

À la poursuite de demain : dix ans de transmédia

Véronique Marino

Numéro 175, décembre 2015, janvier 2016
2010-2015 Les grands bouleversements

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/79914ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

24/30 I/S

ISSN

0707-9389 (imprimé)

1923-5097 (numérique)

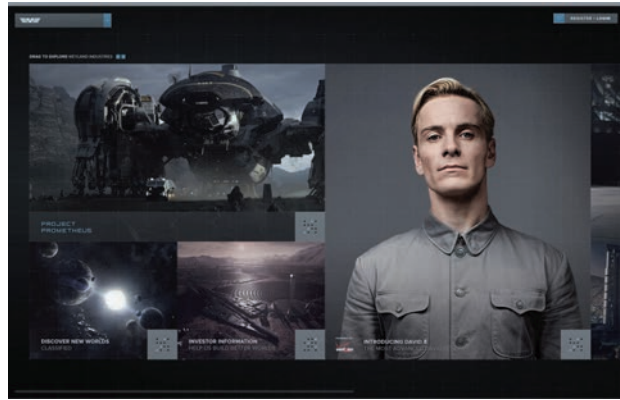
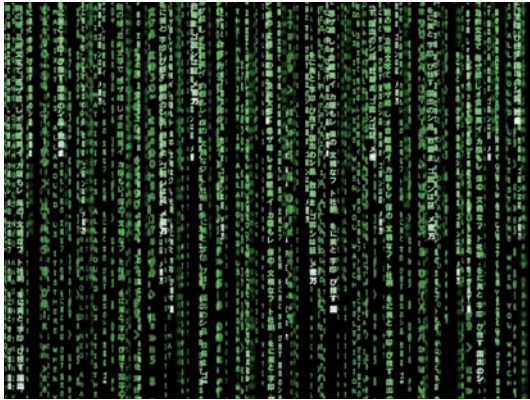
[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Marino, V. (2015). À la poursuite de demain : dix ans de transmédia. *24 images*, (175), 20–21.

À la poursuite de demain : dix ans de transmédia

par Véronique Marino



The Matrix (2001) | *Prometheus* (2012)

Pour ce voyage, je vous invite à remonter en 1990 à l'époque des premiers sites Web et de la première vague de pionniers qui prennent possession des moyens de création audiovisuels jusque-là réservés aux professionnels. C'est l'irruption de l'amateur dans la cour des cinéastes, photographes, dessinateurs et auteurs de ce monde. Une deuxième vague arrive au début des années 2000 avec l'éclatement des plateformes, la production massive de contenu, l'amélioration des technologies et de la qualité. La haute vitesse ouvre la voie à la vidéo, à l'image haute définition, mais aussi à une réelle interactivité, un lien bidirectionnel avec l'utilisateur désormais extirpé de sa solitude. Nous quittons alors le Web 1.0 qui reliait les pages Web pour rentrer dans le fameux Web 2.0 qui va dès lors relier les gens entre eux grâce à l'émergence d'une nouvelle industrie des technologies de l'information (Twitter, Facebook, Napster etc.) créée entre 2002 et 2006 par des post-adolescents. Depuis 2006, une troisième vague. Ce qui était propre au milieu *geek* envahit la sphère grand public et modifie tout notre rapport au contenu de divertissement. 2010 est souvent vue comme une marque dans l'histoire, le point tournant qui ne permettra aucun retour en arrière. L'interactivité s'impose non plus comme une mode, mais comme un incontournable. Nous ne pouvons plus faire de la télévision ou du cinéma comme avant, car notre relation à l'écran et à l'expérience en salle a changé. Je peux maintenant voir un film sur un téléphone et téléphoner à partir de mon ordinateur. L'objet est déconnecté de son usage. Le spectateur s'est réapproprié le droit, le lieu, le moyen et le moment de voir une œuvre. Le Web 2.0 ouvre une autoroute de nouveautés et affirme un désir de faire partie intégrante de l'histoire.

