

Les Enjeux de l'information et de la communication

n° 12/2, année 2011

Le(s) multi-média(s)

Dossier coordonné et présenté par
Françoise Paquienséguy



http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/index.php

Sommaire n° 12/2, 2011

Françoise Paquienséguy	3
<i>Multimédia et web 2.0 : entre pratiques éditoriales et industries créatives</i>	
Serge Bouchardon, Isabelle Cailleau, Stéphane Crozat, Bruno Bachimont, Thibaud Hulin	11
<i>Explorer les possibles de l'écriture multimédia</i>	
Evelyne Broudoux	25
<i>Le documentaire élargi au web</i>	
Valérie Croissant, Annelise Touboul	43
<i>Le multimédia ou le langage des sociabilités numériques. L'exemple de la communication des artistes sur les réseaux sociaux numériques</i>	
Manuel Dupuy-Salle	55
<i>Multimédia et cinéphilie : l'usage de séquences vidéos comme révélateur d'un élargissement des pratiques d'écriture. L'exemple de trois blogueurs</i>	
Fabrice Pirolli, Raphaëlle Crétin-Pirolli	73
<i>Web social et multimédia : propriétés d'une relation symbiotique</i>	

Multimédia et web 2.0 : entre pratiques éditoriales et industries créatives

Article inédit. Mis en ligne le xx décembre 2011.

Françoise Paquienséguy

Françoise Paquienséguy est professeur de Sciences de l'information et de la communication à l'UFR Culture et Communication de l'Université Paris. Elle est actuellement chercheur au Centre d'études des médias, des technologies et de l'international, et également rattachée à la MSHPN. Elle a travaillé sur le multimédia de plusieurs façons. En tant qu'enseignante, et en tant que chercheur. En 1999, elle a créé et dirigé ensuite jusqu'en 2004, l'axe EMIPU du Gresec consacré aux Écritures multimédias et Interactives : production et usages. Elle a publié un premier état de sa réflexion dans un ouvrage intitulé Les produits interactifs et multimédias Méthodologies - Conception - Écritures, paru aux Pug en 1999. Elle a participé et conduit plusieurs programmes de recherches sur les écritures interactives, dans les productions éducatives principalement. Elle a aujourd'hui élargi sa thématique de recherche aux usages des Technologies de l'information et de la communication numériques, qu'elle analyse selon différentes approches, du champ éducatif aux start-ups innovantes, en passant par les Industries créatives.

Plan

Figures récurrentes du multimédia contemporain

Le multimédia : une industrie créative ?

Références bibliographiques

Le terme « multimédia » a été utilisé dès la fin des années 80¹ du siècle dernier pour qualifier des contenus ou des services interactifs « utilisant le seul support numérique, pour le traitement et la transmission de l'information sous toutes ses formes : textes, données, sons, images fixes, images animées réelles ou virtuelles » (Théry, 1994 : 127). Le multimédia se structure alors dans un contexte socioéconomique très particulier fait de déréglementation, privatisation, porteur des premières technologies de l'information et de la communication numériques (TICN), et témoin de l'informatisation et de l'individualisation des pratiques... Le multimédia s'incarne alors principalement dans des produits disponibles sous forme de CD-Rom dont les contenus et les accès exploitent avant tout les prouesses de la numérisation des données.

Cette première période de « recherche et développement » du multimédia est donc sous-tendue par deux quêtes, celle de la performance technologique et celle de la créativité illimitée, portées et forcées par les industriels, comme Apple ou Microsoft ; les éditeurs comme Hachette ou Living Books ; et dans un troisième temps par certaines institutions, comme la Réunion des Musées Nationaux (RMN), l'Inathèque ou la Bibliothèque Publique d'Information (BPI) du Centre Georges Pompidou, par exemple. Le multimédia s'y trouve totalement dispersé, dans bien des directions, selon que l'une ou l'autre des quêtes progresse ou expérimente, souvenons-nous par exemple des fictions narratives conçues par ordinateur (*Renga* de Jean-Pierre Balpe), des moteurs comportementaux (Le jeu *The Insiders*), des premières interfaces totalement graphiques (*Le Dragon aux 10 000 icônes* de Michel Jaffrenou), des visites guidées introductives en trois dimensions (CD-Rom *Le Louvre*), de la rupture de la linéarité (*Orange*, premier roman interactif pour Minitel conçu

.....

¹ il aurait été lancé officiellement par Bill Gates, fondateur de Microsoft, en 1986, lors de la première conférence internationale sur le Compact Disc Read Only Memory (CD-ROM).

en 1984)... Des thèmes forts se dégagent de ces premiers travaux, comme celui des écritures qui taraude l'Ina par exemple², (O. Koechlin) ; celui des jeux vidéos qui se légitiment (Le Diberder) ; celui du virtuel (P. Lévy) et de la virtualisation dont les artistes se saisissent très vite. Le multimédia commence alors à coloniser alors plusieurs secteurs d'activité : les loisirs, l'éducation, la culture, l'auto-apprentissage, l'art... Il s'immisce partout. Effervescence et productivité qui conduisent à des concrétisations et des conclusions diverses, cependant vite occultées par la montée en puissance du réseau Internet, et l'explosion de l'interactivité suite au lancement du World Wide Web à partir des années 1995/1997. La technologie rattrapait l'imaginaire et le réseau supplantait le multimédia : « la vision était réalisée » (Le Diberder, 2006 : 34).

FIGURES RECURRENTES DU MULTIMEDIA CONTEMPORAIN

En 2011, le dossier des *Enjeux de l'information et de la communication* cherche justement à faire le point sur le(s), les multimédia(s) contemporains en privilégiant le regard des Sciences de la Communication sur cet objet, tout à la fois devenu plus présent dans nos pratiques quotidiennes et plus discret dans nos questionnements scientifiques. Les cinq propositions retenues suite à l'appel de la revue revisitent le multimédia, le redécouvrent au fil d'Internet. Elles donnent à voir ce qu'il est aujourd'hui et comment il se structure, autour des pratiques et non plus des techniques. Chacune à leur façon, elles évoquent trois éléments récurrents, en totale continuité avec les premiers questionnements évoqués plus haut, abordés ici.

L'Interactivité

Depuis plus de dix ans, nous tenons une position très claire sur la distinction à opérer entre l'interactivité et le multimédia (Séguy, 1999 : 74-80) qui fait de la première une intelligence d'accès reposant sur une structure conceptuelle de l'ensemble des contenus, dont l'hypertexte, le multicritères ou l'arborescence sont emblématiques ; et du second un mode d'agencement des vecteurs de transmission de ces contenus qui caractérise leurs concrétisations sensibles (images, son, animation, 3D...). Scission et complémentarité que Broudoux retravaille à propos des web-documentaires qu'elle définit comme « un documentaire réalisé en vidéos, en bandes sons, en textes et en images, dont la scénarisation tient compte de l'interactivité dans la fragmentation des récits et dans l'interface graphique et qui s'insère dans un dispositif personnalisant la communication avec l'internaute (réseaux sociaux, commentaires, etc.) ». En effet, dans un premier temps cette analyse des web-documentaires fait ressurgir les éléments clefs de l'interactivité comme les parcours multiples, les niveaux de l'arborescence, ou encore les menus hypertextuels, mais les spécificités du corpus étudié la conduisent dans un deuxième temps à dépasser ces fondamentaux pour lier le dispositif narratif interactif et son interface aux internautes.

L'interactivité aurait-elle évolué, non pas au regard des améliorations techniques qu'elle a connues, mais au regard de ses producteurs et de ses usagers ? Broudoux pose justement la question des caractéristiques de ces internautes qui sont pour elles des digitaux natives, coutumiers du « visionnage » sur un écran d'ordinateur, en faisant sienne l'idée de Jenkins d'un changement dans les modes de consommation des médias. De même, elle tente de cerner les caractéristiques des auteurs de web-documentaires déjà porteurs de savoir-faire et

.....

² L'Ina développe en 1999 le projet « Village de l'innovation » pour étudier les écritures multimédias et interactives.

de références professionnelles selon qu'ils s'affichent comme photographes, documentaristes ou journalistes ; leurs aptitudes et penchants les conduiraient à développer des pratiques « de production créative » que nous qualifierions également d'éditoriales, nous y reviendrons.

Creusant le même sillon, « d'une culture Internet » qui magnifie la co-conception et la créativité illimitée, et qui marque les pratiques comme les productions numériques, Croissant et Touboul font l'hypothèse que leur échantillon d'artistes professionnels à l'œuvre dans les réseaux sociaux, fait montre de compétences en termes d'interactivité. Celles-ci formeraient le socle indispensable à la mise en scène et à la valorisation de l'artiste et de son œuvre, pour « être remarqué et être remarquable » dans les réseaux sociaux numériques de créateurs. Actives, ces compétences vérifieraient une exposition, une personnalisation de l'identité artistique de l'auteur ; partielles ou absentes elles témoigneraient des difficultés, ou de l'incapacité de l'artiste à construire son identité numérique de créateur. Ces auteurs renforcent donc l'idée que l'interactivité est un outil aux services des productions multimédias, un outil d'importance dont elles font un des présupposés de la création. L'interactivité devenue compétence des producteurs et des consommateurs de contenus multimédias, constitue alors un des composants de l'écriture, d'une écriture dont les techniques, les genres et les formats se stabiliseraient pour Broudoux.

L'Écriture

L'écriture et seulement elle, sans qualificatif complémentaire, car c'est l'écriture avant tout qui fait question : « Le multimédia permet-il d'ouvrir des possibles pour l'écriture ? » (Bouchardon et *alii*). Question récurrente depuis presque 20 ans à la suite d'un numéro thématique³ des *Dossiers de l'audiovisuel*, qui a fait date. En effet, les médias et industries culturelles traditionnels ont toujours confié l'écriture à des professionnels, qu'ils soient journalistes, compositeurs, réalisateurs ou écrivains, tous spécialistes d'un genre dans leur catégorie professionnelle et produisant tous en référence à des codes et des pratiques éditoriaux défini par le média, ou la filière. Ces conditions d'écriture ont à la fois spécifié et contraint les pratiques et les modalités d'écritures, toutes sensées vérifier un genre et s'inscrire sur un support particulier. Sans référence aucune à la notion de convergence des industries de la communication telle que le MIT⁴ la faite connaître, le multimédia bouscule ces frontières, les dispositifs numériques juxtaposent et mêlent des contenus et productions de moins en moins spécifiques à un secteur particulier. En la matière, le poids des recherches de l'Ina ne doit pas être négligé, car depuis les années 1980 (en association avec le Cnet et Canal+⁵) cette institution interroge ces « nouvelles écritures » à l'intersection de l'audio-visuel, de la numérisation et du réseau d'un point de vue professionnel. C'est d'ailleurs sur la base d'une production récente de l'Ina, que Bouchardon et *alii* avancent l'hypothèse que l'écriture multimédia fait sens à partir d'éléments préexistants pour lesquels elle constitue une nouvelle éditorialisation. Cette idée d'un transfert, source d'enrichissement se trouve également chez Dupuy-Salle, pour qui le multimédia, dont le genre n'est pas défini, élargirait les pratiques d'écritures en cumulant l'écriture de référence (le cinéma et la vidéo dans son étude) à celle des outils et services de

.....

³ *Les Dossiers de l'Audiovisuel*, novembre 1995, n° 64 « Multimédia : l'écriture interactive »

⁴ Principalement portées par Négroponte dans les années 1984/1986

⁵ Le Feuilleton/Jeu *Shanghai - Paris* a été conçu et réalisé par l'INA en collaboration avec le Cnet et diffusé de nuit en 1984 par Canal Plus : ce jeu était exploité sur support audio-vidéographique -norme alphamosaïque- avec une connexion nocturne à un serveur vidéotex.

l'interactivité (les blogs dans son cas). Les pratiques d'écritures de références, ici souvent maîtrisées par les cinéphiles ordinaires qu'il observe et interroge, s'entremêlent alors avec les pratiques scripturales forgées dans et sur Internet.

L'écriture numérique s'en trouve alors augmentée sur la base d'une inclusion, d'une inscription des pratiques éditoriales de référence, comme en témoignent dans les articles qui suivent les web-documentaires : porteurs d'un nouveau genre éditorial, ou les blogs de cinéphiles : lieux de dépassement des pratiques d'écritures de blog, élargies par la vidéo, par les dynamiques du lien et surtout par la visée éditoriale qui les génère, ou encore les réseaux sociaux. Mais l'écriture elle-même est source d'augmentation, à l'instar de la 3D qui augmente la réalité... lorsqu'elle fédère et unit des ressources diverses, interchangeables, auxquelles elle donne une autre dimension, multimédia, comme dans les *Fresques Hypermédiâs* de l'Ina qui lient pratiques d'écriture et pratiques éditoriales dans une logique de re-exploitation des ressources archivées. Ces pratiques éditoriales couplant Multimédia et Internet seraient donc innovantes à la fois, parce qu'elles se montrent plus riches et plus complexes que celles qui s'étaient fixées sur un seul support ou média de référence, en réseaux elles sont déjà inscrites dans des processus de médiatisation ; parce qu'elles se veulent accessibles à tous, amateurs comme professionnels, assidus comme dilettantes, experts comme néophytes, par la double mise à disposition des outils de création et de diffusion et des contenus, souvent préexistants nous l'avons dit ; et parce qu'elles reposent sur des formes d'écriture numérique en conformité avec ces caractéristiques. Ainsi structurée par une écriture spécifique, l'expression multimédia se développe dans des espaces numériques de médiation portés par le Web 2.0 avec lequel elle entre en synergie, d'autant plus et d'autant mieux que les stratégies industrielles l'y engagent, nous le verrons en conclusion.

La Médiation

Croisée avec le multimédia la question nous paraît nouvelle et centrale pour l'ensemble des auteurs de ce dossier. L'idée que nous en retenons est que les outils participatifs d'Internet, qui incitent l'internaute à être tout à la fois acteur, auteur, lecteur, producteur, diffuseur..., seraient le lieu d'exercice permanent d'une médiation entre les dispositifs techniques, les internautes dans toute la diversité de leurs statuts, et les contenus sur la base de pratiques éditoriales collaboratives. Le web social (Millerand, Proulx, Rieff, 2010) serait donc le support idéal du multimédia tout public, premièrement car les plateformes participatives valorisent les contenus multimédias dont elles facilitent et pérennisent l'accès (Pirolli et Pirolli) ; deuxièmement, car elles imposent leurs règles et formats d'expression (Croissant et Touboul) qui façonnent les productions et les incitent au multimédia ; troisièmement, car ces nouveaux formats (le blog, le tweet, le mur...) ouvrent sur une très grande liberté éditoriale (Dupuy-Salle), processus qui impose de revisiter les logiques d'usages tant en consommation qu'en production ; quatrièmement, car les réseaux sociaux se perçoivent comme des espaces de négociation obligatoire entre les auteurs/producteurs qui y construisent et y jouent leur identité numérique et les internautes (Croissant et Touboul), fussent-ils les mêmes ; et enfin cinquièmement, car les deux éléments (le web social et le multimédia) reposent des productions collaboratives qui engendrent et génèrent la médiation (Bouchardon et *alii*), mode de fonctionnement partagé par les professionnels qui conçoivent en équipe projet multidisciplinaire, mais aussi par les amateurs qui réagissent à leurs lecteurs et contradicteurs.

La collaboration et la négociation se jouent dans les espaces communicationnels du web2.0, comme les blogs, les plateformes collaboratives, ou les réseaux sociaux. Elles relèvent dont à la fois, du dispositif technique à l'œuvre et de la maîtrise qu'en ont ses

utilisateurs ; de la façon dont ceux-ci réussissent à s'extirper de leurs logiques antérieures, principalement en production en maîtrisant non seulement la technique, mais les formats et règles de l'écriture multimédia ; et de l'incitation générale à les mettre en œuvre, que Wright désigne comme « une hystérie de communication » (Croissant et Touboul).

Dans ce maelström fait de production, de sur-production, de co-production et de re-production des contenus numériques, les acteurs jouent gros, car les enjeux sont conséquents. Tout d'abord, c'est l'identité numérique qui est en jeu, car il s'agit pour les utilisateurs générateurs de contenus de défendre leur identité d'auteur, d'artiste, de professionnel, de passionné à travers leurs productions immédiatement sujettes à commentaires et évaluations via les plateformes ou les réseaux sociaux par exemple. Ensuite, ce sont à la fois la valorisation sociale, liée à la construction identitaire, et la valorisation marchande, liée à l'auteur, mais aussi aux acteurs de l'infomédiation, qui expliquent la mise en œuvre des négociations et des processus collaboratifs de production de contenus, comme on le voit par exemple sur les plateformes qui préforment leurs informations afin que les bloggeurs n'aient qu'à les copier-coller dans leurs billets ou sites pour se les approprier. Enfin, c'est la médiation elle-même qui s'exerce au sein de ces tendances et courants en tant qu'elle « permet de tenir à distance un déterminisme technique, tout en étant attentive au dispositif – hybride entre des objets, des textes, des humains-, qui favorise la mise en relation et la réception des objets communicants » (Caune, 2010).

Selon nous, les productions multimédias témoignent de ces processus de médiation, et à plusieurs niveaux. Premièrement, elles sont immatérielles, ne vivent que sur écran, et artificielles faites de codes informatiques alignant des zéros et des uns, ce qui provoque une tension entre la forme d'expression du contenu, spécifique, personnelle à l'auteur et la structuration du contenu, normée et formatée par les technologies numériques (Bouchardon). Notons que ce sont justement ces normes et règles qui permettent une large diffusion et circulation de ces contenus, voire leur association ou leur réemploi dans des productions multimédias. Deuxièmement, les productions multimédias sont collaboratives, et ce, depuis leurs origines, en milieu professionnel du moins. En effet, depuis les années 90 la production multimédia professionnelle s'est faite d'équipes faites d'ingénieurs et d'artistes, de spécialistes des contenus et d'experts des formats, de juristes et de distributeurs qui s'inscrivent désormais dans le domaine du Digital Media Asset Management (Pirolli et Pirolli). Ces processus de conception et de production ne sont pas sans rappeler le modèle de la traduction proposé par Callon et Latour dans les mêmes années pour décrire l'ensemble des négociations à l'œuvre entre les différentes catégories d'acteurs dans les processus d'innovation et la façon dont elles façonnent l'objet socio-technique qui en découle, porteur des médiations antérieures à sa réalisation. Toutefois, il nous semble que le multimédia accentue encore le processus de médiation d'une part, car il est lui-même « multi », c'est-à-dire composé d'éléments divers et dissemblables, cependant conçus pour faire sens en synergie, et d'autre part, car sa consommation intervient au sein d'une offre médiatique large et diversifiée dont il ne peut s'extraire. Ici la médiation croise (avec) la médiatisation.

LE MULTIMÉDIA : UNE INDUSTRIE CRÉATIVE ?

Comme nous, le lecteur sera sans doute saisi par le leitmotiv de la créativité dans les approches des articles qui suivent, développé de bien des façons selon les auteurs. Cependant, regroupées elles permettent de traiter d'une part le caractère industriel du multimédia, et d'autre part de faire de « la créativité illimitée » sa première caractéristique.

L'idée n'est pas inédite d'inscrire les productions multimédias, même celles des amateurs, dans un processus industriel, celui du web2.0, parfois complété par celui d'un secteur d'activités de référence (le cinéma, l'archivage, l'art contemporain...), car généralement le secteur du multimédia ne se perçoit pas comme une activité économique en soi. Pourtant, lorsque Jenkins analyse la circulation des contenus médiatiques numériques, il considère à la fois des produits, des œuvres ou des biens multimédias et des industries multimédias. Il écrit clairement à ce sujet : « *This circulation of media content -across different media systems, competing media economies, and national borders- depends heavily on consumers active participation.* » (Jenkins, 2006 : 3) et emploie alors sans réserve les termes de « *multiple media platforms* », « *multiple media industries* » et « *new media system* ». Comme nous le lisons, une caractéristique forte de ce nouveau système médiatique, le multimédia, repose sur la participation de l'internaute à la production et à la consommation de ces contenus ; participation, qui porte simultanément l'inégalité, certains étant plus actifs ou créatifs que d'autres, et la consommation partagée dont elle se nourrit, pratique grandement facilitée par les nouveaux réseaux de médiatisation (Paquienséguy, 2010 : 14-15).

Dans le contexte actuel du web2.0, les internautes se trouvent donc positionnés comme générateurs de contenus. L'expérience a débuté par les échanges peer to peer et les blogs, aujourd'hui elle s'intensifie avec les réseaux sociaux, et avec les plates-formes participatives. Au fil de ces développements, l'internaute dispose d'outils et de services toujours plus nombreux, orientés vers la production, l'échange et la mise en commun de contenus très différenciés. Le processus a fait basculer l'utilisateur d'une position de consommateur d'informations, de passeur de contenus issus de prestataires professionnels, selon les modèles portés par les mass médias et les industries culturelles, à une situation décalée dans laquelle, tout en conservant la première, il en endosse une seconde en maîtrisant une partie de la production de contenus, (en transformant son compte Facebook en book d'artiste par exemple) et en intervenant sur les contenus des autres au travers des wiki par exemple. Ce rôle actif et participatif de l'internaute repose en partie sur sa propre créativité, mais s'explique surtout par le renversement du rapport de force Créatifs/Industriels opéré par les industries créatives. Elles transfèrent la créativité de l'offre industrielle vers les individus, les petites structures ou les start-ups et visent à l'exploitation de la créativité de tous indépendamment du statut et des compétences de chacun (Croissant et Touboul). Ce transfert induit une mise en lumière des créatifs, que le buzz du réseau magnifie ou massacre comme en témoignent par exemple les concours de conso-créateurs qui incitent à la création multimédia (Pirolli et Pirolli), ou encore les réseaux sociaux numériques qui valorisent la créativité des internautes. Ce déport encourage l'accès à la créativité par une mise à disposition des outils et des réseaux de diffusion sans toutefois être capable de la générer, comme l'illustrent les web-documentaires qui s'inventent en cherchant leurs formes et formats et se constituent progressivement en genre éditorial (Broudoux). Ainsi, la production de contenus multimédias, hétéroclites redisons-le, s'intègre totalement dans les stratégies des industries créatives à la recherche de ces mouvements créatifs et tentatives d'innovation, souvent exprimées par les vocables de web innovant ou social.

Mais au-delà de ce transfert, les industries créatives reposent également sur des biens, des contenus et des services, souvent intangibles et toujours symboliques, comme la communication. Intangibles parce que numériques. Bouchardon et *alii* insistent sur l'abstraction logique que représente le numérique : concrètement il n'existe pas. Ainsi, des traces numériques s'affichent qui ne sont pas les choses, qu'il s'agisse d'identité, de sociabilité, de communication, de valorisation, ou de création. Le multimédia n'est qu'artifice, la page-écran elle-même n'a pas de réalité autre que calculée et numérique. Dynamique, elle est générée par des bases de données à chaque requête et consultation, Dupuy-Salle parle d'ailleurs de logique de collage et de dynamique du lien pour aborder ces productions aux formes innovantes. Symboliques parce que culturels. Les biens culturels sont symboliques parce qu'ils instituent un patrimoine commun, parce qu'ils fondent l'identité (Camors, Soulard, 2010 : 16). Ils correspondent à des « *produits symboliques comme le théâtre, la danse, les arts visuels ou les programmes de radio et de télévision* » (Sapoval, 2008 : 7), et s'associent à des « *services symboliques comme les services touristiques, le théâtre, la publicité ou programmes de radiodiffusion* » (Sapoval, 2008 :56). Le multimédia n'y déroge pas et manifeste une dimension symbolique dont les auteurs qui suivent témoignent : qu'il s'agisse de services mis à disposition par les fournisseurs d'accès, les hébergeurs de blogs, ou les entreprises et institutions présentes via des portails ou des plateformes participatives ; qu'il s'agisse des espaces ouverts à la créativité et au multimédia en relation avec le cinéma (Dupuy-Salle), l'art contemporain (Croissant et Touboul), le documentaire (Broudoux), la radio (Bouchardon et *alii*) ou de la musique (Pirolli et Pirolli).

Le multimédia reposerait donc sur deux niveaux d'interaction porteurs de créativité : tout d'abord, nous remarquons un niveau endogène qui résulte de sa propre conception visant à associer des contenus, des liens selon les règles du format et du genre, sous le contrôle partiel du concepteur d'une part et sous l'action de l'internaute consommateur d'autre part, l'ensemble étant formaté par le dispositif technique qui en permet l'accès. Ensuite, nous notons un niveau exogène basé sur une interaction effective entre la combinatoire calculée du dispositif technique lui-même (la plateforme par exemple) que seule la programmation systématique d'une base de données maîtrise, mais qui dégage du sens (les bannières publicitaires ; les pop-up par exemple) et le bien multimédia dont le sens se construit dans un univers lui-même signifiant et incitatif.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Camors C. et Soulard O. (2010), *Les Industries créatives en Île-de-France : un nouveau regard sur la métropole* », Institut d'Aménagement et d'Urbanisme de la Région d'Île-de-France, Département Économie et Développement Local
- Caune J. (2010), « Les territoires et les cartes de la médiation ou la médiation mise à nu par ses commentateurs », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010-dossier/Caune/index.html
- Jenkins H. (2006), *Convergence culture. Where new and old media collide*, New York, New York University Press
- Le Diberder A. (2006), « Histoire du multimédia : un succès et deux enterrements », *Hermès* n°44, pp.33-39
- Millerand Fl., Proulx S., Rueff J. (2010), *Web Social - Mutation de la communication*, Montréal : Presses de l'Université du Québec.
- Paquienséguy, F. (2010), « La notion d'usage est-elle stratégique pour les industries créatives ? » in Bouquillion Ph., Combès Y. (dir), *Les Industries créatives, Tic et Société*, <http://ticetsociete.revues.org/>
- Sapoval Y-L., (2008), *Les activités créatives, les industries culturelles et les villes*, délégation interministérielle à la ville, délégation Ville, Éditions de la DIV
- Séguy F., (1999), *Les produits interactifs et multimédias Méthodologies - Conception - Écritures*, coll. La Com en Plus, Presses Universitaires de Grenoble, 120 p.
- Théry G. (1994), *Rapport au Premier Ministre : Les autoroutes de l'information*, Paris, La Documentation française, 27 p.

Explorer les possibles de l'écriture multimédia

Article inédit. Mis en ligne le 16 décembre 2011.

Auteurs : Serge Bouchardon*, Isabelle Cailleau*, Stéphane Crozat, Bruno Bachimont***, Thibaud Hulin***

Université de Technologie de Compiègne

** EA 2223 COSTECH*

*** Unité Ingénierie des Contenus et Savoirs*

**** UMR CNRS 6599 Heudiasyc*

Agrégé de lettres modernes, chef de projet pendant six ans dans l'industrie du multimédia éducatif, Serge Bouchardon est actuellement maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université de Technologie de Compiègne.

Parmi ses champs de recherche : l'écriture interactive et multimédia, la création numérique.

Dernier ouvrage paru : Littérature numérique : le récit interactif, Hermès Lavoisier, Paris, décembre 2009.

Plan

Une approche conceptuelle de l'écriture multimédia

Etudes de cas

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Dans cet article, nous posons la question d'une *écriture multimédia* et de ses spécificités. Le multimédia permet-il d'ouvrir des possibles pour l'écriture ? Pour comprendre et explorer ces possibles, nous mobilisons une théorie du numérique et proposons un modèle en trois niveaux de l'écriture multimédia. Nous utilisons cette approche conceptuelle pour analyser des pratiques éditoriales professionnelles à l'Institut national de l'audiovisuel (Ina).

Mots-clés : écriture multimédia, numérique, approche conceptuelle, Institut national de l'audiovisuel, INA

Abstract

In this article, we shall pose the question of *multimedia writing* and of its specificities. Does multimedia open a new realm of possibilities for writing? Our approach is based on a theory of the Digital which offers a three level model of multimedia writing. We shall use this conceptual approach to analyse the professional editorial practices at the National Audiovisual Institute.

Keywords: multimedia writing, digital, conceptual approach, the National Audiovisual Institute, INA.

Dans nos discours ordinaires, le terme *multimédia* tend à devenir le simple synonyme de *numérique*. Il renvoie pourtant plus précisément à la manipulation conjointe de textes, images et sons sur un même support. Se pose alors la question d'une *écriture multimédia* et de ses spécificités. Le multimédia permet-il d'ouvrir des possibles pour l'écriture, ces « moyens que l'homme a trouvés pour rendre sa langue visible » (Christin, 2001) et plus que jamais manipulable ? Pour comprendre et explorer ces possibles, nous mobiliserons une théorie du numérique et proposerons un modèle en trois niveaux de l'écriture multimédia. Nous utiliserons cette approche conceptuelle pour analyser des pratiques éditoriales professionnelles à l'Institut national de l'audiovisuel (Ina).

