



Comment transposer l'univers d'un écrivain dans un environnement multimédia ?

Exemple de l'écrivain Jerome Charyn

Mémoire présenté par Stéphane Menegaldo
en vue de l'obtention du DESS
Ingénierie des médias pour l'éducation

oavup

UFR Lettres et langues - OAVUP - Année universitaire 2001 – 2002

Comment transposer l'univers d'un écrivain
dans un environnement multimédia ?
Exemple de l'écrivain Jerome Charyn

Téléchargement du mémoire et liens sur :
<http://www.menegaldo.net/stephane/multimedia>

mémoire présenté par Stéphane Menegaldo

menegaldo@netcourrier.com

www.menegaldo.net

Remerciements

MERCI À : Edmond Bizard pour avoir accepté de diriger mon mémoire, Jean-François Cerisier pour son soutien et ses conseils, Antonin Barriaux pour m'avoir éclairé sur les jeux vidéo, Hélène et Gilles Menegaldo, Dominique Guérinet et Élisabeth Ebory pour leurs conseils et la relecture de ce mémoire.

Sommaire

Introduction	5
Premier chapitre : cadre conceptuel	9
Deuxième chapitre : usage des technologies	34
Troisième chapitre : le projet Jerome Charyn	55
Conclusion	76
Bibliographie	82
Annexes	85

1. Introduction

Mais il ne dit rien, il ne se plaint pas. Il songe aux malheureux qui ne peuvent pas voyager du tout, tandis que lui, il voyage, il voyage continuellement.

— Henri Michaux, *Un certain Plume*

Le développement extrêmement rapide au cours de ces dernières années des environnements informatique et multimédia a amené sur le marché de nouveaux produits très diversifiés. Mais en-dehors des deux géants que sont les jeux vidéo et les DVD, qui ont déjà une relativement longue histoire sous d'autres formes, une foule d'autres produits, culturels notamment, relèvent d'un marché un peu plus incertain. Après l'échec commercial du CDI de Philips, la faillite, presque symbolique, de Montparnasse Multimédia¹ semble annoncer la fin du cédérom culturel avant même sa pleine maturité, annoncée pourtant depuis de nombreuses années. Les différentes variétés de produits ludo-éducatifs ont du mal à trouver leur place et des sites ferment ou sont laissés à l'abandon faute de public ou d'investisseurs.

Cette relative déprime après l'euphorie des années 90 a pourtant quelques raisons indépendantes des flux et reflux du marché. Parmi les produits évoqués, tous ne sont pas convaincants et exploitent finalement peu les possibilités du multimédia. Manque d'inventivité, crainte d'innover, contraintes financières ou techniques ; quoi qu'il en soit, la création multimédia, domaine extrêmement jeune, manque encore de repères, de modèles et de normes bien établies. De même que prolifèrent les films à effets spéciaux qui négligent leur scénario, les produits issus de la haute technologie semblent faire la course à plus de contenu, plus de couleurs, plus de vitesse, en oubliant un peu vite la qualité de ces contenus et délaissant rapidement un marché qui ne serait pas immédiatement rentable.

* * *

La problématique et la progression de ce mémoire ont été entièrement guidées par un projet réel : le projet multimédia Jerome Charyn. Né de rencontres, de discussions, d'échanges, de lectures, de découvertes, ce projet ambitieux se propose de faire entrer l'univers de l'écrivain Jerome Charyn dans le monde du multimédia. Le mémoire de DESS était une excellente occasion pour combiner la volonté de créer un produit innovant, tout en poursuivant une réflexion et une recherche approfondie en vue de sa conception. Rétroactivement, le travail entrepris dans ce mémoire sera exploité dans la réflexion préalable et la phase de conception du produit, afin de ne pas tomber dans les pièges d'une création multimédia trop élémentaire, et d'essayer d'être acteur d'une dynamique innovante du monde de l'édition multimédia.

¹ Editeur de nombreux cédéroms de qualité, dont le fameux *Louvre*.

A l'origine du projet, il y a le support vidéo : des entretiens conduits par Gilles Menegaldo, filmés et montés par l'équipe de l'OAVUP, Philippe Brissonnet et Saliou Diallo. Mon arrivée sur ce projet il y a un peu plus d'un an, et la volonté de l'écrivain lui-même, nous ont orientés vers la conception d'un site internet. Après une réflexion conduite au cours d'un stage, puis d'autres rencontres, deux nouvelles pistes ont été évoquées : le cédérom, et le DVD vidéo.

Dès le départ, la volonté du groupe était de créer un produit *culturel*. Nous reviendrons bientôt sur ce mot, car son emploi n'est pas anodin. Il conditionne en partie le contenu de ce mémoire, dans le sens où, au fil de ces pages, on va s'intéresser à la conception, à la créativité, que ce soit d'un point de vue technique, scénaristique, esthétique, ou graphique. Les aspects financiers et juridiques, inhérents à la production et à la diffusion d'un produit multimédia, ne seront délibérément pas abordés.

* * *

La problématique de ce mémoire a subi quelques évolutions. Son premier titre était : « Comment adapter un univers littéraire à un environnement multimédia ? » Mais suite à des réflexions concernant notamment la définition d'un *univers littéraire*, il est devenu évident que le projet portait en fait sur l'adaptation de *l'univers d'un écrivain*, acception beaucoup plus large mais qui, nous le verrons plus loin, inclut également l'univers littéraire proprement dit. Au cours de la rédaction, il est apparu aussi que le terme « adaptation » n'était pas exact, et que celui de transposition reflétait beaucoup mieux le travail que l'on souhaitait réaliser.

Derrière l'étude d'un cas spécifique, le présent mémoire se veut une réflexion approfondie sur les différentes technologies de la sphère multimédia, et surtout des usages qui en sont faits. Son ambition est d'exploiter des concepts théoriques comme l'hypertexte ou l'interactivité, mais aussi les possibilités techniques de supports de la dernière génération comme le DVD, afin de dégager la part la plus innovante du multimédia actuel et tenter de définir ainsi les bases possibles des futures générations de produits multimédia, ce à quoi nous encouragent certains pionniers de l'aventure multimédia, comme Marie-Anne Gallot Le Lorier : ²

² Toute référence aux documents utilisés dans ce mémoire suit le système utilisé dans les publications scientifiques. Toute citation est suivie d'un chiffre entre crochets qui fait référence au document correspondant numéroté dans la bibliographie.

[...] il est capital que cette « société de l'information » offre à ses « citoyens » un « univers » de qualité.

Dans cette perspective, l'existence d'une « création » multimédia digne de ce nom est primordiale. Les différents objets multimédia [...] ne présentent d'intérêt et ne connaîtront un succès durable que si, loin d'être des purs produits de marketing, ils offrent des attraits réels, et différents de ceux que possèdent les créations éprouvées du monde analogique. ^{[3], p. 3}

* * *

La construction de ce mémoire reflète la démarche d'élaboration d'un produit selon la double approche de la théorie conceptuelle et de l'intelligence économique. Le premier chapitre propose donc, outre une clarification et un approfondissement des notions constitutives de l'univers multimédia, une approche théorique de « l'objet multimédia » : quel est-il, et à quoi sert-il ? Le deuxième chapitre du mémoire s'appuie, lui, sur la pratique. De nombreuses réalisations multimédias ont été mises sur le marché depuis une dizaine d'années, certaines complètement oubliées de leur propre nature, d'autres au contraire, ambassadrices d'idées nouvelles. Là encore, des notions issues cette fois de l'usage sont abordées, mais surtout une analyse systématique de produits issus des trois grands supports du multimédia : l'internet, les cédéroms et les DVD. Le troisième chapitre, à la fois synthèse et mise en application des deux précédents, propose une réflexion sur le projet concret de la transposition de l'univers de Jerome Charyn, ainsi qu'un aperçu de ce que pourrait être ce produit.

2. Premier chapitre : cadre conceptuel

Toute chose est invisible à son commencement, ce n'est que petit à petit que nous apprenons à voir.

— Edmond Jabès, *Le Livre des Questions*

2.1. Introduction

Jean-Baptiste Touchard le rappelait déjà en 1996 :

Le multimédia et l'interactivité ne sont pas des idées neuves. En considérant ces disciplines du seul point de vue des technologies électroniques, on compte une masse considérable d'études et d'expériences menées depuis plus de quinze ans par tous les opérateurs de ce secteur. ^{[1], p. 65}

Ces deux mots forment avec l'hypertexte, lui aussi un « vieux » concept, un trio fondateur du vocabulaire des « nouvelles » technologies. Toute une littérature a déjà été produite sur, et autour de ces trois mots, dans différents champs d'application, du plus théorique au plus pratique. Avec d'autres *buzz words*, ces mots « bourdonnants » dont on peine parfois à saisir le sens, ils forment le vocabulaire ardu et pourtant nécessaire pour pouvoir parler de ces nouveaux modes d'expression et d'information.

Cette première partie va proposer au lecteur une approche synthétique de ces différents concepts, mais aussi revenir sur quelques notions et pratiques issues des « anciens » médias dont on ne peut négliger les acquis. Elle donnera également quelques bases sur les notions de culture et d'univers telles qu'on les conçoit dans ce mémoire.

2.2. De l'hypertexte à l'hypermédia

Dans l'ensemble de ce mémoire, les notions d'hypertexte et d'hypermédia seront présentes en permanence. Elles sont désormais presque indissociables du champ lexical du multimédia, et à ce titre méritent qu'on s'attarde un peu sur leur origine et leur acception.

2.2.1. Historique

L'idée d'hypertexte a germé en 1945 dans le cerveau de l'Américain Vannevar Bush, un des pionniers de l'informatique. Il avait alors appelé « memex » un système théorique dans lequel on pourrait indifféremment stocker des textes de toute nature

(roman, notes, idées, remarques, documents...), les associer par idées, thèmes ou par commodité personnelle, et les retrouver rapidement et facilement.

Quand au mot lui-même, *hypertext*, il fut créé vingt ans plus tard par un jeune chercheur du nom de Ted Nelson, qui tenta de le concrétiser sous la forme d'un système informatique appelé Xanadu, du nom du palais fabuleux de l'empereur Kubilaï Khan, symbole des trésors de la mémoire dans le poème éponyme de Coleridge.³

2.2.2. Définitions

De nos jours, la représentation la plus connue de l'utopie de Bush et Nelson⁴ est l'application graphique de l'internet : le *World Wide Web*. C'est grâce à l'informatique, et plus particulièrement aux technologies de l'internet et des cédéroms que l'hypertexte a pu se concrétiser. On peut décrire ce qu'est actuellement un hypertexte à partir des différentes formes qu'il prend de nos jours, et adopter une définition large et générale, comme celle de l'*Encyclopædia Universalis* :

On peut définir l'hypertexte comme un système interactif qui permet de construire et de gérer des liens sémantiques entre des objets repérables dans un ensemble de documents polysémiques. De manière plus précise, on parle d'hypertexte lorsque les objets polysémiques sont des éléments de texte et d'hypermédia lorsqu'il s'agit d'objets au sens le plus général, par exemple des images à deux ou à trois dimensions, des séquences d'images animées, des séquences sonores et, bien sûr, des textes.^[14]

La généralisation du « tout numérique », qui permet de stocker sur un même support, sous une forme homogène (les octets) des informations aussi diverses que texte, image et son, a conduit tout naturellement l'hypertexte à évoluer en hypermédia. Un hypermédia est donc une collection d'objets, *a priori* sans classement, mais reliés entre eux par des *liens* ou hyperliens. Chaque objet peut prendre, selon les auteurs, l'appellation de « grain d'information » ou, plus fréquemment, de « nœud ». On parle aussi de « fragment » pour un hypertexte. Les hyperliens peuvent être systématiques

³ *In Xanadu did Kubla Khan*
A secret pleasure dome decree [...]

⁴ Bien que ce dernier désavoue le web comme reflet de « son » Xanadu : voir son site à ce sujet.^[33]

(cliquer sur le mot « voiture » fait apparaître une photo de voiture), ou au contraire n'avoir de sens que pour celui qui les a créés. Par exemple, une personne pourra établir un hyperlien entre la photo d'une ville et le texte d'une recette de cuisine, ce qui aura de la logique pour lui s'il a goûté ce plat pour la première fois dans la ville, mais pas pour un autre utilisateur...

2.2.3. *Texte et hypertexte*

Une certaine confusion existe encore aujourd'hui, qui fait de l'hypertexte le strict équivalent informatique du texte. Certes, l'hypertexte est presque toujours lié au support informatique (encore qu'on puisse mentionner les fameux « livres dont vous êtes le héros », très bons exemples d'hypertextes papiers, ou plus simplement encore toute la collection des notes de bas de page, d'index et de renvois divers qui invitent à « naviguer » non-linéairement dans un livre...). Mais il existe des différences fondamentales qui font qu'un passage systématique du texte à l'hypertexte n'est pas toujours, voire rarement, possible.

Christian Vandendorpe, auteur de l'excellent essai *Du papyrus à l'hypertexte*, explique qu'il a écrit son livre d'abord sous la forme d'un hypertexte. Il en a tiré les conclusions suivantes :

Si le livre a d'emblée une fonction totalisante et vise à saturer un domaine de connaissances, l'hypertexte, au contraire, invite à la multiplication des hyperliens, dans une volonté de saturer les associations d'idées, de faire « tache d'huile » plutôt que de « creuser », dans l'espoir de retenir un lecteur dont les intérêts sont mobiles et en dérive associative constante. Chaque concept convoqué à l'intérieur d'un hypertexte est ainsi susceptible de constituer une entrée distincte qui, à son tour, pourra engendrer de nouvelles ramifications ou, plus justement, de nouveaux rhizomes. Il faut ajouter à cela que, par sa nature, un hypertexte est normalement opaque, à la différence du livre qui présente des repères multiples et constamment accessibles. Il en découle que la dynamique de lecture est très différente d'un média à un autre. Alors que la lecture du livre est placée sous le signe de la durée et d'une certaine continuité, celle de l'hypertexte est caractérisée par un sentiment d'urgence, de

discontinuité et de choix à effectuer constamment. En fait, chaque lien hypertextuel remet en question l'éphémère contrat de lecture passé avec le lecteur : celui-ci poursuivra-t-il sa quête en cliquant sur l'hypermot ou abandonnera-t-il ? ^{[10], p. 10}

L'hypertexte possède bien des spécificités qui favorisent, et favoriseront, certains usages, alors que le livre restera sans doute encore longtemps une référence pour d'autres usages. Cette question sera de nouveau abordé dans la section sur la tabularité (p. 23).

2.2.4. Un avenir possible de l'écriture hypertextuelle

Avec l'hypertexte, l'auteur prend dorénavant le risque de perdre le contrôle de son œuvre. Une fois lâché sur le réseau, le roman (ou l'essai, ou l'analyse) hypertextuel (ou hypermédiatique) est à la merci du premier lecteur venu, qui pourra en faire sa propre – et unique – lecture. Mais peut-on encore parler de lecture ? certes, le *texte* est bien lu, mais l'hypertexte se parcourt. Chaque hyperlecteur fait son propre cheminement entre une multitude de liens, et construit, segment après segment, sa propre route. Chaque parcours d'un hypertexte est unique, et peut autant éluder des fragments chers à l'auteur que revenir inlassablement à des nœuds particulièrement centraux. Jean Clément, du département hypermédia de l'Université de Paris 8, nous conseille sur l'attitude à avoir lors de la conception d'hypertextes :

[...] dans tous les cas, la spécificité de l'hypertexte est à rechercher dans l'absence d'un ordre hiérarchique institué qui structurerait le domaine préalablement à sa lecture et dans l'invention de nouvelles formes discursives. Comme le remarquait Jay Bolter pour la littérature : « La tâche à laquelle nous sommes confrontés en tant qu'écrivains de ce nouveau médium est précisément de découvrir de nouvelles figures efficaces. » [...] La nouvelle écriture hypertextuelle devra sans doute traiter les points de vue et les structures conceptuelles plus comme des paysages à explorer que comme des positions à défendre ou à attaquer. Elle devra rechercher la fluidité et le réemploi plutôt que les fondements et les positions définitives. Elle devra offrir des cheminements qui amèneront le lecteur à revisiter plusieurs fois un fragment donné. ^[22]

Un hypertexte n'est jamais figé, institué une fois pour toute comme l'est le livre. Non seulement son interprétation, comme pour le livre, est propre à chacun, mais son élaboration même, son *écriture* est spécifique à chacun.

2.2.5. Fragmentation de l'hypermonde et mise en péril du contexte

Pour conclure cette première section, nous allons jeter un bref coup d'œil sur quelques-uns des revers de l'écriture hypertextuelle, qu'il est bon d'avoir à l'esprit lorsque le choix texte / hypertexte s'offre à nous.

Quand on lit un roman, pour peu qu'il nous intéresse, on est vite mis sur des rails qui guident inexorablement notre lecture jusqu'à la dernière page : intrigue, suspense, attachement aux personnages ou à l'univers du livre. La lecture se fait d'autant plus rapidement : le contexte de réception est éminemment favorable, puisque, une fois assimilées les premières pages, le cadre de l'action, les personnages, ou tout autre motif récurrent, sont immédiatement reconnus et pris en compte par le lecteur. De même si l'on lit un ouvrage qui traite de peinture, on s'attend à chaque page à retrouver des notions propres à cet univers, qui au fil de la lecture devient familier. Se replonger dans le livre à la suite d'un marque-page est, tout le monde en conviendra, la chose la plus naturelle du monde.

Mais dans un hypertexte, ces rails ne sont plus de mise. Naviguer d'un fragment à l'autre, surtout dans un hypertexte aussi vaste que le web, peut nous faire passer rapidement d'un sujet à un autre, d'un environnement de lecture à un autre, d'un auteur, et donc d'un style, à un autre, etc. On perd partiellement, voire totalement, le précieux *contexte* qui rendait la lecture du roman si fluide. A chaque fragment, un nouveau contexte. Outre les choix incessants qu'il faut opérer (à la fin de chaque fragment : « je clique ici ou là ? » ou en cours de lecture : « je clique ou je clique pas ? ») et qui sont la cause de ruptures incessantes, les connaissances acquises précédemment n'ont plus cours dans le nouveau fragment, et tout cela demande un surplus de concentration qu'un lecteur habitué à la lecture strictement linéaire ne pourra pas forcément fournir.

