

Enjeux esthétiques et narratifs

Webdoc → convergence des technologies et d'un genre cinématographique/télévisuel (documentaire = logique informative)

selon Lev Manovich :

- les données utilisées pour construire l'histoire

- la narration : trajectoire liant ces données

- le public accède à la base de données de manière multiples à travers une narration non linéaire déterminée par une interface

- objet modulaire et variable nécessitant une participation active (interactivité)

- ↳ étend le champ d'expériences de l'utilisateur dans une trame narrative déterminée (point de vue de l'auteur)

Enjeux esthétiques et narratifs

↳ interface = partie intégrante du récit qui se construit par la navigation de l'utilisateur

«Une interface n'a d'intérêt que si elle raconte l'histoire qu'elle porte» (Alexandre Brachet)

Rq: influence déterminante des jeux vidéos : narration non linéaire, création d'univers et personnages différents, implications du joueur dans la continuité narrative

Enjeux esthétiques et narratifs

Webdoc → double logique : informative et interactive

▶ Selon Sandra Gaudenzi : 3 degrés d'interactivité

- semi-fermé : navigation possible mais impossible de modifier le contenu
- semi-ouvert : participation de l'utilisateur mais pas de modification de la structure narrative finale
- ouvert : utilisateur et doc interactif s'adaptent l'un à l'autre

Enjeux esthétiques et narratifs

- ▶ Selon Oliver Crou : différents types de narration (scénarisation) possibles :
 - arborescente : en fonction de niveaux
 - indéterministe : d'un point de départ à un point d'arrivée, mais selon des parcours multiples
 - évolutionniste : un point de départ mais pas de point d'arrivée, le monde se crée au fur et à mesure du parcours de l'utilisateur

Enjeux esthétiques et narratifs

- ▶ multiplication des entrées (parfois sur différents supports) et des points de vue (narratif/formel) car délinéarisation des contenus
 - ↳ interactivité (dimension esthétique, communicationnelle et narrative)
 - ▶ impression d'individualisation de l'information /personnalisation de l'expérience (identification parfois)
 - ↳ immersion dans le récit
 - ▶ engagement avec participation de l'utilisateur au-delà de la navigation (réseaux sociaux, forum, chats)
 - ↳ différent du modèle vertical classique propre aux médias de masse
- modification des relations spectatorielle

Enjeux esthétiques et narratifs

Quels indicateurs prendre en compte pour évaluer la réception ?
(selon Arnaud Dressen de Honkytonk)

- ▶ le nombre de visiteurs uniques
- ▶ la durée de visionnage moyenne (et sa répartition)
- ▶ le pourcentage d'audience provenant de site tiers (dont Facebook et Twitter)
- ▶ le chemin de navigation
- ▶ le pourcentage vu par rapport au contenu global

→ comment se propage l'audience ?

Remarque : importance de la prise en charge par des portails d'information comme leMonde.fr ou Liberation.fr

Projets de fiction

Addicts (2010)

Production d'Arte, productrice : Bénédicte Lesage (Mascaret films), réalisateur et scénariste : Vincent Ravalec

- à la base : une demande d'ARTE pour développer une webfiction (Joël Ronez, responsable du Pôle Web Arte-France)
- idée de départ : comment révéler le potentiel créatif dans la banlieue, avec quel mode de narration ?

Remarque : partenariat avec les ateliers culturels des Aubiers → pour une forme participative (écriture/jeu d'acteurs)

Addicts

«la série Addicts raconte l'histoire de 4 personnages en prise avec l'argent. L'histoire se raconte en 100 vidéos et une multitude de publications d'empreintes numériques sur la toile».

modalités de diffusion :

- mise en ligne le 15 novembre 2010
- durée : 5 semaines
- fréquence : tous les 2 jours
- 16 épisodes
- 80 modules : pour chaque épisode 4 modules de personnages + un module sur le personnage de la réalisatrice + un module sur une garde à vue

Addicts

✓ Des «empreintes numériques»