UNE APPROCHE CONCEPTUELLE DE L'ÉCRITURE MULTIMEDIA

La question de l'écriture s'articule à celle des contenus, c'est-à-dire d'objets matériels reposant sur un support physique de manifestation pour donner à interpréter une forme considérée comme signifiante, forme que l'on peut dès lors appeler « forme sémiotique » (Bachimont, 2007). L'écriture est dans cette perspective un système technique permettant la création, la manipulation et l'exploitation de contenus (la lecture ne pouvant être dissociée de l'écriture). Dans l'écriture se noue une tension essentielle entre le support physique de manifestation et la forme sémiotique d'interprétation : les conditions matérielles de la première conditionnent l'intelligibilité de la seconde dans la mesure où d'une part elle configure les formes qui seront données à percevoir et où d'autre part elle conditionne les procédures d'exploitation, d'interaction, et d'utilisation de ses formes. D'un *volumen* que l'on déroule à un *codex* dont on tourne les pages, jusqu'au texte numérique que l'on fait défiler, les conditions phénoménologiques de la lecture et de l'écriture sont radicalement modifiées.

Il appert que l'analyse de l'écriture, d'un type d'écriture, doit en passer par l'analyse des propriétés de son support d'inscription, même si elle ne peut s'y réduire. Cette analyse est par nature difficile : outre les dénis classiques mais idéologiques du rôle de la technique et de ses supports dans la genèse phénoménologique de la cognition et de la pensée, dénis qu'il faut imputer à une peur mêlée d'incompréhension des fondamentaux technoscientifiques qui structurent notre environnement, le procès de l'écriture repose par nature sur un substrat technique qui est difficile à isoler du fait de son évidence et de sa présence. L'occasion d'observer le rôle du support se manifeste lors d'un changement technique qui altère suffisamment ses propriétés matérielles pour que les conséquences cognitives se manifestent via leur rupture vis-à-vis des pratiques précédentes.

Goody (Goody, 1979) a ainsi montré que la culture de l'écrit a transformé nos capacités cognitives. En proposant un support de manifestation spatial et non temporel, synoptique et non séquentiel, l'écrit modifie les modes d'appréhension phénoménologique du contenu et permet la constitution de catégories cognitives inédites (notamment la liste, la formule, le tableau), ouvrant le principe d'une pensée systématique de la classification. Le numérique opère sur les mêmes modalités en élargissant la synopsis spatiale, rendant accessible par le calcul ce qui est séparé selon le devenir, stockant et rendant disponible les formes sémiotiques éphémères parce que temporelles (son, audiovisuel, etc., à la suite des premières techniques analogiques d'enregistrement). Dans cette perspective, le numérique devrait entraîner une transformation de nos modes de pensée. C'est l'hypothèse défendue par Bruno Bachimont : « Si l'écriture a donné lieu à une raison graphique, le numérique doit donner lieu à une raison computationnelle : le calcul comme technique de manipulation de symboles entraîne un mode spécifique de pensée, qui ne remplace pas les

autres, mais les reconfigure » (Bachimont, 2000, p.3)¹. Notre démarche est ainsi la conséquence d'un positionnement théorique qui pose que les pratiques se construisent en fonction de possibles techniques confrontés à des usages, et donc que le support matériel joue un rôle dans la structuration des connaissances.

La question principale est donc de comprendre ce que fait le numérique aux contenus dès lors que l'on recourt à ce type de support. Dans le cadre du projet PRECIP (<http://precip.fr>) financé par la Région Picardie, nous proposons une analyse du numérique à finalité heuristique pour caractériser cette influence, analyse heuristique qui nous sert à décliner un modèle de l'écriture multimédia. Cette analyse repose sur une distinction de 3 niveaux :

- niveau théorético-idéal : c'est le numérique comme principe calculatoire qui a pour tendance de réduire les contenus à une combinatoire aveugle de signes privés de sens, les 0 ou les 1, ou n'importe quelles unités logiques formelles constituant un alphabet de manipulation.

Mais dès qu'on utilise le numérique, ce n'est pas seulement pour profiter de ses propriétés calculatoires, c'est aussi pour les appliquer sur des entités possédant une réalité matérielle et un sens interprétatif. L'enjeu est alors de savoir sortir de l'autarcie du numérique pour le renégocier dans le monde de la matière et du sens. D'une part, on le matérialise, c'est l'implémentation, d'autre part on l'utilise pour manipuler des contenus et interagir avec le système. On distingue alors deux niveaux selon que l'on s'intéresse au support matériel de *manifestation* et à sa forme sémiotique d'interprétation, ou bien aux formats d'interaction et à ses formes d'usage associées.

On distingue alors :

- un niveau techno-applicatif, niveau de la manifestation : il s'agit de mobiliser le numérique sur des contenus via des *formats* ; les formats correspondent à la structuration sous forme calculable ou manipulable du contenu : les alphabets comme Unicode ou ASCII, les codages comme JPEG ou MPEG, etc. Ce niveau introduit une tension entre la *forme* d'expression du contenu et la structuration que les *formats* lui imposent.
- Un niveau sémio-rhétorique, niveau de l'interaction : le contenu numérisé s'accompagne d'une manière de faire sens héritée de son instrumentation numérique liée à l'interaction proposée, les manipulations rendues possibles, les parcours interprétatifs induits. On constate une tension entre les stéréotypes du discours et de la construction de sens et les écarts induits tant par l'écriture que par l'interprétation, dans la mesure où ce qui fait sens se construit par écart à la norme, cette norme étant le préalable conventionnel par rapport auquel se situer pour s'en démarquer.

On voit alors que le numérique comme tel, objet idéal comme calculabilité et combinatoire, prend une existence matérielle via *l'implémentation* et une consistance

.....

¹ Il ne s'agit pas ici d'un déterminisme technique. Nous reprenons en effet la thèse de Bruno Bachimont pour qui, « de manière générale, la structure physique et matérielle de l'inscription conditionne son interprétation, mais ne la programme ni ne la détermine à l'avance » (Bachimont, 2004, p.119).

pratique via la *manifestation* d'un contenu sous une forme sémiotique perceptible et via l'*interaction* qu'il permet.

Le niveau théorético-idéal

Le premier niveau est celui du numérique théorique : il définit les possibles du support numérique d'un point de vue théorique. Contrairement aux deux autres niveaux, il est purement idéal. En effet, le numérique - en tant que calculabilité définie comme manipulation formelle - est une abstraction logique (Bachimont, 2007) qui n'existe pas concrètement : en pratique, on a toujours affaire à des symboles matériels physiquement réalisés (implémentation) et perceptiblement montrés (interfaces de manifestation et d'interaction).

La manipulation porte sur des unités discrètes qui sont codées de manière arbitraire en 0 et 1 (code binaire) et sont dépourvues de sémantique *a priori*. Elles vont ainsi pouvoir être manipulées selon des règles formelles indépendamment de toute sémantique, si bien que ce premier niveau se caractérise par deux principes fondamentaux : la discrétisation et la manipulation.

Le niveau théorético-idéal correspond au fait que tout contenu, dès lors qu'il est numérique ou numérisé, peut être réduit à un code calculable, manipulable, dont la signification éventuelle est arbitraire et indépendante de la manipulation formelle. Dans cette optique, le contenu devient un code anonyme manipulable de manière aveugle, de manière totalement arbitraire par rapport à la signification que l'on peut associer au contenu. Si bien que le caractère numérique introduit une tension entre l'ouverture d'un horizon de manipulations arbitraires possible et le fait que seules certaines manipulations seront signifiantes.

Le niveau techno-applicatif

Ce niveau se caractérise par un formatage du binaire (c'est-à-dire de l'alphabet formel) pour construire de manière *a priori* un espace des possibles dans un registre donné de contenus. Par exemple, le terme *unicode* désigne un format qui prescrit *a priori* l'expression alphabétique en numérique, le MPEG désigne un format pour la vidéo, etc. À ce stade, le format spécialise et concrétise l'idéalité du numérique en un espace de manipulation possible défini sur des unités élémentaires fixées par le format : le caractère pour Unicode, le pixel en format TIFF, le GOP (Group of Picture) en MPEG, etc. Ces unités sont déterminées *a priori* et le format définit ce qu'il est possible de faire avec elles. En ce sens, on a bien un niveau techno-applicatif et non interprétatif : nous n'avons pas un parcours interprétatif définissant *a posteriori* les signes et leur signification et leur sens, mais un formatage *a priori* qui prescrit des unités et leur manipulation formelle.

Il s'instaure alors une tension entre le format, technique et mobilisant des unités *a priori*, et les formes sémiotiques manifestées par ces formats, formes qui sont interprétatives et dégageant *a posteriori* les unités de sens. Ce qui est manipulable n'est pas directement ce qui est signifiant, ce qui est signifiant n'est pas directement ce qui est manipulable. Quand c'est le cas, c'est qu'on l'a forcé ou contraint via un format logique qui force la coïncidence entre le format technique et la forme sémiotique, la sémantique étant pilotée par la syntaxe ; cas exceptionnel que l'on rencontre dans les bases de données, dans les formalismes du Web sémantique, mais pas dans les contenus usuels (textes, images, sons, etc.).

Le niveau sémio-rhétorique

Au-delà du contenu manifesté *via* des formats de codage et de manipulation, le numérique permet d'interagir avec le contenu et les fonctions du système qui le contiennent. À ce stade, on trouve des schémas d'interaction, des fonctionnalités proposées à l'interaction par l'utilisateur qui structurent sa pratique. Ces schémas se traduisent par les scripts, les *workflows*, les tâches, que l'on trouve dans les systèmes et qui « programment » l'usage. De la même manière que l'on a une combinatoire induite par le codage, on a une combinatoire des fonctions d'interaction.

Ces fonctions et leur combinatoire entrent en tension avec les pratiques effectives et l'usage qui, par nature, détourne et altère les fonctions prévues des effets de co

ntexte et de l'interprétation qu'il conditionne. L'interaction effective dégage du sens qui n'est jamais le choix d'une modalité parmi les multiples possibilités prévues à l'avance, mais une innovation qui sort de l'horizon des possibles ouvert par la combinatoire.

Ces trois niveaux entrent en tension entre eux, et possèdent par eux-mêmes leur propre tension. Le niveau théorético-idéal connaît la tension entre le format formel idéal et le substrat physique sous-jacent, c'est la tension de l'implémentation. Le niveau techno-applicatif connaît la tension entre le format de codage et la forme d'interprétation, c'est la tension de la manifestation. Le niveau sémio-rhétorique connaît la tension entre les fonctions du système et la pratique d'usage, c'est la tension de l'interaction.

Par exemple, au niveau techno-applicatif, la forme sémiotique vidéo présente des contraintes de lecture : en effet, une séquence vidéo fait sens lorsqu'elle est regardée du début à la fin. Elle propose une globalité linéaire, avec une certaine progression. Or, du point de vue du format, il est possible de proposer une fragmentation, inhérente à la logique de manipulation. Lorsque cette fragmentation est appliquée à la vidéo se pose la question du sens : comment reconstruire du sens à partir de cette fragmentation ? Que devient la forme sémiotique dès lors qu'elle est formatée et fragmentée ?

De même, au niveau sémio-rhétorique, les fonctions d'interaction auront tendance à séparer les fonctions d'écriture des fonctions de mises en forme, séparant d'une certaine manière le fond et la forme. Pourtant, la pratique de l'écriture révèle que la manière d'écrire influe sur la nature de ce que l'on écrit, les soucis de mise en forme faisant partie de l'expression du contenu. Ce sont des difficultés que l'on retrouvera dans les systèmes documentaires et les chaînes éditoriales où les auteurs se voient proposer une logique rationnelle du point de l'outil mais contre-intuitive du point de vue de l'écriture. C'est la raison pour laquelle un outil comme LaTeX reste si difficile à manipuler pour le néophyte, séparant en deux étapes distinctes (la rédaction et la mise en forme) des tâches fortement intégrées. Malgré tous ses défauts, un traitement de texte comme Word® reste plus accessible de ce point de vue.

Enfin, entre les niveaux, on trouvera une tension entre le techno-applicatif et le sémio-rhétorique : d'un point de vue technique, il faut que les fonctions d'interaction soient constructibles à partir des formats de codage. De même, la pratique d'usage qui en découle doit pouvoir s'articuler avec les formes sémiotiques de manifestation. En reprenant l'exemple de la vidéo, la fragmentation permet de donner lieu à de nouvelles formes sémiotiques, que l'on voit fleurir sur le Web par exemple, et qui induisent des pratiques inédites. Les tensions sont ainsi productives et reconfigurent tant les contenus que leur signification. On peut voir ainsi émerger le *film interactif*, dans lequel la vidéo serait délinéarisée voire documentée à l'aide d'autres ressources.

Si ces 3 niveaux sont autonomes, ce sont les rapports et les tensions entre ces trois niveaux qui font émerger des formes d'écriture multimédia. Cette analyse se décline en un modèle de l'*écriture multimédia*, modèle qui est ainsi avant tout le nom d'un problème. Étant donné les possibles théoriques et les potentiels applicatifs du numérique, comment des médias différents (texte, image, son, vidéo) vont-ils faire signe et sens ensemble dans un contexte de communication donné ?

Au niveau techno-applicatif notamment, les formats sont exploités pour la programmation de fonctions d'écriture. Cela se concrétise en propriétés techniques (manipulabilité, abstraction, adressabilité, universalité, clonabilité) déclinées en fonctions². Par exemple, la propriété de la *manipulabilité* propose une *interactivité*, qui en termes de fonctions d'écriture peut prendre la forme d'une *programmation de parcours multiples* (l'utilisateur a par exemple le choix entre plusieurs niveaux de lecture, tels un mode débutant ou un mode expert), ou encore la forme d'une *introduction de données* (l'utilisateur est invité à entrer des données, par exemple la réponse à une question, et le contenu est reconfiguré en fonction de la réponse). Ces propriétés sont issues d'une approche inductive, d'une observation et d'une généralisation à partir des fonctions implémentées dans les applications actuelles. Ce potentiel applicatif a donc une forte dimension socio-historique : il est en constante évolution.

Ces niveaux d'analyse de l'écriture multimédia permettent de mieux comprendre les objets numériques et en même temps de caractériser l'écriture multimédia en observant ces contenus dans l'optique de cette grille d'analyse. C'est ce à quoi nous allons nous livrer à présent.

ÉTUDES DE CAS

Dans cette seconde partie, nous mobilisons notre approche conceptuelle afin d'éclairer *a posteriori* les pratiques réelles de professionnels. Nous illustrons ainsi la pertinence de notre approche en trois niveaux pour comprendre les ressorts de deux situations d'écriture multimédia, à l'Institut national de l'audiovisuel (Ina), avec la chaîne éditoriale *Scenari* (scenari-platform.org). Le premier cas porte sur les *Fresques Hypermédias* (www.ina.fr/dossier/fresques) : nous verrons comment s'articule le travail des informaticiens avec celui des historiens pour valoriser un fonds documentaire. Le second cas porte sur la *Webradio* du Groupe de Recherches Musicales (GRM), qui valorise des enregistrements sonores en leur redonnant une nouvelle vie (www.inagrm.com).

Ces cas ont pu être étudiés dans le cadre du projet ANR C2M - auquel participent l'UTC et l'Ina - dont l'objectif est l'étude et la conception de systèmes d'écriture multimédia collaboratifs (scenari.utc.fr/c2m³). Une expression de pratiques et de besoins a été formulée par les acteurs de l'Ina (Saint-Martin & al., 2011) et des entretiens spécifiques ont été effectués pour l'analyse plus ciblée par cet article.

.....

² Une carte du niveau techno-applicatif est disponible ici : <http://precip.fr/map>

³ Voir en particulier <http://scenari.utc.fr/c2m/co/grm.html> et <http://scenari.utc.fr/c2m/co/studio.html> pour les pilotes réalisés avec l'Ina.

Fresques : conception d'un modèle applicatif pour l'écriture multimédia

Mise en contexte

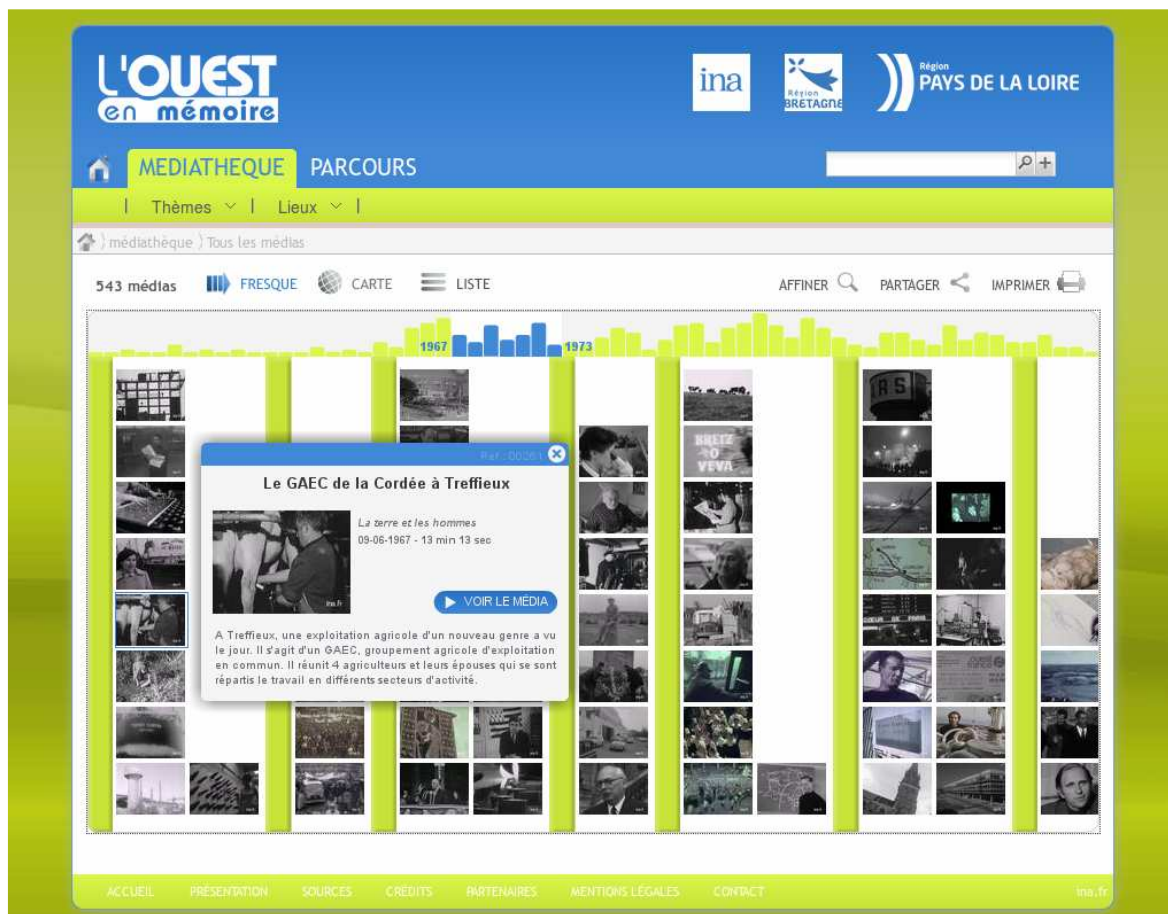
L'Ina possède un fonds de documents audiovisuels numérisés qu'il peut mettre à disposition dans le cadre de partenariats. Une de ces exploitations se fait sous la forme de *Fresques* hypermédias (www.ina.fr/dossier/fresques). La réutilisation d'archives dans ce contexte suppose une « ré-éditorialisation » (c'est-à-dire une réécriture qui permet de s'adapter au nouveau contexte de publication) qui dépasse la simple juxtaposition de ressources (Gaillard & Crozat, 2011, p. 65). Des opérations d'écriture sont convoquées, telles que : « l'adjonction de métadonnées », « la juxtaposition avec d'autres documents » ou « l'ajout d'introduction, de transitions, de conclusion » (*op. cit.*).

Sur le plan technique, l'Ina utilise la chaîne éditoriale XML *Scenari* (Crozat, 2007), un logiciel libre destiné à la composition de documents multimédias, se fondant sur leur structuration logique plutôt que leur présentation physique. Ainsi, une description logique d'un contenu permet ensuite d'en produire diverses présentations (animation interactive pour le Web, diaporama pour une diffusion en présence de spectateurs, notice statique imprimable...). Pour cela, un « modèle » d'écriture qui va structurer l'écrit multimédia a été préalablement créé, qui détermine les schèmes de représentation du contenu. Ce modèle est exprimé selon un formalisme informatique (on parle de schéma ou grammaire documentaire, voir par exemple www.w3.org/XML/Schema) qui encadre la production de fichiers XML conformes (dit « valides ») à ce qui attendu en terme de structure.

Un modèle répond à un objectif éditorial spécifique : ainsi le modèle des *Fresques* est destiné à promouvoir et à remettre en scène un fonds documentaire audiovisuel. Il est donc nécessaire, lors de la conception de ce modèle, d'établir les règles précises qui encadrent la pratique d'écriture visée : quels documents peuvent être sélectionnés, comment les décrire à l'aide de méta-données, comment rédiger les notices et les enrichir d'une documentation complémentaire... Il faut également concevoir les publications (mises en forme finales), en l'occurrence penser la manière dont la présentation d'un ensemble de fragments multimédias fera sens pour le public visé.

Pour produire ses *Fresques*, l'Ina met en place une équipe pluridisciplinaire orientée vers la valorisation du fonds : les informaticiens développent le modèle (schéma de structuration et formats de présentation) ; les rédacteurs, par exemple des universitaires spécialistes du contenu, rédigent un guide de recherche dans un premier temps, puis des mises en contexte et des parcours thématiques, une fois les vidéos sélectionnées ; les documentalistes sélectionnent des archives à partir du guide de recherche, puis, une fois celles-ci validées, les documentarisent (ou redocumentarisent), en particulier par la mise à jour de métadonnées ; enfin un comité éditorial est chargé de coordonner le projet et d'en assurer la cohésion globale (validation du guide de recherche, des archives sélectionnées, des notices rédigées et des parcours).

Figure 1. Une *Fresque* hypermédia de l'Ina



Éléments d'analyse

La qualité avérée des *Fresques*, repose sur – outre l'expertise des équipes – la manière dont les tensions sont gérées entre les trois niveaux du numérique. En particulier sur la manière dont les possibles sont intériorisés par les acteurs, et dont ils sont négociés par rapport au contexte.

Le travail d'écriture des *Fresques* se découpe en plusieurs moments distincts : la conception du modèle, la sélection des archives, la redocumentarisation des archives, et la rédaction de documents complémentaires pour l'indexation et de parcours thématiques.

Premièrement, le principe même du modèle de document s'appuie sur des propriétés propres au numérique : le document est pensé comme une articulation d'unités distinctes, discrètes et manipulables (les parties, les ressources audiovisuelles...). On peut alors élaborer un ensemble de règles formelles *a priori* qui vont structurer l'ensemble des documents à rédiger. Le respect de ces règles va pouvoir être contrôlable par calcul. On pourra également établir des algorithmes de transformation pour présenter les contenus selon les présentations finales recherchées, par exemple la structure arborescente des contenus va être transformée dans la forme tabulaire de la fresque (cf. figure 1). L'approche par modèle montre une adéquation forte avec le numérique qui permet donc son *contrôle* et la *manipulation* automatique des instances.

Deuxièmement, la sélection des vidéos est guidée par le sujet du projet de ré-éditorialisation. Les rédacteurs rédigent un guide de recherche indépendamment du fonds, puis les documentalistes effectuent une sélection de 400 à 500 documents. Là encore, c'est une fonction fondamentale du numérique, l'*abstraction*, qui est mobilisée. Elle permet de manipuler une représentation des vidéos (titre, résumé, durée, transcription...) *comme si* c'était l'objet lui-même. Ainsi, le travail documentaire peut se faire sur des abstractions plus simples à manipuler que les objets eux même, *a fortiori* lorsque l'on parle de vidéos (des URL dans une base de données par exemple).

Troisièmement, les documentalistes entament un travail de rédaction de documents secondaires et d'indexation fondés sur des thésaurus. Afin d'appréhender de nombreuses vidéos, issues d'un fonds très large, il est en effet nécessaire de les décrire par des énoncés textuels (les notices) plus facilement manipulables par la machine et lisibles synthétiquement par l'homme. On produit des descripteurs comme des dates, des résumés, des transcriptions, le type de document concerné, l'état de la diffusion, l'auteur, la langue, etc. Des propriétés fondamentales du numérique sont à nouveau mobilisées, comme la possibilité d'*intégrer* sur un même support devenu universel grâce au codage binaire, le contenu audiovisuel et ses métadonnées descriptives ; la possibilité de *calculer* formellement sur les métadonnées (par exemple pour les apparier avec l'énoncé d'une requête) ; ou encore la possibilité d'*adresser* des moments particuliers de la vidéo (*timecode*).

Quatrièmement, les rédacteurs vont constituer des parcours dans l'ensemble hétérogène de documents. Un parcours est une réponse éditoriale à une intention de communication. Tandis que la *Fresque* invite plutôt au feuilletage du contenu, le parcours prescrit un ordre de lecture et propose une mise en contexte (cf. figure 2). Ici encore les propriétés du numérique sont exploitées : l'adressabilité numérique permet de compulser un ensemble de fragments audiovisuels, en activant la lecture à partir d'une image ou d'un descripteur de la vidéo ; la même adressabilité dote la ressource d'*ubiquité* et lui permet de se trouver à plusieurs endroits en même temps.

Figure 2. Proposition d'un "parcours" dans une *Fresque*

The screenshot shows a web interface for 'L'OUEST en mémoire'. At the top, there are logos for 'ina', 'RÉGION BRETAGNE', and 'Région PAYS DE LA LOIRE'. Below the header, there are navigation tabs for 'MEDIATHEQUE' and 'PARCOURS'. The main content area features a multimedia path titled 'La métamorphose des campagnes' by Martine Cocaud. To the right, a 'SOMMAIRE' (Table of Contents) lists sections: Introduction, Le renouveau de l'après-guerre, Le "modèle breton" (with sub-items: Un nouveau contexte agricole, La deuxième révolution agricole, Un monde en mouvement, Les premières entorses au modèle : les années 70), Les remises en cause du modèle, and Bibliographie. Below the main text, there is a section titled 'La deuxième révolution agricole' with a paragraph and two bullet points. A second multimedia path is shown: 'Le GAEC de la Cordée à Treffieux' with a date of 09 juin 1967 and a reference number of 00261. A 'VOIR LE MÉDIA' button is visible. On the right side, there is a vertical navigation menu with terms like 'Patrimoine', 'Vivre à la campagne', 'Modernisation agricole', 'Migrations', 'Agriculture biologique et raisonnement régionalistes', and 'Vivre en ville'.

Cette première analyse montre comment les choix effectués par les professionnels résultent d'une mobilisation pertinente des trois niveaux et d'une gestion des tensions entre ceux-ci.

Webradios : enrichissement contraint d'un flux sonore

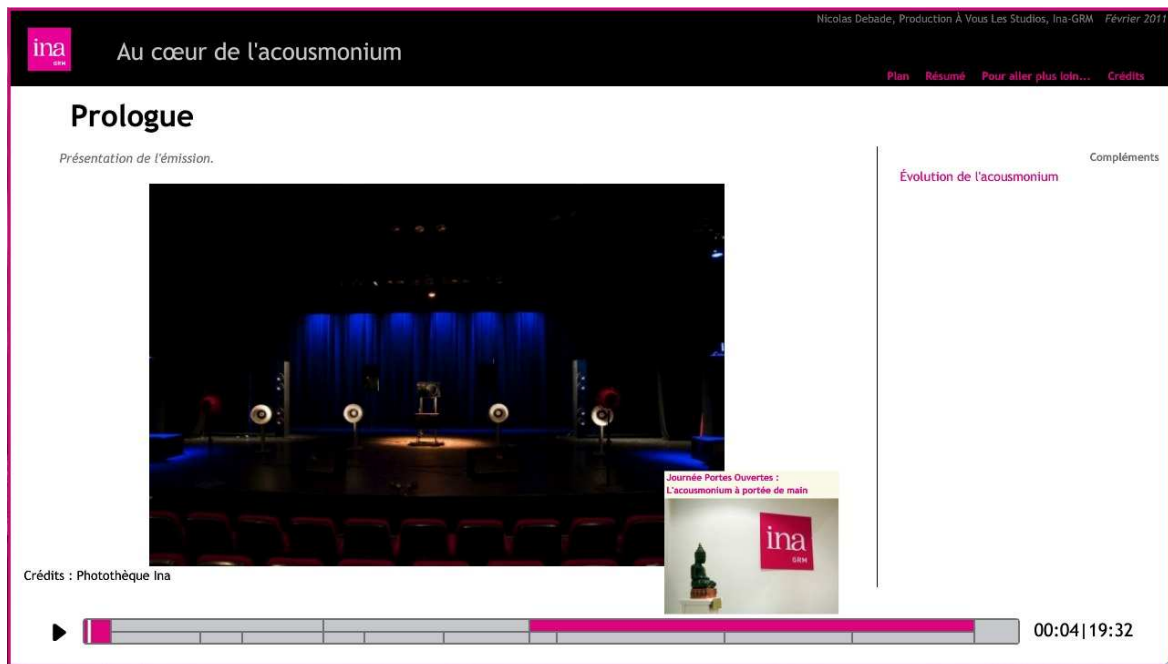
Mise en contexte

Le Groupe de Recherches Musicales (GRM) de l'Ina est à l'origine d'un autre dispositif de valorisation d'enregistrements, ceux de la radio. Le GRM est pionnier de la musique électroacoustique. Il valorise des archives sur ce thème et produit des écritures originales, sous la forme de *Webradios* (<http://www.inagrmm.com/grm-webradios>), émissions de radio ré-éditorialisées pour le Web, navigables et enrichies, avec le même outil *Scenari*, mais selon un autre modèle (éponyme, cf. <http://scenari-platform.org/projects/webradio/fr/pres>).