A cela s'ajoute le fait que dans un hypermédia, on n'a pas de vue d'ensemble du texte, et conséquemment pas de vision globale de son sujet. La lecture hypertextuelle, comme le rappelle Christian Vandendorpe, peut même être plus contraignante que la lecture ordinaire ! car

[...] si un roman sur papier est loin d'être automatiquement linéaire, un hypertexte n'est pas non plus nécessairement non-linéaire. Les pages ou segments peuvent s'y enchaîner de manière rigoureuse, obligeant le lecteur à lire dans un ordre fixe, plus fixe encore que les pages d'un livre, parce qu'il est toujours possible d'ouvrir celui-ci à la page désirée, tandis qu'on peut programmer celui-là de façon à contrôler totalement le parcours du lecteur. ^{[10], p. 49}

En conclusion, même si l'on ne tient pas compte des contraintes de la lecture sur écran, la lecture hypertextuelle est plus dispendieuse en énergie que la lecture habituelle. La conséquence de cette constatation est que, et nous aurons l'occasion d'y revenir, forme et contenu sont interdépendants : on ne doit plus désormais envisager l'un sans l'autre, aux risques d'une grande déconvenue. Un roman hypertextuel de 800 fragments lassera sans doute rapidement l'habitué de romans de gare, et le raisonnement philosophique de tel nouveau penseur risque fort d'être incompris s'il est saucissonné en 300 paragraphes pouvant se lire dans n'importe quel ordre...

2.3. La sphère multimédia

2.3.1. Définition

Dans le bataillon du champ lexical des TIC⁵, le mot « multimédia » est peut-être celui dont le sens est le plus ambigu. Quand on parle de multimédia dans une conversation, tout le monde « voit » bien de quoi il s'agit. Mais en proposer une définition rigoureuse est une autre histoire, le problème étant en partie lié à la nature même de « l'objet » multimédia : est-ce un média ? un concept ? une science ? Même l'*Encyclopædia Universalis* semble être en peine pour donner une définition rigoureuse sans passer par l'exemple :

Il s'agit de la réunion sur un même support de fichiers contenant du texte, du son, des images fixes ou animées et organisés au moyen d'une programmation informatique. Une autre caractéristique fondamentale est l'interactivité, qui qualifie les matériels, les programmes ou les conditions d'exploitation permettant des actions

⁵ Technologies de l'information et de la communication.

réciroques en mode dialogué avec des utilisateurs ou en temps réel avec des appareils. Par exemple, une base de données multimédia relative aux instruments de musique permet à l'utilisateur de lire un texte concernant l'histoire, la technique, le répertoire, etc., d'un instrument, mais aussi d'en voir des dessins, des images, et d'écouter le son de cet instrument. ^[16]

Nous allons ici proposer une définition qui, concordant avec celles de différents auteurs, est aussi en adéquation avec l'utilisation qui a été faite de ce mot, dans la pratique, au cours de l'année de formation du DESS IME. « Multimédia » peut être un adjectif (« un produit multimédia ») ou un nom (« le multimédia »). Nous allons définir ci-après ce qu'est un *produit* ou *objet multimédia*. Rétroactivement, *le multimédia* se définit comme l'*environnement* (technique, esthétique, économique) qui permet la conception, la création, la diffusion de produits multimédias. En recoupant des sources diverses, on note des constantes fondamentales dans la définition, mais aussi des facteurs variables. La définition ci-dessous se veut la plus concise et générale que possible :

Un produit multimédia regroupe sur un *support unique* (disque opto-numérique⁶ ou magnétique⁷), dans un codage *numérique homogène*, des objets informatiques pouvant être de *natures différentes* (textes, images, sons, images animées, 3D, interactives ; vidéos...). Il permet en outre, par l'utilisation d'un lecteur approprié (ordinateur, téléviseur, lecteur de DVD), l'accès à ces objets selon le mode de la consultation d'un *hypermédia* et éventuellement de manière *interactive*.

2.3.2. Précisions

- Le multimédia n'est pas la réunion de plusieurs médias, c'est plutôt la *convergence* de plusieurs médias vers un *support unique*, mais avec une *multiplicité de la nature des contenus*. En définitive, le multimédia n'est pas un « super média », mais bien un média comme un autre, dont le nom cependant peut prêter à confusion.

⁶ Cédérom ou DVD.

⁷ Les informations d'internet sont stockées sur des disques durs magnétiques, identiques sur le principe à ceux des ordinateurs de bureau. Seul l'*accès* à ces informations est original : le réseau internet. Mais le *support*, au sens matériel du terme, n'est pas spécifique.

- Malgré la parenté des mots, hypermédia et multimédia ne sont pas synonymes. On a vu que leur origine est différente : plutôt conceptuelle et dérivée de l'hypertexte pour l'hypermédia, et produit de la technologie et de l'usage pour le multimédia. Un hypermédia est un *objet*, alors qu'on ne parle pas d'*un* multimédia. En fait le multimédia manipule des objets hypermédia pour créer des œuvres : on peut ainsi dire que l'hypermédia (ou l'hypertexte) est au multimédia ce que le texte est à la littérature.

Mais on pourrait très bien imaginer dans l'avenir, un glissement de sens par l'élimination du mot « produit » : un multimédia deviendrait ainsi un objet pouvant prendre une forme matérielle (cédérom, DVD) ou non (site internet).

- Bien que l'informatique soit aujourd'hui quasiment indissociable du multimédia, on peut rappeler que les éditeurs n'ont pas attendu la démocratisation de l'ordinateur pour proposer des produits combinant plusieurs médias. On peut noter à titre d'exemple, la publication aux éditions Bordas, dès 1991, de l'encyclopédie historique *Mémoires du XX^e siècle*. Outre les textes, chronologies, et nombreuses illustrations, cette encyclopédie proposait 250 documents sonores ! Des « pages-disques » disséminées dans l'ouvrage comportaient chacune six enregistrements comparables à de mini disques vinyle. Il suffisait de poser une petite boîte, la Memovox, sur un enregistrement pour qu'elle le lise aussitôt. ^[12]

2.3.3. *Le tout numérique*

On l'a vu dans la définition, le multimédia ne saurait exister sans la possibilité de numériser tout type de document ou d'objet. Il serait inconcevable en effet, de stocker du texte sur une bande magnétique analogique. Ce « tout numérique » entraîne un certain nombre de conséquences qu'il est bon de rappeler ici, car elles seront nécessairement prises en compte lors de l'élaboration d'un produit multimédia. Multimédia et numérique sont d'ailleurs tellement liés, qu'on peut aussi trouver comme définition du multimédia « tout service numérisé ». ^[3]

Le *support* du multimédia est (presque) indifférent. L'information est stockée de la même manière, avec le même codage, sur un cédérom, un DVD, ou un disque dur, ou bien lorsqu'elle transite par internet, un faisceau hertzien ou le câble. La seule différence est, pour le support physique, la quantité d'information qu'il peut stocker, et pour les réseaux, le débit qu'ils peuvent atteindre. Entrent ensuite en ligne de compte des aspects plus liés au marketing et à la diffusion des produits, mais avec

l'augmentation sans cesse accrue des capacités physique des supports et réseaux, la transition de l'un à l'autre sera de plus en plus transparente.

Cela nous amène à une deuxième caractéristique fondamentale : la *reproduction* des documents multimédia est très facile (s'ils ne sont pas dotés de systèmes de protection) et ne coûte presque rien. Copier un CD musical sur son disque dur, graver un site internet sur cédérom, prendre un millier de photos sur une carte *Compact Flash* ne demande qu'un peu de temps. La multiplication des supports réinscriptibles légers (*zip*, *memory stick*, disques durs portatifs...) et l'augmentation du débit des réseaux fait tache d'huile et permet une diffusion très rapide de tout type d'information à des coûts dérisoires.

Enfin, les objets informatiques sont *malléables* à l'infini. Rien de plus facile maintenant que de retoucher une photo, de modifier un texte ou *sampler* une chanson. Comme le disent justement F. Schuiten et B. Peeters,^[8] la notion d'original pour une œuvre numérique, dont les incarnations ne sont que successions de 0 et de 1, n'a plus de sens. Il n'y a plus d'objet figé et unique, mais une multitude d'objets pouvant présenter des variations, de la plus infime (changement de police ou de mise en page) à la plus fondamentale (plagiat).

2.3.4. Édition et production

Pour conclure cette approche théorique du multimédia, et après avoir vu ses caractéristiques techniques, nous allons voir ce qui fait sa spécificité sur le plan de la réalisation : dans la grande majorité des cas, un produit multimédia est le siège d'une cohabitation d'éléments préexistants et d'éléments originaux.

Prenons par exemple un cédérom sur la vie d'un peintre. Il sera composé de reproductions de ses tableaux, de textes écrits par des biographes ou historiens, d'extraits de sa correspondance, de photographies : tous ces documents existent avant la création du cédérom. En revanche, le scénario interactif, l'interface graphique, les bruitages et musiques d'ambiance, la base de données, le moteur de recherche, ou tout autre élément informatique ou conceptuel seront créés spécifiquement pour le cédérom.

Cela a de nombreuses conséquences, en particulier sur le plan juridique, et plus précisément dans le domaine de la propriété intellectuelle. Le but de ce mémoire étant d'explorer les aspects purement créatifs de l'élaboration d'un produit, ces conséquences

ne seront pas développées. Mais la lecture d'ouvrages spécifiques (voir entre autres [9] pour l'édition et la production, et [3] sur les aspects juridiques) est fortement recommandée pour pouvoir envisager un produit multimédia sous un angle commercial.

2.4. L'interactivité

Terme très en vogue il y a une dizaine d'années, l'interactivité a fait son apparition dans le monde informatique avec les premiers cédéroms grand public. Les jeux vidéos prenant de l'épaisseur, il devenait désormais possible de « dialoguer » avec des personnages : la première version du logiciel éducatif Adi⁸ incluait un petit personnage censé aider l'enfant et parler avec lui... Composant essentiel, à l'époque, de la promotion du multimédia, l'interactivité n'est plus aujourd'hui un mot particulièrement à la mode. Souvent réduite à sa plus simple expression, longtemps limitée par la technologie informatique, elle n'a pas immédiatement convaincu n'est plus aujourd'hui utilisée comme argument publicitaire.

Cependant les avancées technologiques permettent maintenant une plus grande interactivité des médias. Mais au même titre que l'hypermédia, c'est de l'utilisation créative de ce concept que dépendra son succès.

2.4.1. Définitions

Buzz-word parmi les plus bourdonnants, l'interactivité n'est pas simple à définir. Son appréhension change selon le champ de la connaissance d'où on le regarde. Nous allons donc proposer deux définitions, qui toutes deux divisent l'interactivité en deux segments, mais font dans chaque cas ressortir des aspects différents. La première définition a une approche plus littéraire, la seconde, plutôt psychologique.

2.4.1.1. Interactivité d'accès, interactivité de traitement

Selon Christian Vandendorpe, l'interactivité peut se décomposer en deux niveaux, que l'on peut résumer par le dialogue homme-machine⁹ (ou homme-logiciel), et par la navigation.^{[10], p. 103} La navigation, ou *interactivité d'accès*, est l'aspect le plus simple de l'interactivité, et découle directement de l'hypertexte : on « navigue » dans un

⁸ Actuellement édité par le Studio Cocktail

⁹ L'interactivité purement humaine (e-mail, *chat*, etc.) relève d'un domaine assez différent du nôtre, elle ne sera donc pas abordée dans ce texte.

hypertexte, c'est-à-dire qu'on se déplace d'un nœud de l'hypertexte à un autre. Cela consiste à indiquer au logiciel quel embranchement on souhaite prendre quand on est dans un nœud donné et qu'on veut se déplacer vers un autre nœud, en cours ou à la fin de la lecture. Dans son expression la plus simple, la navigation est celle que l'on retrouve sur internet de façon extrêmement répétitive, lorsque l'on clique sur les mots soulignés d'un texte afin d'arriver sur un autre texte, et ainsi de suite, *ad nauseam*.

Cependant la navigation dans un hypertexte, et à plus forte raison dans un hypermédia, peut prendre une dimension beaucoup plus forte. L'évolution la plus simple que constitue la barre de navigation, sorte de table des matières d'un site web, et qui peut prendre de multiples formes (dont la plus évoluée est celle de l'annuaire internet) montre déjà que la navigation ne se réduit pas à voguer continuellement en *mare incognita*. De même, les navigateurs internet permettent la gestion de l'historique, c'est-à-dire des sites visités classés par ordre chronologique, et celle des signets (ou favoris), sélection de sites classés selon les choix de l'utilisateur. Plus sophistiqués encore, les moteurs de recherche permettent d'accéder à une information spécifique selon une série de critères plus ou moins nombreux, et des modalités extrêmement variables.¹⁰ Barre de navigation, signets, historique, annuaires : autant d'outils spécifiques au multimédia qui donnent tout son sens à l'interactivité d'accès. François Bourdoncle rappelle que :

Des quelques centaines de milliers de pages de texte accessibles en 1993, le stock d'information sur Internet atteint aujourd'hui quelques centaines de millions [...]. Il est donc devenu impossible de naviguer sur cet océan de données et de localiser l'information souhaitée sans des outils appropriés. C'est ce qui a très rapidement motivé le développement d'outils d'aide à la navigation comme les annuaires [...] et les moteurs de recherche.^[19]

Le moteur, lui, est comme le lien vers le deuxième niveau de l'interactivité : le dialogue homme-machine, ou *interactivité de traitement*. La différence fondamentale entre le moteur et les autres outils précités, c'est que l'utilisateur doit remplir un champ

¹⁰ Certains moteurs classent les pages en fonction du nombre de mots-clefs, d'autres analysent le contenu de la page, d'autres encore favorisent les sites les plus visités... ou ceux qui donnent le plus d'argent pour être référencés !

de texte avant de lancer sa recherche. Il fournit donc une information au logiciel, chargé alors de traiter cette information. Ce type d'interactivité va se rencontrer partout où l'utilisateur a un choix à faire autre qu'un simple QCM, peu importe l'habillage qu'il peut avoir : seule la multiplication des variables joue un rôle. L'exemple le plus répandu est celui de l'interrogation de bases de données. Mais on peut citer un logiciel de traitement de texte ou de graphisme, qui prennent en compte toutes les actions de l'utilisateur. Si l'interactivité de traitement implique une action de la part de l'utilisateur, elle sous-entend aussi une certaine part de création. A l'instar du site pianographique.com, qui permet de transformer son clavier en platine de DJ et donne au visiteur la possibilité de créer sa propre musique et des effets visuels qui l'accompagnent.

On pourrait évoquer aussi un troisième niveau d'interactivité, phase ultime et (pour l'instant) théorique du dialogue homme-machine : l'intelligence artificielle. C'est alors non seulement l'utilisateur qui serait créateur d'information, mais aussi le logiciel, capable alors de faire surgir *ex nihilo* images, textes et parole. Vandendorpe évoque la possibilité de réutiliser le programme Eliza, conçu par Joseph Weizenbaum en 1966. Pour un internaute non averti, Eliza pourrait, pour peu qu'on l'adapte à ce nouvel environnement, remplacer un correspondant de chair en renvoyant des réponses intelligibles aux messages envoyés...^[10]

2.4.1.2. Interactivité fonctionnelle, interactivité intentionnelle

Geneviève Jacquinet,^[24] mais aussi Eric Barchechath et Serge Pouts-Lajus,^[19] proposent une autre vision de l'interactivité, en partant de la relation interpersonnelle. On peut sans problème admettre qu'une simple conversation est, en effet, interactive, puisque chaque personne peut agir et réagir sur le discours. De ce fait, l'interactivité est donc un phénomène de l'ordre de la médiation.

Si l'on transpose cette réflexion dans le cadre d'une relation homme-machine, ce qui nous intéresse ici, on est confronté à un dilemme : où se place alors l'interactivité, entre les deux extrêmes que sont le lien social de la communication humaine, et l'échange d'informations entre deux ordinateurs ? E. Barchechath et S. Pouts-Lajus proposent pour clarifier la situation de distinguer l'interactivité fonctionnelle et l'interactivité intentionnelle.

L'interactivité fonctionnelle est, pour ainsi dire, sans états d'âme. Ce concept inclus tous les protocoles de communication liés à l'ergonomie des échanges d'information. Cela comprend la recherche et la restitution d'information, le paramétrage du matériel et du logiciel, la gestion des périphériques d'entrée (souris, clavier, microphone...) et de sortie (écran, imprimante...), etc. En bref, la communication homme-*machine*, machine étant pris ici au sens le plus réducteur : assemblage de composants physiques et de flux d'informations.

A l'opposé, le concept d'interactivité intentionnelle est beaucoup plus intéressant. Il peut se définir comme le protocole de communication entre l'utilisateur, et l'*auteur absent* du logiciel. L'auteur n'est bien sûr pas présent au moment de l'utilisation du logiciel, mais cela ne l'empêche pas, *via* le logiciel, d'échanger finalement des informations, de communiquer avec l'utilisateur, par des voies détournées, indirectes. C'est une sorte de simulation des rapports interpersonnels vu plus haut, et cette notion est bien sûr à rapprocher de celle d'intelligence artificielle. L'auteur laisse son empreinte humaine dans le logiciel, qui rend alors possible cette médiatisation de la relation utilisateur-concepteur. Il s'agit bien ici d'*intentionnalité*, elle est évidente si l'auteur est enseignant et le logiciel, didactique. Mais elle transparaît aussi dans des œuvres très personnelles comme le cédérom *Immemory* dont nous reparlerons. Cette interactivité intentionnelle peut se manifester aussi bien par des effets d'écriture, de mise en scène, que par les moyens techniques les plus sophistiqués (personnage autonome...) par lesquels l'auteurs souhaite laisser sa trace.

