiques : des dispositifs interactifs numériques qui mettent en scène des collections d'images, d'animations et de sons. Ses œuvres poussent à poser la question « du voir ». Ces dispositifs auraient le but d'« arpenter la mémoire », provoquant des

remémorations, des répétitions, des décalages et des collages de sens. Dans tout cela, pour Jean-Marie Dallet, « le cinéma est la tâche aveugle à partir de laquelle s'envisage notre pratique [...]. La question de l'écran ou de la salle de cinéma, par exemple, essentiel au dispositif de réception de l'image cinématographique, fait ainsi l'objet de nombreuses expérimentations » (p. 168).

- 14 Marie-Laure Cazin présente son projet de cinéma émotif, projet où le film évolue en temps réel en fonction des émotions des spectateurs (captées à travers des casques qui enregistrent l'activité cérébrale). C'est le choix d'un cinéma interactif mais où l'interaction est « involontaire » car les ondes cérébrales lancent différentes séquences du film. Il s'agit d'un projet qui présente une grande quantité de problématiques liées à l'audiovisuel interactif. Un projet où, en outre, les sciences cognitives rencontrent des problématiques esthétiques.
- 15 Jean-Paul Fourmentraux décrit un cas où les potentialités du numérique sont exploitées pour « donner à percevoir et à penser les questions de société que posent les problématiques écologiques ou énergétiques actuelles » (p. 185). L'activisme du collectif HeHe investit par exemple l'espace public. En est un exemple le projet *Nuage Vert* : une projection laser verte qui souligne les contours de la fumée d'une centrale thermique. Le nuage utilisait des données de la centrale, grandissant à mesure que les résidents du quartier diminuaient leur consommation d'électricité. Le sens de la démarche revendiquée par le collectif est d'« amplifier, faire résonner, transformer le relief des innovations technologiques et leur impact social, le mettre en scène dans des propositions artistiques » (p. 192).
- 16 Stéphane Degoutin et Gwenola Wagon ont quant à eux réalisé une installation, constituée de séquences vidéos récupérées sur internet, intitulée *Dance Party in Iraq*. Il s'agit de vidéos de militaires qui dansent dans des territoires de guerre. Les deux artistes-chercheurs se livrent donc à une passionnante typologie des vidéos. Certaines semblent afficher la nostalgie de la culture populaire chez les jeunes soldats, d'autres semblent plutôt des danses de mort et de transgression. La plupart des vidéos se trouve sur internet. La pratique de la collection lors de ces recherches, et ensuite de la cartographie afin d'agencer spatialement les documents, devient alors importante. Encore une fois on est dans une culture du remix, revisitée par les algorithmes.
- 17 Tout en présentant une grande diversité d'objets d'étude et d'approches (de la sociologie des usages à la sémiologie, en passant par l'esthétique), *Digital Stories* nous offre un panorama sur les questions les plus actuelles liées à la création dans l'environnement numérique. Sa lecture permet d'ouvrir des pistes de réflexion qui nous interrogent et montrent l'intérêt et les potentiels des sujets étudiés. L'ensemble de ces questions nous aide à voir comment le milieu numérique, tout en présentant une multitude d'aspects techniques, esthétiques et conceptuels – souvent très divers entre eux, manifeste des logiques médiatiques qui étaient en germe dans les médias analogiques, mais qui deviennent structurantes aujourd'hui. Il est dès lors de plus en plus clair que son analyse comme une « culture », au sens anthropologique du terme, tel que l'entend Milad Doueïhi<sup>4</sup>, est essentielle pour mieux saisir les enjeux actuels.

---

## NOTES

1. Pour ces terrains, Bourgatte s'appuie sur des logiciels développés par l'Institut de Recherche et Innovation : *Lignes de temps* et *Polemic Tweet*.
  2. Le Projet Gutenberg est une bibliothèque numérique en ligne qui présente des livres du domaine public.
  3. Pédaque R. T. (2006). *Le document à la lumière du numérique*, Caen, C&F éditions.
  4. Doueihy M. (2008). *La grande conversion numérique*, Paris, Seuil.
- 

## AUTEUR

### **MATTEO TRELEANI**

Univ. Lille, EA 4073 - GERiiCO - Groupement d'Études et de Recherche Interdisciplinaire en Information et Communication, F-59000 Lille, France  
matteo.treleani@univ-lille3.fr