L'HISTOIRE SANS FIN

Cette réalité en mouvement a fortement inspiré les penseurs de la technologie, en particulier Henry Jenkins qui, dès 2002, définit un concept révolutionnaire : la nouvelle convergence des usages, des

technologies et des contenus¹. Le transmédia est lancé. Selon Jenkins, « une histoire transmédia se développe sur plusieurs supports média, chaque scénario apportant une contribution distincte et précieuse à l'ensemble du récit ». Il ajoute que « cette nouvelle forme de narration permet de passer d'une consommation individuelle et passive à un divertissement collectif et actif ». Il met ainsi en lumière une notion primordiale qui différencie le transmédia de la création traditionnelle : le « *world making* », soit l'obligation pour le scénariste de créer un monde étendu, quasi permanent, favorisant le rassemblement d'une communauté de fans. Dans ce monde, de multiples histoires peuvent se développer, se croiser ou non. Ces histoires n'ont pas les mêmes caractéristiques ni la même longueur, suivant la plateforme sur laquelle elles se déploient. L'auteur transmédia se doit donc de créer une sorte de parcours fléché intuitif au sein d'un monde captivant, disponible sur différentes plateformes de diffusion (le Web, l'écran, le papier, etc.) qui proposent toutes des contenus inédits. Si le contenu demeure le même partout, il s'agirait simplement d'un projet multiplateforme et non d'une œuvre transmédia. Cette nuance est très importante. En effet, le transmédia doit induire une relation et une complémentarité entre les plateformes. Celles-ci doivent s'enrichir les unes les autres et non pas être des produits dérivés d'une œuvre centrale.

LES YEUX GRANDS FERMÉS

Les cinéastes de films de genre (horreur, fantaisie, science-fiction) ont été les premiers à se lancer dans le transmédia. Attirance probablement facilitée par l'idée même de la construction de mondes distincts. À cet égard, des univers comme *The Matrix* ou *The Blair Witch Project* sont des créations transmédia exemplaires. Ainsi, en amont du film *The Matrix*, les frères Wachowski ont créé un univers épique qui se répond et se reflète dans l'ensemble des composantes de la franchise. Nous ne parlons plus en effet d'une œuvre unique, mais bien d'une franchise, qui rassemble plusieurs œuvres. Le monde de *The Matrix*²

se décline en une trilogie de longs métrages (de 1999 à 2004), une série de 9 courts métrages d'animation (2003), 2 jeux vidéo (2003 et 2005), un jeu de type MMORPG³ (2005), un roman graphique (2005), une série de BD et un coffret DVD complet avec de multiples extensions. Des milliers de joueurs simultanés à travers le monde, des millions de spectateurs. Jusqu'à ce jour, *The Matrix* demeure un grand modèle de fiction transmédia, car les frères Wachowski ont su être les garants de la cohérence de cet univers auprès de tous les artistes qui ont travaillé avec eux. De plus, ils ont tendu des ponts entre chacune des œuvres réalisées en juxtaposant les histoires, évitant ainsi d'en faire de simples produits dérivés. Ils ont créé un monde riche, accessible par de multiples portes d'entrée, qui génère et fait le bonheur d'une grande quantité de fans.

Dans la création transmédia, les artistes ne peuvent plus se contenter de parler au public. Ils doivent également l'écouter, ce qui est une différence marquée par rapport à la création traditionnelle et, finalement, une sorte de talon d'Achille. Le transmédia semble en effet cousu pour les grands projets commerciaux, capables de rassembler une masse critique de fans qui pourront créer le fameux *buzz* susceptible d'attirer les spectateurs en salle. Or, aucune œuvre n'a su remplir de telles promesses. L'engouement du grand public ne s'est jamais réellement manifesté. La complexité de la création transmédia a nui à l'entreprise. Qui connaît par exemple tous les éléments d'une œuvre transmédia ? Personne. Même dans le cas de *Matrix*, le contenu produit par les fans n'est pas comptabilisé. Et rares sont ceux qui ont tout lu, tout vu, tout joué. À quoi bon finalement ?