Ces deux approches de l'interactivité montrent qu'il s'agit d'un phénomène complexe, qui a d'ailleurs fait l'objet de plusieurs thèses (dont [37] et [38]). Utilisées alternativement, elles permettent l'élaboration de produits particulièrement intéressants, car centrés sur le dialogue avec l'utilisateur. Nous allons conclure ce paragraphe par quelques manifestations concrètes de l'interactivité dans les usages.

2.4.2. Usages et intérêts

A quoi sert l'interactivité ? On peut lui trouver deux finalités complémentaires . La première est d'ordre pratique : on vient de le voir, les différents outils de navigation constituent un atout dans l'accès aux documents et à certains points précis de ces documents. On va retrouver en détail cette notion essentielle dans la partie suivante, sous l'appellation de tabularité fonctionnelle. Dans le côté pratique on trouve aussi tout

ce qui tourne autour de la notion de personnalisation et de service, sur l'internet en particulier. Presque tous les sites importants (Banques, SNCF, Universités, etc.) proposent en effet à leur visiteurs de s'identifier avec un mot de passe, leur permettant ainsi de personnaliser leur consultation, de changer les couleurs du site, d'avoir accès aux soldes de leurs comptes, de connaître leur notes, etc. C'est aussi la naissance des services « à la carte » comme les films en *pay-per-view* que propose CanalSatellite avec Kiosque.

La seconde finalité de l'interactivité serait plutôt d'ordre ludique. En cliquant sur son écran, l'utilisateur peut accomplir de multiples actions, comme animer une image, cocher une case, visiter un musée virtuel, contrôler un clip vidéo, agir sur une créature virtuelle (comme sur le site www.sodaplay.com)... Cet aspect donne finalement de la « vie » à un logiciel, qui n'est plus insensible aux clics experts de son usager. Cela rend le produit plus attrayant et augmente l'impact de son contenu en impliquant davantage celui qui l'explore. Tout produit est considérablement enrichi par l'usage de l'interactivité. La seule limite est l'imagination de son concepteur. Nous aurons l'occasion dans le second chapitre de ce mémoire de revenir sur des exemples de ce que peut nous apporter cette interactivité.

2.5. La tabularité

Afin de pouvoir aborder plus justement la critique et la construction de créations multimédia, nous allons introduire un concept emprunté au champ littéraire, celui de tabularité.

2.5.1. Définition

Le terme de tabularité s'oppose à celui de linéarité, et leurs définitions sont intimement liées aux concepts de spatialité et de temporalité. Le discours oral, par exemple celui d'un cours magistral, représente un des extrêmes de la linéarité : non seulement il se déroule selon l'axe du temps, du début à la fin, mais en plus l'instant de son début, sa cadence, sont imposés à l'auditeur ; il n'est pas possible de « mettre sur pause » ou de revenir en arrière ; en bref, il est subi de bout en bout. La linéarité peut être perçue comme une contrainte autoritaire et est souvent critiquée pour cela.

Un peu plus tabulaire est le texte écrit d'un roman par exemple : la lecture se fait, *a priori*, de façon linéaire¹¹ ; cependant rien n'empêche le lecteur de sauter une page, voire d'aller directement au dernier chapitre, d'interrompre sa lecture, de relire un paragraphe, et même de se référer à une table des matières pour aller directement au chapitre qui l'intéresse. Par sacrilège, on peut aller jusqu'à corner la page courante afin de la retrouver plus rapidement... On retrouve ici l'origine du mot dans le *tableau* : appréhender d'un seul coup d'œil une multitude d'éléments, et pouvoir aisément aller voir les détails, dans n'importe quel ordre, puis revenir à la vue globale, exactement comme on passe d'un index au corps du texte d'un livre. L'élément textuel se place alors dans la *spatialité* et non plus dans la *temporalité*.

2.5.2. La lecture : de l'écoute à l'écran

Le rouleau, pour être lu, doit être tenu à deux mains. Impossible donc de faire autre chose en même temps, comme écrire par exemple. D'où l'importance de la lecture à voix haute. Les premiers lecteurs étaient donc essentiellement... des auditeurs.

Historiquement, la tabularité est apparue avec le passage du rouleau de parchemin au codex relié, et donc, avec la *page*. Cela a permis pour la première fois une lecture non linéaire du texte, puisque le rouleau devait être déroulé puis enroulé sitôt lecture faite, rendant l'accès à une partie antérieure ou postérieure impensable. Christian Vandendorpe en expose les conséquences multiples :

Ainsi organisé dans l'ergonomie du codex, le texte n'est plus un *fil* linéaire que l'on dévide, mais une *surface* dont on appréhende le contenu par des approches croisées. ^{[10], p. 58}

Si la pagination permet au lecteur de mieux gérer la durée et le rythme de sa lecture, elle favorise aussi la discussion sur les textes, en rendant possible aux lecteurs d'une même édition le renvoi à un même passage. Ce pas une fois franchi, le mouvement de tabularisation s'accroîtra et l'imprimerie généralisera le recours aux procédés les plus raffinés d'entrées multiples. Il est désormais permis au lecteur de situer précisément le point où il est arrivé dans sa lecture, d'estimer

¹¹ Roland Barthes parle de tabularité *vectorisée*. ^{[1], p. 37}

l'importance respective d'une section par rapport à une autre, bref, de moduler sa progression. ^[10], p. 56

Roland Barthes, parmi d'autres auteurs, fait une utilisation particulièrement impressionnante de ces possibilités. Dans son livre *S/Z*, il découpe une nouvelle de Balzac en 561 séquences, de quelques mots à quelques lignes, afin d'en proposer une analyse approfondie.

D'après Roger Chartier,^[21] la révolution actuelle du texte électronique est comparable en importance, non à l'imprimerie de Gutenberg, mais bien plus que cela : à l'avènement du codex. Le texte électronique ne modifie pas seulement la technique de reproduction (comme le fait l'imprimerie, qui passe de la copie manuscrite à la reproduction mécanique), mais aussi « les structures et les formes même du support ». Avec l'écran comme support, ce sont les mode de consultation, de structuration, et même d'écriture¹² qui sont bouleversés :

Non seulement le lecteur peut soumettre le texte [électronique] à de multiples opérations (il peut l'indexer, l'annoter, le copier, le démembrer, le recomposer, le déplacer, etc.) mais, plus encore, il peut en devenir le co-auteur. ^[21]

Ce texte hautement malléable, peut être tabularisé à l'envie (on peut imaginer à l'extrême de repérer individuellement tous les mots d'un texte, voir tous les phonèmes) et ouvre de nombreuses possibilités dans le domaine du traitement informatique des textes.

2.5.3. Application au multimédia

On voit ici se dégager les premiers éléments de la tabularité textuelle : la pagination, la table des matières, le découpage en chapitres et paragraphes. Pour Christian Vandendorpe,

Un ouvrage est donc dit tabulaire quand il permet le déploiement dans l'espace et la mise en évidence simultanée de divers éléments susceptibles d'aider le lecteur à en identifier les articulations et à

¹² A propos de l'écriture, il serait intéressant d'étudier le rapport à l'écrit qu'on les personnes qui ont commencé à écrire avec un clavier très tôt, et tentent à abandonner papier et crayons...

trouver aussi rapidement que possible les informations qui l'intéressent. ^{[10], p. 65}

C. Vandendorpe regroupe ces premiers éléments sous le terme de tabularité fonctionnelle : à vocation purement pratique, elle sert à se repérer, et à repérer des éléments dans un ouvrage ; elle a aussi une fonction de hiérarchisation. La seconde forme de tabularité est dite visuelle : dans l'espace d'une seule page, elle permet au lecteur de passer du texte principal aux notes, à un encadré ou aux illustrations. C'est le *texte mosaïque*, utilisé largement par les journaux, magazines et sites internet.

Le lecteur aura à ce stade compris l'importance de cette terminologie si on l'applique aux créations multimédia. La tabularité d'un *document* (texte ou hypermédia) permet une approche beaucoup plus souple, un accès simplifié, enfin une meilleure immersion active et personnalisée dans le média. Comment ne pas reconnaître, dans la tabularité fonctionnelle, les enjeux de la navigation évoqués plus haut ? Quand à la tabularité visuelle, n'est-elle pas directement dépendante de la mise en page, du design d'un site internet ou d'un cédérom ? Cette approche théorique a l'avantage de clarifier, d'unifier et de rationaliser ces aspects de la construction d'un hypermédia.

Il va de soi que la tabularité n'est pas non plus un but absolu : un grand orateur, un roman captivant s'en passent très bien. Bien des documents peuvent être envisagés de manière linéaire, soit par leur sujet, soit par l'angle selon lequel ils sont abordés, soit par choix esthétique ou artistique. D'autre part, même si elle a, dans le domaine du livre, des siècles d'existence, il serait utopique de penser que la transposition de ce concept dans le domaine multimédia soit aisée : elle ne saurait se faire avant une meilleure maîtrise de ce jeune média. Mais du fait de la fragmentation des hypermédiats exposée précédemment, la tabularité devrait avoir un rôle important à jouer. Il est donc indispensable que les chercheurs, les concepteurs, scénaristes et informaticiens s'attachent à donner au multimédia la même richesse de ressources tabulaires que celle dont dispose le livre.

2.6. Médias immersifs¹³

La notion d'immersion n'est pas récente, et a une connotation relativement subjective. Elle peut s'appliquer à presque tout type de média : on peut être captivé par la lecture d'un livre ou par un téléfilm, ou plongé dans le cyberspace grâce à la réalité virtuelle. Deux facteurs d'immersion sont à prendre en compte. Le premier est lié au contenu, au sujet. Un roman dans le quel on va se *plonger* pendant des heures sans voir le temps passer, pourra laisser quelqu'un d'autre parfaitement indifférent. Et pourtant, on peut dire que ce roman était immersif pour le premier lecteur, puisqu'il ne vivait plus finalement que dans le livre, indifférent aux éléments qui l'entouraient. Chacun d'entre nous a pu vivre ce genre d'expérience, qui avec un livre, qui dans une salle de cinéma, où l'histoire racontée prenait le dessus sur la réalité environnante. Scénario, style, graphisme, jeu d'acteurs : tout cela peut plaire suffisamment pour que le média, si simple soit-il, devienne en quelque sort immersif. Mais cet aspect reste très subjectif. De manière générale, on peut seulement dire que le fait de développer un scénario captivant, de favoriser l'identification ou l'attachement à un personnage, en bref de tendre vers une crédibilité maximale, permet de créer un produit dans lequel on va s'immerger facilement.

L'autre facteur d'immersion est, lui, purement technologique. On peut dire que plus un média monopolise le spectateur, plus il est immersif. Ainsi la lecture est moins immersive que le théâtre, qui stimule non seulement la vue mais aussi l'ouïe. Et un produit multimédia interactif, qui fait appel à la lecture, à la vue, à l'ouïe et demande une certaine activité de la part du spectateur, est encore plus immersif. Le summum de l'immersion étant actuellement les combinaisons garnies de capteurs de mouvements et munies d'un casque écran qui plonge la personne qui les revêtent dans un univers totalement recréé. L'immersion est aussi le fait d'une certaine redondance : si on éteint la télévision, on se trouve immédiatement déconnecté de l'univers des Pokémon. Mais on peut les retrouver sur la boîte de céréales du petit déjeuner, sur son t-shirt et sur la console de jeu... Ce principe de marketing bien connu n'est cependant pas loin de notre notion : on dit qu'on est *submergé* par les Pokémon. Établir une continuité, peut-être de manière plus subtile, entre différents médias, afin d'assurer une présence plus

¹³ Les mots « immersion » et « média immersif » sont des néologismes issus du vocabulaire de la réalité virtuelle mais aussi utilisé dans la formation (apprentissage immersif d'une langue). Voir entre autres <http://www.linux-France.org/prj/jargonf/immersif.html> et <http://rvirtual.free.fr/definition/definition.html>.

prégnante d'un univers, peut contribuer à une immersion plus grande du spectateur / utilisateur. On peut citer à ce titre les *Cités Obscures*, l'œuvre unique¹⁴ en son genre de François Schuiten et Benoît Peeters, qui, issue de la bande dessinée, a envahi l'internet, les musées et salles d'exposition, la télévision, les murs de Bruxelles et jusqu'à la station Arts et métiers du métro parisien.

2.7. Les acquis des « anciens » médias

« Du passé, faisons table rase » : l'application de cette maxime pourrait sûrement conduire à la mort dans l'œuf du multimédia. Nouvel avatar à la fois du livre, de la presse, de la télévision et du musée, le multimédia a tout à gagner à ne pas oublier ses illustres ancêtres. Cette section a pour but de présenter rapidement les spécificités de quelques « anciens » médias dont les créateurs du multimédia peuvent largement s'inspirer, profitant ainsi de l'expérience de dizaines d'années de théorie et de pratique des médias.

2.7.1. La télévision

La télévision est riche d'une expérience de plus de cinquante ans. Dans le domaine culturel, des émissions comme *Palettes*, *L'aventure des plantes*, *Omniscience*, etc. sont parvenues à une très grande maîtrise de la forme et des contenus. Quelles sont les techniques qui ont permis cela ?

Tout d'abord, la maîtrise de ce qui touche à la narration, au scénario, au format, au minutage. Un documentaire classique de 52 minutes correspond grosso modo à la durée d'attention optimum au-delà de laquelle le public se désintéresse de ce qui se passe. Le choix d'une voix off, féminine ou masculine, mais particulièrement agréable à écouter est primordial pour captiver un auditoire. Un scénario clair, adapté au format audiovisuel, une répartition équilibrée des différents types de séquences (entretiens, plans illustratifs, schémas ou animations techniques) permettent d'éviter un rythme trop monotone.

Sur un plan purement visuel, toute la gamme des possibilités offertes par le trucage est utilisée, souvent avec bonheur : les calques colorés qui permettent d'isoler une partie de l'image, ou de découper une image en plusieurs zones, le zoom, les effets spéciaux,

¹⁴ *Les Cités Obscures* est une série d'une douzaine de bande dessinées, éditées chez Casterman.

les images de synthèse, l'écran divisé en deux pour mettre en parallèle deux actions, les surimpressions, les sous-titres, les animations graphiques ou 3D, le dessin animé, etc.

Toutes ces méthodes et ces techniques ne peuvent pas s'appliquer directement au multimédia. Cependant, nombre d'entre elles peuvent s'adapter, ou générer un équivalent, ou tout au moins faire réfléchir en se posant la question suivante : « Voyons, si je faisais une vidéo, j'utiliserais tel scénario, tel trucage vidéo. Comment faire mieux avec le multimédia ? » Et si on ne *peut pas* faire mieux, autant faire une vidéo...

2.7.2. L'édition et la presse magazine

Avant l'arrivée d'internet, c'est la presse magazine, ainsi que certains domaines de l'édition (encyclopédies jeunesse, ouvrages pédagogiques illustrés) qui maîtrisait le mieux le domaine de la mise en page « mosaïque » dont il a été question plus haut au sujet de la tabularité visuelle. La force d'une mise en page alliant textes de différentes longueurs, photographies et schémas, provient d'un fragile équilibre impliquant taille, proportions, couleurs. Depuis quelques dizaines d'années se sont affinées les connaissances théoriques acquises sur la lecture, sur ce qui attire l'œil en premier, les formes ou palettes de couleurs les plus harmonieuses, les règles de typographie, les usages des différentes fontes.

La création par certains artistes ou éditeurs de formats exotiques, de mises en pages originales, de livres conceptuels a également permis une réflexion plus poussée sur la question de la mise en page. Avec le multimédia, cette question est toujours aussi présente, avec de nouvelles règles, de nouvelles contraintes liées à la lecture sur un écran lumineux de taille restreinte. L'expérience acquise avec le média « papier » ne doit pas être négligée, car si là encore tout n'est pas immédiatement transposable, de nombreuses règles de lecture sont reprises directement par le lecteur, puisque malgré la différence de format et le mode de consultation, rien ne ressemble plus à un écran qu'une feuille de papier.

2.7.3. La radio

Trop souvent réduite de nos jours à un « robinet à musique » ou à l'information en continu, la radio a cependant la remarquable particularité de pouvoir capter l'attention de son destinataire sans motiver son sens le plus essentiel : la vue. C'est en effet le seul

média qui ne soit pas du tout visuel. Or la vue a toujours été un sens majeur, chargé de symboles ; sans doute parce que le plus immédiat, le plus motivé, le plus utilisé.

La radio a donc développé des spécificités axées uniquement sur le travail du son et qui permettent de se passer d'une référence visuelle dont l'auditeur ne dispose pas. On peut citer entre autres, le choix des acteurs ayant une voix forte en émotion, sachant inspirer peur, joie ou favoriser l'écoute ; l'existence d'un langage spécifique, les bruitages, l'organisation de l'espace sonore, les effets de profondeur, la structuration de la grille des programmes tout au long de la journée, etc. Au rang des plus grandes réussites radiophoniques, on peut citer l'adaptation par Orson Welles de *La Guerre des Mondes* d'Herbert George Wells, tellement réaliste que des milliers d'américains ont réellement cru à une invasion extraterrestre...

Le multimédia n'a certes pas à se passer d'images, mais il a souvent besoin d'introduire une voix off, des bruitages, des musiques, enfin tout élément sonore qui ne soit pas lié à une image vidéo. Cela en fait un des atouts essentiels sur le support papier dans un produit comme le magazine sur cédérom *Mobiclic* des éditions Milan, où l'élément sonore, sans cesse présent, se doit d'être parfaitement maîtrisé pour ne pas couvrir les autres, ne pas agacer en étant trop strident, ou ne pas endormir par un rythme trop monotone. En cela, la maîtrise d'un son de qualité, possédant une valeur propre et non pas asservi totalement aux éléments visuels, peut largement profiter de l'expérience acquise dans le domaine radiophonique.