- un mois avant la diffusion web : mise en ligne «d'empreintes numériques» : blog, twitter, facebook... → préexistence des personnages via internet

- tout au long de la série → dissémination du récit

- plusieurs entrées possibles :

→ épisodes

→ empreintes numériques

→ partie documentaire (gens réels de la cité : backstage)

au total : 400 000 visionnages sur différents sites

Usages et enjeux des médias numériques

Info, journalisme et jeu vidéo : les newsgames /les serious games

Exemples : *The Pixel Hunt, KTM advance, Tanukis, Lexis numérique*

Selon Florent Maurin : jeu = un vecteur pour l'information

► *Primaire à gauche* (pixel + KTM+LeMonde.fr, 2009)

http://www.lemonde.fr/primaire-parti-socialiste/visuel/2011/06/24/primaires-a-gauche-jouez-votre-campagne_1524806_1471072.html

but : développer un système et un moteur de jeu permettant de couvrir des sujets variés



Usages et enjeux des médias numériques
gaming et productions multimédia

▶ *Budget Hero* (American Public Media) : jeu sur les finances publiques des USA

<http://www.marketplace.org/topics/economy/budget-hero>

➔ gaming comme mode de narration dans productions multimédia (entre 10 000 et 300 000 euros)

▶ *Gol ! Ukraine* (Matthieu Sartre et Stéphane Siohan, juin 2012) : à la découverte de l'Ukraine, après l'Euro 2012

www.lemonde.fr/sport/gol-ukraine.html

▶ *Mödern Cøuple* (Méline Engerbeau et Camille Duvelleroy, 2012)

<http://moderncouple.arte.tv/fr/>

▶ *Lives at Wars* : participer à l'histoire d'une façon immersive à partir d'une transposition de films d'archives de la seconde guerre mondiale dans un environnement 3D

<http://www.lives-at-war.org.uk/the-game.php>

Les projets transmédia

Exemples : *Type:Rider, L'odyssée typographique* (Arte et Ex Nihilo, 2013)

«Découvrez l'Histoire de la typographie à travers une aventure onirique aux musiques et graphismes époustouflants !»

- ▶ une installation
- ▶ un jeu vidéo
- ▶ un social game (facebook)

<http://typerider.arte.tv/#/>



Les projets transmédia

Budget de *Type:Rider* : 400 000 euros

- 130 000 de Arte
- 150 000 de Ex Nihilo
- Aide du CNC

→ 2,69€ l'application

projet transmédia de «fiction totale» : ALT MINDS

Conçu par Eric Viennot (Lexis, en partenariat avec Orange Lab) : jeu ubiquitaire ou pervasif utilisant des interfaces numériques «nouvelles», mélangeant réel et virtuel

- ▶ Enquête interactive exploitant tablettes, smartphones, Web et réseaux sociaux simultanément pour créer des univers
- ▶ expérience immersive via les médias numériques (complémentaires) où la tablette support principal du dispositif autour d'une webserie
- ▶ connexion smartphone pour suivre les derniers rebondissements de l'histoire
- ▶ des missions géolocalisées
- ▶ fort relais des réseaux sociaux
- ▶ possibilité d'être informé des derniers développements si le joueur n'a pas pu tout suivre

projet transmédia de «fiction totale» : ALT MINDS

- ▶ possibilité de rencontrer certains personnages : rencontre IRL (in real life)
- ▶ un blog accompagnant le jeu : journalistes scientifiques faisant la part du vrai et faux du jeu = métacontenu
 - but : vivre l'expérience à son rythme et selon son engagement
- ▶ cible : grand public et «joueurs experts»
 - dimension transversale
- ▶ durée : : un temps limité pour suivre l'histoire en «temps réel» sur 8 semaines avec un principe d'abonnement par chapitre, d'une semaine mais aussi catch up et rediffusion envisagés

Usages et enjeux des médias numériques

projet transmédia de «fiction totale» : ALT MINDS

- 2 ans de pré-prod, tournage dans 5 pays
- + 100 personnes sur le projet
- l'un des plus gros budgets pour un ARG (expériences jeu/vie réelle) mais moins qu'une série TV traditionnelle
- dimension internationale avec tournage en anglais
 - une sortie européenne en 4 langues : des serveurs dédiés à chaque langue

Quelle terminologie ?