Les *Webradios* du GRM présentent des documents multimédias interactifs qui articulent des enregistrements audio avec des photographies et des documents complémentaires. Par rapport aux *Fresques*, les *Webradios* favorisent la consultation de documents *en même temps* que l'on écoute la bande sonore. En effet, il s'agit ici d'enrichir un flux sonore par l'ajout de documents tiers : photographies, textes, liens hypertextes... voire de nouveaux flux

audio ou vidéo complémentaires (qui interrompent alors l'écoute du flux maître). Les *Webradios* proposent également une discrétisation de l'écoute, à travers un plan de l'émission (chapitrage) et la possibilité de naviguer dans le flux via celui-ci (liens à des *timecodes* donnés).

**Figure 3. Une émission *Webradio* :
segmentation et enrichissement multimédia du flux audio.**



Éléments d'analyse

Le modèle documentaire *Webradio* doit donc favoriser le rapprochement de médias de nature différente et leur permettre de faire sens ensemble : on parle d'intersémiotisation. L'*universalité* du numérique lui permet de mêler indistinctement, au sein du code binaire (niveau 1), les diverses formes sémiotiques à mobiliser (niveau 3). L'art du concepteur du modèle est alors de prévoir, au niveau techno-applicatif (niveau 2), des modalités fonctionnelles qui permettent une manipulation sensée par le lecteur. Quelques exemples basiques : un texte illustratif synchronisé à l'audio maître doit être court (comme une accroche, un titre) ; un texte complémentaire peut en revanche être long ; la convocation d'un enrichissement temporel, audio ou vidéo, doit arrêter le flux maître ; le nombre d'images doit rester raisonnable par rapport au temps pendant lequel elles sont présentées.

Afin de composer avec ces contraintes, une idée structurante du modèle est que les enrichissements s'appuient sur la structure interne du flux audio original. Le document multimédia complexe et hétérogène s'adosse alors sur une linéarité, simple et solide, celle d'un document radiophonique produit pour l'écoute pure (et non la consultation Web). Au niveau de l'interface, cela se matérialise par une succession de rectangles oblongs qui symbolisent les sections et les sous-sections du flux. Lorsque la souris survole l'un de ces rectangles apparaît une illustration de la section avec son titre. Le modèle sert ici de *guide* pour l'écriture multimédia : des connaissances métier y sont inscrites et encadrent la production. Dans notre exemple, une image et un titre doivent faciliter la navigation du lecteur qui *feuillette* et lui permettre d'anticiper le contenu.

La publication de type *Webradio* est encadrée par un modèle d'écriture multimédia, elle-même déterminée par des contraintes propres au numérique. Le niveau 1 renvoie à la discrétisation et à la manipulabilité des contenus. Au niveau 2, le modèle pose des règles d'écriture qui favorisent le dialogue entre la continuité du flux audio, la segmentation en fragments discrets et l'intersémiotisation.

Dans le cas de la *Webradio*, les idées qui ont présidé à la conception du dispositif héritent d'une réflexion sémiotique (au niveau 3) : en particulier sur la nature de type flux linéaire de l'audio dans la radio et la nature de type stock navigable de l'audio sur le Web (Saint-Martin, 2007). Mais la *Webradio* hérite également d'une réflexion applicative (au niveau 2), notamment pour penser les limites à imposer à l'écriture, afin de la garder dans un cadre *signifiant a priori* qui lui a été dévolu. Ainsi une *Webradio* du GRM témoigne à la fois de la prise de conscience, aiguë, que le numérique ouvre des possibles nouveaux, et de l'injonction, forte, qu'il faut les limiter pour en maîtriser le sens. Là où le support permet une multitude de segmentations, une multitude d'enrichissements, la réalisation n'en retient que quelques modalités : une discrétisation modérée, un enrichissement raisonnable.

CONCLUSION

Une approche conceptuelle fondée sur les possibles du numérique permet de dégager les spécificités et les enjeux de l'écriture multimédia. L'analyse de pratiques professionnelles d'écriture multimédia illustre l'apport d'une telle approche conceptuelle quand il s'agit de lire la dynamique des usages qui se tissent autour de ces nouveaux dispositifs d'écriture.

Pour explorer les possibles de l'écriture multimédia, une autre piste à exploiter serait celle des créations numériques, littéraires (Balpe, 2006 ; Bouchardon, 2009) et artistiques (Couchot et Hillaire, 2003). Il existe en effet depuis plusieurs décennies des œuvres numériques conçues pour être lues et agies avec un ordinateur. Ces créations numériques, en tant que créations expérimentales, proposent des *cas-limites*. Nous constatons dès lors qu'elles peuvent jouer un rôle de révélateur de tensions entre les différents niveaux que nous avons distingués : elles provoquent et rendent observables ces tensions (Bouchardon, 2011). Notre approche conceptuelle permet dès lors d'éclairer ces pratiques de création et la façon dont les auteurs et les artistes numériques inventent et expérimentent des possibles.

Remerciements

Nous remercions vivement Dominique Saint-Martin et Ludovic Gaillard, de l'Ina, pour leur aide indispensable et la qualité de leur accueil.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Bachimont, B. (2000), « L'intelligence artificielle comme écriture dynamique : de la raison graphique à la raison computationnelle ». In Petitot, J. & Fabbri, P. (Éd.), *Au nom du sens* (pp. 290-319). Paris : Grasset.
- Bachimont, B. (2007), *Ingénierie des connaissances et des contenus: Le numérique entre ontologies et documents*. Paris: Hermès.
- Balpe, J.-P. (2006), « Après le livre... ». In Balpe, J.-P. & De Barros, M. (Éd.), *L'art a-t-il besoin du numérique ? Colloque de Cerisy*. Paris : Hermès-Lavoisier.
- Bouchardon, S. (2009). *Littérature numérique : le récit interactif*. Paris : Hermès Science.
- Bouchardon, S. (2011). « Digital Literature and the Digital », *Journal of Writing in Creative Practice* (JWCP), vol. 4.1. Londres : Intellect Books.
- Christin, A-M., (2001), *Histoire de l'écriture, de l'idéogramme au multimédia*. Paris: Flammarion.
- Couchot, E., Hillaire, N. (2003), *L'Art numérique*. Paris : Flammarion.
- Crozat, S., (2007), *Scenari. La chaîne éditoriale libre: structurer et publier textes, images & son*. Paris : Eyrolles.
- Gaillard, L., Crozat, S., (2011), Perspectives pour une (re)éditorialisation collaborative de contenus audiovisuels. In *Documentaliste - sciences de l'information*, dossier "Vidéo en ligne", 47, 4.
- Goody, J., (1979), *La raison graphique : la domestication de la pensée sauvage*. Paris: Éditions de Minuit.
- Saint-Martin, D., Crozat S., (2007), « Écouter, approfondir : Perspectives d'usage d'une radio interactive », *Distances et savoirs* 5, no. 2: 257–273.
- Saint-Martin, D., Gaillard, L., Chauve, G., Carpentier, V., Poinart, S. (2011), *Expression de besoins, projet ANR C2M*.
[<http://scenari.utc.fr/c2m/DOCS/L4a/html/>]
[<http://scenari.utc.fr/c2m/DOCS/L4a/pdf/>]

Le documentaire élargi au web

Article inédit. Mis en ligne le 16 décembre 2011.

Evelyne Broudoux

Evelyne Broudoux est maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication au Cnam-INTD (Paris). Elle effectue ses recherches au sein de l'équipe d'accueil DICEN (Dispositifs d'information et communication à l'ère numérique) créée en 2008 au Cnam.

Ses thématiques d'investigation concernent le "devenir auteur" en milieu numérique, les genres éditoriaux du web, les métadonnées comme objets de connaissances façonnant les documents numériques.

Plan

Introduction

La transformation des médias par le numérique

Problématiques du web-documentaire

Des conventions d'écriture décelables

L'interactivité comme principe d'exploration et de montage

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Le web-documentaire est un nouveau genre éditorial souvent à base audiovisuelle qui s'éloigne du genre cinématographique dont il est issu. Alors que le documentaire filmique crée une distance entre l'objet représenté et le point de vue de ses auteurs, le web-documentaire se fonde sur le façonnage de l'identité narrative de l'internaute au sein d'un récit fictionnalisé. L'interactivité qui structure les parcours de navigation construit un dispositif participatif qui fait perdre à l'internaute son statut de témoin.

Abstract

The web-documentary is a new genre where the reader narrative identity becomes more substantial. While the cinematographics genre constructs the process of differencing between the point of view of the author and of the spectator, the increasing interactivity with the viewer constructs an audience experience with a new relationship in a participatory project.

INTRODUCTION

Sur le web, la panoplie des genres éditoriaux s'élargit progressivement : blogs, portails, wikis collaboratifs, webzines, vidéos « citations », etc. Depuis 2004, nous assistons à l'émergence d'un nouveau type de création – le web-documentaire¹ – qui allie films documentaires et spécificités du web et dont les techniques d'écriture apparaissent se stabiliser. Des organismes comme le Centre National du Cinéma et de l'image animée

.....

¹ « Le webdocumentaire (souvent raccourci en webdoc ou webdocu) est un média interactif d'information éditorialisé présent sur le web, avec une interface regroupant du Richmedia. À un reportage vidéo principal s'ajoute une série de liens qui permettent d'enrichir l'information avec des vidéos, textes, photos, sons complémentaires, réseaux sociaux/commentaires des internautes... » in : FreeLens : Pour une photographie d'utilité publique. POM, vidéographie, webdocumentaire... Concrètement, qu'est-ce que c'est ? [En ligne] <http://www.freelens.fr/pom-vidéographie-webdocumentaire-definition/> (consultée le 5/12/2010)

(CNC) n'hésitent pas à subventionner ce type de production et des médias comme Arte ou Le Monde montent des plateformes dédiées à ce nouveau mode d'expression.

Qu'appelle-t-on exactement web-documentaire ? Un agencement spécifique scénarisant la consultation sur le web d'un documentaire thématique sous une forme participative. On peut le définir comme :

- un documentaire réalisé en vidéos, en bandes sons, en textes et en images,
- dont la scénarisation tient compte de l'interactivité
 - dans la fragmentation des récits
 - et dans l'interface graphique
- et qui s'insère dans un dispositif personnalisant la communication avec l'internaute (réseaux sociaux, commentaires, etc.).

Il existe une multiplicité des appellations comme animations interactives, petites œuvres multimédia (POM), documentaires multimédias, cyberdocumentaires, qui indique l'émergence d'un nouveau style qui n'a pas encore trouvé son nom et qui oscille entre plusieurs directions de développement

LA TRANSFORMATION DES MEDIAS PAR LE NUMERIQUE

Changements dans le mode de consommation des médias

Dans son livre « Convergence culture », Henry Jenkins tente de décrire cette phase de turbulences dans laquelle sont plongés les médias de diffusion qui opèrent dans un environnement devenu réactif et participatif et qui doivent coopérer avec une audience moins fidélisable, c'est-à-dire qui est capable de migrer pour réaliser des expériences qui lui conviennent. Il nomme convergence l'intersection entre au moins trois processus : celui de la mise en flux des contenus, celui de la multiplicité des plateformes médiatiques et celui du caractère versatile de l'audience.

L'arrivée des web-documentaires s'insère dans un paysage médiatique caractérisé par des changements dans le mode de consommation des médias. Alors que le lectorat de la presse écrite continue de baisser inexorablement, la télévision a progressivement cédé sa première place à l'internet en termes de temps passé devant l'appareil récepteur chez les « digital natives ».

Deux remarques s'ensuivent :

- La récente et forte croissance du visionnage de vidéos sur internet laisse augurer l'essor d'un marché de masse constitué par un gros volume de vidéos professionnelles souvent revisitées par des amateurs et s'adressant à une large audience sur les web TV (ex. : Current.tv) et les plate-formes (ex. : Dailymotion, YouTube) et se relayant sur de multiples réseaux sociaux. Ces vidéos étant rarement monétisées, leurs revenus publicitaires générés sont basés sur la mesure quantitative de l'audience qui les visionne.
- Dans le déluge informationnel, la captation de l'attention passe par des artifices interactifs maintenant l'internaute en immersion dans des univers contraints et addictifs (réseaux sociaux, etc.) fortement inspirés par l'univers des jeux vidéo. Depuis les simulateurs de vols pour l'apprentissage du pilotage des avions à l'utilisation de « jeux sérieux » (ex. : pour la simulation d'exercices militaires), les systèmes de représentation du réel n'ont cessé de se diversifier. Avec la notion de « réalité augmentée » sur mobiles, une hybridation est atteinte, celle de l'image captée en temps réel

sur laquelle viennent s'inscrire différentes formes d'information (infographies, logos, publicités, données, etc.) documentant les contenus captés.

La télévision connectée, c'est-à-dire raccordée directement ou indirectement à l'internet, est en passe de remplacer la télévision hertzienne. Conçue dès les débuts du web, la « télévision interactive » intéresse aujourd'hui de près les industriels (opérateurs réseaux, télécommunication audiovisuelle, fabricants d'écrans, de récepteurs) et les acteurs des industries de la culture ; le visionnage actuel massif des vidéos prouvant que l'offre aura du succès. Composée d'un appareil récepteur-émetteur et d'un écran multi-fenêtres et tactile, elle devrait proposer des contenus délinéarisés aux côtés du flux télévisuel habituel autorisant le visionnage de vidéos type YouTube/Dailymotion, la TV de rattrapage (catchTV, ex : Hulu, arte+7) et les vidéos à la demande (Vod, ex : Netflix, mySkreen), mais aussi l'usage de services informatiques susceptibles de la transformer en véritable « poste de commande » domotique. L'intérêt pour les annonceurs publicitaires d'une télévision connectée est d'avoir accès à des systèmes de mesure de l'interactivité de l'audience impossibles à imaginer dans le cas d'une télévision hertzienne.

Contexte économique de l'apparition des web-documentaires

En économie des médias, les web-documentaires font partie des « biens informationnels » qui concentrent de l'information librement appropriable (ex. : connaissances, mélodies) et il s'agit également de « biens publics » régis par un principe de « non rivalité » dans la mesure où leur usage n'induit pas une diminution de leur quantité pour d'autres consommateurs. [Chantepie, Le Diberder, 2010] constatent un mouvement dans les modèles économiques traditionnels des diffuseurs et des éditeurs. Les contenus numériques fixés sur les supports physiques lorsqu'ils sont immatérialisés sur les réseaux changent de statut : de biens privés susceptibles de paiement direct, ils passent à l'économie des biens collectifs et deviennent non-rivaux. Ce qui engendre toute une série de changements pour les ayants-droits dont les revenus cessent d'être proportionnels, mais vont dépendre d'allocations réglementées, mais aussi pour les bénéficiaires consommateurs transformés en « passagers clandestins » qui voient leurs pratiques (écoute musicale, lecture d'e-books) rendues illégales. Il ne faudrait pas oublier non plus les conséquences de développement pour les industries techniques qui bénéficient des effets d'externalité positive (DRM, etc.).

Subventionnés en amont par le CNC qui soutient l'expérimentation de nouvelles formes d'expression, les documentaires portés sur le web sont bénéficiaires de ce changement de régime. Mais ils servent aussi de tests à des médias qui cherchent à diversifier leur production et tentent de trouver de nouveaux modèles économiques pour leurs futurs revenus. C'est ainsi que des éditeurs de presse écrite et audiovisuelle comme Le Monde, Arte, France 5, France 24, Canal+ se sont lancés dans la publication régulière de « web-documentaires » dont la particularité est d'avoir été conçus pour être consultés sur le web. Cette orientation de mise en ligne de contenus « interactifs » de la part d'acteurs de la presse audiovisuelle et imprimée pourrait être envisagée comme un rodage de nouvelles techniques d'écriture adaptées au web.

PROBLEMATIQUES DU WEB-DOCUMENTAIRE

Une pluralité des profils chez les créateurs de web-documentaires

Le web-documentaire apparaît comme le symbole d'un renouveau de la production créative à la croisée des chemins documentaires et journalistiques. Il s'agit d'un format d'expression qui s'autonomise par rapport aux anciens supports. Il bénéficie d'une relative autonomie dans la recherche de ses marques énonciatives sur le web. Informer par l'intermédiaire d'un web-documentaire c'est construire une forme qui prend en compte les caractéristiques communicationnelles du web tout en poursuivant des objectifs d'intérêt général.

Il existe une grande pluralité d'acteurs investis dans les web-documentaires. Les créateurs sont des vidéastes et/ou photographes, rédacteurs et/ou preneurs de son, journalistes reporters d'images (JRI) et/ou scénaristes, etc. Deux grands profils se côtoient : photographes et documentaristes issus du cinéma se situant dans une démarche d'auteur et journalistes professionnels. Ne bénéficiant pas des mêmes régimes juridiques, des ambivalences se créent, par exemple lorsque des web-documentaristes se voient refuser l'attribution d'une carte de presse sous prétexte qu'ils étaient réalisateurs ou auteurs, alors que les contenus produits étaient réalisés à partir d'enquêtes journalistiques de terrain.

Les web-documentaires possèdent leurs circuits de financement, de promotion, leurs concours² et récompenses, leurs portails³ et spécialistes blogueurs⁴, leurs plateformes labos⁵ et leurs nouvelles agences dédiées. Nombreux parmi les acteurs sont ceux qui reconnaissent une difficulté à financer le portage sur le web de documentaires conçus pour l'audiovisuel ; des coûts distincts entrent pour la production audiovisuelle ou photographique et la post-production. Des sociétés productrices de web-documentaires se sont donc montées comme Upian, Narrative ou Honkytonk qui a ainsi développé son propre logiciel de « montage non-linéaire » Klynt, permettant « de diviser par trois les coûts du développement Web de chaque création, coûts qui représentent, en général, 30 à 40 % du budget global » de chaque web-documentaire. Mais d'autres applications conçues de manière à faciliter le montage en ligne comme 3WDOC de l'agence Hecube sont susceptibles d'ouvrir le genre à l'autoproduction et aux amateurs.

La spécificité du film documentaire : une tension entre réel et fiction

Les objectifs des documentaires audiovisuels à caractère cinématographique sont souvent de questionner des préoccupations sociétales, des modes de vie, des faits sociaux. Il se démarque de la fiction par sa prétention à capter des morceaux de réalité appartenant à un contexte actuel ou reconstitué sans passer par l'invention d'une histoire dont les comédiens interprètent le scénario dans une mise en scène. On peut dire que la principale fonction du documentaire est de traduire le réel :

- en énonçant un point de vue d'auteur sur une réalité perçue,

.....

² FRANCE 24 et RFI organisent le Prix du Webdocumentaire qui s'inscrit pour sa troisième édition en 2011 dans le cadre de Visa pour l'Image à Perpignan, le plus important festival international de photojournalisme. [En ligne] <http://www.france24.com/fr/FRANCE-24-RFI-prix-du-webdocumentaire-2011> (consultée le 22 juillet 2011).

³ Webdocu [En ligne] <http://webdocu.fr/web-documentaire/> (consultée le 22 juillet 2011).

⁴ Interactive Documentary [En ligne] <http://www.interactivedocumentary.net/> (consultée le 22 juillet 2011).

⁵ I-docs [En ligne] <http://www.i-docs.fr/> (consultée le 22 juillet 2011).

- en créant une distance narrative entre les faits représentés et le spectateur placé dans une situation de témoin,
- en sollicitant une prise de conscience active chez le spectateur qui doit identifier ce point de vue et l'interpréter.

Cette traduction du réel qui s'opère avec les techniques appartenant à la narrativité cinématographique engendre une reconstruction proche de la problématique fictionnelle : les fonctionnalités de la prise d'images et leur esthétique, l'indispensable scénarisation et les opérations de montage, la transformation de personnes en personnages, etc.

Il y a près de vingt ans, Jean-Paul Colleyn jugeait illusoire l'établissement d' « une définition formelle globale et concise » du documentaire face à l'éclatement de « l'ensemble de la production en sous-genres tels que fiction documentée, documentaire de création, docu-drame, documentaire fictionnalisé », mais maintenant cependant que la distinction entre « œuvre inventée » et « réalité réinventée » par le cinéma était une nécessité pour sauvegarder l'identité du genre documentaire.

Aussi, dans cette optique, l'utilisation par les web-documentaires d'artifices narratifs pour représenter le réel vient s'inscrire dans la continuité du genre. Cependant, nous émettons l'hypothèse que si l'interactivité enrichit les espaces narratifs des web-documentaires, elle risque aussi d'abolir la distance nécessaire à la réflexion. Pour cela nous nous proposons de vérifier comment la narratologie alimente les espaces documentaires et vice-versa pour ce type de production dans un corpus de web-documentaires.

Ces vingt dernières années auront vu éclater les frontières des genres traditionnels basés sur la séparation des récits fictionnels de ceux narrant des faits réels. Les œuvres de fiction comme les romans ou les films de cinéma se sont vues concurrencées par de multiples formes de récits comme les autofictions, les jeux en réalité alternée, les « reality show » et toutes sortes de reconstructions imaginées de faits divers. Informer n'est plus collecter des événements à destination d'un public exerçant un esprit critique, c'est aussi construire des formes destinées à manipuler les idées et les esprits dans des objectifs divers qui vont de la distraction de la réalité à l'engagement citoyen. Du « storytelling » politique aux jeux « sérieux » employés pour l'adhésion à une cause (cf. l'exemple récent d'advocacy pour le Darfour⁶), le récit multi-supports s'est enrichi de nouvelles définitions correspondant à de nouveaux produits de communication basés sur la narration : *cross media* lorsqu'il y a duplication ou adaptation (ex : Thealexanderwilsonproject) et *trans media*, lorsque la conception de l'univers narratologique englobe des points d'entrée différents dans l'histoire selon le support utilisé (ex : Panzerchocolate⁷). Il faut cependant noter que la différence entre ces deux genres apparaît souvent ténue.

La grille d'analyse adoptée

Nous observerons ici les parcours de lecture réalisés par les agencements spécifiques des web-documentaires articulant des récits et les multiples formes de la matière documentaire.

Nous étudions la présentation du récit principal, des analyses, des témoignages, paroles d'experts, d'amateurs et de professionnels en même temps que les différentes combinaisons des espaces narratifs et documentaires. Nous nous appuyons sur la théorie du récit différenciant récit/histoire/narration. Rappelons qu'un récit est une histoire (constituée de faits réels interprétés ou inventés) racontée par quelqu'un (personnage,

.....

⁶ Onthegroundreporter : <http://onthegroundreporter.com/>

⁷ Panzerchocolate : <http://www.filmutea.com/panzerchocolate>

présentateur, voix off, etc.). Gérard Genette distingue le récit (signifiant, le discours ou le texte ou l'image) de l'histoire (signifié, le contenu, les événements racontés) et de la narration (énonciation, ordre, durée, points de vues).

DES CONVENTIONS D'ÉCRITURE DECELABLES

La ligne temporelle

La ligne temporelle (timeline) comme élément structurant dominant de la présentation multimédia révèle la volonté de préserver le fil conducteur de la narration principale. Elle constitue une approche choisie par maints auteurs peut-être également à cause de l'économie de moyens qu'elle permet en termes de post-production. Véritable colonne vertébrale du webdocumentaire, elle articule récits et éléments complémentaires de documentation comme sur l'exemple de QUATRO HORAS (France 5) qui présente une ville construite par des mineurs, chercheurs d'or au Pérou, ayant réussi à obtenir le droit d'exploiter en coopérative la mine et gagner ainsi en légitimité.

Figure 1 – Affichage de l'ensemble des éléments de documentation complémentaires accessibles au fur et à mesure de la progression du récit sur sa ligne temporelle. L'espace documentaire s'affiche sur l'espace narratif



Figure 2 — Voix de détenus et voix d'experts contribuent ensemble à apporter un éclairage sur la situation du corps en prison.

Il n'existe pas ici de véritable séparation entre espaces narratifs et espaces documentaires ; ce qui fait la séparation, c'est la différence de statut des voix

Récit multimédia

Le corps incarcéré

LEMONDE.FR | 22.06.09 | 07h43 • Mis à jour le 20.07.10 | 18h31

The screenshot shows the interface of the webdocumentary 'Le corps incarcéré'. At the top, there is a video player with a 'Rejouer' button. Below the video player is a navigation menu with five main categories: 'le corps feuillé', 'le corps de l'autre', 'le corps malade', 'le corps retrouvé', and 'le corps libéré'. Each category has several sub-items listed below it. At the bottom of the interface, there are three expert interview thumbnails: 'Le sexe' (Interview avec Arnaud Gaillard, sociologue, auteur d'une thèse sur le sexe en prison), 'La musculation' (Interview avec Laurent Gras, sociologue, auteur de 'Le sport en prison'), and 'Les automutilations' (Interview avec Christiane de Beaurepaire, psychiatre, auteur de 'Non lieu, un psychiatre en prison'). A 'bibliographie crédits' link is located in the bottom right corner.

Dans LE CORPS INCARCÉRÉ (Le Monde), le récit principal se charge au lancement de la page web et démarre automatiquement avec des éléments sonores métaphoriques forts (claquement d'une porte de couloir, bruits de pas, etc.). La structuration de la ligne temporelle est réalisée en cinq parties qui se composent elles-mêmes de séquences thématiques titrées. Une fois la totalité du diaporama sonore chargée, chaque séquence peut être revue et réécoutée en indépendance des autres.

Dans ce webdocumentaire, la séparation des témoignages des détenus de l'analyse des experts est réalisée par l'interface graphique. À droite du récit principal se trouvent les photos des quatre détenus interviewés qui donnent accès à des éléments biographiques. La partie inférieure de l'écran comporte la parole de trois experts, une partie bibliographie et les crédits.

Le récit à embranchements multiples

iROCK (Orange) propose à l'internaute de « déambuler » dans les coulisses d'un grand festival rock : les Eurockéennes de Belfort (2009). L'internaute est amené à suivre des journalistes, des musiciens et d'autres personnages sur quatre parcours d'une durée d'environ quinze minutes, menant vers quatre-vingt-dix séquences vidéo de une à trois minutes chacune prenant sur le vif la vie quotidienne des professionnels sur un festival. Chaque séquence est légendée et à leur fin, deux propositions sont faites (voir figure 3).

Figure 3 – Bifurcation dans l'espace narratif qui s'efface totalement pour laisser la place à l'espace documentaire lorsqu'il est convoqué (signe +).



L'originalité du dispositif tient à la possibilité d'accéder à des fiches multimédia par artiste, qui se composent de brèves biographies, discographies, extraits filmés de concerts à visionner sur Dailymotion et téléchargement en mp3 sur Orange) et autres liens web menant vers les sites des artistes. L'appel au référencement des séquences sur les réseaux sociaux est constant.

Le supplément documentaire qui vient compléter la balade cinématographique a une visée clairement promotionnelle : de la légende de chaque séquence qui affiche « partage cette séquence » au passage de la souris sur différents réseaux sociaux à l'entourage du webdocumentaire incitant à visionner d'autres vidéos sur les mêmes thèmes.

LE CHALLENGE (Canal+) se présente comme une enquête interactive sur un grand procès lié à la dégradation environnementale et mené contre la société Texaco par les Indiens de la forêt amazonienne. Tiré d'un film TV de 52 minutes, le webdocumentaire d'une durée d'environ vingt minutes, repose sur la forte implication de l'internaute, scénarisée et intégrée dès la prise d'images.

Comme pour IRock, l'internaute a le choix entre deux possibilités dans l'enchaînement des séquences, mais il s'agit soit de continuer l'enquête en écoutant les personnages répondre aux questions choisies, soit de permuter d'espace et d'accéder à l'info préparatoire aux entretiens.