2.7.4. Les expositions

Pour terminer ce tour d'horizon non exhaustif, quelques mots sur un média un peu particulier, mais pour lequel les mots « mise en scène » ont toute leur importance. L'enseignement que peuvent nous apporter les expositions de tout ordre (artistiques ou scientifiques) tient essentiellement à la mise en espace, à la composition, au juste équilibre entre images planes, objets en relief, textes, voix et autres éléments parfois très étranges, comme les installations de la Japonaise Yayoi Kusama : espaces illimités créés par la réflexion à l'infini de petites lumières, pièce peuplée de ballons mouvants...

Complètement immersives, puisqu'on voyage à l'intérieur, dans des environnements parfois recréés (*Le Musée des Ombres* de François Schuiten) ; toujours multimédias, souvent interactives : certaines expositions sont une source d'inspiration directe, comme le prouvent d'ailleurs les nombreux « musées virtuels » et « expositions

numériques » sur cédérom ou sur l'internet. On peut citer le cas exemplaire de l'exposition *Hitchcock et l'art*, conçue par le Musée des Beaux-Arts de Montréal, et qui a été présentée au centre Pompidou en 2001. Riche en documents de natures diverses (peintures, extraits de films, objets, textes...), servie par une scénographie travaillée (la première salle, plongée dans le noir, présente 21 objets issus de films du maître, et nous plonge directement au cœur de son univers), cette exposition pourrait sans doute trouver un magnifique prolongement sous forme de cédérom ou de DVD...

2.8. Qu'est-ce qu'un produit « culturel » ?

On l'a vu plus haut, le but de ce mémoire est de proposer *in fine* un produit « culturel ». A l'heure du ludo-éducatif, des jeux d'apprentissage, de l'enseignement assisté par ordinateur ou des exercices didactiques, il peut paraître gratuit de revendiquer la fabrication d'un produit culturel. Pourtant c'est loin d'être le cas, et il nous faut pour le montrer revenir rapidement sur les notions de culture et d'apprentissage.

On peut penser que, pour chacun de nous, notre patrimoine culturel, nos *connaissances*, n'ont pas toutes été acquises sur les bancs de l'école, loin s'en faut. Que ce soit dans les disciplines scolaires (histoire, langues, français...) ou dans d'autres champs de la connaissance (arts, musique, gastronomie), combien d'idées parmi les plus marquantes nous viennent de la lecture d'un livre trouvé par hasard, de la visite d'un musée labyrinthique ou d'un château ancien, du *dialogue*, enfin, avec d'autres personnes ? La culture de chaque individu est faite de toutes ces richesses intellectuelles, scientifiques ou artistiques, théoriques ou pratiques. Et les connaissances nées d'une découverte, acquises dans le plaisir, peuvent transcender celles nées d'un apprentissage laborieux.

Le produit *culturel* s'oppose au produit *didactique*. Même dans un cédérom extrêmement pointu, technique comme celui des *Châteaux forts* des éditions Syrinx, on peut parler de produit culturel : il est conçu pour satisfaire la soif de connaissance de son utilisateur, mais aussi pour aiguïser sa curiosité. Ici, pas d'exercices, pas de points à accumuler, l'utilisateur n'a pas de comptes à rendre à la machine : seul le plaisir de la découverte, ou de la re-découverte, de la stimulation des sens et de l'intellect importe. Il n'est pas question pour autant de négliger les acquis de la pédagogie : des textes clairs,

des schémas interactifs, des commentaires soignés, des photos explicites et tous les procédés issus des sciences de l'éducation sont bien sûr des atouts essentiels.

Le travail d'autocritique mené par Brigitte Lepez et Dominique Perrin, de l'Université de Lille III, leur a montré qu'un cédérom sur une œuvre littéraire ne devait pas négliger « l'autour du texte », c'est-à-dire la vie de l'écrivain, et son environnement :

La littérature, les textes littéraires devaient être abordés à partir de cet angle, condition d'une restitution d'une partie de leur histoire et de leur sens. L'outil multimédia devait permettre d'explorer un monde, une culture, une époque, c'était une de ses missions principales. ^[19]

Enfin, un produit multimédia *culturel* comme le DVD sur l'univers de Jerome Charyn peut tout aussi bien faire l'objet d'un usage personnel, sans volonté d'apprentissage, que celui d'un usage scolaire plus orienté vers un apprentissage particulier. Son caractère pluridisciplinaire lui permet d'être didactisé à loisir par l'enseignant selon sa propre discipline ; la richesse de ses documents, tant par leur nature variée que par les sujets abordés, et les références qu'ils contiennent permettent d'envisager un apprentissage différent, pluridisciplinaire, guidé par la découverte d'un nouveau monde plutôt que par la promesse d'une note sur un bout de papier.

2.9. Univers de l'écrivain, univers littéraire

On l'a vu en introduction, le passage de l'univers littéraire à l'univers de l'écrivain n'est pas un choix anodin. Il est étroitement lié, par ailleurs, aux notions d'adaptation et de transposition qu'on retrouvera dans la troisième partie. L'univers littéraire d'un écrivain vit indépendamment de celui qui l'a créé : on peut le concevoir, l'imaginer, sans même connaître son auteur. En plus de l'histoire, il se compose d'un style, de lieux, de thèmes et de personnages récurrents. On reconnaît la griffe d'un auteur aux ambiances qu'il crée, à ses formules, à son emploi de la langue, aux sujets qu'il aborde.

Mais aussi riche soit-il, l'univers littéraire n'est qu'un fragment que nous donne à voir l'écrivain de son propre univers. L'exposition *Brouillons d'écrivains*^[27] qui a eu lieu à la Bibliothèque Nationale de France découle de ce réflexe qu'ont tous les curieux de littérature : aller voir au-delà du texte, remonter jusqu'au Grand Œuvre de la création, à ce qui précède l'acte d'écriture. Or avant l'écrit, il y a l'homme, avec son

histoire, son passé, ses goûts, ses voyages, ses amis et ses maîtres à penser. L'étude d'une œuvre littéraire, ou même d'un seul livre, amène irrésistiblement le chercheur à se renseigner sur son auteur, pour comprendre comment, pourquoi : d'où vient ce goût pour l'absurde ? pourquoi choisir un antihéros ? Le cocktail au céleri est-il vraiment une spécialité new-yorkaise ? Si certains auteurs s'effacent complètement derrière leur œuvre, n'ayant rien d'autre à dire que ce qu'ils écrivent, d'autres comme Jerome Charyn vont jusqu'à mêler réalité et fiction dans une inextricable trame, joignant leur vie à celle de leurs personnages. Les passions secrètes des auteurs, leurs contradictions, leurs correspondances sont autant une prolongation de leurs œuvres que leur source d'inspiration. Ouvert sur de nouveaux horizons, l'univers d'un écrivain s'impose plus largement que l'œuvre dans le multimédia, puisqu'il peut faire intervenir des documents au-delà du texte, comme des fac-similés de manuscrits, des photos d'archive, des entretiens filmés, des textes critiques, et tout élément biographique réel ou imaginaire, reflet et prolongement de son travail.

2.10. Conclusion

Nous venons de voir, dans ces quelques pages, un aperçu des notions nécessaires pour pouvoir parler du multimédia, mais aussi une première approche des enjeux qui apparaissent dès lors qu'on souhaite créer un produit multimédia, quel qu'il soit. Les termes employés ont été définis dans le cadre de ce mémoire, c'est-à-dire pour un champ d'utilisation précis : celui de la création d'un produit multimédia culturel. Autrement dit, ils ne prétendent pas avoir une valeur universelle applicable dans tous les domaines, simplement poser les bases d'une réflexion sur les usages pratiques de ces technologies. Dans le chapitre qui suit, nous allons étudier ces usages pour des produits multimédia diffusés sur trois supports : l'internet, le DVD et le cédérom.

3. Deuxième chapitre : usage des technologies

L'imagination est plus importante que le savoir.

— Albert Einstein, *Sur la science*

3.1. Introduction

Ce chapitre va nous permettre, par le biais de l'étude de nombreux produits, d'avoir un aperçu des idées ainsi que des possibilités techniques développées sur trois types de supports : le DVD vidéo, l'internet et le cédérom. Cette analyse permettra d'une part, de manière générale, de repérer les évolutions les plus pertinentes perceptibles dans ce champ de la production culturelle, et de façon plus précise, d'aider à prendre les décisions les plus appropriées pour l'élaboration du produit multimédia sur Jerome Charyn. Les références complètes des produits étudiés sont rappelées en annexe, page 89.

3.2. Les 3 supports

Chacun des trois supports multimédia envisagés ne sera pas analysé de la même manière.

Pour le plus récent d'entre eux, le DVD vidéo, les produits disponibles sont, dans la majorité des cas, des films de fiction. Mais le plus intéressant en ce qui nous concerne, est l'usage de plus en plus courant des « bonus » de DVD. Ces bonus peuvent parfois, dans des coffrets à tirage limité, occuper un DVD entier. C'est là que se concentre la partie la plus interactive et multimédia du DVD, et c'est cela qui sera étudié dans ce chapitre. Dans ce cadre, le contenu filmique du DVD importe peu et on se concentrera surtout sur les moyens techniques et les métaphores mises en œuvre.

Dans le cas des cédéroms, on analysera aussi bien des titres dits culturels que des jeux ou des titres proches de la création artistique. Chacun de ces domaines développe des stratégies propres mais complémentaires, aussi bien sur le plan technique qu'imaginatif.

Sur l'internet, la prolifération des sites fait qu'on se concentrera uniquement, d'une part sur des sites directement liés à la littérature et à la création littéraire, et d'autre part sur des sites à vocation culturelle ou artistique, ou développant largement le concept d'univers (artistique, visuel ou littéraire) et possédant des valeurs créatrices importantes.

Dans chacun des trois cas, on a choisi de présenter en détails seulement quelques œuvres caractéristiques du corpus étudié. L'analyse d'un corpus plus large a permis cependant un travail plus précis.

3.3. DVD vidéo

Depuis l'apparition du support DVD sur le marché du *home-cinema*, on s'est rapidement rendu compte que l'espace disponible sur un DVD, en terme d'information, était généralement supérieur à celui requis pour stocker uniquement le film. Très tôt sont apparus ainsi les premiers « bonus » des DVD : sous-titrage multiples, bandes annonces du film ; vite suivis par ce qui est maintenant présent sur quasiment tous les DVD édités à l'heure actuelle : entretiens avec le réalisateur et les principaux acteurs, *making off* du film, galerie de photos, affiches du film, commentaire audio, *director's cut*, etc.

Certaines éditions vont maintenant plus loin et proposent des suppléments réellement innovants, tant dans la manière dont ils sont présentés (imagination) que dans la technologie qu'ils mettent en œuvre (technique). Nous allons détailler quelques titres parmi les plus représentatifs de la production actuelle, puis voir ensuite quels sont les failles à combler et les opportunités de ce support dans l'avenir.

3.3.1. *Fantasia Collector*

Cette édition « collector » en DVD du chef-d'œuvre des studios Disney est résolument axée sur la conception et la réalisation du dessin animé. Le premier DVD propose le film en intégralité, accompagné d'une scène, *Clair de lune*, qui n'avait jamais été diffusée avec le film. Cet ajout est typique de l'édition DVD, qui de plus en plus permet de voir enfin des réalisations inédites.

Le second DVD, intitulé « La genèse », est entièrement consacré à la fabrication de *Fantasia*. Argument publicitaire, il présente aussi la genèse du *Fantasia 2000*, vendu séparément... Chaque séquence du *Fantasia* original et du *Fantasia 2000* est constituée de trois à huit séquences vidéo thématiques : recherche graphique, conception des personnages, séquences supprimées, concepts abandonnés, musique... En tout, plus de vingt écrans de menu, et plus d'une centaine de séquences, totalisant plus de deux heures trente de film. A cela s'ajoutent quelques écrans de textes et quelques dizaines d'images fixes, dessins préparatoires ou photos d'archives. Les Américains, spécialistes des *making off*, ont réalisé ici un très beau travail, tant au niveau de la réalisation technique, qu'au niveau de la recherche de documents, notamment pour la version originale de *Fantasia*.

Mais bien que de qualité au niveau du contenu et de la finition, ce DVD est symptomatique d'une utilisation beaucoup trop conformiste de la technologie : outre la possibilité, inhérente au support, de se rendre immédiatement à la séquence qui nous intéresse, l'intégralité du contenu aurait pu se trouver sur bande magnétique, de façon tout à fait linéaire. Pire encore, la conception *impose* une navigation fragmentaire : après le visionnage d'une séquence vidéo, on retourne directement au menu courant. Or les séquences ne durent que quelques minutes, ce qui fait que toutes les 5 à 10 minutes au plus, on se retrouve face à un choix à faire pour continuer le visionnage : il n'existe aucune possibilité de voir d'un seul tenant ce qui constitue pourtant un documentaire homogène. Nous voilà en présence d'un phénomène évoqué plus haut, au paragraphe de l'hypertexte : une tabularité contraignante du produit. Dans cet exemple, qui peut le plus, fait le moins ; et ce genre d'erreur est à bannir pour les concepteurs de produits hypermédia !

3.3.2. *Fight Club*

Ce double DVD du film polémique de David Fisher est, pourrait-on dire, le produit typique, standard du DVD avec bonus. Le premier DVD, celui du film, outre un chapitrage¹⁵ pratique sous forme de vignettes et la possibilité de changer bande-son et sous-titres, possède deux aspects remarquables. Le premier est d'utiliser la possibilité technique offerte par le DVD de changer la bande son, mais au lieu d'avoir une langue différente, il propose un commentaire « en direct » du film par son réalisateur et ses trois principaux acteurs. Cette utilisation, pour ainsi dire détournée, est très peu consommatrice de place sur le DVD (le son étant beaucoup plus compact que la vidéo) mais offre des perspectives très intéressantes, en particulier pour tout ce qui concerne l'analyse filmique. La seconde particularité, bien que mineure, est peut-être cependant la plus représentative d'une forme de créativité propre au changement de support. En lançant le DVD, au lieu du traditionnel avertissement sur les droits de visionnage, l'utilisateur a droit à un avertissement de la part de l'un des personnages du film... La fiction issue du film se prolonge alors sur son support même.

¹⁵ Néologisme qui désigne le découpage du film en plusieurs séquences, appelées chapitres, par analogie avec les plages d'un disque audio. Ces chapitres permettent l'accès rapide à un endroit précis du film et sont un des avantages majeurs du DVD sur la cassette vidéo.

Le second DVD propose différents documents dans un menu à deux niveaux de profondeur. En ce qui concerne la vidéo (17 séquences au total), des mini-reportages sur le tournage, les différents bandes-annonces américaines pour le cinéma et pour internet. Le plus intéressant restant les scènes coupées ou modifiées (on visionne successivement les deux versions de la scène, très pratique pour un cours de cinéma), et surtout des études du générique, où l'on peut à tout moment grâce au système multi-angles et au changement de bande-son, faire alterner différentes propositions visuelles et sonores. Puis viennent les images fixes, plus de 150, présentant des photos de tournage, les effets spéciaux, la construction des décors, le story-board, les dessins d'ambiance, etc. Enfin quelques pages de texte constituent les biographies des membres de l'équipe du film, souvent sur plusieurs écrans, et une retranscription écrite d'un entretien avec Edward Norton, l'un des acteurs principaux.

Contrairement à *Fantasia*, ce DVD utilise certaines possibilités techniques spécifiques, et avec bonheur : le changement de bande-son et la caméra multi-angles. Cependant l'ensemble reste relativement conformiste et tributaire du format des *making-off* traditionnels.

3.3.3. In the Mood for Love

Il s'agit de l'édition limitée sur DVD du film de Wong Kar-Wai. Le coffret comprend deux DVD et un petit fascicule. Le premier DVD contient le film, visible en quatre langues et sept sous-titrages différents, le chapitrage du film, la bande annonce originale, et une série d'écrans sur la musique du film. Ces écrans sont des images fixes qui donnent des informations textuelles sur chaque morceau utilisé dans le film, et permettent de se rendre directement au point du film où ces musiques sont utilisées.

Le second DVD, plus complexe, comprend trois niveaux d'écrans de menu. Entièrement dédié aux « suppléments » du film, sa grande originalité est la métaphore qui est employée pour la navigation. Il propose au spectateur d'emprunter un des taxis de Hong Kong pour se rendre à différents endroits de la ville : pension, hôtel, restaurant ou commerces. A chacun de ces lieux correspond un type de suppléments. Le restaurant, par exemple, correspond aux affiches, bandes annonces et récompenses. Chaque écran de menu (il y en a plus de vingt) est particulièrement soigné, représentant

en arrière plan une image animée du film accompagnée d'une musique.¹⁶ On peut s'aider du fascicule, intitulé « Hong Kong : Guide du voyageur », qui détaille précisément le contenu du DVD, pour trouver plus rapidement ce que l'on cherche. En cas de non-utilisation prolongé du DVD, un écran de veille présentant un extrait du film se met en place.

Les suppléments sont particulièrement variés : au rang de la vidéo, on trouve bien sûr les fameuses scènes inédites, un entretien avec le réalisateur, les bandes annonces, les coulisses du tournage, et plusieurs petits reportages de quelques minutes sur la coupe des robes, la coiffure, le jeu de mah-jong, et le tour du monde de l'équipe du film. Mais le DVD comprend aussi de nombreux écrans de texte et d'images fixes sur la musique, les biographies de l'équipe du film, les crédits, les affiches et projets d'affiches pour de nombreux pays, les prix reçus, des recettes de cuisine, des diaporamas d'images du film... Pour finir, une section « multimédia » est accessible *via* un ordinateur et donne l'accès à des fonds d'écran, un écran de veille et aux principaux sites internet officiels du film.

Ce DVD exploite toutes les possibilités techniques existantes au moment de sa conception, et le fait de manière inventive et avec un grand souci de finition des détails. Il peut être considéré comme l'un des meilleurs exemples de DVD vidéo sur le marché parmi ceux que j'ai eu l'occasion d'étudier.