➔ Cross media / Transmedia / Transfiction / Deep media

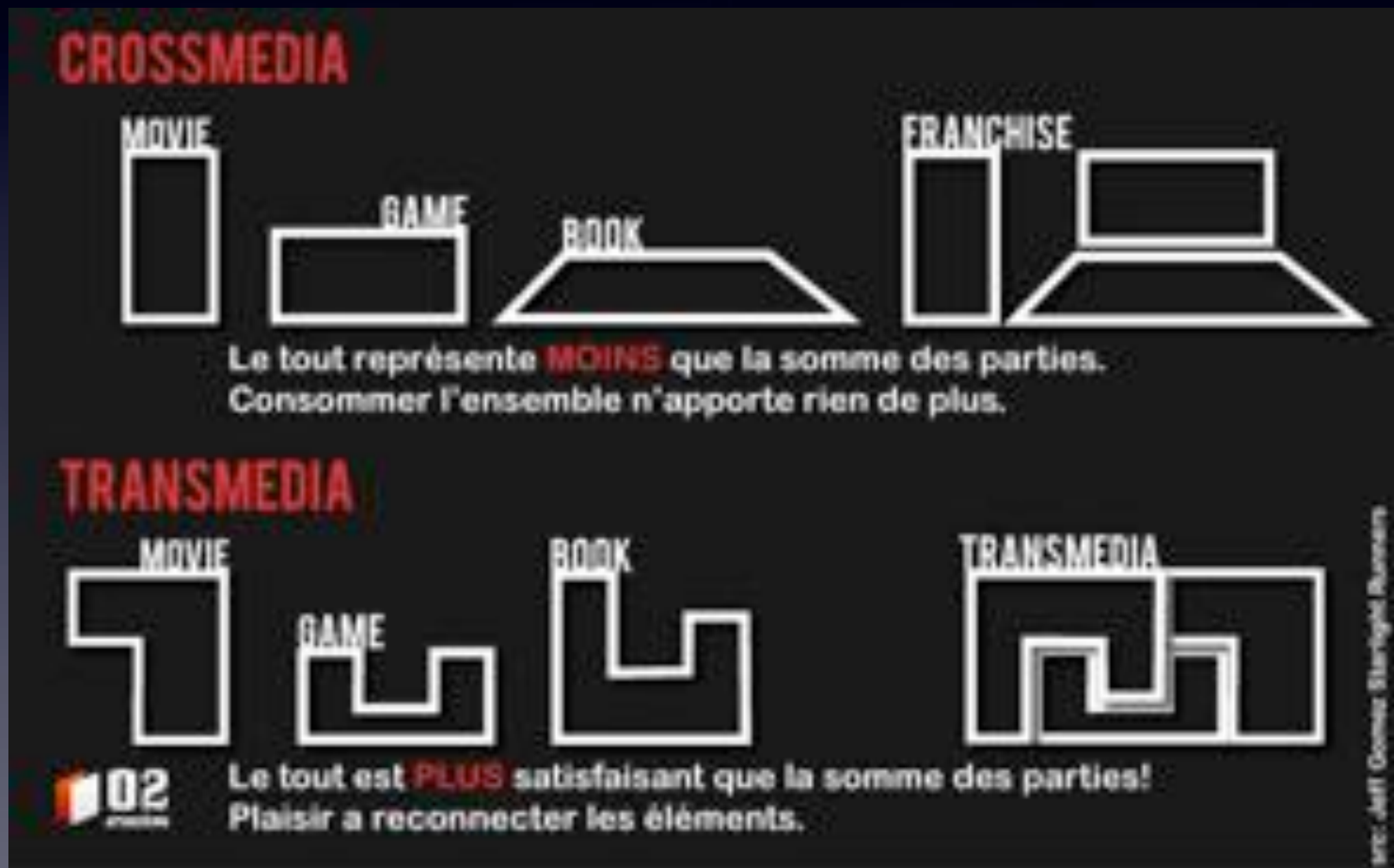
- ✓ cross media : déclinaison d'une oeuvre principale sur différents supports secondaires (produits dérivés)