Dans Le Challenge, l'espace documentaire se matérialise par un bloc-notes qui donne accès à la matière permettant de contextualiser le récit principal filmé. Divisé en deux parties, il accueille sur le côté droit une carte zoomable de l'équateur sur laquelle sont localisées la position de l'internaute et les différentes séquences à visionner. Sur le côté gauche, l'internaute trouve à sa disposition le matériel documentaire mettant en perspective le procès dans lequel il se trouve investi : des caractéristiques chiffrées de l'équateur en passant par une explication politique de la colonisation et des vidéos historiques, tout est classé en cinq catégories (équateur, le procès, pétrole, le yasun, annexes). La consultation

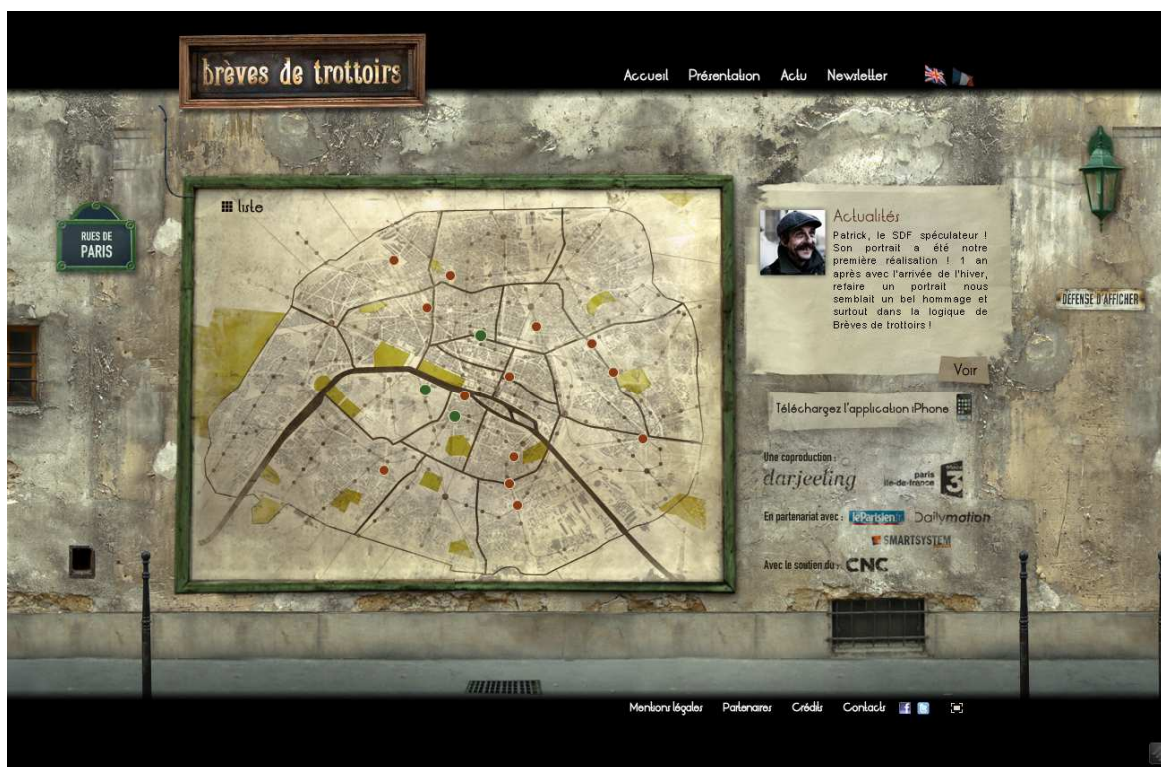
de son bloc-notes est scénarisée et est incluse dans les séquences vidéos du récit principal (par exemple pour préparer ses interviews).

Dans *L'OBÉSITÉ EST-ELLE UNE FATALITÉ ?* (France 5), l'internaute est présenté comme un « protagoniste » du webdocumentaire. Invité à mener une enquête sur le caractère épidémique de l'obésité, il doit prendre des décisions et choisit des questions à poser (sous forme de légendes). Des extraits de vidéos y répondent ou des enregistrements audio sur des photos. Le découpage de séquences d'entretiens et de mini-reportages peut être cependant visionné de manière totalement linéaire. Alors que dans les deux webdocumentaires précédents, l'espace documentaire masque complètement l'espace narratif, dans celui-ci il se superpose en un écran plus petit sur la séquence vidéo en cours.

L'interface graphique métaphorique

BREVES DE TROTTOIR est un webdocumentaire autoproduit de Marc Lustigman et Noam Roubah, de la conception à la publication web, dans lequel l'activité de consultation des interviews est totalement distincte de la navigation de l'interface qui est elle-même porteuse d'une énonciation piétonnière. Fortement métaphorique, l'interface se compose de murs décrépis bordant une rue sur laquelle se trouvent différents éléments symboliques de la vie parisienne : plan de Paris, kiosque à journaux, pancarte « Défense d'afficher », plaque de rue, etc. Contrairement aux pages web traditionnelles, la navigation se déroule de droite à gauche et non de haut en bas, tout au long de la rue qui accueille les différentes figures interviewées. Chaque témoignage prend place dans une télévision des années soixante autour de laquelle sont disposés les « suppléments » documentaires : images, textes, sons qui s'incarnent sur leurs supports représentés (photos, lettres, poste de radio).

Figure 4 – La rue et le plan de Paris, métaphores d'accès aux portraits de parisien(ne)s



Dans Brèves de trottoir, il n'existe pas de partie documentaire se différenciant de la partie captée en sons, images et vidéos. Chaque portrait se divise en un entretien principal, réalisé en bande son-images défilantes ou vidéos, accompagné de « bonus », nommés ainsi par les auteurs, qui sont des suppléments informationnels concernant uniquement la vie personnelle des personnages. En réalité, la contextualisation est procurée par l'interface bourrée de métaphores qui pose des Parisiens aux vies un peu marginales, aux occupations originales, dans des mondes qui leur appartiennent. Il s'agit donc d'un webdocumentaire qui témoigne plus qu'il ne décrit.

La superproduction PRISON VALLEY (Arte.tv) est aussi réalisée sur le registre de la séparation des activités de consultation des espaces narratifs et documentaires par l'interface graphique. Toute la scénarisation de l'activité de l'internaute au sein du webdocumentaire part de la chambre d'un Motel et ses métaphores de l'activité d'enquête (calepin sur la commode, souvenirs et documents qui s'accumulent sur le lit au fur et à mesure de l'avancée dans le documentaire, etc.). Après avoir visionné la première séquence de ce qui se présente comme un « roadmovie », l'internaute est plongé dans « sa » chambre d'où il accède à la matière documentaire qui éclaire et contextualise les séquences vidéos qu'il visionne les unes après les autres dans l'ordre imposé par les auteurs. C'est un petit peu la spécificité de Prison Valley que de ne pas briser la structure narrative des séquences vidéos ou d'assemblages sons-images. Il n'existe aucun moyen pour l'internaute de manquer une séquence principale et s'il le tente, il est ramené à la première séquence et obligé de repasser par la case départ. Ce parcours fortement contraint est aussi représentatif de l'univers carcéral décrit.

Figure 5 – La « carte d'enregistrement » du visiteur posée sur la vitre de l'accueil du Motel et la chambre, métaphore de l'espace personnel de l'internaute inscrit

CONTACT / CREDITS MD

REGISTRATION CARD
VEUILLEZ CREER VOTRE COMPTE

EN UTILISANT VOTRE COMPTE FACEBOOK OU TWITTER : _

Connect Connect

Autoriser Prison Valley à mettre à jour votre statut au cours du récit - [En savoir plus](#)

OU EN CRÉANT UN NOUVEAU COMPTE PRISON VALLEY : _

IDENTIFIANT : ADRESSE EMAIL :

MOT DE PASSE : CONFIRMATION :

INVITÉ :

Vous pouvez également choisir d'accéder au programme en tant qu'invité, sans créer de compte utilisateur. De nombreuses fonctionnalités vous seront toutefois inaccessibles et vous devrez recommencer votre parcours depuis le début à chaque nouvelle visite.

Vous avez déjà une chambre ?

TO REORDER, CALL 1-800-526-8224 Form No. NHRC1

ROOM 12
NAME

POURQUOI S'ENREGISTRER?

es Aerie **SORRY** MasterCard **TO ALL GUESTS PLEASE READ THE** MasterCard

PRISON VALLEY 9 Herbiwan est ici
Herbiwan n'est plus ici
Herbiwan est ici

L'encadrement éditorial et la gestion documentaire

L'encadrement éditorial du webdocumentaire dépend de ses modes de financement et des choix de publication. Si l'œuvre possède son propre nom de domaine comme pour Brèves de trottoir ou Prison Valley, les mentions éditoriales sont intégrées au web-documentaire mais elles s'externalisent dans le paratexte lorsque les œuvres sont organisées en séries comme pour France5 ou le Monde.fr.

Si le dépôt de commentaires des internautes apparaît être un choix indépendant des plateformes éditoriales, remarquons que la connexion avec les réseaux sociaux de type Facebook apparaît inévitable à la notable exception de *L'obésité est-elle une fatalité ?* Qui propose d' « envoyer un message aux auteurs » plutôt que de connecter à un réseau social. Orange intègre *IRock* dans sa communauté Video Party, comprenant des recommandations Vidéo Buzz, une pause humour, et les vidéos les plus vues directement en lien avec sa thématique musicale.

La dernière superproduction d'Arte, *Insitu*, qui met en scène des interventions artistiques expérimentales dans différentes villes d'Europe accorde une large place à la participation puisqu'il est demandé à l'internaute de télécharger, à partir d'une carte géocalisant les objets choisis, des documents (textes, images, films) qu'il juge digne d'intérêt parce qu'entrant en résonance avec ce qu'il a visionné.

Les parties documentaires peuvent être internes et manipulables en tant qu'indices iconiques d'une histoire (photos de détenus dans *Prison Valley*), incluses dans le dispositif narratif (bloc-notes de dossiers et d'articles du *Challenge*) ou éditorial (fiches de *IRock*). Elles peuvent être externes et se présenter sous forme de liste de liens vers des sources internes à l'éditeur (*Le corps incarcéré*) ou externes (*Happy World*). Notons que d'un point de vue sémiotique la part faite au texte est belle : retour en force des légendes et dialogues, lexiques, références bibliographiques et bibliographies. Celui-ci appuyant la narration ou bien se situant en arrière-plan, en tant qu'annexes.

Cette épaisseur créée par les différentes couches possibles de documentation accrédite l'idée d'un feuilletage possible des composantes hétérogènes de la réalité.

Figure 6 – Sous le Corps incarcéré, on retrouve les incitations classiques du web2.0 à partager, classer et citer, mais aussi une connexion avec les contenus du journal en rapport avec la thématique partagée

The screenshot displays a web interface for 'Prisons françaises'. At the top, there is a navigation bar with icons and labels for 'RÉAGISSEZ (76)', 'CLASSEZ', 'CITEZ', 'ENVOYEZ', and 'PARTAGEZ'. Below this, the main content area features a section titled 'Prisons françaises' with a sub-section 'BLOG' and a post titled 'Prisons : double condamnation de la France'. To the right, there is a 'Parmi vos réactions' section showing a reaction from 'Eme' with a comment: 'Magnifique reportage qui ne laisse pas indemne...'. Below the reactions, there is a 'Réagissez' button and a link to 'Découvrez les 76 réactions'. At the bottom right, there is an 'Annonces emploi' section with several job listings, including 'Assesseur Internet' at LIONBRIDGE, 'Directeur du conservatoire à rayonnement communal de musique et de danse' at VILLE DES LILAS, and 'Responsable Relations Internationales'.

L'INTERACTIVITE COMME PRINCIPE D'EXPLORATION ET DE MONTAGE

La place prise par l'internaute au sein des différents types de web-documentaires

Au sein des récits à embranchements multiples, l'internaute est amené à jouer différents rôles prévus dès la scénarisation du récit principal ou installés a posteriori. Un lexique employé de manière systématique, caractéristique des « aventures dont vous êtes le héros » interpelle l'internaute : « Vous devez », « Choisissez », « Je reviens », « Tu peux », etc. Cette place déterminante prise par l'internaute indique une modification dans la conception des récits liés à la documentarisation.

L'introduction de *L'OBÉSITÉ EST-ELLE UNE FATALITÉ ?* pose les conditions de visualisation du webreportage.

« Vous débutez votre enquête en Seine-Saint-Denis, un des départements les plus touchés de France, 20 % de la population y est obèse ».

« Je cherche à rencontrer des patients »

« J'attends la fin de l'opération pour parler avec le chirurgien »

Bien qu'il s'agisse d'une enquête, l'internaute n'est pas identifié à celui d'un journaliste, mais bien plutôt celui de « protagoniste » convié à découvrir une thématique. Des phrases incitatives comme « Vous avez un léger sentiment d'écœurement » dictent à l'internaute un comportement en prescrivant ses émotions.

Le rôle principal que l'internaute assume dans sa visite exploratoire d'IROCK est celui du « passager clandestin », car la plupart des scènes sont prises sur le vif et l'internaute y assiste en témoin, quelquefois même en voyeur puisque les acteurs filmés réagissent souvent de manière émotionnelle à la présence intempestive de la caméra et des micros. Pendant la phase de téléchargement du site défilent les phrases suivantes :

« Tu vas pouvoir explorer les coulisses des eurockéennes »

« 18 artistes à suivre »

« À toi de jouer »

Ce tutoiement péremptoire qui donne le « la » indique aussi ce qui est attendu de l'internaute : une forme d'activité liée à l'exploration ludique. Par exemple, la proposition « tu tentes de retrouver un groupe que les journalistes redoutent d'interviewer » est tentatrice et prometteuse, car elle repose sur l'imprévu.

C'est dans *LE CHALLENGE* que l'on trouve la plus grande richesse narrative organisée autour de l'activité de l'internaute. Placé dans la position du journaliste chargé de mener des entretiens, il doit s'organiser et choisir les questions qu'il veut poser :

« Des travaux scientifiques ont-ils été effectués sur la contamination ? »

« Quelles sont ces maladies liées à la pollution ? »

À chaque fin de séquence, de nouvelles possibilités s'affichent l'obligeant à choisir entre espace narratif et espace documentaire.

« J'étudie les rapports épidémiologiques »

« Je ressors de l'hôpital »

L'internaute est également relancé par des éléments narratifs qui l'immergent dans sa quête et prouvent que son rôle a été scénarisé avant la prise de vues. Par exemple, alors que le juge qui suivait l'affaire a été révoqué et que l'enquête apparaît classée, il reçoit de manière anonyme une enveloppe contenant des documents qui concernent la pollution de

la zone naturelle de Yasuni occasionnée par des fuites de pétrole. Le voilà donc reparti pour une série de recherches.

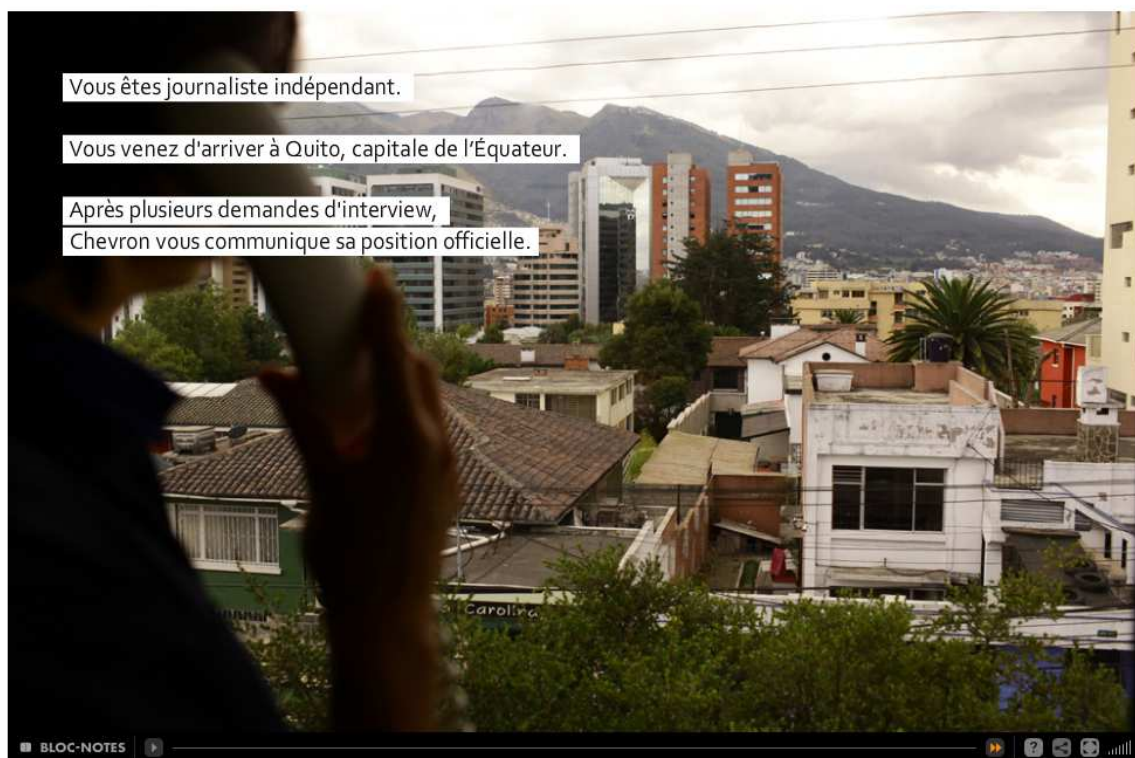
Si l'internaute quitte le webdocumentaire et qu'il se reconnecte ultérieurement, il lui est proposé de « recommencer au début » ou de « reprendre l'enquête où je l'ai laissée ». Comme pour PrisonValley, la scénarisation atteint aussi l'entrée/sortie du webdocumentaire.

La fictionnalisation documentaire

Figure 7 — Représentation physique du lecteur pendant l'exposition de la mission qu'il doit accomplir

LE CHALLENGE

Une enquête interactive de Laetitia Moreau



Alors que Pierre Barboza avait établi les allers-retours entre espaces narratifs et documentaires de la bande dessinée interactive « Opération Teddy Bear », les unités intégratives associant les différents espaces discursifs des web-documentaires sous forme de récits à embranchements multiples sont emblématiques d'un renversement. Le lecteur fictionnalisé est entré dans le récit documentaire comme le représente le carton d'enregistrement de Prison Valley sur la figure 5 et la représentation physique de l'interacteur du Challenge sur la figure 6 attribuant à l'internaute une « identité narrative » au sens de Ricoeur.

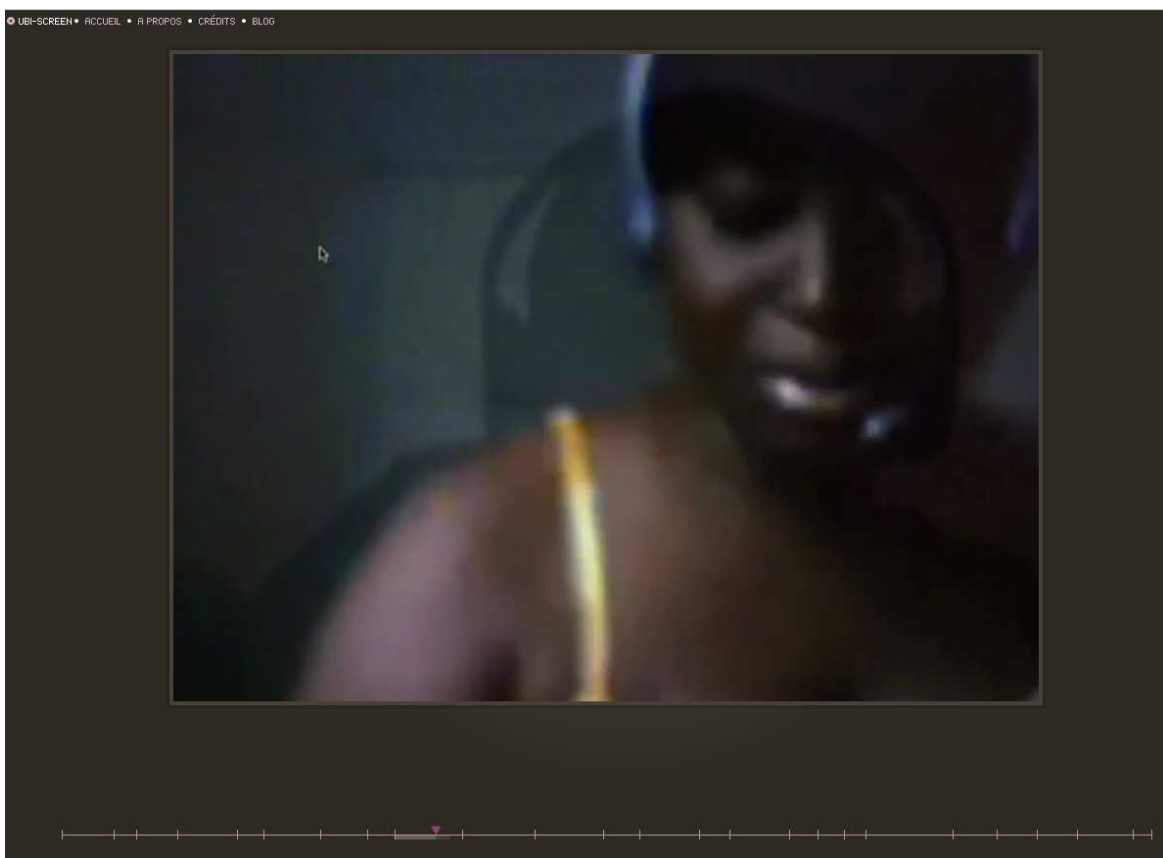
UBI-SCREEN est un dispositif constitué par l'enregistrement vidéo de conversations que mènent à distance deux interlocuteurs par webcams interposées. La capture est multi-caméras : celle de l'auteur qui filme un protagoniste chez lui pendant que sont enregistrées simultanément les images des webcams des deux participants.

Le résultat pour l'internaute consiste en un écran-type qui comporte un menu en haut de page, une image vidéo qui occupe les trois quarts du milieu de page et d'une ligne temporelle des vidéos enregistrées par phases numérotées.

Pendant la consultation sur la vidéo principale, un point rose sous forme de cible simplifiée surgit au survol de la souris signalant la possibilité pour l'interacteur de faire apparaître une seconde image en transparence de la première pouvant être soit une capture du personnage d'un autre point de vue, soit de celui avec lequel il communique par webcam interposée.

L'interacteur alors se trouve dans la situation d'agir sur des images superposées, en mouvement. Mais les images sont brouillées et mobiles et il est difficile de voir nettement l'interlocuteur situé à distance.

Figure 8 – Apparition furtive d'un protagoniste distant grâce à une action sur image de l'internaute



Ce travail sur l'intime est réalisé par une collaboration entre l'artiste plasticienne Isabelle Grosse et la sociologue Dana Diminescu, spécialiste des usages des nouvelles technologies chez les migrants. Le projet devrait accueillir les témoignages de nouvelles familles dans des situations différentes.

Bien qu'éloignée du documentaire vidéo traditionnel, la captation en temps réel de conversations personnelles par des personnages vivant réellement une séparation est intéressante de par les actions sur images proposées à l'internaute qui se situent dans la rhétorique de l'apparition/disparition décrite par Xavier Malbreil.

« Apparaître/disparaître. »

« Sur la surface blanche de l'écran, ces spectres que l'on peut faire apparaître et disparaître

à volonté, ou qui parfois s'imposent à vous, et ne veulent plus s'en aller quand on les a appelés. »

« La fonction "show/hide layer" comme manière de formuler, en préalable, un questionnement de l'écran. [...] »

« Et d'ailleurs (parenthèse), pourquoi tant d'informaticiens s'intéressent-ils à la littérature (ou à l'écriture peut-être davantage ?) ? »⁸

Ici aussi, le lecteur est fictionnalisé. Dans une position de voyeur lorsqu'il consulte simplement les enregistrements vidéo de conversations privées, il passe à une position d'acteur lorsqu'il manipule les images et expérimente la solitude des protagonistes et les flous engendrés par de grandes périodes de temps non partagé. Sa compréhension est facilitée par une métaphore projective.

L'écriture scénaristique conduite par des outils

Bifurcation des récits et interactivité sont mises à la portée des auteurs, monteurs, réalisateurs et journalistes, qui sont à même d'intégrer différents fichiers sons, images, vidéos dans un logiciel multimédia comme Klynt qui génère au final un « site web » en Flash. La prise en main de l'outil est basée sur la définition préalable d'une arborescence en deux niveaux : le niveau 1 qui représente la « page d'accueil » et ses liens et le niveau 2 qui est celui du montage interactif proposant la possibilité de créer plusieurs parcours à partir de plusieurs entrées. Différentes fonctionnalités permettent de gérer les pistes sons, timeline, scripts, traductions et légendes ; la mise en forme graphique étant réalisée par des graphistes et des développeurs au sein de la société Klynt. Les premiers retours d'usages de ce logiciel indiquent un déplacement dans l'écriture du scénario qui peut se faire directement avec l'outil.

De son côté, 3WDOC fait le pari du montage opensource en ligne en profitant des dernières innovations technologiques d'HTML5. Là aussi sont prédéterminés un ensemble de possibles : ligne temporelle, gabarits, intégration de film, montage de diaporama interactif, menu, carte, etc.

CONCLUSION

L'entrée du documentaire dans les techniques de narration hypertextuelle

La partie énonciative du documentaire peut se trouver profondément modifiée par l'usage qui est fait de l'interactivité. Elle entraîne l'internaute à endosser les habits de personnages-narrateurs pris dans une histoire à laquelle il est sommé d'adhérer (*Le challenge*) ou bien à se comporter en une sorte de témoin-voyeur (*IRock*, *Ubi-Screen*) ou de témoin-enquêteur (*Prison Valley*, *L'obésité*). Alors que la voix de l'auteur-narrateur est présente dans *Prison Valley*, elle disparaît totalement dans *Le Challenge*. Plus l'immersion de l'internaute est sollicitée dans le récit, moins la nécessité d'un médiateur se fait sentir. C'est pourtant une des caractéristiques du documentaire que d'installer des médiateurs (*Happy World*) afin d'entraîner le spectateur-auditeur à vivre un récit-témoignage.

Réservé jusqu'alors à l'expérimentation littéraire numérique, le récit hypertexte apparaît faire son entrée dans une sphère qui lui était encore inaccessible il y a peu. L'intérêt des créateurs audiovisuels et photographiques, auteurs et journalistes, pour la publication web laisse augurer de nouveaux essais narratologiques entraînant l'internaute dans des attitudes

.....

⁸ Message de Xavier Malbreil intitulé Apparition/Disparition à la liste E-critures le 17 juin 2001.

de narrataires plutôt que de lecteurs. Cependant, cette adhésion au récit ne va-t-elle pas à l'encontre de ce que recherche à l'origine le documentaire ? Que devient la distanciation nécessaire à la réflexion si le contrat de lecture consiste simplement à investir l'internaute dans une « histoire dont il est le héros » entre deux séances de surf sur le web...

Des conventions d'écriture et de publication décelables

Le web-documentaire est un genre éditorial se déclinant en séries et qui se place au sein du paysage hyperdocumentaire (portail, plateformes, etc.). Les conventions d'écriture repérables sont largement inféodées aux choix techniques de publication sur le web (structure arborescente, ligne temporelle, actions sur images, listes de liens, etc.). Les structures à bifurcations multiples adoptées nécessitent une fragmentation du récit, les interfaces métaphoriques contribuent à installer l'internaute dans la narration en même temps qu'elles règlent les parcours de visionnage et la lecture. Prévue dans le scénario et avant la prise de vues, l'intervention du lecteur internaute participe à la fictionnalisation documentaire.

Redonnant aux témoignages de la vie quotidienne une nouvelle force, les web-documentaires réussissent à faire passer l'épaisseur du réel à travers un récit fragmenté et délinéarisé.

La large panoplie d'acteurs investis, leurs partenariats, la création et le remodelage d'entreprises autour de savoir-faire en formation, la refonte de métiers qui pourrait en découler, sont des indicateurs de l'effervescence créative autour du web-documentaire. Le financement public a donné un coup d'accélérateur à la création. Élargi au web, le documentaire transforme les manières d'informer en offrant aux internautes de nouvelles formes d'expérimentation des réalités décrites.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Barthes, Roland (1966). « L'analyse structurale du récit ». *Communications* n°8. Seuil, 1981.
- Gabszewicz Jean, Sonnac Nathalie (2010). *L'industrie des médias à l'ère numérique*. Repères/La Découverte.
- Barboza Pierre (2006). « Fiction interactive, « métarécit » et unités intégratives » in Pierre Barboza et Jean-Louis Weissberg (dir.). *L'image actée*, L'Harmattan.
- Chantepie Philippe, Le Diberder Alain (2010). *Révolution numérique et industries culturelles*. Repères/La Découverte.
- Clément Jean (1995). « L'hypertexte de fiction: naissance d'un nouveau genre ? », in Vuillemain, A. & Lenoble, M. (éds). *Littérature et informatique. La littérature générée par ordinateur*. Arras: Artois Presses Université, pp.63-75 [en ligne] <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/allc.htm> (consultée le 22/07/2011)
- Collard Anne-Sophie (2005), « La métaphore dans l'hypermédia comme médiateur de contenus », *séminaire sur l'appropriation sociale des nouvelles technologies*, IPSI, Tunis, février.
- Coutard Nathalie, Houle Michel (2011). « Le documentaire et les plateformes numériques : un écosystème en transformation ». *Etude de l'Observatoire du documentaire du Canada*. Janvier 2011.
[En ligne] http://www.obsdoc.ca/res/pdf/Observ_20110203_Etude.pdf (consultée le 22/07/2011)
- Genette Gérard (1972). *Figures III*, Seuil. 1998.
- Jenkins Henry (2006). *Convergence culture. Where old and new media collide*. New York University Press.
- Pédauque Roger (2007). *La redocumentarisation du monde*. Editions Cepadues.
- Ricoeur Paul (1990). *Soi-même comme un autre*. Points-Essais, Editions du Seuil, 1996.
- Salmon Christian (2008), *Storytelling*. *La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. La Découverte.
- Scopsi Claire (coord.) (2010). Dossier « Vidéos en ligne : usages, formats, traitement documentaire » in *Documentaliste, sciences de l'information*, pp. 26-70. N°4. Décembre 2010.
- Thorburn David, Jenkins Henry (2004). *Rethinking media change*. *The aesthetics of transition*. MIT Press.
- Weissberg Jean-Louis (1999). *Présences à distance*. L'Harmattan.