3.3.4. Autres DVD

Le double DVD de *La Planète des singes* de Tim Burton présente un graphisme très soigné et des bruitages bien adaptés aux changements de séquences. Le menu, en cinq parties, est présenté de façon originale, mais pas très ergonomique : pour aller à la partie 5, il faut passer par toutes les parties précédentes, ce qui, vu la lenteur de réaction du DVD, est assez agaçant. Il offre quelques scènes à voir en mode multiangle, mais là encore le temps de réponse est trop lent pour que cela soit intéressant. En plus de tous les suppléments habituels, de bonne qualité, ce DVD propose de voir le film en « vision plus » : de temps en temps, une petite fenêtre apparaît par-dessus l'image du film, et un commentaire vient remplacer la bande-son, pour expliciter tel ou tel aspect de la réalisation du film. Seul point noir : on ne peut pas désactiver ce mode à tout moment.

¹⁶ Image et musique sont en boucle continue.

Dans le DVD de *Sleepy Hollow*, toujours de Tim Burton, on remarque la présence d'un Sommaire qui donne accès d'un coup d'œil à tous les écrans. C'est un peu l'équivalent de la carte d'un site internet. Dans le DVD bonus de *Harry, un ami qui vous veut du bien*, de Dominik Moll, on peut trouver des bonus cachés dans les écrans de menu.

Pour *Les Contrebandiers de Moonfleet*, de Fritz Lang, dans sa version éditée par le CRDP, on ne trouve pas d'innovations techniques particulières, mais des spécificités qui en font un bon objet pour l'analyse filmique : présence de trois documentaires séquencés, images fixes légendées. Dans ce cas par exemple, le DVD a une fonction très ciblée (l'apprentissage du cinéma) et ses fonctions sont exploitées en ce sens : pas de suppléments inutiles, une navigation claire, des textes lisibles de loin, pas de gadgets : il est parfaitement adapté à l'usage qui doit en être fait.

3.3.5. Synthèse des possibilités techniques

Contrairement aux deux autres supports à venir, un DVD propose pour le moment des possibilités techniques limitées et bien définies. Mais on sait que les contraintes sont parfois, voire souvent, stimulantes pour l'imagination... Petit panorama.

3.3.5.1. Les types d'écrans

Les écrans de menu : sur une image de fond fixe ou animée en boucle, du texte ou des symboles indiquent les différentes parties du contenu ou des sous-divisions de menu. Ce type d'écran peut être sonorisé en boucle. Notons qu'on peut très bien « déguiser » un écran de menu et en faire un écran de navigation, ou d'exploration, intuitif. Nous reverrons cette possibilité dans le troisième chapitre.

Animations de transition : afin d'apporter une fluidité à la navigation, une courte séquence vidéo peut être intercalée entre un menu et un autre, ou entre un menu et une séquence vidéo.

Les écrans de texte présentent un court paragraphe, ou parfois un texte plus long qui s'étale sur plusieurs écrans. On passe alors d'un écran à l'autre à l'aide de boutons de navigation. Essayer de limiter ces écrans de textes, dont la lecture est toujours fastidieuse, et veiller à utiliser des fontes lisibles de loin (depuis son canapé par exemple) pour ne pas les rendre inutilisables.

Les écrans d'image fixe fonctionnent sur le même principe, souvent suivant le mode du « diaporama », les images défilant les unes après les autres. Il faut noter qu'une image fixe présente une meilleure qualité à l'écran qu'un arrêt sur image fait pendant le film.

Enfin, la majeure partie d'un DVD est constituée par les séquences vidéo.

3.3.5.2. Les touches de la télécommande

Voir aussi à ce sujet le document sur la télécommande hors-texte.

Les variantes

Ce sont les trois touches sous-titres, vidéo et son. Si leur utilisation la plus commune, pour les langues, est déjà largement exploitée, il manque encore un usage détourné comme les sous-titres pour mal entendant, les commentaires d'analyse, ou d'autres usages restant à inventer. Mais pour cela il faudra sans doute attendre l'apparitions de formes spécifiques au DVD et non plus adaptées du grand écran.

La touche Menu

Elle permet non seulement de se rendre au menu « courant » du DVD (c'est-à-dire à l'écran de menu sur lequel le spectateur se trouve, si le menu est constitué de plusieurs sous-menus), mais aussi à revenir au film à l'endroit où en était resté le spectateur.

Les touches de navigation

Quatre touches, semblables aux flèches du pavé numérique, permettent une navigation sommaire, tandis qu'une cinquième permet de valider ses choix.

Autres touches

La télécommande possède bien sûr toutes les touches de défilement et un pavé numérique, cependant leur usage est toujours limité à des fonctions de base.

3.3.5.3. Le DVD-Rom

Le DVD peut être utilisé comme support d'informations informatiques, à la manière d'un cédérom. Les possibilités techniques sont alors identiques à celles du cédérom, mais avec un espace mémoire beaucoup plus important (jusqu'à plus d'un gigaoctet au lieu de 650 mégaoctets).

3.3.6. Limites

Pour synthétiser les problèmes inhérents au DVD, nous allons nous fonder principalement sur celui de *In the Mood for Love*, qui malgré sa très grande qualité souffre encore du manque de maturité dans l'exploitation de ce support.

L'utilisation du DVD de bonus sans l'aide du fascicule peut être fastidieuse, car la dispersion des informations sur une vingtaine d'écrans est beaucoup moins commode que d'avoir sous les yeux, en quatre pages de texte, l'intégralité du contenu. On ne peut pas encore parler d'une véritable navigation sur un DVD comme il en existe pour le cédérom ou les sites web. Il faudrait dépasser la double contrainte des habitudes graphiques imposées par le format télévisuel, et de la technique qui limite les instruments de navigation à une télécommande, là où l'ordinateur dispose d'un clavier et d'une souris. Il est bien entendu que le marché du DVD succède progressivement à celui de la cassette VHS, et donc que ses utilisateurs sont plus des adeptes de la télécommande que de la souris. Mais un état intermédiaire intéressant est à chercher du côté des consoles de jeux vidéo, et nous y reviendrons dans la conclusion de ce mémoire.

La « réactivité » lors de la navigation est encore trop lente : si les utilisateurs de l'internet sont habitués à devoir patienter quelques secondes lors du chargement d'une page, les quelques secondes qui séparent l'activation d'un bouton de l'accès au menu suivant ou à une séquence vidéo sont encore de trop.

Les possibilités du mélange DVD vidéo - DVD-Rom sont encore mal exploitées. Par exemple, dans le cas d'*In the Mood for Love*, les recettes de cuisine sont présentées comme une succession d'écrans de texte détaillant les ingrédients et le mode opératoire. Impossible à utiliser dans une cuisine à moins d'être intégralement recopiées à la main, ces recettes ne sont pas très pratiques. De plus aucun élément visuel n'indique à quoi doit ressembler le résultat final... Il aurait été beaucoup plus astucieux de présenter, sur le DVD, une courte séquence vidéo à la manière des émissions culinaires télévisées, et, sur le DVD-rom, des recettes au format texte, prêtes à imprimer... On voit là un exemple de complémentarité parfaite de deux facettes du multimédias, présents de surcroît sur le même support physique. Cet aspect essentiel sera développé dans la troisième partie de ce mémoire.

Dans un article de Télérama,^[12] quelques réalisateurs s'exprimaient sur les possibilités nouvelles apportées par le DVD. Unanimement, ils applaudissent la possibilité de conserver le film indéfiniment (bobines et cassettes VHS se dégradant avec le temps) et de pouvoir montrer leur propre montage du film, parfois différent de celui imposé en salle par les distributeurs. Ainsi les *director's cut*,¹⁷ enfin disponibles en DVD, font la joie des cinéphiles. Mais à l'inverse, l'idée d'adjoindre au film les coulisses du tournage, les scènes coupées ou des analyses de séquences n'est pas toujours bienvenue, les réalisateurs ne souhaitant pas forcément livrer leurs « secrets de cuisine », ou supportant mal la présence d'une équipe de journalistes sur leur plateau... Certains cinéastes, à l'instar de David Lynch, préfèrent privilégier le film, rien que le film, dégagé de tout document parasite. En revanche, Christophe Gans, le réalisateur du *Pacte des loups*, annonce qu'il pensera son prochain film directement pour sa sortie en DVD : ce genre de réflexion, si elle n'est pas forcément favorable pour le cinéma en salle, est certainement bénéfique pour l'avancée du DVD.

3.3.7. Conclusion

Il est bien évident que le DVD vidéo (qu'il dispose ou non d'une piste DVD-Rom), dernier rejeton de la famille multimédia, n'en est encore qu'à ses balbutiements, et d'ailleurs ses performances sont de plus en plus impressionnantes.

Évoquons rapidement ici le tout récent DVD du film Harry Potter¹⁸, qui en plus d'une section DVD-Rom très fournie, a su très bien recréer l'ambiance du film, et transformer un DVD de « bonus » en véritable jeu. De nombreuses astuces d'utilisation, et une maîtrise parfaite de l'alternance entre séquences vidéo et écrans de menu (mis à part une courte pause, il n'y a pas de rupture visuelle) ont permis entre autres, de créer une visite virtuelle de l'école de magie de Poudlard, et de disséminer les différents suppléments de telle sorte qu'on a l'impression de jouer que de consulter un DVD !...

Les possibilités techniques vont sans aucun doute encore, évoluer, rapprochant son utilisation de celle des cédéroms ou des consoles de jeu. Il est d'ailleurs probable qu'à

¹⁷ Littéralement « montage du réalisateur », par opposition avec le montage imposé par les studios. Ce terme est plus fréquemment employé outre-atlantique où les réalisateurs ont en général moins de liberté qu'en France.

¹⁸ Nous n'avons pu consulter que très tardivement ce DVD, ce qui explique qu'il ne bénéficie pas du même traitement détaillé que les autres titres.

l'avenir, le matériel de visionnage s'apparentera davantage à un ordinateur qu'à un magnétoscope.

3.4. Cédéroms

L'analyse détaillée présentée ici propose une sélection de trois types de cédéroms : cédérom de jeu (*Myst*), cédéroms culturels (*Les génies de la peinture*, *Lumière sur les grands peintres*, *Mechanical marvels*, *L'Apocalypse*, *Châteaux forts*) et création (*Immemory*).

3.4.1. Une référence : *Myst*

1993 allait être une année à marquer d'une pierre blanche, tant pour les amateurs de jeux vidéo que pour le monde du multimédia : les frères Miller, et leur société Cyan, venaient de sortir *Myst*. Jeu mythique, référence incontournable, *Myst* combinait avec force une technologie de pointe, une scénarisation solide et un univers original. Tirant parti des possibilités du Macintosh¹⁹, ce jeu révélait aussi son inventivité dans les limites même de la technique de l'époque.

Plongé dans un univers purement graphique, le joueur devait explorer une île mystérieuse et essayer de comprendre comment et pourquoi il s'était retrouvé là. Voici réunis trois éléments clef du jeu. Premièrement, il est purement graphique : après un générique digne d'un film, l'île de *Myst* apparaît en plein écran, en vue subjective. Pas de boutons, pas d'interface, pas de menu ou presque²⁰, seule la souris permet de se déplacer et d'accomplir les différentes actions : l'immersion est maximale. Deuxième élément : une telle immersion dans un univers pourrait ne pas avoir de fin, la re-création complète d'une ville, d'un pays ou d'une planète pouvant vite s'avérer nécessaire pour affirmer la crédibilité du jeu. L'ingéniosité des auteurs les a conduits à situer l'action sur une île, où l'espace du jeu se trouve naturellement limité, sans que cela soit ressenti comme artificiel ! Enfin, troisième élément de sa réussite : le mystère²¹. L'étrangeté de l'univers, parfaitement en adéquation avec le graphisme du jeu (en images de synthèse),

¹⁹ *Myst* a été conçu sur des Macintosh quadra, et utilise comme ossature le logiciel HyperCard d'Apple, premier logiciel grand public générateur d'hypermédia.

²⁰ Un menu caché permet seulement de sauvegarder la partie en cours, de quitter le jeu ou de régler le volume sonore.

²¹ *Myst* est un jeu de mot sur *mist*, brume, et *mysterious*.

et les nombreuses énigmes qui le parsèment, en ont fait un jeu fascinant, et pourtant sans combat ni promesse de trésor !

En résumé, *Myst* a marqué son époque parce qu'il a su faire preuve d'une grande créativité tout en combinant parfaitement le jeu et son support, la technique et le scénario, le graphisme et l'univers.

Dans un même ordre d'idée, on peut mentionner la série d'animation *Les Quarxs*. Réalisée par Maurice Benayoun, avec la participation du duo Schuiten et Peeters, cette mini-série présentait des créatures étranges et imaginaires à la manière d'un reportage animalier. Sa réussite tient tant à une idée originale qu'à une parfaite adéquation du sujet et de la technique :

Trop complexes pour l'animation traditionnelle, inconcevables en prises de vues réelles, *Les Quarxs* ont été pensés d'emblée en fonction des possibilités de l'image numérique. « Défiant les lois scientifiques les plus admises », les propriétés de ces animaux bizarres ne sont autres que celles de la synthèse : leur mode de déplacement ou de reproduction, la manière dont ils se manifestent, sont directement issus de la technologie qui les fait vivre. ^{[8], p. 149}

3.4.2. *Les balbutiements*

La collection « Lumière sur les grands peintres », réalisée en Italie en 1996 et localisée²² en France par Hachette multimédia, est un exemple typique des produits grand public de cette période. Outre les qualités minimales qu'on peut exiger d'une grande marque (pas de fautes d'orthographe ou de bugs, navigation correcte, contenu relativement riche), cette série, à l'instar de sa concurrente, « Les génies de la peinture » aux Éditions Atlas, est loin de provoquer l'enthousiasme. Ces deux collections, bien que légèrement différentes dans leur contenu, présentent exactement les mêmes défauts.

Trop scolaires, elles adoptent un ton rapidement insupportable (tant au niveau de la diction que du vocabulaire), en particulier au niveau des jeux : les réponses aléatoires du type « Bien ! » ou « Non, ce n'est pas ça. Recommence. » ont très mal vieilli ! Toujours

²² Ce terme du jargon des éditeurs multimédia désigne le fait d'adapter un produit aux exigences « locales ». En plus de la langue, certains autres éléments de nature culturelle peuvent être changés.

au niveau des jeux, ceux-ci sont sans imagination (puzzle, quiz...), et dans une des collections on ne peut pas les choisir, on nous inflige d'office une série de jeux dans un ordre aléatoire. Les deux programmes abusent d'effets grossiers typiques d'une programmation sous Director, en particulier les effets de transition. Tous les poncifs des images survolés, des boutons qui font « clic », etc., sont représentés, ce qui pour un utilisateur un peu chevronné est particulièrement peu motivant. Et le plus symptomatique, c'est que ces deux séries n'ont... pas d'auteur. En bref, ces collections sans imagination représentent tout ce qu'il ne faut plus faire aujourd'hui !

Mechanical Marvels est un autre produit italien, de la même société que la série « Lumière sur... », mais ne faisant pas partie d'une collection, et réalisé deux ans plus tard, avec le concours d'une institution italienne. On constate immédiatement une nette différence : la qualité graphique est plus soignée, et des modes de défilement avancés sont disponibles (on peut arrêter puis reprendre un diaporama). Mais ce produit s'adresse à un public d'adultes, voire d'érudits, et ne propose au final qu'une seule forme d'exploration : ce que nous appellerons désormais le diaporama, c'est-à-dire un petit film fait d'images fixes mouvantes, accompagnées d'une musique et / ou d'un commentaire. Beaucoup de progrès restent à faire.

3.4.3. Un must : *Châteaux Forts*

Nous allons nous attarder un peu plus longuement²³ sur ce cédérom, car il est sans conteste le plus abouti parmi ceux que nous avons pu analyser.

Châteaux Forts a été dirigé par un archéologue historien, Nicolas Faucherre, et par les équipes des éditions Syrinx. Il a pour vocation de retracer cinq siècles d'architecture castrale, du XI^e au XV^e siècle. Signalons aussi l'excellent cédérom *L'Apocalypse*, toujours aux éditions Syrinx, et qui traite lui de la tapisserie du château d'Angers. Sa construction et ses qualités sont très proches des *Châteaux Forts*, cependant il est plus sommaire et moins riche, c'est pourquoi nous n'en parlerons pas plus en détail. Il reste néanmoins un produit de référence, remplissant parfaitement ses objectifs.

²³ Cette étude s'appuie en partie sur un travail réalisé au cours de l'année de DESS avec Anäk Goutner.

Le contenu multimédia

Nous allons faire rapidement la liste des différentes natures de documents contenus dans le cédérom pour donner une idée de sa richesse et de son ouverture. Sur le plan textuel, on distingue des textes courts et lyriques, des textes plus sobres et descriptifs (outils, architecture, mode de vie..) et des hypertextes, de type plus encyclopédiques. Tous les textes sont imprimables.

Les types d'images fixes employées sont extrêmement variées ce qui est très agréable à l'œil, et évite toute lassitude visuelle. On trouve donc : des images de synthèse en 3D, des images panoramiques en 3D immersive (on peut se déplacer dedans), des photographies, des schémas, des plans, des dessins et des gravures anciennes. Les photographies de châteaux sont toujours visibles en mode plein écran.

L'ambiance sonore est extrêmement réussie. Dès la séquence d'introduction, une musique envoûtante et une voix grave et posée nous mettent dans l'ambiance. Il y a en tout quatre narrateurs, deux hommes et deux femmes, fréquemment alternés, ce qui est très appréciable et évite la sensation de « tête à tête » avec le logiciel. Enfin les musiques d'ambiance et les différents bruitages mettent de la vie dans tout le produit.

Nous terminons cet inventaire par les ressources proprement multimédias. On a des séquences vidéo, des diaporamas dont on peut à loisir arrêter ou reprendre le cours, des images didactisées par des filtres de couleur, des comparaisons, des surimpositions ; des textes lus, et enfin le fameux Carnet multimédia sur lequel nous reviendrons plus loin. L'alternance constante entre tous ces modes de représentation stimule en permanence l'attention de l'utilisateur, et on se surprend à passer des heures à naviguer dans cet hypermédia...