- ✓ transmedia (H. Jenkins) : développement d'un contenu narratif sur plusieurs médias simultanément pour créer un univers narratif global. Le contenu différencié (et indépendant) est spécifique à chacun des médias.
 - ↳ favorise les interactions, connexions, circulation de l'audience

 - ➔ expérience utilisateur (élaborée par l'«*experience designer*»)

Quelle terminologie ?

➔ Transmedia / cross media selon Gerald Holubowicz (Jeff Gomez)



Transmedia

- ↳ convergence créative des médias pour créer un univers narratif où se mélangent jeu, fiction et réalité, structuré dans l'espace et le temps (transmedia planner/experience designer)
 - univers immersif et «pervasif»
- ↳ points d'entrée multiples en fonction des supports pour créer un engagement plus grand de publics différents
- ↳ scénarisation complexe interactive («story architect» selon Lance Weiler)
- ↳ lignes narratives doivent pouvoir fonctionner indépendamment

Transmedia

➔ ARG (alternate reality game) : jeu multimédia qui de manière délibérée entretient le flou entre le monde réel et imaginaire, et qui se déploie à la fois en ligne et dans la vraie vie et se propageant par de multiples canaux

utilisé dans la création de l'univers des séries et des webfilms

Exemples :

- *Lost* et *The Lost Experience* (Jeffrey Jacob Abrams)
- *Projet transmédia Dexter*

<http://www.transmedialab.org/2011/03/31/etude-de-cas-dexter>

- *Plus belle la vie* (faux piratage des caméras de surveillance)

<http://bugbrother.blog.lemonde.fr/2012/07/27/les-internautes-piratent-plus-belle-la-vie/>

➔ importance des réseaux sociaux comme moyen d'entrée spécifique et comme moyen de propager du contenu (community manager)

Transmedia : Historique et contexte

- en 2009, la distinction «Transmedia Producer» est admise par la *Guilde des producteurs américains*

- ▶ au moins 3 lignes narratives distinctes développant un même univers fictionnel sur différents supports et plateformes (TV, cinéma, mobile, web, BD, édition, événementiel, DVD, Blu Ray, console de jeu, publicité, etc...)
- ▶ structurant une histoire complexe ouverte
- ▶ sélection d'un média privilégié pour la trame narrative principale («lead author»)
- ▶ créer des relations spécifiques avec les publics pour les engager (fragmentation de l'audience)

Transmedia : Historique et contexte

Selon l'agence INPIX (Canada), pour un projet transmédia réussi, il faut :

- ▶ disperser des éléments d'une histoire à travers différents médiums
- ▶ créer une histoire plus immersive à travers les différents médias
- ▶ créer des mondes fictifs complexes
- ▶ créer des suites pour maintenir l'intérêt du public
- ▶ permettre plusieurs points d'entrées à l'histoire pour différents public cible
- ▶ chaque nouveau médium doit contribuer à l'ensemble de l'histoire
- ▶ permettre l'utilisation de l'intelligence collective du public pour résoudre des intrigues

Transmedia : Historique et contexte

Le terme est apparu au Journal Officiel en février 2012 (décret n° 2012-269 du 24 février 2012 relatif aux aides en faveur de la création pour les nouveaux médias)

→ selon les critères des projets nouveaux médias du CNC :

- ▶ un concept original comprenant des contenus spécifiques (linéaires ou interactifs) pour les nouveaux médias
- ▶ destiné à plusieurs médias (cinéma, télévision, internet, mobile...)
- ▶ proposant des développements narratifs spécifiques sur chacun des supports
- ▶ former un univers et présenter une dimension interactive et/ou participative

Quel modèle économique ? Quel financement ?