Web-documentaires étudiés

- (2009) *Le corps incarcéré* de Sorin Seelow, Léo Ridet, Eric Dedier, Karim El Hadj, et Bernard Monasterelo produit par Lemonde.fr.
- (2009) *L'obésité est-elle une fatalité ?* de Samuel Bollendorff et Olivia Colo. Coproduction Honkytonk et Curiosphere.tv.
- (2009) *Brèves de trottoir* d'Olivier Lambert et Thomas Salvan. Coproduction France Télévision et Darjeeling.
- (2010) *Prison Valley* de David Dufresne et Philippe Brault. Produit par Upian et co-produit et diffusé par Arte.tv.

- (2010) *Le challenge*. Une enquête interactive de Laetitia Moreau. Production Canal+.
- (2010) *IRock*. Une expérience interactive dans les coulisses des Eurockéennes de Lionel Brouet. Production Orange en partenariat avec France-Inter.
- (2010) *Cuatro horas* de Sébastien Daycard-Heid et Cédric Faimali. Série « Portraits d'un nouveau monde – Vivre ensemble » de France5. Une production Narrative, France Télévisions.
- (2010) *Ubi-Screen* d'Isabelle Grosse. Production Regart.net.
- (2011) *Happy World*. Birmanie : la dictature de l'absurde de Gaël Bordier et Tristan Mendès-France. Une expérience hypervidéo coproduite par Cinquième étage production & Upian.
- (2011) *Insitu*. Les artistes dans la ville. Un film interactif d'Antoine Viviani. Production Providence et Arte.

Le multimédia ou le langage des sociabilités numériques.

L'exemple de la communication des artistes sur les réseaux sociaux numériques

Article inédit. Mis en ligne le 16 décembre 2011.

Valérie Croissant

Annelise Touboul

Valérie Croissant est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Institut de la communication, Université Lyon 2, laboratoire ELICO. Ses recherches portent sur l'évolution des médias et des pratiques d'information.

Annelise Touboul est maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Institut de la communication, Université Lyon 2, laboratoire ELICO. Elle s'intéresse particulièrement aux dispositifs formels de l'information en ligne et au développement de l'interactivité dans les médias.

Plan

Introduction

La création, une valeur historique d'Internet

Les présupposés de la création

Visibilité et reconnaissance

Se (re)présenter et s'exposer sur les réseaux sociaux numériques

Quand les plateformes imposent leur langage

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

L'article questionne l'usage du multimédia par une population de créateurs au sein de quatre plateformes de réseaux sociaux numériques (RSN) spécialisées dans les domaines artistiques et culturels. Les activités de publication et de partage ainsi que la manière dont le multimédia s'y déploie dans l'écriture et la présentation de soi font l'objet ici d'une analyse socio-discursive. Il s'agit de vérifier dans quelle mesure les RSN et les compétences des artistes s'invitent dans les stratégies de socialisation et de promotion professionnelles.

Mots clés : réseaux sociaux, artistes, écriture de soi, multimedia

Abstract

The paper deals with the way artists are using four social network platforms specialized in artistic and cultural fields. Authors use a socio-discursive approach to analyze publishing and sharing on SNS ; and also how people exploit multimedia in writing and presenting themselves. Research shows the fact that SNS and knowledge are included in professional artists' strategies.

Key words : social network site, artists, multimedia

Resumen

Este artículo negocia la manera en la que los artistas utilizan cuatro redes sociales numéricas (SNS). Los autores analizan las prácticas de reparto y de publicación sobre estas

redes especializadas en la cultura; y también como los usuarios movilizan la multimedia en la escritura y la presentación de si mismo. La investigación muestra el hecho que SNS y el conocimiento son incluidos en las estrategias profesionales de los artistas.

Palabras-llaves: redes sociales numériques, artistas, multimedia

INTRODUCTION

L'ampleur du développement des réseaux sociaux sur Internet induit souvent une prise en compte globale du phénomène. Certains auteurs proposent de le réinscrire dans une perspective historique de mise en visibilité de différentes formes de communication parfois qualifiée de « communautaire » depuis les échanges de messages, en passant par le *chat*, les forums, sans oublier les sites personnels et les blogs qui tous jouent sur une porosité des frontières entre le privé et le public, l'intime et l'exposition, le monologue et la discussion. (Boyd, Ellison, 2007 ; Cardon, 2010). D'autres auteurs privilégient un travail définitoire en tentant de distinguer et classer les différentes offres affiliées au « *social media* » ou au web2.0 selon leurs fonctionnalités, leurs publics ou leurs usages (Rieder, 2010). La présente approche se propose de circonscrire l'analyse à un type de réseau social qui vise la socialisation des individus grâce à une activité de publication et de partage et d'y étudier la manière dont le multimédia s'y déploie dans les formes d'écriture et de présentation de soi. Le multimédia est envisagé dans cet article comme une notion qui se réinvente dans des pratiques communicationnelles du quotidien, lorsque les individus, techniquement non spécialistes, mobilisent tour à tour différents outils, supports et formats pour leurs communications (réseaux sociaux, téléphonie mobile, blogs, sites participatifs...). Ainsi, plutôt que d'essayer d'en proposer une définition à partir des termes en vogue dans les années 2000-2005 d'hypermédia, de plurimédia ou de multimodalité, nous considérons que le multimédia se réalise de façon dynamique et quotidienne au travers des formes de communications mises en œuvre par les individus sur les différents espaces d'internet. Cet article porte plus particulièrement sur les formes de la présence, de la mise en visibilité de soi et de la relation aux autres à travers différents réseaux sociaux numériques, suivant ainsi l'invitation de Dominique Cardon à développer des études de nature empirique à la suite de son travail de cartographie du web2.0 (Cardon, 2008). Notre approche, plus micro que macroscopique, s'intéresse donc à une population particulière et cependant non homogène composée de créateurs, tous domaines artistiques et culturels confondus, dans son travail d'investissement des plateformes numériques de réseaux sociaux. Dans cette perspective, nous souhaitons vérifier dans quelle mesure les réseaux sociaux numériques (RSN) sont le lieu de stratégies de la part des créateurs, au service d'une mise en visibilité essentielle dans le cadre d'une socialisation professionnelle.

Les RSN étudiés se caractérisent de prime abord par leur diversité. Dans la mesure où l'étude porte sur la place du multimédia dans des formes de sociabilité en ligne, le choix d'un corpus hétérogène doit permettre de rendre saillants des éléments distinctifs dans des pratiques appartenant au même domaine, celui de la création. La variété des dispositifs et des pratiques qui s'y inscrivent questionne en retour les frontières de la création. Si ces réseaux sociaux se distinguent sur plusieurs plans : le niveau d'engagement des membres ou des visiteurs, la présence plus ou moins discrète du dispositif, la « promesse » mise en exergue par le site, en revanche, ils répondent tous à un objectif central qui est celui de la gestion de son image et de ses productions à travers des formes de présence et de visibilité. De façon plus précise, l'analyse porte sur quatre plateformes spécialisées dans le domaine artistique : *Myspace* (<http://www.myspace.com/>), devenue la référence incontournable du

monde musical amateur et professionnel), *Behance* (<http://www.behance.net/>, site états-unien de référence qui valorise la démarche professionnelle des créateurs), *Artlinki* (<http://www.artlinki.com/fr/home>, site récent qui privilégie la mise en relation des acteurs culturels) et *Skwat* (<http://www.skwat.com/>, qui propose un lieu à investir pour construire une communauté d'artistes). Ce choix s'explique d'une part par la dimension créative inhérente aux acteurs sur ces plateformes qui permet de considérer ces lieux comme potentiellement porteurs de nouvelles formes d'écriture. Ainsi, ces sites permettent d'observer les stratégies de mise en discours de soi et de sa pratique artistique, portées par des enjeux professionnels et sociaux qui ne relèvent pas seulement du récit de l'intime (Boyd, 2004). De fait, l'étude confirme que ces dispositifs, qui se présentent comme des « plateformes » neutres (Gillespie, 2010) facilitant les contacts et autorisant la valorisation du travail des artistes, sont des espaces somme toute contraignants qui construisent des cadres d'apparition et d'interaction partiellement prédéfinis. La manière dont des individus ayant une problématique de visibilité réfléchi et formalisée mobilisent des formes d'écriture complexes et adaptées à chacun des dispositifs investis constitue l'axe principal de ce travail. Il s'est avéré peu pertinent dans les RSN étudiés de différencier les types de pratiques artistiques. Seul *Myspace* a connu une spécialisation dans la musique à l'initiative des utilisateurs. Les RSN étudiés tendent à offrir les mêmes cadres d'interaction sans distinction des profils artistiques.

L'approche choisie est socio-discursive dans la mesure où les pratiques sociales des acteurs contextualisent l'analyse de leurs productions discursives. La notion de discours ne se limitant pas ici aux seules productions verbales, notre étude inclut les signes iconiques, graphiques, sonores ou linguistiques. Plus précisément, le travail organisé en deux temps, consiste à mettre en perspective l'environnement discursif en matière de multimédia et de création avec le fonctionnement des dispositifs du corpus et la façon dont les individus s'en emparent. Pour ce faire, le choix d'une approche comparative qualitative a été privilégié, en mobilisant la sémiotique pour observer les différentes modalités de la communication organisées et affichées par les sites du corpus. Ce travail permet de vérifier deux hypothèses principales. En premier lieu, les usagers développent une démarche complexe de co-énonciation avec chaque dispositif. La dimension performative de chaque « plateforme » impose un travail d'appropriation et une négociation pour co-produire des fragments d'identité marqués par les dispositifs choisis par les acteurs (Davallon, 2011). En second lieu, certains internautes en multipliant les espaces et les formes de leur présence sur Internet témoignent de la complexité des compétences nécessaires pour être remarqué et remarquable.

LA CREATION, UNE VALEUR HISTORIQUE D'INTERNET

Interroger l'usage d'un langage multimédia dans le cadre d'une pratique de création valorisée sur Internet suppose de croiser deux dimensions significatives : Internet et le phénomène des réseaux sociaux d'une part, et le domaine de la création au sens large, de la pratique amateur à une définition professionnelle d'autre part. Au regard de l'histoire de l'invention et du développement d'Internet, il apparaît que le domaine de la création constitue un laboratoire intéressant. Internet et plus largement le cyberspace se sont développés sur un substrat riche de mythologies et d'idéologies autour de la liberté, comme un nouvel espace à conquérir qui s'affranchirait du poids des institutions et des différentes formes de pouvoir centralisé. Antonio A. Casilli parle de « l'esprit Internet » caractérisé par ce que Dominique Cardon nomme des « vertus démocratiques » (Casilli, 2010 ; Cardon, 2010). Cet esprit s'appuie sur quelques principes énoncés par certains

pionniers du réseau (Lévy, 1984) et qui continuent, semble-t-il, d'animer les pratiques actuelles. Il s'agit par exemple de la circulation gratuite des informations, ou l'organisation décentralisée du réseau qui en fait un système méfiant et défiant vis-à-vis des différentes formes d'autorité. Les piliers idéologiques libertaires prônant la gratuité, le libre accès, l'égalité ou même la piraterie informatique pour abaisser les barrières qui s'érigent contre ces principes, sont d'un point de vue théorique très présents dans le Web 2.0 (Rebillard, 2007). D'ailleurs, de nombreuses initiatives s'inscrivent dans cette démarche de « défense » de certaines valeurs libertaires sur le web contre les institutions, qu'elles soient politiques ou économiques à l'image de *Wikileaks* qui érige la transparence comme principe et l'accès de tous à l'information, à toutes les informations. Le phénomène de la participation, qui a supplanté celui de l'interactivité, s'inscrit dans cette mouvance, qui place l'individu au centre de tous les processus sociaux, comme acteur d'un système et non plus simple usager. On observe par exemple de telles tendances expérimentées dans le domaine du design où l'on parle de co-conception pour indiquer le fait que des clients participent activement à la conception de produits ou de services¹. La créativité comme pivot central qui permettrait aux consommateurs-clients de sortir du carcan de la production de masse et aux concepteurs d'être en prise directe avec les « attentes » des utilisateurs dans le domaine marchand témoigne de la prégnance de ces valeurs de l'espace numérique. En ce sens, les réseaux de créateurs nous paraissent s'inscrire dans la ligne de cet esprit Internet. Les valeurs présupposées de la création et de l'artiste entrent alors en résonance avec celles de la culture Internet.

LES PRESUPPOSES DE LA CREATION

Ne sera pas discutée ici l'approche problématique qui consiste à considérer la création comme un domaine circonscrit et homogène puisque ce travail ne souscrit pas à cette idée. Le choix de RSN dédiés à la création s'explique en partie par le fait que les plateformes revendiquent cette orientation. Du point de vue de la recherche, ceci implique de considérer le domaine très largement pour ne pas appliquer des catégories excluant issues du monde hors ligne qui seraient certainement inefficaces sur le réseau Internet. Les catégories pré-définies de la création que sont la peinture, la photographie, le design, la sculpture... n'ont pas été mobilisées en amont afin de permettre une lisibilité d'éventuels mouvements de ces catégories dans l'espace numérique. Cette approche ne fait référence ni à une structure ou hiérarchie intrinsèque des domaines de création ou des arts, pas plus qu'elle ne considère qu'ils se valent tous, consciente des logiques économiques, historiques, sociales ou esthétiques qui les encadrent. Le choix des réseaux sociaux de créateurs comme objet de ce travail relève d'un certain niveau d'attente vis-à-vis de l'usage du multimédia par une catégorie d'individus. Cet horizon d'attente nécessite une explicitation en quelques mots, car il fait appel à des présupposés que l'on s'attend à voir transformés en actes sur le réseau. Le premier d'entre eux concerne un éventuel niveau de compétence exacerbé dans la maîtrise des médias et des moyens d'expression. On espère en effet de la part des créateurs, quel que soit leur domaine d'activité, qu'ils fassent démonstration d'un niveau plus élevé que la moyenne dans la maîtrise des outils d'expression notamment dans l'usage du multimédia, et que cela se manifeste à l'écran. Cette attente n'a rien de rationnel, car elle suppose une traduction immédiate de certaines

.....

¹ Hubert Guillaud, *Internet Actu*, <http://www.internetactu.net/2011/02/15/creer-avec-les-gens-vraiment/> consulté le 20 février 2011

compétences créatives sur le plan numérique. Par extension, les RSN de créateurs devraient être des lieux denses en innovation et création, sous-entendu qu'ils seraient des lieux favorisant la créativité. Mais il existe une différence importante entre permettre la créativité et favoriser la visibilité des créations ; les espaces étudiés relevant plutôt de la seconde catégorie.

VISIBILITE ET RECONNAISSANCE

Les enjeux d'une professionnalisation par la visibilité et l'inscription dans des réseaux animent les acteurs de la création, que ce soit dans l'espace hors ligne ou en ligne. La gestion, la maîtrise de sa visibilité feraient alors partie intégrante des compétences de l'artiste. Pour des créateurs dont la notoriété est importante, cette compétence est déléguée à un tiers (agent d'artiste, galerie, producteur), mais dans le cadre d'une phase de pré-professionnalisation l'artiste se doit en quelque sorte de « travailler son réseau » pour assurer la présence de son travail dans différents espaces. A ce titre, les réseaux de créateurs pourraient apparaître comme un lieu, une opportunité d'être visible qui vient s'ajouter à d'autres, plus ou moins institutionnels (galeries, ateliers, lieux d'exposition, concours). Il est donc important de mentionner que les RSN ne sont pas des espaces sans enjeux. Pour le créateur plus que pour tout autre acteur, la question du réseau est sous-tendue par celle de la visibilité sociale et cette dimension doit être prise en compte dans l'espace numérique. L'omniprésence d'une injonction de visibilité numérique prend actuellement des formes très diverses sur le web : articles, conseils, agence professionnelle, sites, partages d'expériences. Il est important de noter que cette question de la monstration et de la présence ne concerne pas seulement les œuvres, ce qui peut paraître évident dans des logiques muséographiques, mais elle concerne aussi la personne de l'artiste. Nathalie Heinich écrit à ce propos que « la dépersonnalisation de l'objet se double d'une personnalisation de la notion d'œuvre d'art : dans le binôme objet/personne, c'est le second rôle qui devient fondamental. » (Heinich, 2005, p. 298). Se rendre visible dans l'espace numérique relève finalement des mêmes contraintes qu'assurer sa visibilité dans l'espace social ; il n'y a pas de rupture entre les deux mais au contraire un prolongement de l'un dans l'autre. L'injonction est si présente que certains s'y opposent comme Stephen Wright, théoricien de l'art contemporain qui, à travers le mouvement de la Biennale de Paris, travaille contre la monstration, sur des pratiques artistiques à « faible coefficient de visibilité ». Il parle d'ailleurs « d'hystérie de communication » pour qualifier le caractère dévorant de cette pratique de monstration qu'il ne considère pas comme faisant partie du processus de création, estimant que l'attention accordée à une œuvre tend à supplanter la valeur de cette œuvre.² Le mouvement est donc profond et semble affecter toutes les catégories de créateurs. Cette question de la visibilité touche à des domaines essentiels qui sont ceux de la reconnaissance et de la valeur (sociale et marchande). Être visible ici ne décrit pas une forme basique d'identification visuelle (qui sur la route peut se résoudre par le port d'un gilet jaune), mais bien une forme de reconnaissance nécessaire à l'attribution d'une valeur sociale (Honnét, 2005).

.....

² <http://www.biennaledeparis.org/> consulté le 22 février 2011

SE (RE)PRESENTER ET S'EXPOSER SUR LES RESEAUX SOCIAUX NUMERIQUES

La représentation de soi par l'écriture dans une perspective professionnelle est une pratique qui n'a rien de très novateur. Qu'il s'agisse du CV, du document promotionnel de présentation ou de diverses formes d'autobiographies, se donner à voir, se représenter à destination d'un public potentiellement intéressé par des compétences, des références, des réalisations constitue un passage obligé de la recherche d'emploi. Ces pratiques s'enrichissent désormais de nouvelles formes d'écriture de soi du fait des possibilités de mise en visibilité proposées par le web. Quelles que soient leurs différences, les plateformes permettent une mise en valeur des individus, couplée à une proposition de mise en réseau. Ainsi, selon Danah Boyd « le monde numérique exige des individus qu'ils accèdent à l'être par le biais de l'écriture, et les profils fournissent l'occasion de sculpter l'impression voulue au moyen du langage, des images et des médias » (Boyd, 2007, p. 74). La mobilisation et l'agencement de ces données auxquelles s'ajoutent de multiples possibilités d'interconnexion font des plateformes de RSN de remarquables laboratoires d'expérimentation et d'observation des langages multimédias contemporains, forme culturelle emblématique de notre société hyperconnectée (Halavais, 2008). La notion de sociabilité numérique est ici abordée sous un angle fonctionnel, celui de la reconnaissance sociale et professionnelle. Nous n'avons pas constaté la présence d'aspects ludiques ou créatifs dans les dispositifs étudiés, mais au contraire une recherche de légitimité entre pairs qui tend vers une forme de professionnalisation. Dans notre observation, nous avons distingué deux objectifs qui structurent les actions des créateurs sur les plateformes et qui organisent notre exposé : se construire comme artiste en élaborant son identité numérique et construire son public en travaillant son rôle au sein des réseaux interconnectés sur la toile.

La première étape du processus, quel que soit le réseau considéré consiste à faire la démarche de s'inscrire pour « prendre existence » [Georges, 2009] ce qui suppose de renseigner un profil. Malgré la promesse de services attractifs, l'inscription et l'acceptation des règles de fonctionnement de chaque plateforme nourrissent les inquiétudes relatives à la sécurité et à la propriété des informations, images ou propos déposés sur les réseaux. Les concepteurs des plateformes tentent par conséquent de simplifier l'inscription en demandant à l'utilisateur d'indiquer quelques éléments qui lui permettront de devenir membre à commencer par un autonome (nom que l'on choisit) et une adresse électronique valide. Préoccupés par des objectifs de notoriété, les créateurs sont assez logiquement éloignés des problématiques d'anonymat et s'inscrivent le plus souvent sous leur véritable identité ou sous leur pseudonyme d'artiste. Il convient de noter la procédure spécifique du site *Behance* qui soumet l'inscription des individus à l'évaluation de leur dossier d'artiste se positionnant ainsi comme expert, filtrant et garantissant la qualité des créateurs inscrits et la fiabilité des publications. Dans ce travail de modélisation progressive de son identité numérique, certaines plateformes imposent aux artistes de se situer dans un catalogue de pratiques culturelles (design sonore, rock, illustration, création graphique...). La logique qui sous-tend cette règle imposée par le dispositif est celle de la base de données qu'il faut renseigner pour permettre le travail de recoupement, d'interrogation, de suggestion... Si les internautes semblent libres de se définir par une multiplicité de tags pour compenser l'apparente rigidité des catégories proposées, cette volonté d'organiser, de classer les pratiques artistiques correspond à des plateformes (*Behance, Artlinki*) dont le projet affiché est d'être un outil de médiation et de passage du monde virtuel des réseaux à celui très concret des professionnels et des contrats dans la société « réelle ». Si *Myspace* ne considère que deux statuts possibles, de façon restrictive, mais peu définie : les musiciens et

les autres, *Skwat*, comme son nom peut le laisser supposer, n'impose aucune catégorie ; il se présente comme un espace à investir sans cadre prédéfini.

Une fois le nom, l'adresse courriel et le secteur d'activité renseignés, il s'agit pour les nouveaux membres d'investir un lieu conformément à son identité d'artiste. En dehors de *Behance* qui annonce sans détour son ambition de présenter exclusivement des créateurs professionnels, les autres sites invitent à investir la plateforme avec une liberté relative. *Artilinki* interpelle l'internaute en lui proposant de créer son espace, ce qui semble être l'exacte traduction du nom d'un autre site de notre corpus : *Myspace*. Enfin, *Skwat* définit son offre en affirmant qu'un « *skwat* est un espace personnel libre et facilement personnalisable » sur lequel il est possible de publier, d'agencer et disposer tout élément visuel ou sonore à sa guise. Si la promesse de *Skwat* semble tenue, les interfaces des autres plateformes sont beaucoup plus contraignantes, oscillant entre un cadre prédéfini à renseigner avec très peu de possibilités de personnalisation (*Behance*, *Artilinki*) ou bien encore une structure de base imposée que les membres peuvent ensuite décorer avec une image de fond et une image en tête de page (*Myspace*). Quand *Behance* et *Artilinki* se présentent comme des intermédiaires entre professionnels, *Myspace* et *Skwat* proposent avant tout un lieu pour mettre en valeur la personnalité et la production de l'artiste, base à partir de laquelle il est ensuite possible de développer des relations. Prendre place dans ces lieux suppose d'alimenter la plateforme avec des données de différentes natures qui permettent de s'exposer et d'exposer son travail, construisant ainsi son identité numérique de créateur. Associé à l'autonyme, l'artiste choisit généralement une image qui lui servira d'avatar constituant ainsi l'axe central autour duquel s'agenceront les éléments complémentaires de l'identité numérique³. Tout comme le choix d'un nom, celui de l'avatar impose à l'artiste de dessiner son personnage et de décider du mode de visibilité souhaitée. En référence au travail de cartographie du web 2.0 de Dominique Cardon, nous pouvons situer toutes les plateformes de notre corpus dans le modèle de visibilité dit du « phare » où la mise en lumière des caractéristiques individuelles est recherchée sans toutefois interdire le jeu sur le je et les identités masquées comme une mise en scène signifiante, comme une intrigue à découvrir, un message à décoder.

Par-delà l'avatar, tous les sites offrent des espaces d'exposition des créations de leurs membres. Il s'agit généralement de « galeries », de « playlist », de « médias » dont le mode de présentation est imposé par la plateforme, à l'exception, une fois encore de *Skwat* qui autorise différentes mises en scène. Cette liberté offerte constitue tout à la fois une chance pour les membres de pouvoir personnaliser la présentation de leur travail, mais en contrepartie, elle laisse apparaître de grandes disparités entre les membres concernant la capacité à maîtriser la technique et la valorisation graphique de leur production. Du défilement vertical de *Behance* au rangement dans un cube de vignettes sur *Artilinki* en passant par les blocs dédiés aux « playlist » sur *MySpace*, les sites imposent une mise en scène des productions artistiques selon le modèle de référence du « book » professionnel. Loin de la muséographie contemporaine qui travaille la scénographie des expositions, les sites proposent un catalogue qui nivelle et met au format les créations.

Les mots pour parler de soi sont en petit nombre. Si les plateformes ne semblent pas imposer de limites, la plupart des artistes privilégient des formes brèves de présentation. Elles accueillent plus volontiers des images que des textes. Biographie succincte, confession

.....

³ Cet axe central est appelé « ligateur autonome » par Fanny Georges et comparé au bâton autour duquel viennent se coller les filaments d'une barbe à papa.

ou slogan promotionnel... le mot d'ordre qu'assèment sans cesse les consultants du web semble s'être imposé et les artistes préfèrent « écrire court ». La notion de fragments d'identité mobilisée par Jean Davallon ou celle d'anthologie proposée par Milad Doueïhi pour tenter de qualifier les modalités du récit de soi sur les sites internet trouvent une forme de validation sur les RSN (Davallon, 2011 ; Doueïhi, 2008). L'énonciation de l'artiste est déléguée aux images qu'il propose de sa vie et à la présentation de ses œuvres selon une organisation prédéfinie par la plateforme.

Une fois le profil renseigné et le site alimenté par les productions des artistes, tout reste à faire, car un profil inactif est un espace mort. Pour espérer s'inscrire dans une dynamique positive de construction de notoriété, il faut tisser et entretenir des liens avec un public d'internautes qui se définira comme ami, fan, contact ou *follower*. Le jeu des évaluations positives, des différentes formes d'adhésion, de partage et de commentaires flatteurs construisent un monde qui semble évacuer toute forme de dépréciation, toute sanction, à l'opposé de ce que vivent généralement les artistes obligés de passer par le filtre des jugements d'experts. Selon A. Casilli ce mode d'interactions constitue une des bases idéologiques d'Internet et semble s'être instauré en règle relationnelle, réactualisant les observations de Marcel Mauss sur le système de don / contre-don (Mauss, 2007). Dans cette perspective, le don n'est pas une question de politesse ou de générosité, il sert à neutraliser le risque de comportements antisociaux. "Dans le monde en ligne, il peut décourager des comportements abusifs et déloyaux. Je t'offre une photo de moi et tu m'en offres une de toi en échange ; de cette façon si jamais tu voulais divulguer des éléments de ma vie privée je pourrai en faire de même avec la tienne" (Casilli, 2010, p. 40)⁴. Derrière les apparences d'un monde enchanté, tout un monde de négociations, d'interdépendances et d'intérêts individuels se fait jour.

QUAND LES PLATEFORMES IMPOSENT LEUR LANGAGE

Par-delà les artistes et leur public ou encore leurs réseaux, il importe de considérer le rôle joué par les plateformes dans la communication sur les RSN. Ainsi, loin d'une hypothétique « neutralité » technique, ces dispositifs enregistrent et traitent les informations relatives aux actions des usagers pour produire de véritables publications sur les membres et leurs activités. L'affichage du nombre d'amis, de commentaires, de personnes ayant « liké », de compteurs de consultations sont autant de signes témoignant de la prédilection des plateformes pour les dimensions quantitatives de la communication. Ces indications, visibles en permanence sont un élément constitutif de l'*homo numericus*⁵. Celles-ci fabriquent l'identité calculée (Georges, 2009) des membres ; forme d'identité constatée sur tous les sites de notre corpus, même si chaque plateforme présente des spécificités : gratification sous forme de badges sur *MySpace*, mise en valeur des espaces les plus populaires (*Behance, Skwat*)... A cela, il faut ajouter la publication de certaines actions des membres : x a consulté votre profil, y est maintenant ami avec z... L'affichage de ces traces d'activité laisse entendre que les usages s'inscrivent dans une forme d'indicialité computationnelle. Cependant, si les traces s'affichent, il ne s'agit pas d'une empreinte physique d'existence, le dépôt d'une matérialité sur un substrat technique, mais bien d'un

.....

⁴ L'importance des commentaires laudateurs ne vaut que pour les espaces au sein desquels règne une forme d'interdépendance des acteurs. Dans d'autres situations, le débat contradictoire, la polémique voire le conflit ont bien entendu leur place sur Internet.

⁵ en référence au dossier « Homo numericus » publié par la revue *Esprit*, n° de mars/avril 2009.

marquage résultant tout à la fois d'un calcul informatique et d'une intentionnalité stratégique. Les plateformes endossent même une identité numérique à part entière en publiant des commentaires de façon automatique (message de bienvenue par exemple) ou en employant des animateurs qui dynamisent la communication et les échanges des membres avec des messages élogieux, d'encouragement ou de conseils (*Artilinki, Skwat*).