La navigation

Car c'est bien d'un véritable hypermédia qu'il s'agit : à tout instant on peut trouver des zones sensibles qui nous renvoient, de manière fort intelligente, vers un autre document. Ce produit a d'ailleurs su très bien exploiter la navigation entre l'image « de fond » et une ou deux fenêtres qui viennent s'y superposer, permettant de garder sous les yeux le « point de départ » et d'y revenir si on ne continue pas dans l'embranchement proposé. On peut « cliquer » pendant un diaporama, car sous celui-ci peut à volonté s'afficher une barre contenant une sélection d'autres documents en rapport avec lui. On peut cliquer lors de l'exploration virtuelle, sur une barbacane par

exemple, pour en avoir la description et l'usage. On peut cliquer sur la carte de France interactive pour obtenir la fiche signalétique d'un château, puis dans cette fiche pour avoir accès au site internet, et ainsi de suite.

La barre de défilement des diaporamas permet constamment de savoir où l'on se trouve dans le document et combien de temps il dure. Tous les éléments de navigation peuvent à volonté disparaître pour ne laisser que l'image seule à l'écran. Le système de fenêtres et la construction du cédérom, avec seulement trois niveaux de profondeur, permet d'atteindre en trois clics n'importe quelle partie.

La scénarisation

Elle repose sur 5 modes d'approche différents.

Premier mode : immersion dans un microcosme virtuel. (*L'Explorateur*) Ce mode permet d'avoir différents points de vue du château, à travers cinq époques, sans commentaires. C'est un regard libre que porte l'utilisateur sur cet univers. L'interactivité est totale. L'utilisateur se balade à son gré dans l'image 3D, accompagnée parfois par de la musique ou des bruits d'ambiance. Des liens existent vers les séquences multimédias didactiques.

Deuxième mode : cours ou mini documentaire, sous forme de diaporama. (*Transitions* et *Dossiers*) C'est le mode explicatif ou didactique. Les diaporamas sont des séquences audiovisuelles de 4 à 5 minutes. Tout est fait pour une mémorisation optimale : voix agréable et claire accompagnée de photos, d'images de synthèse, de plans, dessins, schémas illustratifs, etc. Les *Transitions* sont organisées de manière chronologique, et les *Dossiers* de manière thématique.

Troisième mode : voyage dans le temps et la vie quotidienne. (*Chroniques*) On a accès à une base d'hypertextes lus avec un accès à certains documents multimédias sélectionnés et présentés dans une barre de navigation. Ces documents sont présents dans un tableau à double entrée : chronologique et thématique. Ces chroniques sont essentiellement axées sur la vie quotidienne des habitants du château et du village lié au château (religion, fêtes, travail, outils, métiers...). Ces documents peuvent être lus d'une traite pour chaque époque, ou bien par séquences thématiques en comparant différentes époques.

Quatrième mode : l'*Atlas* permet une exploration géographique et chronologique de l'implantation des différents châteaux de France. Pour chaque château, on a des liens

vers des informations actuelles et touristiques et des sites internet. Ce mode peut être utilisée pour la préparation d'un voyage d'étude ou de plaisance.

Cinquième mode : le *Carnet multimédia*. Ce mode d'accès original (et marque déposée de Syrinx) permet d'accéder à chaque unité d'information composant le cédérom : séquence sonore, séquence vidéo, image, graphique, fiche textes sur architecture, château, personnage (biographie), etc. Le carnet enregistre les dates de consultation de chaque document. Il permet de retrouver chaque document à partir de nombreuses entrées : date, chronologie, carte, thèmes, index, lexique, etc. Il permet un va et vient continu entre l'écran principal et tout autre document, puisqu'il s'ouvre dans une fenêtre séparée et qu'un bouton de l'écran principal le rend accessible en permanence.

Conclusion

Aucune fausse note dans ce cédérom exemplaire, d'une grande élégance, aussi bien visuelle qu'intellectuelle. Une grande richesse de documents, qui en font une référence (en tout cas pour des non-spécialistes). La diversité des approches et des documents rendent ce produit utilisable aussi bien pour un usage culturel que pédagogique, en classe du primaire au lycée, et permet de toucher un public très varié en âge et intérêt. A utiliser seul, ce logiciel nécessite quelques pré-requis et une bonne motivation par rapport au sujet. Mais si ces conditions sont remplies, la présentation extrêmement agréable finira de séduire plus d'un utilisateur...

3.4.4. *Immemory*

Nous terminons cet aperçu par un dernier cédérom de référence, dans un autre registre, plus proche de la création artistique pure. Chris Marker est à la fois écrivain, voyageur, cinéaste, photographe : ce sont quelques-unes des qualités qu'il a rassemblé pour réaliser seul ce cédérom expérimental, *Immemory*, voyage au cœur d'une mémoire virtuelle, reconstituée ; basée sur des documents réels, mais pourtant fictive. Tout comme Jerome Charyn, nous le verrons plus loin, Chris Marker joue ici sur l'ambiguïté entre biographie et fiction. Il propose un parcours labyrinthique dans une mémoire réinventée, un peu la sienne, un peu celle du siècle qu'il a parcouru, et qui en fait en somme la mémoire de beaucoup d'hommes et de femmes de sa génération. Le point fort de cette œuvre est justement d'utiliser les spécificités de la navigation hypermédia pour simuler les cheminements, parfois limpides, parfois tortueux, de la mémoire. *Immemory*

possède autant des qualités récréatives, par ses jeux, énigmes, dessins étranges que culturelles, du fait qu'elle présente de véritables photos historiques, contextualisées, commentées parfois. Comme nous le revendiquons, l'apprentissage au sens le plus large peut très bien passer par ce genre de produit, éminemment culturels.

Enfin il est amusant de voir la coexistence sur un même support, de modes de représentations très classiques, comme le collage, et d'expérimentation diverses, avec des techniques qui n'étaient pas forcément très répandues en 1998, date de parution d'*Immemory* : morphing, Quick Time Virtual Reality, images retouchées et trafiquées par différents filtres, textes défilants, vidéo Quick Time... On sent que l'auteur a voulu expérimenter un peu tout ce que ce nouveau support mettait à sa disposition, et c'est ce type de démarche qui permet entre autres de tirer vers l'avant la conception des produits multimédia du futur.

3.5. Sites internet

L'internet, réseau quasi illimité²⁴ et sans cesse mouvant, génère et résorbe quotidiennement des dizaines de milliers de pages. L'extrême facilité, et le coût dérisoire avec lesquels n'importe qui peut faire de la publication en ligne, a permis à de nombreuses personnes de pouvoir s'exprimer et de laisser libre cours à leur créativité. Nous nous contenterons une fois de plus d'un simple survol de la situation, tant une étude exhaustive du sujet (plusieurs centaines, voir plusieurs milliers de sites) serait une démarche illusoire.

3.5.1. Univers

<http://www.urbicande.be>

<http://www.xxeciel.com>

Ces deux sites sont exemplaires pour ce qui est de la génération d'univers. En l'occurrence, tous deux prolongent, de manière différente et intéressante, deux univers de bande dessinées. Le premier est le site officiel de la série des Cités Obscures, dont il a déjà été abondamment question dans la première partie. De facture relativement classique au premier abord, sa complexité reflète la structure même de l'univers dont il

²⁴ Illimité dans le sens où, le temps qu'on fasse le tour de toutes les pages, nombres d'entre elles auront disparu, se seront transformées, et plus encore seront apparues.

découle, et dont un des piliers est cette théorie des « passages » entre deux mondes. Une des sections du site est d'ailleurs ouverte aux internautes, qui peuvent envoyer photographies et coordonnées des « lieux de passages » qu'ils ont pu trouver dans notre propre monde...

Le second site repose sur une métaphore originale. Réalisé en Flash, il propose d'explorer le bureau de l'ordinateur d'une des protagonistes de la série... On peut ainsi lire son courrier, regarder les messages du forum, regarder des images... À la manière d'un détective, on doit ainsi tenter soi-même de reconstituer une histoire à partir de fragments : et voilà un excellent exemple de littérature hypertextuelle mise en scène...

3.5.2. Création et expérimentation littéraire et textuelle

Il existe de très nombreux sites sur internet explorant les possibilités de la littérature sur écran. Loin de nous l'idée de vouloir en donner un panorama complet, ni même un peu représentatif. En quatre sites, nous proposons quatre tendances, quatre possibilités parmi le champ des possibles. Le lecteur curieux pourra se référer au site du magazine Lire (www.lire.fr) qui répertorie des centaines de sites liés à la littérature, dont des dizaines sont des sites d'expérimentation littéraire.

<http://www.0m1.com>

Ce site d'auteur propose, outre des textes « classiques », des « Poèmes en quatre dimensions », animés et réactifs, mélange de textes et d'images ; ainsi qu'un roman hypertextuel illustré de photographies retouchées. Ce site illustre une tendance qu'ont beaucoup d'auteurs, en passant de la page à l'écran, à vouloir illustrer leurs textes, et même à mélanger le plus possible texte et image dans un même objet.

<http://www.ressources.org>

Ce site est une vraie revue littéraire sur internet. Elle propose des textes et des poèmes linéaires, mais surtout plusieurs romans hypertextuels, ainsi que quelques travaux théoriques sur l'hypertexte. Pour ses auteurs, le but de la revue est de « mettre à la disposition de l'internaute textes, dossiers et ressources en accès libre ; le mot ressources [évoquant] l'idée d'une abondance disponible. »

<http://www.charabia.net>

Ce site éminemment ludique propose au visiteur 57 générateurs automatiques de textes aléatoires, dont le fameux Générateur d'essais philosophiques. On y trouve aussi

le Pédagophone, générateur de langue de bois pédagogique, et le Mille sabords ! pour jurer comme le capitaine Haddock... Outre les applications en cours de français (et d'informatique, puisque le principe des générateurs est expliqué et qu'on peut construire le sien !), la génération aléatoire de texte peut trouver de nombreuses applications dans le cadre d'une application multimédia, par exemple pour simuler un dialogue de personnages. C'est aussi le domaine de recherche d'universitaires et d'informaticiens.

<http://www.mpt-espace-aragon.asso.fr/bdb/home.htm>

Cette page étrange, pour le moins intrigante, a pour elle de présenter sur internet un hypertexte de façon très agréable, puisque qu'on peut l'appréhender de manière globale. La page ne contient qu'un court texte, centré en son milieu, sur fond noir. Certains mots du texte sont des liens. Le clic sur un lien fait apparaître un mot ou une courte phrase en bordure du texte principal, dans une sorte de case invisible, sans pour autant cacher le texte de départ. Ce nouveau texte peut comporter lui-même un ou plusieurs liens, qui feront apparaître d'autres textes, de différentes couleurs, dans d'autres cases... Au bout de quelques clics, le résultat est tout à fait étonnant, et oscille entre l'analyse de texte et l'œuvre d'art interactive.

3.5.3. Expositions virtuelles

<http://www.culture.gouv.fr/culture/exp/exp.htm>

Le site du Ministère de la culture propose un certain nombre d'« expositions virtuelles ». Leur qualité est assez variable, les plus anciennes étant souvent des sites internet très basiques. Mais la dernière en date, « L'Histoire par l'image : 1789 - 1939 », entièrement réalisée en Flash²⁵, est assez intéressante. Graphiquement très belle, elle intègre de nombreux documents iconographiques et possède une navigation agréable. L'ensemble du site est influencé par les cédéroms culturels dont on retrouve ici certaines fonctionnalités comme un espace personnalisé qui permet la création d'un album de photos. La technologie Flash permet en effet de faire une interface et générer un environnement qui rappelle celui des cédéroms, tout en restant léger et adapté au web. On trouve d'ailleurs maintenant certains cédéroms uniquement fabriqués avec

²⁵ Flash est un logiciel de la société Macromédia, aussi editrice du fameux Director, le logiciel de création de cédéroms. Flash permet de créer toute sortes de graphismes et d'interfaces très légères en terme d'octets, et possède son propre langage de programmation, ce qui en fait un logiciel très versatile et de plus en plus utilisé.

Flash. Ce site, bien qu'il reste assez académique et un peu froid, est cependant une nouvelle preuve que la frontière entre le *on-line* et le *off-line* est de plus en plus ténue et va sans doute finir par disparaître.

3.5.4. Sites artistiques

Le très faible coût de production et de diffusion sur l'internet en a fait un espace privilégié d'expression pour de nombreux artistes, qu'ils soient issus du multimédia ou non. Voici un petit florilège de sites représentatifs ou originaux.

<http://www.prystation.com>

Conceptuel, expérimental et sans doute un peu avant-gardiste, ce site est très représentatif d'une vague graphique particulière née sur le web, dont l'origine est essentiellement due aux contraintes du dessin animé vectoriel imposées à l'origine par Flash. Lignes droites ou brisées, formes géométriques, motifs complexes évoquant l'infini ou répétition d'un même symbole, le design typique du graphisme Flash impose sa marque sur de nombreux sites d'artistes en ligne. À l'origine exprimant à la fois une forme de pureté et de froideur, caractéristiques essentielles des machines, cette vague intègre maintenant des images pixellisées, ou penche vers des créations plus chaudes, plus courbes, allant jusqu'à simuler des cultures de bactéries ou les méandre de l'esprit humain...

Prystation.com propose de nombreuses créations purement graphiques, interactives ou non, animées ou non, en tout cas souvent expérimentales (ou peut même pour certaines, voir les différentes étapes de leur création). Souvent déroutantes, mais aussi intrigantes, ces œuvres numériques vont jusqu'au bout des possibilités graphiques qu'offre Flash, et comme pour tout mouvement d'avant-garde, il faut s'attendre à ce que leur patte se retrouve un jour sur beaucoup de sites, ou d'autres hypermédias...

<http://www.pianographique.com>

Un peu dans la même vague que le site précédent, ce site hautement interactif vous propose de transformer votre clavier en... piano. Ou plus précisément, en console de DJ. Après avoir choisi une ambiance musicale parmi les cinq disponibles, chaque pression sur une touche du clavier est désormais associée à un son et à un effet visuel. Le déplacement de la souris et l'utilisation de touches spéciales permet encore de varier

à l'infini les possibilités. Le visiteur devient ainsi artiste multimédia en un tournemain, et quel meilleur moyen pour l'inciter à rester sur le site ?

<http://www.ocularart.com>

Ce site est plutôt inspiré par la technologie Fireworks, le format de Director adapté au web. Elle permet une animation moins géométrique, beaucoup plus proche du dessin animé « classique ». En l'occurrence, Ocularart propose quelques séquences étranges, très proche des techniques du papier découpé et du collage. Avec l'augmentation considérable des débits, les possibilités graphiques deviennent quasiment illimitées.

<http://www.ferryhalim.com/orisinal>

Finissons ce tour du web par un site très ludique : il propose plus d'une vingtaine de petits jeux en ligne, au très beau graphisme, proche des livres de contes pour enfants. Chaque jeu est fluide et rapide, et possède ses propres mécanismes, parfois inspirés de jeux existants (comme une version *soft* de *Space Invaders...*) et parfois complètement originaux. Drôles et touchants, ces jeux doivent figurer parmi les modèles à suivre pour les concepteurs d'applications ludiques, éducatives ou culturelles en ligne.

3.6. Conclusion

Un seul média, trois supports : pour le moment encore, la présentation « physique » (si l'on peut employer ce terme pour les réseaux...) d'un objet multimédia influence beaucoup son contenu et sa structuration. Bien que possédant des points communs évidents, ces trois supports se différencient encore par leurs performances techniques. Mais on observe un net mouvement de convergence qui devrait encore s'accroître : le style graphique né sur le web influence les interfaces de DVD vidéo, la structure des cédéroms est copiée sur l'internet par Flash, et le site AtomFilms propose de « vrais » films en QuickTime ou Shockwave... Parmi ces supports, les deux plus anciens, l'internet et le cédérom, sont de mieux en mieux maîtrisés et donnent naissance à de véritables trésors multimédia. En tenant compte de ces réussites, mais aussi des échecs, nous allons proposer dans le chapitre suivant une réflexion sur un projet multimédia concret, et finir par quelques pistes pour l'élaboration d'une maquette du produit.

4. Troisième chapitre : le projet Jerome Charyn

L'enjeu du travail littéraire (de la littérature comme travail), c'est de faire du lecteur, non plus un consommateur, mais un producteur de textes.

— Roland Barthes, *S/Z*

4.1. Introduction

Ce troisième et dernier chapitre va nous servir en quelque sorte de champ d'expérimentation. La réflexion et les analyses poursuivies précédemment vont nous permettre de faire des choix et des propositions sur un projet multimédia concret. Après un aperçu de l'œuvre et de l'univers de Jerome Charyn, nous allons mener une réflexion sur le problème de l'adaptation ou de la transposition, puis sur les contenus de notre futur produit. Cela va nous permettre dans un dernier temps de choisir le support de ce multimédia, et de proposer quelques pistes concernant sa maquette.

4.2. L'univers de Jerome Charyn

La question pourrait se poser : pourquoi choisir Jerome Charyn pour explorer les possibilités du multimédia ? Il y a bien sûr la composante chance, le hasard des rencontres qui peut tisser certains liens favorables. Mais l'univers de Charyn possède de nombreuses spécificités qui font que le multimédia se place dans la ligne continue des productions charyniennes.

Jerome Charyn est né à New York en 1937, au sein d'une famille d'émigrés juifs biélorusses et polonais. Après des études à l'Université de Columbia, il enseigne la littérature et le cinéma dans plusieurs universités tout en menant en parallèle sa carrière d'écrivain. Il vit actuellement entre New York et Paris, où il enseigne l'esthétique du cinéma et du roman policier à l'*American University*.

Son œuvre est foisonnante²⁶ : une cinquantaine de romans, essais, bandes dessinées, nouvelles, traduits en français. Mais la variété des genres est encore plus grande que la variété des formats abordés : romans policiers déjantés, fausses autobiographies, histoire recomposée, fantastique, roman noir, vraie biographie fictionnalisée... Non content de hanter les librairies à tous les rayons, il est aussi présent dans la presse, où il écrit articles et chroniques pour *Les Cahiers du cinéma*, *Le Monde* et *Libération*, donne des interviews à des revues littéraires, académiques et même à des magazines grands public comme *Paris Match*, fait la une du premier numéro de *L'Européen*... On a pu récemment l'entendre également sur France Culture et le voir à la télévision, par exemple dans *Tant qu'il y aura des livres* sur La Cinquième.^[17]

²⁶ Voir sa bibliographie complète en français, page 85.