→ pas de modèles car formes d'écriture en devenir

▶ budget : de 10 000 à 1 million d'euros

partie web : entre 20 et 30% du budget

Remarque : *webdoc de Honkytonk entre 40 000 et 200 000 €*

▶ répartition du financement :

- 40 % diffuseur (souvent co-producteur)

- 40 % CNC)

- 20 % autres institutions, SCAM, SACD, fonds ministériels ou régionaux, ou encore de financements privés (fondations et ONG)

▶ proche de la production d'un documentaire classique mais pas de second marché → logique de production événementielle

Nouveaux outils, nouveaux écrans, nouvelles formes d'écriture audiovisuelle

Exemples

Havana-Miami (coproduction Arte, Allegria, TV Suisse-Romande)

- durée de diffusion : 3 mois, soit chaque semaine 3 vidéos de 2 min de la Havane et 3 de Miami

- coût 430 000 € (au total : webdoc + production d'un film documentaire de 52 min)

→ Partie web au sens strict = 30%, partie vidéo (web +film) = 70%

- financement : arte TV = 90 000€, arte pôle web = 40 000€
CNC = 95 000 € + autres sources de financement dont la TV suisse romande et une société de prod américaine en partenariat avec université de Miami

<http://havana-miami.arte.tv/>

Exemples

Prison Valley (de David Dufresne et Philippe Brault)

- budget 240 000 €
- financement : Upian = 60 000€, Arte TV = 70 000€, CNC = 110 000 €
- 2 tournages de 3 semaines, 400 min de rushes + interviews
- montage + interface : 6 mois

Usages et enjeux des médias numériques

Quel modèle économique ? Quel financement ?

→ Profit ? très difficile car pas dans le modèle économique du web

→ pour être rentable, doit se coupler avec un média traditionnel (déclinaison TV)

→ des co-productions internationales envisagées

Exemple : Partenariat d'Arte et de l'ONF du Canada (Projet Code barre de webdoc mobile)

Quel modèle économique ? Quel financement ?

Les aides :

- ✓ aides aux projets nouveaux médias du CNC (depuis 2007)
 - ▶ aide sélective à l'écriture et au développement pour les contenus multi-supports, incluant la télévision et/ou le cinéma
- max : 50 000 €
 - ▶ aide sélective à l'écriture et au développement pour les contenus destinés spécifiquement à Internet et/ou aux écrans mobiles, à l'exclusion des jeux vidéo
- max : 20 000 €
 - ▶ aide sélective à la production pour les contenus destinés spécifiquement à Internet et/ou aux écrans mobiles, à l'exclusion des jeux vidéo
- max : 100 000 €

Usages et enjeux des médias numériques

Quel modèle économique ? Quel financement ?

Depuis sa création en 2007 : près de 180 projets financés sur 700 déposés, pour un montant total de 6 millions €

Remarque : *Un fonds automatique pour certains producteurs web : webcosip (vise à accompagner le développement et la production d'œuvres patrimoniales audiovisuelles sur internet, soit soutien automatique, soit avance)*

Quel modèle économique ? Quel financement ?

✓ Fonds SACD Fictions 2.0 (nouveaux médias) depuis 2010

- ▶ soutenir les auteurs - confirmés ou jeunes auteurs - en apportant une aide leur permettant de passer de l'écriture au pilote afin de proposer un projet plus abouti aux diffuseurs.
- ▶ destiné à la réalisation d'un pilote de série de format court : fiction, animation, humour, sketches (1 à 5 min)
- ▶ multiplication des fenêtres de diffusion + interactivité + prise en compte du public

Exemple : Code Secret (web série de Yohan Zaoui)

<https://vimeo.com/44373201>

Quel modèle économique ? Quel financement ?