Non seulement les plateformes produisent du langage, mais elles définissent les règles et les formats de l'expression. Véritables dispositifs configurants, les RSN caractérisent le type de lien que peuvent entretenir les individus (amis, fan, contacts...) et imposent une écriture brève, horodatée à partir de l'instant présent. En effet, si l'affichage des pages sur les écrans d'ordinateur impose une écriture synthétique, le développement des smartphones dont le format des écrans est plus limité encore renforce cette nécessité de concision. Nouvelle forme d'expression, dont il faudrait écrire l'histoire et qualifier finement la production, l'écriture sur les RSN emprunte tout à la fois à la frivolité et l'immédiateté des SMS, à l'art de la chute des blagues, à celui de la répartie ainsi qu'à l'ellipse intrigante des haïkus. Une forme langagière qui n'est pas enseignée, mais dont il faut avoir la maîtrise pour opérer sur les RSN. Parmi les règles qui tendent à s'imposer, l'image règne en maître où en ingrédient indispensable au langage des sociabilités numériques. Ce constat peut sembler de l'ordre de l'évidence quand il s'agit de montrer son travail, mais l'image paraît aussi indispensable pour accompagner la production sonore, pour signer un commentaire, pour habiller et décorer sa page... Par delà les images qui montrent ou qui illustrent, il faut aussi faire référence à l'image globale des pages, le plus souvent maîtrisée par les plateformes, car les mises en pages sont partiellement imposées qu'il s'agisse de placement, de taille, d'organisation générale des éléments constitutifs de cette communication de nature essentiellement visuelle. Ce travail d'agencement des fragments d'identité, de communication, de publications automatiques dessine des espaces aux apparences et aux finalités différentes selon les plateformes. Si le degré de professionnalisation et d'institutionnalisation très fort chez *Behance* et *Artilinki* semble justifier un cadre normé qui construit une sorte de salon professionnel ou de catalogue d'agent d'artiste, *Skwat* est une plateforme dont l'énonciation éditoriale paraît plus effacée autorisant la diversité, la créativité et la maladresse au risque d'une efficacité moindre. On peut donc affirmer que les plateformes imposent leur langage, car les dispositifs contraignent les usagers à une forme d'expression fragmentée, visuelle et parce qu'ils construisent des identités comme des anthologies. Par ailleurs, les RSN d'artistes cherchent à s'imposer comme des lieux importants d'intermédiation au sein desquels les schémas relationnels sont partiellement prédéfinis, réduisant bien souvent les créateurs à de simples produits d'exposition au même titre que les œuvres qu'ils choisissent de montrer.

CONCLUSION

Pour conclure cette étude, il faut donc rappeler que loin des clichés habituels sur les RSN, les réseaux investis par les créateurs ne sont pas des lieux ouverts et caractérisés par des circulations informelles. Le partage de travaux dont on n'est pas l'auteur, mais que l'on apprécie n'est pas de mise, les alertes publiques sur des opportunités professionnelles non plus. Chaque membre se voudrait le centre d'une dynamique essentiellement centripète ; les mouvements orientés vers les autres s'inscrivent dans une exigence implicite ou explicite de réciprocité. Les usages sont essentiellement autocentrés, car les acteurs sont avant tout préoccupés par la volonté de se rendre visible et de se constituer un public. Cette stratégie des créateurs entre en résonance avec la logique des plateformes conçues

elles-mêmes comme des médias qui cherchent avant tout à atteindre une masse critique de membres et notamment de membres actifs. Cette stratégie de production de trafic en référence à une logique d'audience classique des médias enferme les acteurs dans des dispositifs qui se voudraient auto-suffisants. Ceux-ci définissent les cadres de présentation de soi et de ses travaux ainsi que les règles et modalités des échanges. Cependant, considérer un réseau social comme un espace autonome ne rend pas compte de la complexité des pratiques des usagers pour qui les espaces étudiés ne sont que des éléments liés à d'autres (blogs, sites, page Facebook, compte Viadeo...) dans une pratique de sociabilité en ligne dont la dimension constitutive est la diffraction. Sortir du lot, se faire remarquer est un objectif partagé par les créateurs sur les plateformes comme dans la société « réelle » mais selon des modalités différentes. Si les quelques *success story* de notoriété acquise à partir des RSN laissent à penser qu'il est possible de s'affranchir des filtres des experts et des institutions, de l'avis des critiques et des médias, la recherche de la notoriété suppose de développer certaines compétences, condition de création de l'exception sur les réseaux. Ces derniers font rêver en laissant entendre que tout est possible et qu'ils proposent l'accès à ce que nous pourrions nommer des « lieux rares », des lieux numériques ayant pour caractéristiques de concentrer, avec un minimum d'engagement, des opportunités qui restent exceptionnelles dans le monde hors ligne. In fine, c'est à travers les diffractions des pratiques sociales numériques des individus que la notion de multimédia prend tout son sens. Elle revêt alors une dimension de métalangage qui permet à l'internaute de tisser la cohérence de son être numérique.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Beuscart, Jean-Samuel (2008), « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique. Les usages de MySpace par les musiciens auto-produits. », *Réseaux*, N°152, Paris, Lavoisier, p. 139- 168.
- Boyd, Danah (2007), “Pourquoi les jeunes adorent MySpace/Identity Production in a Networked Culture : Why Youth Heart MySpace”, *Médiamorphoses*, n° 21, « Cultures numériques, cultures expressives », Armand Colin/INA, p. 69-79
- Boyd, Danah, Ellison, Nicole (2007), “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 13, n° 1.
- Cardon, Dominique (2008), « Le design de la visibilité : un essai de cartographie du web 2.0 », *Réseaux*, n° 152, Paris, Lavoisier, p. 93-137.
- Cardon, Dominique (2010), *La démocratie Internet, promesses et limites*, Coll. La république des idées, Ed. du Seuil, Paris.
- Casilli, Antonio A. (2010), *Les Liaisons numériques, Vers une nouvelle forme de sociabilité ?*, Collection La couleur des idées, Editions du Seuil, Paris.
- Davallon, Jean (dir.) (à paraître 2011), *L'économie des écritures sur le web*, Tome 1, Hermès Sciences Editions, Paris.
- Doueïhi, Milad (2008), *La grande conversion numérique*, Editions du Seuil, Paris.
- Georges, Fanny (2009), « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux*, N°154, Paris, Lavoisier, p. 165- 193.
- Gillespie, Tarleton (2010), « The politics of 'platforms' », *New Media and Society*, 12(3) 347–364
- Halavais, Alexander (2008), « The Hyperlink as Organizing Principle », *The Hyperlinked Society : Questioning Connections in the Digital Age*, Turow J. & Tsui L. ed., University of Michigan Press, p. 39-55.
- Heinich, Nathalie (2005), *L'élite artistique : excellence et singularités en régime démocratique*, Gallimard, Paris.
- Honnet, Axel (2005), « Invisibilité : sur l'épistémologie de la reconnaissance », *Réseaux*, n°129-130, Lavoisier, p. 40-57.
- Levy, Steven (1984), *Hackers : Heroes of the Computer Revolution*, Garden City, Anchor Presse/Doubleday.
- Mauss, Marcel (2007, rééd.), *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, PUF, Paris.
- Rebillard, Franck (2007), *Le web 2.0 en perspective*, L'Harmattan, Paris.
- Rieder, Bernhard (2010), « De la communauté à l'écume : quels concepts de sociabilité pour le « web social ? », *tic& société*, Vol. 4, n°1, <http://ticetsociete.revues.org/822>
- Walther, Joseph B., Van Der Heide, B., Kim, S.-Y., Westerman, D. et S. T. Tong (2008), « The Role of Friends' Appearance and Behavior on Evaluations of Individuals on Facebook: Are We Known by the Company We Keep ? », *Human Communication Research*, vol. 34, no. 1, pp. 28-49.

Multimédia et cinéphilie : l'usage de séquences vidéos comme révélateur d'un élargissement des pratiques d'écriture. L'exemple de trois blogueurs

Article inédit. Mis en ligne le 16 décembre 2011.

Manuel Dupuy-Salle

Manuel Dupuy-Salle est doctorant en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Grenoble 3 Stendhal et membre du GRESEC. Ses travaux de recherche portent un regard critique sur les correspondances entre industries culturelles et médiatiques, web collaboratif et usages sociaux des TIC. A ce titre, il s'intéresse plus spécifiquement aux enjeux socio-économiques de la médiatisation des pratiques cinéphiles sur Internet.

Plan

Introduction

Questionner et analyser la médiatisation des pratiques cinéphiles ordinaires

Trois formes « d'élargissement » de la démarche d'écriture

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

L'objet de cet article concerne les rapports entre l'écriture « multimédia » (Séguy, 2000) et la « cinéphilie ordinaire » (Jullier et Leveratto, 2010). La problématique sous-jacente est celle des logiques et enjeux sociaux de « la médiatisation des pratiques culturelles via TIC » (Miège, 2007). L'hypothèse principale est que l'usage des « écrits multimédias » révèle des élargissements dans les démarches individuelles d'écritures cinéphiliques. Mobilisant une approche méthodologique à la croisée de la sociologie du cinéma (Ethis, 2005) et des usages sociaux des TIC (Jouët, 2001), l'analyse s'appuie sur les pratiques d'écritures de trois blogueurs de cinéma et plus précisément sur leurs usages d'extraits vidéos dans la rédaction de « billets ». Une reconstruction monographique des cas est présentée, veillant à mettre en perspective le temps long des pratiques d'écritures individuelles avec les usages multimédias du blog.

Mots-clés : TIC, weblogs, médiatisation, usages_des_TIC, pratiques_culturelles, pratiques_d'écritures, pratiques_cinématographiques, cinéphilie_ordinaire.

Abstract

The purpose of this article concerns the relationship between "multimedia" kind of writing (Seguy, 2000) and "ordinary cinephilia" (Jullier and Leveratto, 2010). The underlying problem is about logic and social stakes of "the mediatization of cultural practices via ICT" (Miege, 2007). The main hypothesis is that the use of "multimedia writings" reveals expansions in the individual steps of cinephilia's writing. By mobilizing a methodological approach between the sociology of cinema (Ethis, 2005) and the social uses of ICT (Jouët, 2001), the analysis is focused on the writing practices of three movie bloggers and more specifically their uses of video clips in the writing of "notes". A monographical reconstruction of all case studies is presented, taking care to put into perspective the long time individual write practices with the multimedia uses of the blog.

Keywords: ICT, weblogs, ICT_uses, Mediatization, cultural_practices, cinema_practices, writing_practices, ordinary_cinephilia.

Resumen

El propósito de este artículo se refiere a la relación entre la escritura de "multimedia" (Seguy, 2000) y la "cinéfilia ordinaria" (Jullier y Leveratto, 2010). El problema subyacente es sobre las lógicas y las apuestas sociales de la "mediatización de las prácticas culturales a través de las TIC" (Miège, 2007). La hipótesis principal es que el uso de los "escritos multimedia", revela la expansión de los distintos pasos del escrito cinéfilo individual. Mediante la movilización de un enfoque metodológico entre la sociología del cine (Ethis, 2005) y los usos sociales de las TIC (Jouët, 2001), el análisis se basa en las prácticas de escritura de tres bloggers de cine y más específicamente el uso de clips de vídeo en la redacción de "notas". Presentamos una reconstrucción monográfica de cada tres casos, teniendo cuidado de poner en perspectiva la práctica individual de mucho tiempo de la escritura con los usos multimedia del blog.

Palabras-claves: TIC, weblogs, usos_de_los_TIC, mediatización, prácticas_culturales, prácticas_de_escritura, prácticas_de_cine, cinéfilia_ordinaria,

INTRODUCTION

Si le terme "multimédia" « désigne d'abord la présence d'informations de toutes natures sur un support numérique (texte, son, image fixe, image animée, animations, 3D principalement à ce jour) » (Séguy, 2001), alors les contenus édités sur les blogs peuvent répondre à cette définition. Par exemple, un simple regard sur les « billets » édités sur des blogs de cinéma francophones dévoile des compositions a priori originales mêlant textes écrits, images variées tirées de film, bandes-annonces ou séquences filmiques.

La perspective proposée dans cet article est d'interroger les rapports entre le multimédia – considéré ici comme les écrits numériques – et la « cinéphilie ordinaire »¹. Elle s'intègre dans une problématique plus large concernant les enjeux sociaux de la « médiatisation des pratiques culturelles », considérant que l'usage des TIC contribue à actualiser et élargir les sphères d'actions individuelles (Miège, 2007). Notre analyse concerne plus particulièrement les pratiques d'écriture des cinéphiles par le prisme de l'animation d'un blog. Si nous nous intéressons à la démarche ayant conduit au lancement d'un tel « projet éditorial », l'analyse porte plus spécifiquement sur les modalités de constructions de « billets » incluant des séquences vidéos. L'hypothèse est que l'usage des écrits numériques révèle des élargissements dans les démarches individuelles d'écriture cinéphilique. Pour la discuter, trois auteurs de blogs ont été interrogés par entretiens semi-directifs.

La première partie présente plus précisément notre démarche théorique, méthodologique et empirique. La seconde effectue une analyse de notre terrain sous une forme monographique. La conclusion proposera une synthèse des résultats et un élargissement

.....
¹ « La cinéphilie ne se réduit pas au discours savant sur le cinéma et sur certains films véhiculés par les médias et les publications. Il existe une cinéphilie ordinaire, qui ne sort pas du cadre de la conversation amicale et intime, celle de l'amateur de cinéma ordinaire » (Leveratto et Jullier, 2010, p. 3)

théorique concernant les enjeux éditoriaux des formes « ordinaires » des écrits cinématographiques multimédias.

QUESTIONNER ET ANALYSER LA MEDIATISATION DES PRATIQUES CINEPHILES ORDINAIRES

L'usage de l'extrait vidéo comme révélateur d'un élargissement des pratiques d'écritures individuelles

Depuis les années 90, il est possible pour les internautes de créer des « sites personnels », dispositifs éditoriaux numériques entremêlant texte écrit, liens hypertextuels, images fixes et animées. Ces sites permettraient non seulement à l'écriture traditionnelle (sur document imprimé) d'enrichir ses formes, mais également de rendre visible, dans l'espace médiatique de l'Internet, des productions informationnelles amateurs (Beaudoin et Licoppe, 2002). Une plus récente technologie d'édition numérique, dite CMS (*Content Managment System*), se situe dans cette continuité. Les modalités d'appropriations techniques apparaissent cependant plus souples d'utilisation et faciles d'accès que les « sites personnels ». L'explosion des weblogs – ou blogs – sur l'Internet, largement commentée, semblerait ainsi montrer combien il est simple pour les internautes de construire un dispositif éditorial et de produire des contenus informationnels numériques (Jeanne-Perrier, 2006). Il serait enfin possible au « grand public » de se lancer dans des pratiques éditoriales, élargissant ainsi l'offre médiatique amateur sur Internet.

Les blogs de cinéma se situent dans un tel contexte socio-technique. Ils sont soumis à des représentations mettant l'accent à la fois sur leur démultiplication dans l'espace Internet, et sur les potentialités d'innovations éditoriales que l'écriture numérique impliquerait. Dans le débat consacré à « la critique de cinéma face à l'Internet », organisé en 2008 à la cinémathèque française, les invités (journalistes professionnels pour la plupart) ont souligné avec enthousiasme les enjeux éditoriaux du format blog pour faire innover la « critique cinématographique ». Les potentialités d'une écriture numérique permettraient ainsi de « dépasser » les formats traditionnels de l'imprimé. Le blog, considéré comme dispositif annonciateur d'une « nouvelle critique », permettrait alors d'innover tant au niveau éditorial (nouveaux modèles médiatiques) que scriptural (nouvelles formes textuelles). En bref, selon ces discours, le numérique permettrait à la « critique » de s'affranchir de contraintes tant économiques que techniques.

Dans cette perspective, les possibilités multimédias et interactives des blogs pourraient ainsi laisser libre cours à la « créativité scripturale » des « cinéphiles ordinaires », leur permettant d'élaborer des textes novateurs tout en leur donnant une place médiatique dans le panorama des expressivités critiques. Très souvent, l'usage des extraits vidéos est présenté comme la marque de ces innovations scripturales. Les textes écrits pourraient s'enrichir de ces extraits, voir même disparaître pour laisser place à des formes de critiques sous la forme de montages vidéos, par exemple les « détournements ».

Nous proposons d'interroger la rencontre entre les possibilités d'écritures multimédias du blog – principalement l'usage de vidéos - et les pratiques d'écriture des « cinéphiles ordinaires ». La perspective théorique et méthodologique que nous adoptons ici se situe en sciences de l'information et de la communication. Elle se distingue de l'approche historique de la « cinéphilie » élaborée par Antoine De Baecque (2003). Si cet auteur a fortement contribué à l'examen de cet objet, ses analyses concernent plus spécifiquement les figures des critiques professionnels français de l'après-guerre. Dans notre travail, la notion de « cinéphilie ordinaire » met plutôt l'accent sur l'étude des pratiques quotidiennes d'individus qui s'auto-qualifient de passionnés de cinéma. Dès lors, cette

approche « extensive » de la cinéphilie permet de considérer les rapports des individus dans leur dimension d'attachement et d'investissement du cinéma en qualité de passionné, sans faire de jugements sur la nature « cultivée » ou « populaire » de leurs goûts et connaissances.

Nous raccordons dès lors cette approche de la « cinéphilie ordinaire » à une problématique plus vaste concernant la « médiatisation des pratiques culturelles via TIC » (Miège, 2007). Selon cet auteur, et en référence aux apports de la sociologie des usages (Jouët, 2003), la médiatisation des pratiques (ou « technicisation ») permettrait d'élargir et actualiser les pratiques culturelles, pouvant témoigner d'un « renforcement des logiques d'actions individuelles plurielles » ou d'une « interpénétration et déplacement des frontières de la sphère d'action » (Miège, 2007). Il serait possible de faire l'hypothèse que la médiatisation des pratiques d'écritures, sur blog, révèle des changements dans la démarche scripturale des individus.

Pour prendre la « juste mesure » de cette acception, nous proposons une posture méthodologique compréhensive face aux logiques d'actions des acteurs. Résolument qualitative, elle implique une prise de distance avec toute interprétation « technodéterministe », qui tendrait à déduire l'élargissement des pratiques comme résultant des potentialités techniques du dispositif. Dès lors, l'angle d'observation proposé se situe à l'échelle des individus et vise à interroger les intentionnalités et modalités de leur démarche d'écriture en référence au blog et à certains de leurs « billets ». Cette approche nécessite au moins deux précautions méthodologiques, la prise en compte du temps long des pratiques cinéphiles individuelles (le blog s'inscrit dans une continuité de pratiques antérieures) et la relation plus spécifique au dispositif technique (le geste scriptural est encadré par les potentialités techniques du blog).

Analyser l'élargissement des logiques d'actions scripturales : rapport au dispositif et temps long des pratiques

Les pratiques d'écritures sont médiatisées en tant qu'elles passent par les TIC. D'un point de vue méthodologique, il est donc nécessaire de prendre en compte dans l'analyse la relation entre le dispositif technique et l'individu. La sociologie des usages sociaux des TIC (Jouët, 2003) propose d'analyser cette relation du point de vue des « modes d'appropriation » des individus. Cette approche met l'accent sur les négociations entre les spécificités instrumentales du dispositif (médiation technique) et les logiques d'usages propres à l'acteur (médiation sociale). Cette perspective est heuristique en tant qu'elle permet de prendre en compte les modalités d'actualisation de la démarche d'écriture. Elles sont ainsi résultantes d'une part, des logiques d'appropriations individuelles - compétences, intentionnalités et représentations que l'acteur y projette - et d'autre part, aux potentialités du dispositif, qui structure les formes de l'écriture. Nous mettons ainsi en exergue dans l'analyse les intentionnalités de l'acteur et ses modalités d'actualisation au sein de la plateforme, saisies au travers des notions « d'adoption » et « d'appropriation ».

Il est également fondamental de replacer les usages de blogs au sein des pratiques culturelles qui les structurent. Dans notre cas, nous postulons que les logiques d'usages de l'écriture sont sous-tendues par des pratiques sociales et culturelles spécifiques à la cinéphilie. Avoir une activité d'écriture lorsqu'on est cinéphile est ainsi dépendant de variables telles que les goûts ou les connaissances cinématographiques. Pour saisir les degrés de « nouveauté » dans les pratiques, il est fondamental de les recontextualiser dans une perspective de temps long individuel : « l'apparition des nouvelles pratiques se greffe sur le passé, sur des routines, sur des survivances culturelles qui perdurent et continuent à

se transmettre bien au-delà de leur apparition » (Mallein et Toussaint, 1994). La notion de « carrière de cinéophile »² nous permet de prendre en compte la généalogie des pratiques d'écritures cinéphiles antérieures au blog. Ces précautions énoncées, il est dès lors possible de présenter notre démarche empirique.

Démarche empirique

Malgré l'extrême diversité des objets médiatiques et informationnels produits sur Internet par des cinéphiles ordinaires (forums, webzines, sites personnels, etc.), nous avons choisi d'analyser plus spécifiquement les pratiques d'écritures autour des blogs. Un tel choix se justifie en raison de la richesse thématique des contenus, qui apparaissent variés, personnalisés et « idiosyncrasiques ». Nous avons dès lors interrogé trois blogueurs de cinéma francophones par le biais d'entretiens semi-directifs. Nos questions ont porté aussi bien sur leur « carrière de cinéophile » que sur leurs usages plus précis du blog, en référence à leurs pratiques d'écritures. Nous avons également orienté certaines des questions autour des pratiques d'écritures en relation à l'usage de séquences vidéos dans le texte, afin de savoir dans quelles finalités et modalités ces séquences ont été mobilisées. L'analyse repose ainsi sur un croisement de données issues des entretiens avec l'observation de contenus produits sur les blogs. La présentation de l'étude se déroule sous forme monographique. Chaque portrait permet de mieux comprendre comment l'inscription des séquences vidéos s'articule, prolonge, ou élargit les pratiques d'écritures individuelles antérieures.

TROIS FORMES « D'ÉLARGISSEMENT » DES PRATIQUES D'ÉCRITURE CINÉPHILE

Exemple 1 : « Aller au bout de ses vieux serpents de mer » ; de l'accomplissement chez V.

V., 40 ans est ingénieur dans l'industrie chimique. Il cultive depuis l'adolescence un goût prononcé pour les westerns, mais aussi les grands classiques. Son blog de cinéma est ouvert sur la plateforme *Haut et fort* depuis 5 ans. En dehors d'une consommation de film accrue, sa « carrière de cinéophile » est guidée par un investissement de passionné. Elle est jalonnée de nombreuses activités, comme la création d'une association consacrée au cinéma et la mise en place d'un festival de courts-métrages. L'écriture cinématographique remonte à la pré-adolescence : « vers 9, 10 ans je faisais déjà des fiches sur les films que j'avais vu. Donc ça part comme ça en fait, après on commence à lire des trucs, on prend des notes, on construit des listes, des machins ». Au fil du temps, il a néanmoins laissé de côté cette activité.

Il ouvre justement son blog dans la perspective de renouer avec la pratique d'écriture. Il s'agit de re-crée une activité cinéophile dans un moment de vie particulier. Il vient pallier à l'arrêt d'une émission de radio sur le cinéma qu'il animait et dans laquelle il préparait parfois des textes écrits. Le blog permet également de pratiquer une activité cinéophile à domicile, qui s'articule bien avec son rôle récent de père. Si l'idée d'une activité d'écriture sur le web était déjà envisagée avec les « sites personnels », la simplicité d'adoption du blog l'a réellement poussé à « franchir le cap ». Il a néanmoins mis plusieurs semaines avant de maîtriser les fonctionnalités de l'outil. En dehors de l'accès simplifié au dispositif, il est

.....

² Cette notion est proposée en référence à la notion de « carrière spectatorielle », qui met l'accent sur la mémoire et l'expérience esthétique vécue des acteurs au long de la vie (Ethis, 2004). Dans notre proposition, le terme de « carrière de cinéophile » renvoie non pas à l'expérience esthétique, mais à l'expérience culturelle et sociale, celle des rencontres, des goûts et connaissances acquises, mais aussi des activités et pratiques en référence au cinéma, dont l'écriture.

important de souligner que le choix de ce format de publication est aussi motivé par la sensation d'une liberté éditoriale. La sensation de maîtrise de l'ensemble de la démarche - écrire, éditer et diffuser - se fait l'écho de ce qu'il nomme « l'esprit des fanzines » : « *ce qui est bien, c'est tu dis ce que tu veux, comme tu veux, ça plaît ou pas à la limite tu t'en fou, y'a un côté personnel un peu, ça a beau être personnel, bon c'est exposé, c'est intéressant, c'est un peu interactif* ». À cette liberté s'ajoute aussi une sorte de représentation « esthétique » de l'écriture et de l'édition, celle du bricolage, du collage, et du « fait maison » propre aux fanzines : « *dans le blog c'est pareil, tu peux retrouver ça, tu fais ta mise en page, tu choisis tes photos, tes extraits de films, tes bouts de sons, des espèces de montages* ». La perspective d'adoption et les modes d'appropriation qu'il fait du blog, articulé à sa carrière de cinéophile, le place dans la sensation d'une forme d'écriture renouvelée, tant pour lui-même et ses pratiques antérieures, qu'au niveau formel des textes, qui se nourrissent des caractéristiques de l'écriture numérique.

L'usage des séquences vidéos dans le blog se retrouve dans cette perspective de dépassement des pratiques d'écriture antérieures. Nous nous appuyons sur l'analyse de quelques exemple d'articles qu'il nous a commenté en entretien : le billet « pièce à conviction » (mis en ligne le 15/08/06) et « Gran Torino pour les nuls » (mis en ligne le 12/03/2009).

La thématique du premier billet (cf. figure 1) est une analyse de la séquence d'ouverture du film *Kapo* (Pontecorvo, 1959). Il est important de savoir que cette séquence est célèbre dans l'histoire de la critique cinématographique. Elle a donné lieu à des discussions théoriques sur l'usage et le rôle du travelling (mouvement de caméra) dans le cinéma. Le « travelling de Kapo » a fait l'objet de plusieurs publications critiquant l'usage de la caméra par le réalisateur notamment au travers des analyses de Jacques Rivette en 1962 (« de l'abjection », paru aux *Cahiers du Cinéma* n°64) et de Serge Daney en 1992 (« le travelling de Kapo », *Traffic*, N°4).

Tout d'abord, l'usage de la vidéo est déclencheur de l'écriture. C'est en effet la perspective et la possibilité de l'insérer dans le billet qui a pu déterminer le projet de l'article : « *j'avais jamais vu Kapo, et je voulais voir le fameux travelling, et je voulais montrer le travelling sur le blog, je voulais montrer l'extrait* ». La mise en place de la vidéo lui a fait mobiliser un usage des TIC particulier : « *donc j'ai piraté Kapo, parce qu'il n'existait pas encore en DVD, et je me suis trouvé un logiciel pour extraire le morceau, je l'ai passé sur Youtube et j'ai pu le montrer* ». Pour récupérer l'extrait, V. a d'abord téléchargé le film sur une plateforme d'échange peer-to-peer. Il l'a ensuite récupéré grâce à un logiciel de montage. Dans un second temps, il l'a archivé sur la plateforme d'édition de vidéo Youtube. V. a en effet ouvert préalablement un compte prévu à cet effet qui lui sert de base de donnée pour le blog. Il a ainsi créé un lien depuis pour éditer l'extrait sur le billet. Cet usage de Youtube n'est pas nouveau, plusieurs vidéos de ce type ont été téléchargées sur le compte Youtube de l'acteur. Elles renvoient presque toutes à des billets postés sur le blog. La présence de cet extrait provient ainsi d'un savoir-faire technique, qui témoigne d'une pratique de recyclage de contenu vidéo qui s'intègre dès lors dans la démarche d'écriture. Nous pouvons considérer qu'elle est l'une des conséquences d'une « singularisation » des pratiques spectatorielles qui prennent naissance avec l'usage du magnétoscope, puis du DVD : « *le DVD tu peux prendre des images, les VHS, j'ai jamais accroché, mais tu peux manipuler quoi, sur Youtube, tu peux faire quelque chose, tu peux reprendre ton extrait, tu peux être plus précis, et au pire si c'est un film pas connu, tu vas chercher sur emule tu l'as, enfin il y a de fortes chances que tu le trouves* ».

Ensuite, la vidéo lui permet d'asseoir son propos et de légitimer sa démarche d'écriture, qui s'inscrit dans le renouvellement du débat. L'objectif de V. est de relancer cette

polémique, et d'apporter sa contribution personnelle au débat. L'insert d'une vidéo lui permet de le réactualiser : *« ça faisait des années que je voulais écrire un truc...sur le travelling de Kapo, le truc de Daney, en fait c'est un sujet qui m'intéresse beaucoup et j'ai jamais été tellement d'accord, mais c'est un truc que j'ai mûri longtemps, j'ai retrouvé celui de Daney, celui de Rivette, puis il fallait que je structure ce que j'avais envie de dire autour de ça, c'était pas évident, ça m'a pris beaucoup de temps »*. Le blog lui a permis d'accomplir un ancien projet intellectuel qu'il n'avait jamais pu réaliser. Enfin, la vidéo est centrale à l'argumentation : *« L'angle d'attaque c'était voilà, en fait on nous parle de ça depuis 20 ans, n'importe quel cinéphile connaît les textes, mais combien on vu le travelling ? »*. Comme le montre également la figure 1, elle sert de pivot à l'élaboration textuelle et se place comme exemple pour appuyer l'ensemble de l'argumentation.