Cette présence multimédia n'est pas le fruit du hasard. Depuis longtemps, Jerome favorise les croisements, les rencontres sur la page et l'écran ; son univers très graphique, prend une autre dimension dans des rencontres avec Boucq ou Loustal, dessinateurs de bandes dessinées, Olivier Coulange ou William Klein, photographes ou sur des projets comme ses livres sur New York où ses textes côtoient illustrations et photographies.

La saga de son personnage fétiche, le policier Juif New-Yorkais Isaac Sidel, a même fait l'objet d'une adaptation en téléfilm intitulé *Un bon flic*. Dans une série de livres inspirés du roman policier, mais en subvertissant tous les codes, Jerome Charyn a développé ce personnage fantasque de super flic increvable, justicier implacable tourmenté par un ver solitaire. Dans un New York fantasmagorique, une foule de créatures baroques viennent tourner de manière récurrente autour d'Isaac : Marilyn la dingue, sa fille ; Margaret Tolstoï, sa maîtresse, ex-espionne soviétique ; la famille Guzman, trafiquants et proxénètes qui opèrent depuis une boutique de confiseries ; et Manfred Cohen, dit Zyeux Bleus, presque un fils, dont la mort au cours d'une partie de ping-pong va poursuivre Isaac tout au long de la série.

Un univers aussi riche, peuplé de personnages récurrents et de lieux familiers, extrêmement visuel, imprégné d'histoire (l'histoire de Charyn, celle des immigrations, celle de New York) et de multiples influences, offre sans conteste de formidables possibilités d'adaptation au multimédia.

4.3. De l'adaptation à la transposition

La question de l'adaptation se pose depuis longtemps, et ce dans des domaines variés. Ainsi, dès la première page de son livre, *De l'écrit à l'écran*, Luc Boucris résume bien cette problématique en ces termes :

Comme le dit explicitement le mot, toute adaptation suppose une source et une production issue de la source. Le résultat final est-il conforme à la source ? Doit-il l'être ? Ce sont deux questions différentes, même si on les confond souvent, en faisant de la fidélité un critère *a priori* de valeur. Ce critère est en réalité ambivalent : on en fait dans certains cas, une preuve de qualité et c'est l'hommage d'un cinéaste à un écrivain qu'il admire ; parfois au contraire, on le considère comme un signe de servilité, qui serait l'effet d'un manque

d'invention ou d'une insuffisante intelligence des spécificités de l'image. [...] Ainsi avant toute réflexion sur la plus ou moins grande fidélité de telle ou telle adaptation, se pose la question de sa légitimité. C'est une triple question pragmatique, esthétique et morale à la fois.
[1], p. 5

Le cas le plus fréquemment rencontré, et le plus médiatisé, est celui du passage d'un livre au grand écran. Presse généraliste, critiques et public s'en donnent à cœur joie pour dire si le film est fidèle ou non à l'œuvre originale. La guerre est parfois ouverte entre cinéphiles et littéraires, les premiers applaudissant *La soif du mal* d'Orson Welles, inspiré d'un polar médiocre, et les seconds décriant la pauvreté du *Nom de la rose* de Jean-Jacques Annaud eu égard à la richesse du texte d'Umberto Eco.

L'adaptation par Peter Jackson du roman de J. R. R. Tolkien, *Le Seigneur des Anneaux*, est un exemple récent d'adaptation qu'il serait particulièrement intéressant d'étudier de près. Œuvre majeure de la littérature d'*heroic-fantasy*, ce roman a inspiré plusieurs générations d'écrivains et de scénaristes et fait rêver des milliers de lecteurs. Son passage au grand écran était, depuis longtemps, autant attendu que redouté. Chacun y plaçait ses attentes d'une œuvre cinématographique grandiose et ses craintes de voir dénaturé l'univers de leur auteur favori. Le premier film de la trilogie²⁷, *La compagnie de l'anneau*, a bénéficié d'un bon accueil du public et de la critique, comme quoi le film peut être considéré comme réussit *en lui-même* (indépendamment de son référent). Mais les choix de Jackson ont été suffisamment subtils pour qu'une partie des lecteurs de Tolkien retrouvent bien leur univers familier, ce qui en fait aussi une *adaptation réussie*.

À l'inverse, un exemple consternant d'adaptation ratée est celui cité par Schuiten et Peeters, dans leur domaine de prédilection :

Les adaptations directes de BD à l'écran ont souvent été décevantes, en tout cas en Europe. Le cas de *Tintin* est à cet égard le plus frappant : ni le cinéma d'animation, ni les films avec acteurs ne sont parvenus à transposer l'univers d'Hergé de manière intéressante, et les cinéastes les plus talentueux qui ont envisagé le projet, de Resnais à Spielberg, ont fini par y renoncer.^{[8], p. 127}

²⁷ La trilogie du film reflète la trilogie du roman.

La question de l'adaptation se pose également dans de nombreux autres cas : passage du théâtre au cinéma, de la nouvelle au théâtre, de la série télévisée au cinéma, du cinéma au musée, du film au DVD, du jeu au film, de la bande dessinée au site internet, de l'anglais au français, du français de Rabelais à celui du XX^e siècle... Ce dernier cas, celui du changement de langue, de la *traduction*, ne pose pas de questions différentes : doit-on rester le plus fidèle possible à l'auteur, au risque que l'œuvre résultante soit d'intérêt moindre, ou bien prendre l'initiative d'un changement pour rendre cette dernière aussi attrayante ?

Comme nous l'avons vu en introduction, nous avons préféré en définitive opter pour le terme de transposition pour définir le travail auquel nous tendons. Par ce terme, nous désignerons la seconde possibilité évoquée précédemment : celle qui privilégie un résultat final optimum, quitte à prendre certaines libertés vis-à-vis de l'œuvre originale. Ce choix est d'autant plus nécessaire dans notre cas particulier, car il s'agit bien ici d'adapter un *univers* comme on l'a défini plus haut, avec ses multiples supports, ses ramifications infinies, ses variations et ses contradictions.

4.4. Choix du support de diffusion

Notre réflexion arrive à son terme, et il faut maintenant faire le choix du support qui sera utilisé pour développer notre produit. Ce choix se fera selon un double impératif : d'une part, trouver un support qui nous permette d'aller jusqu'au bout de nos choix de contenu et de présentation, et à l'inverse, que les possibilités techniques de ce support soient pleinement exploitées. On retrouve ici l'une des « règles » qui se sont construites au fur et à mesure de notre réflexion : l'adéquation la plus parfaite possible du support et de son contenu.

4.4.1. Orientation générale du produit

Tout comme pour les livres ou les films, dans lesquels on trouve de nombreux « genres » (documentaires, fictions, essais...) et sous-genres (horreur, biographie, histoire...), les produits multimédia culturels, en particulier les cédéroms, peuvent être classés dans différentes catégories : jeu, ludo-éducatif, culturel, enseignement, fiction.

Considérons cette réflexion d'Ariane Mallender :

Même si le sujet abordé est extrêmement sérieux, voire noir (par exemple la première Guerre mondiale ou le ghetto de Varsovie), il

n'empêche que le produit demeure récréatif. Cela n'ôte rien à ses qualités instructives, mais l'opportunité donnée à l'utilisateur de papillonner et de ne s'arrêter que sur les parties qui sollicitent son attention, rend le produit tel.

Le cas est peut-être un peu différent pour les produits éducatifs qui dispensent un certain savoir par étapes, lequel devant être intégré par l'utilisateur. Sachant que ce dernier ne peut pas réellement passer d'une étape à l'autre au gré de sa fantaisie, sous peine de perdre des bribes d'un précieux enseignement, il s'agit de provoquer son intérêt afin qu'il poursuive son apprentissage, non par obligation, mais par curiosité et plaisir d'apprendre. Il reste encore beaucoup à faire dans ce domaine, malgré la multitude de produits de ce genre sur le marché.^{[5], p. 6}

Ces deux paragraphes vont un peu guider notre choix, puisque comme cela a été exposé plus haut, nous pensons qu'un produit didactique, ou ludo-éducatif, ne correspond pas à la philosophie de notre produit, mais qu'on peut cependant apprendre dans le plaisir. Quant au jeu vidéo pur, il aurait trop peu d'impact véritablement culturel. On va pourtant garder un peu des caractéristiques et atouts de chacun de ces « genres » multimédia. Ainsi, on proposera donc un produit à dominante culturelle, mais présentant des aspects issus du domaine du jeu comme un voyage, ou une exploration d'univers, et tenant compte des règles de la pédagogie pour présenter des informations claires et facilement assimilables par l'utilisateur.

Cette réflexion, on le voit, nous oriente plutôt vers le choix d'un support de type cédérom.

4.4.2. Public visé

Le produit dont nous parlons est, dans l'optique de son public, sous le joug d'une double contrainte : celle inhérente à tout produit culturel, et celle de son sujet, un romancier américain connu internationalement par ses lecteurs mais relativement peu connu du grand public. Cette première approche place donc l'objet comme un produit « de niche », avec un ou plusieurs publics spécifiques.

4.4.2.1. Les connaisseurs

Les connaisseurs de l'univers de Charyn, habitués à voir ses travaux sous différentes formes (roman, biographie, bande dessinée, téléfilm, chronique et même manga !), trouveront beaucoup d'intérêt à cet objet nouveau, permettant de voir l'univers charynien sous un angle différent mais restant dans la continuité de sa production littéraire.

4.4.2.2. Les universitaires

Le style de Charyn, de même que l'importance quantitative et qualitative de sa production écrite, suscitent une production analytique universitaire. Il est probable que de plus en plus d'étudiants, de doctorants ou de professeurs proposeront des analyses, spécifiques ou croisées. Un tel produit pourra sans doute éveiller leur intérêt.

4.4.2.3. Les centres de culture

Médiathèques, CRDP, maisons de la culture : de nombreuses structures institutionnelles ou associatives pourront vouloir acquérir un outil attractif et aux utilisations multiples.

Cet aspect du public nous amène à penser à un produit au support mixte.

4.4.3. Impact médiatique

Jerome Charyn étant lui-même un écrivain assez médiatisé, il est bon de réfléchir à l'impact médiatique qu'on souhaite donner à ce projet. L'évidence s'impose alors : les sites internet et les cédéroms sont devenus des supports presque banals, n'importe quelle PME possède son site internet et utilise des cédéroms comme base publicitaire. À l'inverse, le DVD reste encore pour le moment un objet nouveau.

Pour le cédérom se pose d'office le problème de la compatibilité entre les différents ordinateurs et de l'obsolescence du parc informatique. Un cédérom ne sera pas visible par tous les ordinateurs, et ses performances peuvent varier grandement d'une machine à l'autre. À l'opposé, le DVD est lisible sur tout lecteur de DVD de salon et sur la plupart des ordinateurs récents.

D'autre part, cédérom et DVD, à l'inverse des sites, sont des objets matériels, ce qui en font également des objets commerciaux, alors qu'il est encore difficilement envisageable à l'heure actuelle de commercialiser un site. Enfin, la mode récente des

coffrets en édition limitée, que ce soit pour les CD audio ou les DVD, permettrait de réaliser un véritable objet de collection : au-delà du DVD lui-même, un emballage original serait une base publicitaire intéressante : nous y reviendrons lors de la proposition de maquette.

4.4.4. Influence du contenu

Le contenu de l'objet multimédia en devenir est bien sûr crucial dans le choix de son support. On pourra, pour plus de détails techniques, consulter le tableau récapitulatif présenté hors-texte. Après des temps de réflexion et de discussion, on peut établir une liste quasi-exhaustive des contenus que l'on souhaite faire figurer dans le produit.

4.4.4.1. Textes

De Jerome Charyn : extraits, textes intégraux, textes inédits, textes jamais réédités.

D'autres auteurs : articles critiques, analyses, bibliographies (anglaise et française), biographie, retranscriptions des entretiens vidéo, index ou mini-encyclopédie des personnages, documents didactiques et pistes pédagogiques pour l'utilisation des ressources dans un contexte scolaire ou universitaire.

4.4.4.2. Images

Extrait de bandes dessinées, images inédites, reproduction de couvertures de livre, reproduction de tableaux d'un ami de Jerome Charyn, images réalisées pour l'occasion, photos diverses.

4.4.4.3. Vidéo

Entretiens filmés avec Jerome Charyn et ses principaux amis, membres de sa famille et collaborateurs. Séquences vidéo des lieux de vie de Charyn, à Paris et à New York. Extraits de films. Documents d'archives.

4.4.4.4. Son

Texte de Charyn lu par lui-même ou par des acteurs. Commentaires audio, écrits pour l'occasion. Musique, bruitages.

4.4.4.5. Multimédia

Images réactives, animations en Flash, diaporamas, jeux...

4.4.5. La complémentarité des supports

Les différents aspects abordés dans cette section nous ont conduit, après mûre réflexion, à porter notre choix sur un support mixte : un DVD vidéo possédant une piste Rom ou, selon la quantité d'informations, un DVD vidéo plus un DVD-Rom.

Ce choix permettra une répartition harmonieuse des contenus, et surtout nous évitera la frustration de devoir sacrifier une partie des documents envisagés, ce qui aurait inmanquablement été le cas si l'on avait choisi un support unique. Nous allons maintenant rapidement voir les interactions possibles existant entre ces deux supports.

4.4.5.1. Ergonomie

C'est une lapalissade de dire qu'on ne regarde pas un film assis à son bureau²⁸, tout comme on ne lit pas un livre sur un écran de télé. Au niveau de l'ergonomie générale, corporelle pourrait-on dire, la position qu'on adopte sur une chaise, assis à une table, favorise une plus grande attention et une certaine concentration intellectuelle. À l'inverse, s'enfoncer dans le fauteuil du salon invite plutôt à la détente et à la passivité.

En résumé, il faudra veiller à ce que le film soit sur le DVD vidéo, mais que la critique du film soit sur le DVD-Rom, imprimable au format PDF...

4.4.5.2. Continuité des supports

Avec ce double support, DVD vidéo / DVD-Rom, on a une approche du même thème sur deux niveaux, de manière complètement continue. Ainsi le premier réflexe de l'utilisateur, en particulier s'il ne connaît pas déjà l'œuvre de Charyn, sera d'insérer l'objet dans son lecteur DVD de salon. Ce premier niveau de lecture lui permet de rester dans une position relativement passive, de découvreur, ou tout simplement de *spectateur*. Si sa curiosité est aiguisée par les premières images, il ira naviguer dans certaines sections moins évidentes du DVD, comme le labyrinthe de New York (voir le paragraphe 4.5) Si cela ne lui suffit pas, ou si le spectateur est aussi un *chercheur* (au sens le plus large du terme), il ira jusqu'au second niveau de lecture en insérant le DVD

²⁸ Sauf bien sûr si l'on étudie ce film...

dans son ordinateur. Là, dans un environnement graphique similaire, il pourra rechercher activement les informations qui l'intéressent, et être lui-même acteur dans des sections plus ludiques.

4.5. L'équipe projet

Nous allons consacrer un court paragraphe à une section du projet qui se trouve en aval du reste de notre réflexion, mais qui pourtant la rejoint et la complète. La constitution d'une équipe projet est une phase importante et délicate, car si nous revendiquons tout au long de ce mémoire, la notion d'auteur multimédia, cela ne doit pas faire oublier qu'une création multimédia, de par sa complexité, ne peut être que l'affaire d'un groupe de personnes aux compétences variés et complémentaires.

4.5.1. Composition de l'équipe

Comme le résume Marie-Anne Gallot Le Lorier :

La *conception* de tels ensembles, aussi divers soient-ils (site web professionnel, jeu 3-D, base de données informationnelle) est une activité complexe, qui suppose l'intervention de nombreux acteurs dans des rôles très différents : des créateurs, des concepteurs, des techniciens, mais aussi des maîtres d'œuvre, des commanditaires, des producteurs qui vont assurer les apports financiers.

De la même façon, la *diffusion* de l'œuvre (ou du produit) multimédia, susceptible de prendre de multiples formes, fait entrer en lice d'autres opérateurs (fournisseurs d'accès et d'hébergement...), qui font parfois un métier entièrement neuf. ^{[3], p. 7}

On aura donc besoin, pour les phases de conception et réalisation, d'un chef de projet, de concepteurs, de scénaristes multimédia, d'un infographiste, d'un photographe, de caméramen, de développeurs ou intégrateurs Director, de musiciens et / ou bruiteurs. Mais la plupart de ces rôles ne devront pas être tenus par de stricts techniciens : outre le cumul des rôles (par goût ou par nécessité), la multicom pétence des acteurs est nécessaire pour donner une cohérence à l'équipe, et donc au projet. L'informatique sera une base commune nécessaire, mais il peut, et il doit, y en avoir d'autres.

Dans notre cas, s'agissant d'un produit culturel, il est souhaitable que les membres de l'équipe possèdent tous au moins quelques notions de l'univers de Charyn. L'infographiste devra s'en imprégner pour créer l'environnement visuel, les rédacteurs pour trouver le ton juste, et bien sûr pour élaborer le contenu informatif du produit. Cette base de l'environnement charynien sera aussi un sujet de discussion et d'échange au sein du groupe, permettant au projet de se structurer et de progresser sans se dénaturer.