✓ bourse d'aide à l'écriture de la SCAM

- ▶ depuis 2010 : *brouillon d'un rêve multimédia* : aide aux écritures émergentes (web-documentaire, web-reportage, film sur mobile, 3D relief, réalité augmentée, multimedia interactif, etc. qui utilisent des outils innovants (Internet, téléphonie mobile, photo/vidéographie numérique, écrans tactiles, multi-écran...)).
- montant : 6 000 €

Exemples (Lauréats 2011) :

Jacques Perconte, *Impressions* <http://impressions.technart.net/>

Cyril Bérard & Samuel Picas, "Au pays de la duce vita le culte vivant d'un dictateur mort" <http://www.darjeelingprod.com/duce-vita/>

Usages et enjeux des médias numériques
Quel modèle économique ? Quel financement ?

- ▶ *brouillon d'un rêve numérique* : aide à la création de l'art numérique (projets d'œuvres numériques, interactives ou linéaires, à caractère documentaire et/ou expérimental, proposées par des auteurs francophones et diffusées sur support ou réseaux).

Exemples (2011) : Marie-Laure Cazin «Les crises magnétiques» (living cinema)

<http://www.marielaurecazin.net/>

- fiction qui se construit simultanément sur scène et à l'écran
- forme cinématographique qui intègre dans sa réalisation une partie live, variable et interactive (interactivité peut exister entre des interprètes sur scène et le film ou bien entre le public et le film via un système de capteurs de mouvements)

Quel modèle économique ? Quel financement ?

✓ SACEM : aide aux projets internet et multimedia

- ▶ soutien de la création et la production multimedia, couvrant d'une part les supports (DVD) pour contribuer à élargir l'éventail des canaux de diffusion pour la musique à l'image ; et d'autre part le « on line » (sites Internet) pour aider à la connaissance et à l'information sur la musique à l'image.

- ▶ entre 4 000 € et 12 000 €

✓ bourse orange formats innovants de la fondation Beaumarchais (aide à l'écriture)

- ▶ montant : 7 000 €

Quel modèle économique ? Quel financement ?

✓ aides des chaînes télévisées

▶ Arte (webproductions : soutien à l'écriture ou à la production de documentaires, fictions, animations)

- une narration délinéarisée
- présence d'éléments hypertextes dans le récit
- une réelle interactivité, des espaces participatifs
- contexte temporel doit être partagé avec l'utilisateur.
- sujets / thèmes : grands faits de société, politique, économique, environnement, art, culture...
- une portée universelle, au-delà de l'expérience personnelle; dans un contexte européen ou international.

<http://pro.arte.tv/envoyer-un-projet/productions-web/>

▶ Fondation France Télévisions : depuis septembre 2012 bourse au webdocumentaire

Quel modèle économique ? Quel financement ?

✓ aides européennes

programme MEDIA/ oeuvres interactives

- ▶ Soutien le développement de concepts de contenu interactif numérique, conçus spécifiquement en complément d'un projet audiovisuel (animation, documentaire de création ou fiction) pour au minimum l'une des plates-formes suivantes : internet, PC, console, terminaux mobiles, télévision interactive.
- ▶ interactivité marquée incluant une composante narrative
- ▶ originalité, créativité et innovation par rapport aux œuvres existantes
- ▶ potentiel commercial à échelle européenne

Nouveaux outils, nouveaux écrans, nouvelles formes d'écriture audiovisuelle

Aides régionales

Rhône-Alpes Cinéma : Aide à l'écriture projets nouveaux médias

Rhône-Alpes : Aide au développement de projets pour les nouveaux médias

Languedoc-Roussillon : Aide à la production artistique mobile (tablettes, smartphone)

Nord-Pas de Calais : Expériences Interactives

Pays de la Loire : Aide à la production cinématographique, audiovisuelle et multimédia

Haute-Normandie : Images différentes & nouveaux médias

Franche-Comté : production de webdocumentaires

Poitou-Charentes : Aide à la création de produits multimédia et jeux vidéo

Lorraine : Aide à la production d'œuvres audiovisuelles et nouveaux médias

Lorraine : Aide au développement et à l'accompagnement de l'écriture de projets

Midi-Pyrénées : Aides à la création audiovisuelle