L'insert de la vidéo résulte ainsi d'une possibilité éditoriale innovante permettant d'aller plus loin dans le débat, voir de le dépasser. Sa mise en visibilité sur l'article, impossible jusqu'alors dans les premiers articles édités sur papiers de Rivette et Daney. L'usage de la vidéo est ainsi central dans le texte en tant qu'elle est à l'origine même de son existence. Elle permet de ré-actualiser la discussion, en proposant une analyse personnalisée appuyée par la monstration de la séquence ayant fait l'objet du délit.

Figure 1 - Le billet « pièce à conviction »

15/08/2006

Pièce à convictions*Travelling : dire qu'il est affaire de morale. Prendre pour exemple celui de **Kapo**.*

Charles Tesson. Petit dictionnaire des idées reçues de la critique (Panic N°4)

Dans le numéro de mai de Positif, Paul Louis Thirard revient sur le fameux texte de Jacques Rivette à propos du non moins fameux travelling de **Kapo**, le film de Gillo Pontecorvo. A l'origine, une formule de Luc Moullet reprise et inversée par Jean Luc Godard (Le travelling est affaire de morale) puis illustrée par l'exemple par Jacques Rivette dans un article intitulé **De l'abjection** paru dans les Cahiers du Cinéma 120 (juin 1961). Plus tard Serge Daney dans **le travelling de Kapo** paru dans Trafic 4 (1992), fait du texte de Rivette un élément fondateur de sa cinéphilie. Ces textes, comme s'en amuse Tesson, sont toujours emblématiques d'une certaine idée de la mise en scène et occupent une place de premier ordre dans l'histoire de la critique de cinéma.

Rivette : *Voyez cependant, dans Kapo, le plan où Riva se suicide, en se jetant sur les barbelés électrifiés : l'homme qui décide, à ce moment, de faire un travelling avant pour recadrer le cadavre en contre-plongée, en prenant soin d'inscrire exactement la main levée dans un angle de son cadrage final, cet homme n'a droit qu'à mon plus profond mépris.* (De larges extraits [ICI](#))

Daney : *Abrupt et lumineux, le texte de Rivette me permettait de mettre des mots sur ce visage-là de l'abjection. Ma révolte avait trouvé des mots pour se dire. Mais il y avait plus. Il y avait que la révolte s'accompagnait d'un sentiment moins clair et sans doute moins pur : la reconnaissance soulagée d'acquiescer ma première certitude de futur critique. Au fil des années, en effet, « le travelling de Kapo » fut mon dogme portatif, l'axiome qui ne se discutait pas, le point limite de tout débat. Avec quiconque ne ressentirait pas immédiatement l'abjection du « travelling de Kapo », je n'aurais, définitivement, rien à voir, rien à partager.* (Le texte complet en pdf [ICI](#))

Pontecorvo :



Daney avoue n'avoir pas vu le film et plus exactement estime qu'il lui suffit de l'avoir vu à travers les mots de Rivette. Bien que connaissant ce texte, j'ai toujours eu envie de le voir, **Kapo**, parce que j'aime me rendre compte par moi-même, que je m'exprime sur ce que je vois et que le sujet, moral, éthique, historique, artistique, cinématographique, me touche. Évidemment, après en avoir autant lu, j'aurais dû me douter qu'il ne me serait pas possible de voir ce passage « normalement ». Je ne sais pas ce qu'en aurait pensé Daney s'il s'était décidé, mais je ne retrouve pas dans les images de Pontecorvo celles que me suggéraient les mots et la colère de Rivette. Le travelling est peu appuyé, tout comme la contre-plongée et je ne vois pas d'effet particulier sur la main. C'est ce que relève aussi Thirard à partir du livre d'entretien d'Irène Bignardi **Mémoire estorte a uno smemorato : Vita di Gillo Pontecorvo**. On peut aussi se dire que les figures cinématographiques ayant évolué depuis 1960, on ne peut voir ce travelling de la même façon qu'à l'époque.

Cette perspective se dessine également sur l'autre billet du blog, « Gran torino pour les nuls ». L'objectif de l'article repose sur la démonstration de la qualité de metteur en scène du réalisateur Clint Eastwood suite à des débats et articles auxquels il voulait apporter sa

propre contribution : « j'ai dit, ok y'a pas de mise en scène, voilà... c'est un extrait, il dure trois minutes, ben moi je vois ça ça ça, j'appelle ça de la mise en scène ». Là encore, l'usage d'un extrait vidéo du film sert d'appui à l'argumentation du blogueur et justifie l'existence même du billet. L'extrait ci-dessous montre comment l'extrait est central au propos de V.

Figure 2 - Le Billet « Gran Torino pour les nuls »

Ceci posé, j'avais envie de revenir sur film par un autre angle : celui de sa mise en scène. Ses détracteurs l'ont souvent attaqué là-dessus sur l'air de la platitude tandis que les louangeurs en restaient souvent à la performance de l'acteur sans entrer dans le détail. Cela tient je crois à la pratique d'une forme classique de cinéma par Eastwood qui ne se prête pas facilement à l'analyse à l'opposé de celles, pour reprendre les exemples de Ed sur *Nightswimming*, de David Lynch ou Gus Van Sant. J'ai donc eu envie de voir un peu comment était faite une scène du film, celle qui m'a servi de déclencheur et qui circule sur Internet. Histoire de voir ce qu'il y a sous le capot de la *Gran Torino*. D'où le titre de la note, que personne ne se sente visé. Voici :



Le premier plan est un élégant mouvement de grue descendant qui nous approche de Sue et son ami marchant dans une rue vers nous. Ce qui frappe, c'est que le plan démarre sur la clôture barbelée qui entoure un pavillon. On note que le plan englobe toute une partie de la rue, une de ces rues de banlieues typiques des États-Unis, et que la maison du premier plan est la seule à être clôturée ainsi. *Gran Torino* est un film construit largement sur la notion de territoire. Dans l'univers du western, la clôture c'est le conflit, le danger, c'est Kirk Douglas empêtré dans les barbelés. La porte ruinée devant laquelle ils passent est comme le symbole mis à bas de l'accueil et de la propriété, valeurs américaines basiques. Il est ainsi clairement signifié que le couple pénètre dans une zone dangereuse et ces signes de danger contrastent avec leur attitude nonchalante et leur dialogue insignifiant. Bingo. La caméra les suit dans le virage et le cadre les coince entre la clôture et le groupe des trois jeunes noirs. Jolie maîtrise de l'espace.

L'usage de la vidéo dans l'écriture cinématographique de V. est considéré comme une potentialité d'argumentation supplémentaire, impossible jusqu'alors : « c'est ça qui est génial dans le blog, c'est de dire, ok on parle de ça, mais le film est là, et après on discute à partir de ça (...) Aujourd'hui tu peux prendre le morceau, c'est ce que j'ai fait ». Dans ses intentions, la vidéo rend possible un dépassement et une ré-actualisation, non seulement de ses propres pratiques d'écritures, mais aussi des formes argumentatives du débat cinématographique.

Exemple 2 : « Faire dialoguer le cinéma avec d'autres disciplines » ; de l'expérimentation chez J.

J., 35 ans, habite Paris et vit en concubinage. Il vit de plusieurs « petits boulots » en rapport avec le monde professionnel cinématographique. Il se considère aussi bien « architectophile » que « cinéophile ». En matière de cinéma, ses goûts portent sur des auteurs et des films à l'esthétisme sophistiqué. Il estime être également passionné d'art au sens large et de tout ce qui touche à l'image et ses esthétiques.

Sa trajectoire de formation est ainsi jalonnée à la fois d'une école d'architecture, mais aussi de cinéma – la FEMIS - où il a suivi une formation de scénariste. Sa « carrière » plus

spécifique de cinéophile repose sur une multitude d'activités, comme celle de l'animation d'un ciné-club pendant ses premières années d'études d'architecture. S'il n'a jamais pris de notes sur les films, ni élaboré de « critiques », son activité d'écriture propre au cinéma se situe plutôt dans le scénario. Sa vocation initiale, scénariste, est aussi motivée par une volonté d'expérimenter des formes de récits novateurs dans le cinéma.

L'ouverture de son blog il y a 5 ans sur la plateforme *Blogger* repose sur plusieurs raisons. La première est la re-création d'une activité d'écriture radicalement différente de la forme scénario. Elle porterait davantage sur son expérience personnelle, tout en restant créative et novatrice. Le choix du format blog s'est fait progressivement. Il explique avoir passé beaucoup de temps à lire les autres blogs de cinéma afin de réfléchir à une proposition plus originale. Il a procédé à son lancement, d'une part pour la simplicité d'usage du dispositif - dont il utilise les ressources techniques « au minimum » - et d'autre part, pour l'intérêt porté à l'élaboration d'écritures « *plus subjectives et créatives* ». L'adoption du dispositif se situe ainsi dans une perspective d'élaboration de textes personnels et singuliers. À l'instar de V., il considère le blog comme une façon de revivre l'époque de fanzines et « le temps des radios libres », qu'il considère avoir « raté ». De ce fait, l'écriture numérique sur blog est propice à une élaboration de textes trouvant un écho dans le principe du cinéma et du montage : « *le blog, c'est pas du cinéma, mais dans le relais texte-image du blog (...) c'est une écriture qui est un peu montage aussi, c'est ça qui me plaît, c'est trouver du rythme dans l'écriture, enfin un rythme qui rappelle celui du montage cinématographique.* »

Cette intention se retrouve au sein du blog, où il élabore des connexions, des passerelles, entre architecture, cinéma et les arts en général. L'ensemble des textes porte ces marques : « *au départ c'est vraiment quand j'ai l'idée de faire dialoguer le cinéma avec d'autres disciplines. C'est rare que je parle d'un truc tout seul dans un post. J'aime bien l'idée de penser qu'une chose est entre deux autres choses, qu'il y a quelque chose qui se passe entre* ».

L'adoption et l'appropriation du blog se font donc dans l'intention de renouveler ses pratiques d'écritures. Il permet de dépasser sa démarche d'écriture en permettant l'élaboration de textes aux formes innovantes. Cette perspective se retrouve dans un bon nombre de ses « billets » où il fait un usage très particulier des photos, mais aussi des extraits vidéos. Très souvent, images fixes et animées viennent remplacer ou prendre une place plus importante que le texte écrit : « *disons que dans le blog, il y a quand même la dynamique du lien, jeu ludique, les collages, les extraits vidéos tout ça, c'est ça qui est excitant. Même si ce que j'écris n'est pas terrible au moins y'a l'extrait, y'a toujours quelque chose qui recoupe* ».

Nous lui avons demandé dans l'entretien d'expliquer plus en détail la construction et la finalité de l'article « Oucipo : ouvroir de cinéma potentiel » (publié le 23/11/2008). Il porte sur une réflexion théorique et esthétique sur le principe d'inventaire et de découpage au cinéma et dans la littérature. Le titre fait ainsi clairement référence à l'« Oulipo », (Ouvroir de littérature potentiel) qu'il est important de situer. Il s'agit d'un atelier d'écriture reposant sur l'idée de contraintes stylistiques et initié par Raymond Queneau dans les années 60 en France. Le billet se compose essentiellement de trois séquences vidéos, chacune titrée et commentée par quelques phrases explicatives. La première vidéo est la bande-annonce du film *A bout de souffle* (Godard, 1959), la seconde l'extrait d'une pièce sonore de Dominique Petitgrand, la troisième, une bande-annonce du film *Mon oncle d'Amérique* (Resnais, 1980).

L'idée originelle du billet provient de la bande-annonce d'*A bout de souffle*. J. explique qu'il provient d'un « *moment de flânerie sur la plateforme Youtube* », sur laquelle il aime particulièrement aller lorsqu'il est sur Internet : « *c'est un peu comme feuilleter le dictionnaire, tu tombes sur des choses par hasard que tu découvres* ». C'est à l'issue de l'une de ces

« pérégrinations » qu'il est tombé sur l'extrait. Il est donc « l'élément déclencheur » de l'article. La finalité de l'article est de rendre hommage aux bandes-annonces et à certaines de ses formes particulières : « *parce qu'on en trouve plus, l'art de la bande-annonce s'est un peu...enfin elles sont hyper standardisées aujourd'hui alors qu'en 80, 90 t'avais des bandes-annonces assez originales* ». La perspective s'élargit ensuite, en référence au contenu de la vidéo, vers un croisement esthétique avec la littérature, plus précisément sur les principes du collage et du « découpage » avec « l'Oulipo ». Il s'agit donc de souligner, de montrer des relations entre la visée esthétique du découpage dans la stylistique littéraire et celle du montage audiovisuel. L'élaboration du texte s'enrichit également d'autres séquences vidéos, l'une portant sur la danse, et l'autre sur la bande-annonce du film *Mon oncle d'Amérique*. L'article présente ainsi différentes formes de découpage dans l'art, entre littérature, bandes-annonces et cinéma. Du côté des modalités d'usage, l'insertion des vidéos sur le blog provient de deux liens vers la plateforme d'hébergement Youtube. La dernière vidéo, celle de *Mon oncle d'Amérique*, provient du bonus DVD de l'interviewé. Comme V., il a procédé à son extraction par un logiciel avant de l'inscrire directement sur le blog.

Cet exemple montre que l'usage de la vidéo est essentiel à l'article, en tant qu'il en inspire le projet, mais aussi dans sa structuration formelle, ou la présentation en liste des vidéos est supérieure au texte écrit (figure 2 et 3). Chacune des séquences représente un paragraphe du billet.

Figure 3 - Le billet « OUCIPO (Ouvroir de cinéma potentiel) »

Oucipo (ouvroir de cinéma potentiel)

UN INVENTAIRE :

Si vous voulez réussir "le meilleur film actuel", Godard vous donne tous les ingrédients :

Bande annonce d'*À bout de souffle* (1959)

C'était six ans avant la fameuse **recette** fullerienne de *Pierrot le fou* (1965).
 Sous l'influence des **Mythologies** (Roland Barthes 1957), Godard paraît préfigurer les listes de Pérec et les **énumérations musicales** de Vian. Tous trois, en chœur, auraient d'ailleurs pu s'exclamer : "l'inventaire, c'est l'aventure".

UNE COMBINATOIRE :

Le grand mix des souvenirs.
 La méthode **Cent mille milliards de poèmes** - Raymond Queneau 1961 - (ou ici pour les travaux pratiques) appliquées à des vies à choix multiples.

Mon oncle d'Amérique (Alain Resnais 1980)

Trois façons de manier les contraintes sans oublier de rester ludiques. Des manipulations qui me rappellent l'**Ouïpipo**. D'ailleurs, j'apprends que l'**Oucipo** a réellement existé "mais en lui-même n'a jamais été très actif". C'est qu'il se cache dans les recoins d'autres films.

Pour cet acteur, l'usage des vidéos est un exemple permettant d'actualiser son projet initial d'écriture sur blog, basé sur l'intention d'une « créativité textuelle » singulière. L'hommage rendu aux anciennes bandes-annonces puis à l'esthétique du collage dans le cinéma et la littérature est révélateur de cette vocation.

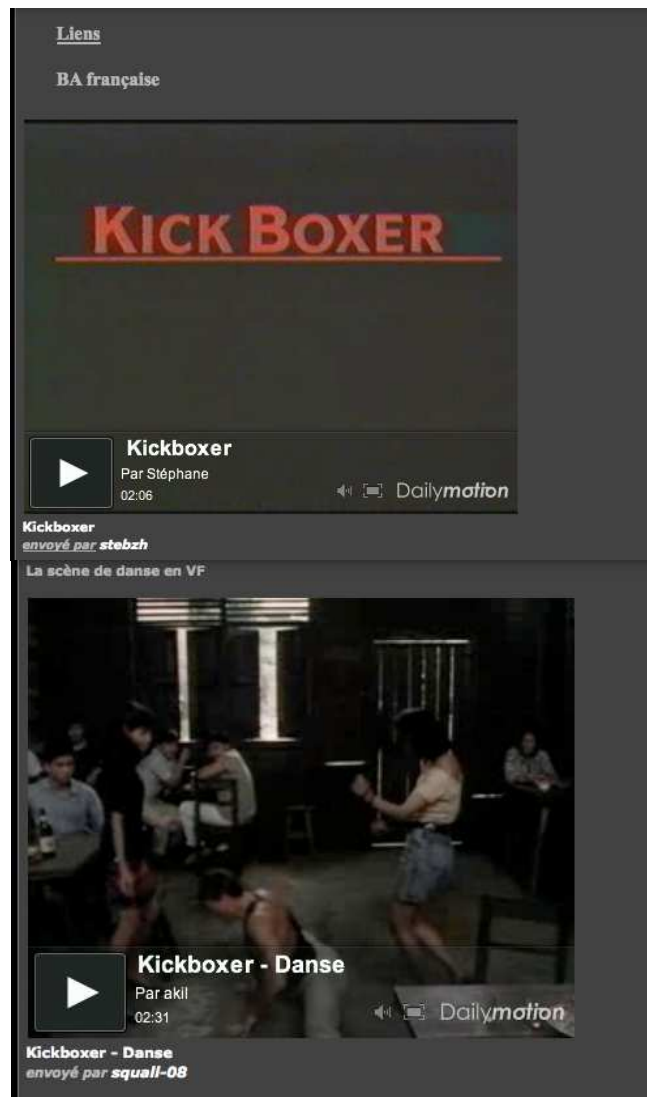
Exemple 3 : « faire parler des vieux films des années 80 » : du démarrage chez C.

C. a 25 ans, habite Paris et est employé dans une entreprise de déménagement. Son attachement au cinéma est celui d'un passionné de films d'action, notamment ceux des années 80 avec lesquels il a grandi : « *enfant des années 80, on a grandi avec la télé, la VHS, le magnétoscope* ». Sa première expérience d'écriture a été la proposition d'un texte sur un film, « pas du tout analytique » pour un ami qui voulait faire un fanzine. C'est sur Internet qu'il s'est davantage voué à cette activité, dès le début des années 2000. Après quelques interventions dans les forums de cinéma, il a commencé à proposer des textes personnels plus élaborés : « *j'ai décidé de passer à la vitesse supérieure, j'ai fait un papier sur la cinéphilie* ». Il explique que ce qui l'a poussé à écrire est principalement la dimension de partage avec d'autres passionnés ayant les mêmes goûts cinématographiques. En 2005, il a ainsi ouvert un premier blog sur la plateforme DVDrama, dans l'objectif de se lancer à écrire plus

sérieusement. Son intention est aussi de proposer des textes différents de ceux des critiques de cinéma : *« y'a pas que les journalistes qui peuvent en parler, on veut pas faire de l'ombre, c'est juste qu'on défend notre point de vue et ce qu'on pense du film, puis y'a des mecs qui écrivent des dossiers qui valent beaucoup mieux que certains journalistes, parce qu'il a une démarche, une vraie recherche y'a quelque chose, et puis c'est plus respectueux parce que c'est pas officiel entre guillemets »*.

Son blog actuel, lancé en 2006 sur overblog, l'est après la fermeture de la plateforme DVDrama : *« C'est facile d'usage, c'est moins le problème avec les balises, puis c'était l'aventure en indépendant, je voulais tester, quelque chose de nouveau »*. Il a pu réellement démarrer une activité d'écriture et de démarrer son projet dans une direction singulière, rendre hommage, à ce qu'il nomme les « nanars des années 80 » : *« c'est plus pour faire parler des vieux films des années 80, c'est plus sur ça que je me suis orienté »*. L'une des principales finalités éditoriales du blog est ainsi de revaloriser ces films : *« j'essaie de rétablir le niveau, sans se prendre trop au sérieux, sans prendre le film trop au sérieux »*.

Nous l'avons plus particulièrement interrogé sur l'usage des séquences vidéos de l'article « coups pour coups ». Il s'agit d'un hommage rendu à l'acteur Jean-Claude Van Damme et plus spécifiquement aux films que C. a appréciés dans son enfance. L'article se compose de plusieurs paragraphes qui entrelacent un résumé de l'histoire avec les commentaires personnels de l'auteur et des extraits de répliques du film. Trois extraits sont présentés à la fin de l'article : une séquence du film *Kickboxer* (1989, DiSalle et Worth), une bande-annonce en français et une séquence tirée du film *Hot Shots 2*, parodiant une scène du film *Kickboxer* (1993, Abrahams).

Figure 4 - Extraits vidéos sur le billet « coups pour coups »

L'intention de l'article est ainsi symptomatique de la cinéphilie et de la vocation éditoriale du blog en tant qu'il propose une critique d'un film d'action : « *essayer de défendre ce film, essayer d'expliquer comment il a été fait, et essayer de le traiter comme un film normal, même si on sait que c'est un gros nanar* ».

Dans ce cas, l'usage de la vidéo n'est pas essentiel dans le propos de l'article. L'extrait lui est périphérique en tant qu'il est placé à la fin du texte, dans l'espace réservé aux liens et références. En revanche, C. explique son usage comme un « *clin d'œil supplémentaire allant dans le sens de l'article* ». L'extrait vidéo est en effet un détournement humoristique de la dernière séquence du film. Ainsi, le choix et l'usage de cette vidéo, même périphérique au texte, trouvent une correspondance dans la vocation initiale et la cinéphilie de C. Il voue une importance particulière au format de bande-annonce, qui fait écho à ces films. L'usage qu'il fait de la vidéo dans son blog porte souvent sur l'insertion de bandes-annonces liée à ces films. (Comment vous construisez vos billets ?) « *J'utilise pas mal les bandes-annonces collectors on va dire* ». Il s'agit plus particulièrement de bandes-annonces en version française : « *y'a un mec qui a ça sur Dailymotion, il met des bandes-annonces de vieux films des*

années 80, 70, 60, 90 qui sont en français et qu'on retrouve pas dans les coffrets DVD, ça peut être intéressant, notamment quand on voit un bon film avec la VF qui s'impose comme le maître de guerre, commando, ce genre de film, la bande annonce est en français ». Il explique ainsi apprécier particulièrement ce format vidéo, qui fait écho à son enfance. Ce goût fait écho à son goût pour le format VHS : « j'ai du mal à revoir certains films en DVD, je préfère les revoir en VHS, c'est bizarre, il y a une certaine émotion qu'il n'y a pas dans le DVD, peut-être que ça nous rappelle notre enfance, C'était les défauts de la bande qui faisaient le charme du film ».

Le cas de C. montre que dans la perspective éditoriale du blog, celle de rendre hommage aux films des années 80, l'usage qu'il fait des extraits vidéos, bandes-annonces « doublées en français » et d'une séquence de film humoristique montre combien l'appropriation du dispositif lui permet un dépassement de ses activités cinéphiles antérieures.

CONCLUSION : ACCOMPLISSEMENT, EXPERIMENTATION, DEMARRAGE

L'analyse de ces trois monographies valide l'hypothèse d'un élargissement des pratiques scripturales cinéphiles individuelles lorsqu'elles sont médiatisées par les TIC. Ceci a pu être validé par l'identification de trois formes d'élargissement de ces pratiques d'écriture : l'accomplissement, l'expérimentation et l'initiation. Dans le premier cas, l'usage de l'extrait vidéo relève alors d'un enjeu d'accomplissement des pratiques d'écriture. Les potentialités numériques du blog permettent à l'acteur d'élaborer et de finaliser des projets scripturaux longtemps restés en attente. Dans le deuxième cas, la vidéo est envisagée comme un moyen d'expérimenter des formes d'écritures inédites. Il s'agit par exemple de croiser des genres artistiques et esthétiques (issus du domaine du cinéma comme de la littérature notamment). Enfin, dans le troisième cas, blog et vidéo permettent de commencer une activité d'écriture que l'individu n'avait jusqu'à présent pas développée. L'étude de ces trois formes d'élargissement des pratiques révèle ainsi des processus d'écriture cinéphilique innovants dans les carrières cinéphiles des individus. Elle montre que l'usage des extraits de vidéos, considérés comme une modalité spécifique d'écriture multimédia (ou numérique), s'articule aux pratiques d'écritures antérieures des individus tout en les dépassant.

D'ailleurs, dans cette logique de dépassement, le recours aux procédés d'écriture numérique du blog contribue à favoriser un élargissement des contenus eux-mêmes consacrés au cinéma. Ceci se perçoit tant dans la forme que dans le fond des écrits. Du côté de la forme textuelle, les exemples analysés montrent des textes où les extraits vidéos ont des fonctions diverses. Ces extraits peuvent être centraux, structurants, ou périphériques aux textes. Du côté du fond, les cas analysés mettent en évidence l'existence de vocations et de projets scripturaux différents, portant sur des discussions théoriques ou esthétiques : réflexions sur l'usage du travelling ou de la mise en scène, hommages rendus à des formes cinématographiques et audiovisuelles comme la bande-annonce ou les films d'action.

Cet élargissement des contenus, tant dans le fond que dans la forme, s'inscrit plus largement dans une démarche de personnalisation des écrits. Cette démarche déjà identifiée, au niveau de la « consommation à domicile », par des auteurs tels que Jean-Marc Leveratto et Laurent Jullier (op.cit : 157), comme le « culte du fragment » se retrouve au niveau de la production des contenus, comme l'attestent les monographies de cet article. Les trois blogueurs insistent, quand nous les interrogeons sur les intentions qui les guident, sur leur volonté d'apporter des discours qu'ils veulent « personnalisés » et par extension, qu'ils souhaitent « novateurs » sur le cinéma. Cette démarche de personnalisation est un trait commun contemporain des pratiques cinéphiles ordinaires, trait qui s'étend de la consommation à la production des contenus par les individus.

Dans cet élargissement de la démarche scripturale, les contenus ordinaires émergents se superposent alors aux contenus préexistants. L'ensemble des exemples étudiés montre l'apparition de contenus spécifiques aux « cinéphiles ordinaires » qui s'ajoutent à l'ensemble des productions cinématographiques existantes. Cet élargissement des contenus contribue finalement à un élargissement des espaces médiatiques et publics dédiés au cinéma.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- De Baecque, A. (2003), *La cinéphilie, Invention d'un regard, histoire d'une culture 1944-1968*, Paris : Fayard, 404 p.
- Ethis, E. (2005), « Le cinéma, cet art subtil du rendez-vous », *Communication et langages*, N°154, p. 11-21.
- Jeanne-Perrier, V. (2006), « Des outils d'écriture aux pouvoirs exorbitants ? », *Réseaux* n° 137, p. 100-130.
- Jouët, J. (2003), « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, n°100, p.487-521.
- Jullier, L., Leveratto, J-M.(2010), *Cinéphiles et cinéphilies*, Armand colin, 223 p.
- Licoppe C. et Beaudouin V. (2002), « La construction électronique du social : les sites personnels. L'exemple de la musique », *Réseaux* n° 116, p. 53-96.
- Mallein, P., Toussaint, Y. (1994) « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages », *TIS*, vol. 6, n° 4, p. 315-335.
- Miège, B. (2007), *La société conquise par la communication. Tome 3*, PUG, Grenoble, 235 p.
- Paquienséguy, F. (2000), « Les questionnements des écritures interactives », *Les enjeux de l'information et de la communication*, (en ligne) http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2000/Seguy/index.php (consulté le 12/08/2011).

Web social et multimédia : propriétés d'une relation symbiotique

Article inédit. Mis en ligne le 16 décembre 2011.

Fabrice Pirolli

Fabrice Pirolli est Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'université de Bourgogne au sein du département Information-Communication de l'IUT. Il est chercheur au laboratoire CIMEOS. Ses principaux travaux concernent l'intégration des TIC, particulièrement des outils du web social, dans les pratiques professionnelles et leurs impacts sur les processus de construction, de représentation et de diffusion des savoirs.

Raphaëlle Créatin-Pirolli

Raphaëlle Créatin-Pirolli est Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université du Maine au sein de l'IUT de Laval – Département SRC. Elle est membre du CREN (Centre de Recherche en Éducation de Nantes). Ses recherches s'articulent autour des TIC, de leurs usages et de leurs pratiques dans des contextes d'apprentissage.

Plan

Introduction

Contenus multimédias et espaces de médiation sociale

Conséquences de l'association web social et multimédia

Exemples d'utilisation des relations entre web social et multimédia par des institutions culturelles ou de loisirs

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Les notions inhérentes aux principes du web social placent les contenus multimédias au cœur de nouvelles pratiques communicationnelles. Les relations entre les nouveaux espaces de médiation ouverts par le web 2.0 et l'univers du multimédia ne s'inscrivent pas simplement dans un rapport linéaire et séquentiel de transfert d'innovations mais procèdent davantage d'une relation symbiotique aux bénéfices multiples. Dans une première partie nous mettrons en exergue les spécificités de ces relations puis nous questionnerons les nouveaux usages et les nouvelles pratiques qu'elles induisent. Dans une seconde partie, nous présenterons un ensemble de résultats obtenus suite à une étude menée sur les usages du web 2.0 au sein d'institutions culturelles ou de loisirs.

Mots-clés : Web social ; multimédia ; usages des TIC ; espaces de médiation

Abstract

Title: Social Web and multimedia: properties of a symbiotic relationship

Social web tools and uses give multimedia contents a very significant place within new communication practices. Relationships between new mediation areas opened by social web and multimedia contents do not fit in a simple linear and sequential innovation transfer process but appear more as the result of a highly benefic symbiotic system. In the first part of this communication we will outline the particularities of these relationships and then we will focus on new uses and practices they produce. In the second part we will present conclusions of a study about social Web tools and cultural or leisure institutions communication.