Le transmédia impose une forme dynamique d'écriture qui doit prendre en compte un espace physique et un espace temps différents du storytelling habituel. On parlera souvent d'une écriture à 360 degrés, parce que l'auteur devra se préoccuper de créer un vrai monde ouvert. Malheureusement, pour obtenir un *buzz*, on a souvent fait plus du multiplateforme que du véritable transmédia, ce dernier étant la plupart du temps un outil marketing, comme le démontre le cas de *Prometheus*⁴. En outre, la création d'univers aussi larges et complexes que *The Matrix* ou *Prometheus* a nécessité d'imposantes ressources qui impliquent nécessairement des coûts prohibitifs. Créer un univers transmédia coûte cher et s'appuie sur une vision à long terme. Ce qui exclut finalement le phénomène de la tendance prise par les désirs du public : immersion totale, réalité et fiction, effet spectaculaire, puissance de l'évocation, attention réduite, volonté d'être dans l'image.

RETOUR VERS LE FUTUR

Les règles des nouvelles écritures évoluent en même temps que les technologies et les habitudes du public. Si le transmédia a été imposé par la vague du 2.0, il est possible de penser qu'il sera dépassé en même temps que celle-ci. Dans une récente intervention au festival South By South West⁵, Robert Kirkman, qui a créé *The Walking Dead*, une énorme réussite transmédia, a affirmé qu'il n'ose même plus utiliser le mot, car ce dernier est désormais associé à une stratégie de nature commerciale trop évidente. Le transmédia est devenu l'ADN de nouveaux créateurs, auteurs et réalisateurs qui sont davantage préoccupés de conserver le contrôle financier et créatif de leurs univers que leur développement. En fait, l'histoire du transmédia actuel ressemble à celle du CDRom. Tous deux sont en quelque sorte des rendez-vous manqués. Les créateurs sont

très rapidement passés à l'étape suivante, sans ressentir le besoin d'explorer plus en profondeur ces outils qui coûtaient trop cher.

Le CDRom annonçait le Web. On est donc passé au Web tout de suite. Derrière la complexité de ses incarnations, le transmédia promettait quant à lui une immersion totale au sein de ses univers. Mais coupant l'élan du transmédia, la réalité virtuelle et la réalité augmentée sont en fin de compte aujourd'hui les nouvelles formes d'écritures bidirectionnelles qui vont pousser encore plus loin les capacités créatrices et immersives des auteurs et réalisateurs du monde de divertissement. L'écriture à 360 degrés est devenue une écriture « physique » traduite dans un casque d'immersion qui va donner tous ses sens, sans mauvais jeu de mots, à l'expérience du contenu. De fait, le transmédia s'est fondu dans la nouvelle dimension qui s'ouvre devant nous. Le festival Sundance l'a compris. Après avoir été le premier événement d'envergure à accueillir les projets transmédia il y a 15 ans, il vient d'annoncer la mise en place de « Nouvelles frontières », un programme de résidence de 6 mois pour les créateurs d'œuvres en réalité virtuelle⁶. Mon hologramme vous donne rendez-vous dans 10 ans. ²⁴

1. *Transmedia Storytelling*, Henry Jenkins (MIT), *Technology Review*, 15 janvier 2003, article en ligne sur le site de la revue [archive].
2. Étude de cas complet de l'univers Matrix : <http://www.transmedialab.org/the-blog/case-study/decryptage-dun-classique-du-transmedia-enter-the-matrix/>
3. Définition MMORPG : https://fr.wikipedia.org/wiki/Jeu_en_ligne_massivement_multijoueur
4. <http://fbrq.fr/prometheus.html#0>
5. Site du Festival *South By SouthWest* – <http://www.sxsw.com>
6. Annonce de Sundance – <http://www.wired.com/2015/11/sundance-virtual-reality-residency/>



The Animatrix: The Second Renaissance (2003)