Keyword: Social Web; multimedia; IT uses; mediation areas

Resumen

Título: Web social y multimedia : propiedades de una relación simbiótica

Las nociones inherentes a los principios de la web social ponen los contenidos multimedia al centro de las nuevas prácticas comunicacionales. Las relaciones entre los nuevos espacios de mediación abiertos por la web 2.0 y el universo del multimedia no se inscriben solamente en una relación lineal y secuencial de transferencia de innovaciones pero proceden más de una relación simbiótica con beneficios múltiples. En una primera parte pondremos en relieve las especificidades de estas relaciones y posteriormente cuestionaremos acerca de los nuevos usos y nuevas prácticas que inducen. En una segunda parte, presentaremos un conjunto de resultados obtenidos gracias a un estudio realizado sobre los usos de la web 2.0 en el seno de instituciones culturales o de entretenimiento.

Palabras-claves: Web social ; multimedia ; uso de las TIC ; espacios de mediación

INTRODUCTION

L'émergence du web dit social, ou web 2.0, constitue l'une des évolutions de fond les plus remarquables de ces dernières années dans le domaine de la communication sur les réseaux numériques. Aujourd'hui considéré comme une « réalité notionnelle et factuelle évidente » (Bouquillon, Matthews, 2010, p. 7) le web social a déjà contribué à redessiner le contour de nombreuses pratiques. Selon une étude menée par l'institut Médiamétrie sur les usages quotidiens des internautes français (Médiamétrie, 2011) la consultation de sites communautaires se plaçait au mois de décembre 2010 en seconde position après l'utilisation de moteurs de recherche tandis que les plateformes de partage de vidéo et de photographies proposant des fonctionnalités de réseautage social figurent de façon récurrente dans la liste des sites les plus visités. Cette tendance générale est confirmée sur le plan international par une progression soutenue de l'audience des acteurs majeurs du domaine du web social. Parmi les différents domaines directement impactés par cette évolution celui du multimédia est particulièrement concerné. Les notions inhérentes aux principes du web social telles que le partage, la collaboration et la génération de contenus par les utilisateurs (*User Generated Contents*) placent les contenus multimédias au cœur de ces nouvelles pratiques communicationnelles.

Les relations entre web 2.0 et multimédia ne s'inscrivent pas simplement dans un rapport linéaire et séquentiel de transfert d'innovations mais procèdent davantage d'une relation symbiotique aux bénéfices multiples. Les applications du web 2.0 se nourrissent d'une multitude de contenus multimédias qui trouvent sur ces plateformes et applications de nouveaux espaces de médiation. Nous proposons de mener une réflexion théorique sur ces apports. L'étude de la nature de cette relation nous amènera dans une première partie à mettre en exergue les spécificités des relations entre web 2.0 et multimédia. Dans un deuxième temps, nous questionnerons les nouveaux usages et les nouvelles pratiques que cette relation symbiotique induit. Enfin dans une dernière partie, nous présenterons un ensemble de résultats obtenus suite à une étude menée sur les usages du web social dans un ensemble d'institutions culturelles ou de loisirs.

CONTENUS MULTIMÉDIAS ET ESPACES DE MÉDIATION DU WEB SOCIAL

Le multimédia

Le concept de multimédia, popularisé depuis la fin des années 1980 et l'avènement des techniques de numérisation de contenus analogiques (Chrismont, Sèdes, 2000, p. 10), peut désigner selon la posture et le cadre théorique retenus, différentes réalités. La simple coexistence de plusieurs médias sur un même support ne peut suffire à le définir. Dans le cadre de nos travaux, nous adopterons la définition du produit multimédia énoncée par Ioan Roxin (Roxin, 2003, p. 10) : « un produit multimédia peut être défini comme une combinaison de médias numériques discrets (texte, images fixes) et continus (images animées, sons) ; synchronisés et liés ; diffusables sur les réseaux de télécommunication ou tout autre support numérique ». Matériellement la création et la gestion de contenus multimédias supposent le recours à un ensemble de dispositifs techniques et de pratiques dont le domaine du *Digital Media Asset Management* présente une approche fonctionnelle et un modèle d'architecture particulièrement aboutis (Gouyet, Gervais, 2006, p. 138). Le traitement des contenus multimédias est ainsi abordé à travers leurs phases de création, d'analyse, d'indexation, de stockage puis de distribution. En fondant notre approche sur ces différentes phases observées à la lumière du web 2.0 nous nous intéresserons davantage aux modalités de création et de diffusion de contenus multimédias qu'aux enjeux socio-économiques sous-jacents.

Multimédia et web social

Le web social regroupe un ensemble d'applications et d'outils dont les finalités peuvent être variées, mais qui ont en tous en commun les notions de partage et de collaboration (O'Reilly, 2005). Parmi les plus populaires actuellement nous citerons les réseaux sociaux, les plates-formes de partage de photos et de vidéos intégrant des options « sociales » de partage, les blogs, les wikis et les outils de partage de signets. Les différentes modalités communicationnelles proposées par ces outils ont peu à peu contribué à élargir et à modifier l'approche purement fonctionnelle de la gestion de médias numériques. En effet les contenus multimédias partagés dans ces espaces spécifiques sont, de fait, massivement inclus dans des processus communicationnels basés sur une approche communautaire polymorphe et fractionnée. Polymorphe, car un même contenu informationnel peut prendre diverses formes et s'inscrire dans une quasi-infinité de contextes différents, et fractionnée, car les évolutions techniques ont conduit à un éclatement des différentes fonctions mobilisées par la gestion de contenus multimédias. Cette réorganisation a été accompagnée d'une nouvelle répartition des tâches entre les différentes catégories d'acteurs dont les internautes sont devenus l'une des plus importantes.

Les outils collaboratifs du web social permettent notamment à leurs usagers de faire abstraction des contraintes techniques liées aux besoins de stockage et de diffusion des produits multimédias. La gratuité des services pour l'utilisateur ainsi que la simplicité de leur mise en œuvre, appuyée par l'adaptation progressive des dispositifs techniques de production de contenus, facilitent l'implication spontanée et l'engagement des usagers (Proulx, 2009). Dans le domaine du multimédia ce schéma rompt avec les modèles éditoriaux établis depuis le début des années 1990. Le web social, espace de partage et d'échange, a naturellement contribué à créer de nouveaux espaces de médiation pour les contenus audio-visuels de toutes natures. En conférant aux internautes un statut de créateur, de commentateur, d'évaluateur ou encore de prescripteur (Pirolli, 2010, p. 89) – même si celui-ci reste confiné à son environnement proche – les outils du web social favorisent une large diffusion des contenus. Ils leur confèrent une visibilité jusqu'alors

inégalée, ces derniers étant peu ou mal indexés par les outils de recherche d'information. Si les moteurs de recherche demeurent l'un des principaux points d'accès aux contenus sur le web, les outils du web social favorisent une diffusion sur le modèle du push. Comme l'exprime Louise Merzeau (Merzeau, 2010, p. 11) « média de commutation plus que de diffusion, Internet brouille non seulement la distribution entre émetteurs et récepteurs, mais il contredit même l'idée du message comme point focal de tout échange ». Ainsi, les outils de réseautage social, en permettant aux internautes de devenir des relais d'information tout en leur offrant la possibilité d'enrichir les contenus de manières variées (textes, images, sons) et d'en évaluer leur qualité, contribuent à faire de l'internet l'un des principaux supports actuels de développement du multimédia.

Cette relation fructueuse est à double sens dans la mesure où l'engouement populaire pour les outils du web 2.0 trouve pour une large part son origine dans la richesse et la diversité des contenus qu'il est possible d'échanger. Cette diversité est d'autant plus marquée que les modalités de création et de partage sont régulièrement simplifiées. À ce titre il nous semble intéressant de souligner que les plus grandes réussites du monde du web 2.0 observées aujourd'hui en termes d'audience et de notoriété concernent des applications qui intègrent ou exploitent des fonctionnalités de création ou d'échange de contenus multimédias (*Facebook, Twitter, Youtube,...*). L'interpénétration entre les fonctionnalités de ces différents outils, comme la possibilité de diffuser des contenus de *Youtube* via *Facebook*, permet en outre de multiplier les canaux de diffusion. Simultanément ces espaces d'échange sont aujourd'hui instrumentalisés par les industries de la communication (Bouquillon, Matthews, 2010, p. 33) et par les pratiques dites de « marketing viral » qui reposent en grande partie sur les principes de diffusion de contenus multimédias dans ces espaces de médiation (Mellet, 2005, p. 268). La division et la nouvelle répartition des processus de création, d'analyse, d'indexation, de stockage et de distribution des contenus favorisent la globalisation des échanges et la réplique de l'information.

Le web social intègre donc par essence une composante multimédia. Son développement traduit la convergence entre les évolutions techniques qui étaient nécessaires à leur maturation, les attentes des internautes enclins à devenir acteurs du réseau et la diversité de la forme des contenus créés et échangés. Cependant, cette nouvelle étape dans le développement de l'Internet ne marque pas une rupture franche par rapport à une situation antérieure, mais s'inscrit dans une continuité d'innovations. Cette évolution interroge naturellement la question des usages et des pratiques. Nous proposons dans les paragraphes suivants d'en étudier les caractéristiques de façon distanciée. Nous ne prétendons nullement présenter une réflexion générale sur les théories de l'usage ou, a fortiori, sur la notion même d'usager, mais davantage une mise en perspective de ces concepts fondée sur les rapports entre web social et multimédia.

CONSEQUENCES DE L'ASSOCIATION WEB SOCIAL ET MULTIMEDIA

Usages et dispositifs techniques

L'étude des usages de dispositifs techniques soulève de nombreuses questions tant du point de vue de la posture théorique que du point de vue méthodologique (Jouët, 2000, p. 500) (Flichy, 2008, p. 164). Si, comme l'exprime Françoise Paquienséguy (Paquienséguy, 2007, p. 2), « il reste central pour l'analyse des usages de ne pas se focaliser sur les caractéristiques techniques de l'offre » il nous semble néanmoins utile, dans le cadre de notre réflexion, de mettre en avant l'évolution de l'offre du point de vue des dispositifs impliqués dans les processus de production de contenus multimédias. Nous ne considérons

pas cette évolution comme l'unique source d'une modification des pratiques, mais a contrario comme le témoignage d'une nécessaire adaptation du secteur marchand aux usages observés sur les réseaux numériques. L'adoption progressive des innovations dans le domaine des TIC s'articule autour de techniques et de pratiques antérieures (Jouët, 2000, p. 500). Cette notion d'évolution nous semble particulièrement sensible dans le domaine de la production audiovisuelle. L'offre matérielle dans ce secteur a considérablement évolué afin d'intégrer aux dispositifs un ensemble de fonctionnalités communicantes ou a minima pour prendre en considération les contraintes techniques qu'elles imposent.

La diversification du marché des appareils photo numériques a notamment conduit à la mise sur le marché de produits tournés aussi bien vers la production d'images numériques que vers celle de vidéos destinées uniquement à être partagées et commentées sur les plateformes du web. À ce titre l'adoption sur une large gamme d'appareils de la norme de codage vidéo *H.264*, utilisée majoritairement aujourd'hui sur *Youtube* et particulièrement adaptée à un usage mobile, ainsi que l'intégration logicielle de fonctionnalités liées aux réseaux sociaux les plus populaires constitue l'un des aspects les plus marquants. Dans le même temps, la fusion des fonctionnalités de téléphonie, d'accès à l'internet et de production de documents audiovisuels est désormais actée par le succès croissant et ininterrompu du marché des *smartphones* et autres dispositifs personnels mobiles. Ces innovations, résolument ancrées dans le contexte du web social, contribuent à renforcer le caractère consubstantiel des activités de production et de partage des contenus multimédias. Au-delà de cette approche matérielle, il apparaît que les différents outils du web social ont en commun une forte usabilité (Le Coadic, 2001, p. 52) dans la mesure où ils constituent un ensemble de services et produits prêts à l'usage. Pour un usager du web l'apprentissage de leur utilisation est simple, leurs fonctionnalités sont très spécifiques, mais en nombre réduit et leurs interfaces faciles à appréhender (Pirolli, 2009, p. 90). Les différentes composantes de l'usabilité – apprentissage simplifié et mémorisation aisée du mode de fonctionnement, efficacité et fiabilité du dispositif, satisfaction des utilisateurs– se trouvent réunies.

L'ensemble de ces éléments façonne un « cadre d'usage » (Flichy, 2008, p. 166) dans lequel s'inscrit la rencontre entre usagers et technique et dont la dimension sociale est un élément essentiel. Patrice Flichy met en évidence le fait que ce « cadre d'usage » est associé à un « cadre de fonctionnement » définissant savoirs et savoirs-faire mobilisés dans l'activité technique. C'est précisément sur ce « cadre de fonctionnement » que nous proposons à présent d'orienter notre réflexion et plus précisément sur la façon dont l'imbrication croissante en web social et multimédia conduit les usagers à développer de nouvelles compétences et de nouveaux savoirs-faire.

Nouvelles pratiques, nouvelles compétences

Par l'utilisation d'applications du web 2.0 les internautes, indépendamment de leurs profils individuels, seraient amenés à intégrer progressivement dans le cadre de leurs activités numériques un ensemble de pratiques relevant de champs d'activités distincts dont certains peuvent leur être étrangers : documentation, production, réalisation, publication... La séparation entre le statut d'auteur et celui de lecteur, ou de spectateur, devient de plus en plus ténue. L'internaute peut devenir auteur - ou concepteur - en combinant et en juxtaposant des contenus ou des liens (Doueihi, 2009, p. 26). Il a la possibilité de former des sélections de textes, d'images, de vidéos qui seront rediffusées à l'intérieur d'espaces personnalisés, mais publics, dans des contextes souvent indépendants de leurs origines. Les pratiques de redocumentarisation (Salün, 2007, p. 3) se généralisent dans un contexte où la stabilité du document s'estompe au profit de contenus numériques hétérogènes dont la

combinaison à l'aide d'applications composites est grandement simplifiée. L'utopie du « pouvoir de l'internaute fondé sur sa participation dans la médiation » (Vidal, 2007, p. 14) trouve ainsi une nouvelle incarnation.

Nous citerons à titre d'exemple le réseau social *Myspace*, l'un des premiers succès du web social, consacré à la production artistique musicale. En raison de sa facilité d'utilisation et de sa gratuité, *Myspace* a constitué pour de nombreux artistes une porte d'entrée dans l'univers du multimédia en ligne, devenant un vecteur de diffusion et de promotion d'œuvres originales (Beuscart, 2008, p. 141). Si aujourd'hui cette plateforme d'échange connaît la désaffection du public, son audience ayant chuté de moitié entre janvier 2010 et janvier 2011, elle reste pionnière dans ce domaine et aura contribué à l'émergence de nouvelles pratiques de conception multimédia et de communication en ligne. Dans de tels cas le web social devient non seulement un espace de production et d'échange, mais contribue à développer au sein des populations d'internautes concernés de nouvelles habiletés et compétences. Les questions liées à l'utilité, l'utilisabilité et l'ergonomie des produits numériques relevant traditionnellement du « web design » (Nielsen, Loranger, 2007, p. 96) et de la conception de produits multimédias trouvent un nouvel écho dans ces espaces où la popularité demeure l'un des critères essentiels. L'une des particularités remarquables de cette évolution tient au fait que ces pratiques ne sont à aucun moment imposées aux utilisateurs, mais qu'elles sont induites, directement ou indirectement, par l'utilisation des outils. L'ensemble des dispositifs d'autoproduction ou de « production de soi » (Fourmentaux, 2010, p. 112) tels que les pages personnelles, les blogs, ou encore les ePortfolios font massivement appel à la capacité de leurs utilisateurs à réaliser et à mettre en scène des contenus multimédias. L'émergence des vlogs (ou vidéoblogs) témoigne de cette évolution poussant l'internaute dans ce cas précis à s'affranchir des contenus textuels. Enfin, le domaine du *Net art*, dans lequel les contenus multimédias occupent une place primordiale, est également particulièrement concerné par la capacité du web social à réhabiliter l'image et l'échange communicationnel dans la création artistique (Fourmentaux, 2010, p. 119).

Il apparaît donc que la relation qu'entretiennent web social et multimédia n'est pas uniquement de nature symbiotique, mais qu'elle puisse également être féconde, participant à l'élargissement et à la diversification des compétences de leurs utilisateurs. Dans une troisième partie, en nous appuyant sur les résultats d'une étude de terrain, nous proposons une mise en perspective de ces caractéristiques sur le plan de la communication institutionnelle. Nous nous intéresserons aux différentes approches visant à mobiliser les relations entre contenus multimédias et outils du web social que nous avons identifiées dans les pratiques de communication en ligne d'organismes de types musées, muséoparc et parcs de loisirs.

EXEMPLES D'UTILISATION DES RELATIONS ENTRE WEB SOCIAL ET MULTIMEDIA PAR DES INSTITUTIONS CULTURELLES OU DE LOISIRS

Contexte et méthodologie de l'étude

Dans le cadre d'un travail de recherche réalisé par le laboratoire CIMEOS en partenariat avec une institution culturelle de la région Bourgogne (SEM – Alésia) nous avons été amenés à conduire un travail d'analyse et de synthèse sur les usages des outils du web social. Cette étude, menée entre janvier et mai 2010, a porté sur l'utilisation des outils du web 2.0 par cinquante-sept organismes de type musées, muséoparc ou parcs de loisirs. Les organismes étudiés ont fait l'objet d'une sélection préalable opérée par le commanditaire

en fonction de critères de similarité avec l'organisme concerné, tant au niveau des publics visés que des thématiques abordées. Afin de répondre aux objectifs assignés notre approche a été délibérément pragmatique et descriptive. Du point de vue méthodologique nous avons procédé à une analyse systématique de toutes les activités des organismes étudiés sur les outils du web social ainsi qu'à une analyse de toutes les contributions des internautes en lien avec ces activités et consultables sur le web. Les modalités d'utilisation de ces outils ont ainsi été placées au cœur de l'étude. Cette approche a été complétée par un ensemble d'entretiens. L'analyse des séquences de production, de diffusion et de partage de contenus multimédias a, de fait, occupé une place particulièrement importante. Nous ne présenterons pas ici l'ensemble des résultats obtenus, mais mettrons en avant les observations les plus significatives sur les rapports entre web social et multimédia et la manière dont ils peuvent s'inscrire dans un contexte de communication institutionnelle.

Contenus multimédias : communication institutionnelle et dimension testimoniale

Au regard des résultats obtenus, il apparaît clairement que, pour les institutions étudiées, les outils du web 2.0 occupent aujourd'hui une place importante dans les stratégies de communication. Nous avons relevé sur la période de l'étude et pour l'ensemble des institutions étudiées l'usage de huit outils distincts : *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Picassa*, *Youtube*, *Dailymotion*, *Myspace*, *Scribd* auxquels s'ajoute l'utilisation, de façon beaucoup plus sporadique, de blogs. Les outils de type réseaux sociaux apparaissent comme les plus largement utilisés. Ainsi, 86 % des organismes étudiés possédaient au minimum une page *facebook* officielle. Se plaçaient en seconde position les services de partage de vidéo *Youtube* et *Dailymotion* : 54 % des musées ou parcs de loisirs étudiés proposaient des contenus officiels sur l'une de ces plateformes. Enfin, le partage d'images au moyen de *Flickr* ou *Picassa* était utilisé dans 40 % des cas étudiés. Les possibilités de diffusion des contenus vidéo ou photographiques ainsi hébergés sur des pages *facebook* semblent expliquer en partie ces choix techniques. Dans environ un tiers de cas étudiés, les ressources en ligne n'étaient ni alimentées, ni actualisées (pas d'activités constatées dans les six derniers mois). Pour les organismes actifs sur le web 2.0 les contenus multimédias sont quasi-systématiquement présents. Nous avons constaté deux positionnements différents selon la nature des organismes étudiés.

Du point de vue des contenus informationnels, le positionnement des institutions muséales s'inscrit dans une vision traditionnelle de diffusion de contenus informationnels du musée vers ses publics. Cette particularité a également été relevée par Gaëlle Crenn et Geneviève Vidal dans le cadre d'une étude portant sensiblement sur la même thématique (Crenn, Vidal, 2010, p. 146). Les outils du web 2.0 apportent à ce niveau une nouvelle souplesse et une simplification des processus de médiation, mais utilisés de la sorte, et en dépit de possibilités nouvelles, ils ne modifient pas profondément les modes production et de partage : l'internaute reste majoritairement cantonné au rôle de contributeur et non de créateur (Casemajor Lousteau, 2009, p. 345). Une exception a cependant été relevée à trois reprises lorsqu'une démarche de communication événementielle est menée dans le cadre d'expositions ou de concours. Dans ce contexte précis, l'implication de l'internaute, suggérée et souhaitée, dans la production et le partage de contenus est instrumentalisée afin de créer du lien entre le public et l'institution et de favoriser un sentiment d'adhésion active à l'événement. Cette démarche revêt alors majoritairement un caractère testimonial : l'internaute est invité à exprimer et à partager ses sentiments et impressions personnelles au moyen de productions vidéo, photographiques ou graphiques. La non-discrimination des publics laisse supposer que les savoirs-faire mobilisés peuvent relever à la fois de la sphère domestique et de la sphère professionnelle (Granjon, Lelong, Metzger, 2009, p. 16).

En suscitant la création de contenus, le musée associe l'internaute au déroulement de l'événement.

Dans le cas des organismes de type muséoparc ou parc de loisirs cette approche testimoniale est beaucoup plus fréquemment exploitée, parfois même scénarisée, mettant en avant une démarche narrative et participative. Le public est amené à raconter au moyen des outils du web social et dans toute la diversité offerte par le multimédia l'expérience vécue au sein de l'institution le temps de sa visite. Tour à tour vidéaste, photographe, rédacteur et metteur en scène le visiteur au moyen des outils dont il dispose et sur la base de sa libre participation est appelé à laisser autant de traces et de témoignages. Il est intéressant de noter que la qualité, artistique ou informative, des contenus produits importe généralement peu, à l'exception des concours spécifiquement organisés. À l'instar d'un livre d'or numérique, l'espace communicationnel ainsi mobilisé n'a pour objectif principal que la collation et l'agrégation de contenus éparses tout en permettant de faire vivre un lien entre le visiteur et l'organisme au-delà de la visite.

Ce type de pratiques illustre le fait que la relation entre web social et multimédia est non seulement symbiotique et féconde, mais qu'elle permet d'essaimer dans de multiples contextes communicationnels. Bien entendu les différentes modalités d'utilisation et d'appropriation des outils techniques telles qu'elles ont été observées lors de cette étude ne peuvent être abordées indépendamment du contexte social dans lequel elles s'expriment. De nombreux facteurs extrinsèques aux stratégies de communication déployées conditionnent ces usages et ces pratiques. L'hétérogénéité des publics concernés ainsi que la multiplicité des contextes sociaux dans lesquels ils agissent nécessiteraient d'appréhender la question de l'appropriation et des « inégalités numériques » (Granjon, Lelong, Metzger, 2009, p. 16) selon une approche davantage sociotechnique. Cependant, en raison de la demande formulée par le commanditaire, notre étude est restée centrée sur l'utilisation des outils du web social par les organismes sectionnés.

CONCLUSION

À l'heure où de nombreux acteurs du domaine de la technologie numérique (fabricants de matériel informatique, audiovisuel...) et de l'industrie de la communication (diffuseurs, groupes de médias...) proposent des passerelles entre le monde de l'Internet et celui des médias, les grands acteurs du web social sont pleinement engagés dans cette démarche de convergence. Les accords passés entre Google, propriétaire de Youtube, et différents fabricants de télévisions témoignent de cet engagement. La mise sur le marché d'appareils permettant de visionner directement, en s'affranchissant de l'usage d'un ordinateur, les contenus disponibles sur la plateforme de partage vise à généraliser ces nouvelles pratiques informationnelles et communicationnelles. Dans le même temps cette évolution, pour qu'elle se traduise positivement en termes d'audience et de notoriété, devra être accompagnée d'une nécessaire amélioration qualitative des vidéos proposées. L'intégration progressive par les fournisseurs d'accès internet de fonctionnalités de réseautage social aux interfaces utilisateurs des équipements grand public, les « box internet », confirme le fait que l'Internet, le web social et le multimédia constituent aujourd'hui un triptyque devenu incontournable. Au-delà des problèmes de nature juridique, économique ou politique que pose cette refonte du paysage audiovisuel cet état de fait met en relief l'importance actuelle du web social qui reste malgré tout aujourd'hui un ensemble aux contours toujours flous et mouvants. La courte histoire du web 2.0 est déjà jalonnée de réussites incontestables, d'effets de mode et d'échecs auxquels le multimédia a toujours directement ou indirectement participé.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Beuscart, Jean-Samuel (2008), « Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique, les usages de Myspace par les musiciens autoproduits », *Réseaux*, n°152, p. 139-168.
- Bouquillon, Philippe, Matthews, Jacob T. (2010), *Le web collaboratif : mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble : PUG.
- Casemajor Loustau, Nathalie (2009), *Diffuser des collections photographiques sur le web : de nouvelles pratiques de médiation ? Etudes des formes et stratégies de communication du patrimoine photographique en ligne*, thèse de doctorat, Gellereau, Michèle, Tremblay, Gaëtan (dir.), Université Charles de Gaulle Lille 3, 8 décembre 2009.
- Chrisment, Claude, Sèdes, Florence (2000), « Le document multimédia », communication présentée au *Colloque International Francophone sur l'Écrit et le Document*, Lyon : université Lyon 3, 3-5 juillet 2000.
- Crenn, Gaëlle, Vidal, Geneviève (2010), « Les musées et le web 2.0 : approches méthodologiques pour l'analyse des usages », (p146-158) in Millerand, Florence, Proulx, Serge, Rueff, Julien (dir.), *Web social : mutation de la communication*, Québec : Presses de l'Université de Québec.
- Doueïhi, Milad (2009), « Le livre à l'heure du numérique: objet fétiche, objet de résistance », *Les cahiers de la librairie*, n°07, p. 20-28.
- Flichy, Patrice (2008), « Technique, usage et représentations », *Réseaux*, n°148-149, p. 147-174.
- Fourmentaux, Jean-Paul (2010), « Créer à l'ère des médias praticables : le net art 2.0 », (p112-124) in Millerand, Florence, Proulx, Serge, Rueff, Julien (dir.), *Web social : mutation de la communication*, Québec : Presses de l'Université de Québec.
- Gouyet, Jean-Noël, Gervais, Jean-François (2006), *Gestion des médias numériques*, Paris : Dunod (collection Audio-Photo-Vidéo).
- Granjon, Fabien, Lelong, Benoit, Metzger, Jean-Luc (2009), *Inégalités numériques. Clivages sociaux et mode d'appropriation des TIC*, Paris : Hermès Lavoisier.
- Jouët, Josiane (2000), « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, n°100, p. 487-521.
- Le Coadic, Yves-François (2001), *Usages et usagers de l'information*, Paris : ADBS éditions.
- Médiamétrie (2011), *L'audience de l'Internet en France : décembre 2010*, communiqué de presse, [en ligne] <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/l-audience-internet-en-decembre-2010.php?id=398>, page consultée le 8 février 2011.
- Mellet, Kevin (2007), « Aux sources du marketing viral », *Réseaux*, n° 157-158, p. 267-292.
- Merzeau, Louise (2010), « L'intelligence de l'utilisateur », (p. 9-37) in Calderan, Lisette, Hidoine Bernard, Millet, Jacques (dir.), *L'utilisateur numérique*, Paris : ADBS éditions.
- Nieslen, Jakob, Loranger, Hoa (2007), *Site web : priorité à la simplicité*, Paris : CampusPress.
- Paquienréguy, Françoise (2007), « Comment réfléchir à la formation des usages liés aux technologies de l'information et de la communication numériques ? », *Les enjeux de l'information et de la communication*, [en ligne] <http://w3.u->

grenoble3.fr/les_enjeux/2007/Paquienseguy/index.php, page consultée le 8 novembre 2010.

O'Reilly, Tim (2005), « What is Web 2.0 : design patterns and business models for the next generation of software », [en ligne] <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>, page consultée le 15 janvier 2011.

Pirolli, Fabrice (2009), « Web 2.0 et pratiques documentaires », *Les cahiers du numérique*, Vol 6, p. 81-95.

Proulx, Serge (2009), « L'intelligence du grand nombre : la puissance d'agir des contributeurs sur Internet : limites et possibilités », (p3-p14), *Intelligence collective et organisation des connaissances, 7^{ème} colloque du chapitre ISKO France*, Lyon, 24-26 Juin 2009.

Roxin, Ioan (2003), *Multimédia et Web sémantique au service de l'apprentissage*, HDR, Université de Franche Comté, 102p.

Salaün, Jean-Michel (2007), « La redocumentarisation, un défi pour les sciences de l'information », *Études de communication*, vol 30, p. 13-23.

Vidal, Geneviève (2007), « Usages de l'innovation interactive », *Usages et numérique, Document Numérique*, vol 10, p. 11-23.