Cette conception du travail d'équipe peut paraître idéaliste. Il est vrai qu'elle n'est pas forcément applicable de manière systématique, mais il n'est pas impossible de tendre vers ce genre de travail collaboratif, comme le font observer Patrick Pognant et Claire Scholl :

Depuis les années 80, les informaticiens ont appris à travailler avec des artistes et, plus on avance dans le domaine des nouvelles technologies de création, plus on observe une interpénétration des métiers. ^{[6], p. 52}

4.5.2. Implication de l'auteur

Jerome Charyn lui-même sera impliqué à plusieurs niveaux dans la réalisation du DVD. En tant qu'interviewé d'abord, il aura aussi un rôle de consultant tout au long du projet, un peu à la manière d'un directeur artistique, afin de s'assurer de la cohérence globale du produit avec ses propres idées. Enfin, il sera également présent en tant qu'auteur du scénario de court-métrage interactif et de la nouvelle inédite destinée à être insérée dans le coffret. Cette implication forte de l'auteur à différents stades de la réalisation est importante à un double titre, car elle permet de faire du DVD une œuvre de l'auteur, mais également et subséquentement de susciter l'intérêt des lecteurs habituels de Charyn.

4.6. Pistes pour une maquette

Il n'est pas envisageable, dans le cadre de ce mémoire, de proposer une véritable maquette détaillée. On se contentera donc de proposer, de manière concise, une vue d'ensemble de ce que pourrait être le projet Charyn. L'objet que nous allons décrire est donc un DVD assorti d'une section DVD-Rom, ou bien un double DVD, l'un vidéo, l'autre informatique.

On souhaite réaliser un produit qui soit une véritable plongée dans l'univers charynien, en respectant ses principaux codes, et en particulier le mélange de la réalité et de la fiction. Notre parti pris sera de présenter Charyn lui-même comme un personnage fictionnel, Jerome, qui sera en quelque sorte le guide de l'utilisateur du DVD.

4.6.1. Généralités

4.6.1.1. Contenu

On s'efforcera de donner des informations exclusives, ou tout au moins présentées de manières telles que cela justifie une redondance (par exemple par le biais d'un index informatique puissant).

On veillera à ne pas oublier les références bibliographiques, les crédits photographiques, sonores, etc. En particulier, les références d'une image devront pouvoir être directement accessibles et escamotables par le biais d'un petit bouton par exemple. Les textes devront autant que possible être signés. Il est important que les auteurs revendiquent la paternité de leur œuvre, quel que soit leur degré d'implication. Ceci, en particulier, pour lutter contre une tendance qu'ont les grandes firmes à produire des objets sans auteurs, dépersonnalisés...

4.6.1.2. La métaphore

Maurice Fleury recommande d'« utiliser des métaphores, des analogies, des comparaisons familières tant dans la transmission du contenu que dans la conception de l'interface.^[23] ». Nous avons pu voir, dans le deuxième chapitre, différents exemples de métaphores : le bureau électronique du site XXeCiel, les méandres de la mémoire d'*Immemory*, la visite de la ville en taxi du DVD d'*In the Mood for Love*. Dans des environnements ludo-éducatifs, on peut trouver la métaphore de la salle de classe, ou de la chambre à coucher pour les tout-petits.

Dans notre cas, la métaphore qui s'est imposée est celle de la ville, et de la ville de New York en particulier. D'abord parce que c'est le dénominateur commun d'une grande partie de l'œuvre charynienne : la *Big Apple* sert de cadre à nombre de ses romans et bandes dessinées. Ensuite, parce qu'une telle métaphore est très visuelle, rapidement assimilable, et offre de nombreuses possibilités de mise en scène. Il est

facile d'établir des liens entre des zones géographiques et des thèmes, par exemple entre le Bronx (où Charyn a grandi) et la biographie de Charyn. On peut aussi filer la métaphore en proposant une carte de la ville qui soit aussi un menu du DVD. Ou symboliser des liens entre différents thèmes par les taxis (pour les liens logiques) ou le métro (pour les liens cachés)...

4.6.1.3. *Convivialité*

La métaphore participe largement à la convivialité d'un titre recommandée par Ariane Mallender. Ce concept implique l'adaptation de la machine à l'humain plutôt que la démarche inverse. Une telle convivialité se traduit également par l'utilisation de symboles connus et explicites tels les flèches, les carnets de notes, les points d'interrogation, les poubelles, etc. Convivial ne signifie pas forcément « destiné aux enfants », mais représente plutôt l'antithèse du produit complexe, où l'on se perd facilement, et que, *in fine*, on rebute à employer.

4.6.1.4. *Ergonomie*

Sans nous étendre davantage sur ce sujet complexe qui mériterait à lui seul une étude approfondie, rappelons l'approche synthétique de Patrick Pognant et Claire Scholl :

Les cinq principes ergonomiques de base [...] se caractérisent par : pouvoir accéder facilement à l'écran sommaire, pouvoir systématiquement revenir au dernier écran consulté, pouvoir appeler des écrans d'aide à n'importe quel stade de la consultation, avoir toujours la main (dans le sens de pouvoir sortir à tout moment d'une séquence), pouvoir quitter le programme quand on le souhaite. ^{[6], p. 30}

Cinq règles simples, qui ne sont pourtant pas toujours appliquées...

4.6.1.5. *Navigation*

Dans le cadre de ce DVD, une forte tabularité fonctionnelle nous semble importante : ce n'est ni une fiction pure, ni un discours argumentatif. L'utilisateur doit pouvoir se mouvoir dans cet environnement aussi librement que possible.

Il est souhaitable d'indiquer à l'utilisateur, quand c'est possible, où il se trouve dans sa consultation, ou combien d'éléments il lui reste à visionner. Ceci lui permet de mieux gérer son temps de consultation et de faire des choix appropriés. Par exemple, si un menu de DVD offre de visionner trois reportages de longueurs différentes, il faut indiquer la durée de chacun. S'il s'agit d'une suite d'écrans de texte, en indiquer le nombre. Lors de la navigation dans un cédérom ou DVD-Rom, établir des statistiques qui s'affichent dans un coin de l'écran ou sur demande : « vous avez visité 23 % du cédérom »... Ou encore, indiquer le nombre de pages d'un article, le nombre de photos d'un diaporama, etc. Il est important de donner des repères à l'utilisateur, autant il est très facile d'évaluer où l'on se trouve quand on lit un livre, autant c'est difficile dans le cadre d'un hypermédia...

4.6.2. Le DVD vidéo

Le DVD sera constitué : d'écrans de navigation, de séquences de contenu, de séquences de fiction, de séquences de transition et de diaporamas.

4.6.2.1. Les séquences de contenu

De quelques minutes chacune, elles seront au nombre de quelques dizaines. Chacune abordera un thème précis, et pourra éventuellement être en relation directe avec une autre séquence. Elles pourront être de différentes natures : entretiens, reportages, extraits de films. Quelques exemples de sujets abordés dans une séquence : interview du frère de Charyn, ancien policier new-yorkais. Interview de Boucq, un de ses premiers collaborateurs dans la bande dessinée. Reportage sur le Bronx où Charyn est né. Reportage sur l'appartement parisien de Charyn, avec son ascenseur rond et sa vue sur le cimetière de Montparnasse. Extrait d' *Un bon flic*, adaptation en téléfilm de la saga Sidel.

4.6.2.2. Les séquences de transitions

Aussi nombreuses que les précédentes, elles seront plus courtes, de l'ordre de quelques secondes. Sans paroles, elles représenteront des vues de Paris ou New York, avec éventuellement des personnages silencieux évoluant dans le décor. Leur finalité est de créer une ambiance soutenue tout au long de la consultation du DVD. Certaines séquences serviront aussi d'introduction aux séquences de contenu, par exemple dans le cas de l'évocation d'un lieu en particulier.

4.6.2.3. Les séquences de fiction

Un court-métrage de fiction, adapté ou inspiré de l'univers de Charyn et co-écrit avec lui, sera réalisé pour l'occasion. Il sera pensé spécialement pour un mode de visionnage hypermédiatique, et constitué de 10 ou 20 séquences pouvant être vues d'une traite dans un ordre précis, ou dans des ordres différents. Le filmage sera le même que celui des séquences de transitions (mêmes acteurs, mêmes jeux de lumière, etc.). Si l'utilisateur choisit de créer son propre parcours dans la fiction, alors il aura un choix à effectuer à la fin de chaque séquence, sur le mode de la navigation intuitive. Par exemple si la séquence se termine par un plan avec un personnage assis à une terrasse de café, et une rue qui s'enfonce vers le cœur de la ville, le spectateur devra choisir avec sa télécommande si le personnage va parler à l'homme assis ou s'il continue son exploration. On pourrait même imaginer un troisième mode de visionnage où ce choix serait fait automatiquement et aléatoirement, dans une boucle sans fin...

4.6.2.4. Écrans de navigation

On peut grossièrement classer les écrans de navigation dans deux catégories : les écrans de menu, et les écrans intuitifs, intégrés à la fiction. Les premiers indiquent explicitement les séquences ou sous-menus auxquels ils donnent accès. On les retrouve surtout au début de la consultation du cédérom. Quand on progresse dans l'arborescence, il devient fastidieux de retrouver ce type d'écran qui « casse » l'ambiance : imaginez que dans *Star Wars*, au beau milieu de l'attaque de l'Étoile Noire, un « carton » de film muet apparaisse avec ces mots : « Voulez-vous que Luke se rallie à l'Empereur ? tapez 1. Voulez-vous qu'il continue à lui résister ? tapez 2 ». On préfère alors utiliser des écrans intuitifs, où les choix sont effectués par la sélection de zones sensibles invisibles.

On pourra aussi retrouver des écrans intermédiaires, plus explicites mais tout de même intégrés de manière plus graphique. Par exemple, lors de l'exploration du cédérom, l'utilisateur pourra rencontrer un plan de la ville ou un plan de métro, lui permettant d'atteindre directement une sélection de séquences de contenu ou de fiction. Ou encore, une page de texte présentée comme une feuille de journal présentera quelques mots « clicables ».

4.6.2.5. Arborescence

Voir le schéma proposé en document hors-texte.

Les documentaires

Ce sous-menu donne accès aux séquences de contenu, qui sont visibles de quatre manière différentes. Le documentaire intégral propose l'ensemble des séquences, organisées dans un ordre qui offre le meilleur confort intellectuel au spectateur. Le documentaire court propose lui une sélection réduite de séquences, parmi les plus représentatives et moins anecdotiques. Le documentaire aléatoire propose au spectateur de choisir une séquence ou un certain nombre de séquences de manière aléatoire. Enfin, l'ensemble des séquences est accessible par un menu d'index.

L'histoire

Ce sous-menu est consacré aux séquences de fiction. On peut voir l'histoire d'une seule traite, de façon hypermédia ou aléatoire, comme expliqué plus haut. On a aussi accès à une carte de la ville, index symbolique de l'histoire.

Le labyrinthe

Une fois dans le labyrinthe, le spectateur a accès à l'ensemble du contenu du DVD en naviguant de façon hypermédia entre les séquences de fiction, de contenu et de transition. Cette navigation pourra respecter une logique géographique (on peut passer d'une séquence « Manhattan » à une séquence « Central Park ») ou sémantique (de l'interview d'un policier au Département de Police de New York).

Des séquences inédites seront aussi utilisées, en particuliers des écrans de menu comme le plan de la ville ou du métro ou des séquences destinées à créer de l'ambiance ou à guider (ou perdre !) le spectateur, afin de conserver son attention en permanence.

L'œuvre

Cette section regroupe les séquences de contenu liées particulièrement au travail de Charyn.

Thèmes

Ce sous-menu permet l'accès à un classement thématique des différentes séquences.

Documents

Ce sous-menu permet l'accès aux documents selon leur nature : images fixes, musiques, vidéo, cartes et plans.

4.6.2.6. Langues

Le DVD sera visible en Anglais ou en Français et sous-titré dans ces deux langues. Les intervenants français seront doublés en anglais pour la version sonore anglaise, et vice-versa. On pourra sans problème technique particulier envisager d'autres langues, selon la zone de distribution choisie pour le DVD. On pourra aussi réaliser des sous-titrages spécifiques pour les sourds et malentendants, toujours en plusieurs langues.

4.6.3. Le DVD-Rom

4.6.3.1. Structuration du DVD-ROM

L'apparence graphique sera identique à celle du DVD. On choisira le même habillage, les mêmes couleurs et fontes de caractères, les mêmes effets visuels de survol des zones sensibles, etc. Les différentes rubriques du DVD trouveront également un écho sur la partie ROM, et porteront si possible le même nom. Le passage du téléviseur à l'ordinateur doit être aussi transparent que possible.

4.6.3.2. Contenu

Le contenu à déjà pour une part été évoqué plus haut (voir « Influence du contenu », page 62). Nous nous contenterons de préciser qu'à la fiction vidéo du DVD, fera écho un jeu d'exploration.

Dans une première approche, on propose un jeu simple, réalisé sous Flash, mettant en scène des personnages animés évoluant dans un décor fait de photographies retravaillées. Le concept du jeu, et sa forme finale, demanderont bien sûr de nombreuses heures de réflexion lors de la phase de conception du projet.

4.6.3.3. Fonctionnalités générales

À la manière des jeux vidéo, auxquels on peut souvent indiquer sa « force » (débutant, confirmé, expert...), on essaiera de proposer trois modes de navigation à l'utilisateur du DVD-Rom, en fonction de leur connaissance de l'univers Charynien. Le

premier mode, pour les novices, donnera accès en priorité au jeu, aux séquences vidéo, aux illustrations, à l'index des personnages... Le second mode, destiné aux fans de Charyn, reprendra la plus grande partie du contenu, à l'exception des articles analytiques et autres textes longs. Le troisième mode, destiné aux chercheurs ou aux étudiants, escamotera le jeu et donnera accès à l'ensemble des documents textuels, mais aussi à toutes les fonctionnalités spécifiques décrites dans le paragraphe suivant qui lui permettront de tracer son propre chemin.

Pour chacun de ces trois modes, on va prévoir une aide contextuelle adaptée, incluse de manière ludique pour les deux premiers modes (à la manière du Compagnon de Microsoft Office) ou de manière plus sobre pour le troisième mode. Une réflexion plus poussée sur l'aide des logiciels serait à envisager, en s'appuyant, comme nous l'avons fait, sur une analyse de produit ainsi que sur les études qui ont été menées sur le sujet.

Sur le plan de la navigation, on proposera une carte du DVD-Rom, si possible accessible selon différentes représentations. On pourra avoir un mode simple, sous forme d'arbre, dont on déploiera une ou plusieurs branches afin d'avoir la meilleure vue possible de contenu, grâce à la technologie *Hyperbolic Tree* développée par Xerox et Inxight (<http://www.inxight.com>) On reprendra aussi la métaphore de la ville, avec une carte où chaque quartier correspond à une rubrique, et chaque rue (ou maison) à une sous-rubrique. D'autres modes de représentations sont envisageables, comme celui développé par le moteur de recherche Kartoo.com. Le chemin parcouru sera indiqué sur la carte à la manière des liens visités dont la couleur change sur l'internet.

4.6.3.4. Fonctionnalités pour un chercheur

Le DVD-ROM, s'il peut être convivial et familial, peut aussi être un outil de travail. À ce titre, la présence de plusieurs fonctionnalités performantes sont nécessaires, afin qu'il ne reste pas une « boîte noire » inexploitable.

Sur un plan de navigation, on proposera en particulier, comme pour les jeux vidéo, d'enregistrer la consultation en cours. Cela permet à l'utilisateur d'interrompre son vagabondage ou son travail de recherche, et de le reprendre plus tard au même endroit. Cela permet aussi à plusieurs utilisateurs d'accéder successivement au produit sans se gêner les uns les autres. Avec cette fonction, seront sauvegardés le parcours de l'utilisateur (historique, signets, mise en couleurs des zones visitées sur le plan), ses

préférences logiciel (volume sonore, taille d'affichage du texte...), les notes qu'il aura prises et les liens qu'il aura établis.

Dans la logique de l'hypertexte en effet, il est important que l'utilisateur puisse lui-même rajouter des liens dans un hypermédia existant, afin de mieux se l'approprier et créer son propre parcours. Dans le même ordre d'idée, il doit être capable de rajouter des nœuds, tout au moins des fragments textuels (mais on peut imaginer qu'il rajoute aussi ses propres photos et animations, par le biais d'une base de données). On proposera donc dans le produit un éditeur de liens et un éditeur de texte sommaire, spécialement conçus pour l'occasion et adaptés au produit. Il devra par exemple permettre d'insérer facilement dans une page, un extrait d'un autre texte ou une image du DVD.

La grande quantité de documents ainsi amassés (ceux du DVD, ceux ajoutés par l'utilisateur et, pourquoi pas, ceux provenant d'une mise à jour *via* l'internet) devra être gérée par une base de données. On pourra profiter de l'occasion pour utiliser le performant moteur du *Carnet multimédia* de Syrinx, ou bien choisir de développer un gestionnaire de ressources particulier. Là encore, il devra être possible de créer ses propres liens et d'ajouter commentaires et légendes pour les photos et schémas importés.

Enfin, pour conclure cette palette de fonctionnalités destinées aux étudiants et chercheurs, il est essentiel comme le rappellent plusieurs auteurs ^{[8], [6]} que le logiciel présente des fonctions d'exportation. Ce choix est bien sûr délicat en ce qui concerne le droit, mais nécessaire si on veut prendre le parti de l'utilisateur qui peut vouloir exploiter au maximum les ressources du produit qu'il a acheté. L'utilisateur devra donc être capable d'imprimer toutes les pages de textes et les illustrations, d'exporter les textes déjà présents (et ceux qu'il aura lui-même écrits) dans différents formats : RTF, Word, texte simple ou XML ; d'exporter les images, si possible en deux formats : un pour la visualisation sur écran, et l'autre pour l'impression ; d'exporter des liens internet pour son navigateur, d'exporter des listes bibliographiques comportant uniquement les titres qu'il aura cochés dans une liste plus grande ; d'envoyer simplement une référence par courrier électronique, etc.

Notre position sur ce dernier point est de se dire que de toute façon, on ne peut pas empêcher un utilisateur de récupérer, d'une manière ou d'une autre, les textes et images

présents sur le DVD (par captures d'écran, ouverture des fichiers source, etc.). De la même manière que le « photocopillage » n'a toujours pas tué le livre, et que les MP3 sont loin de faire couler l'industrie du disque, cette mise à dispositions des différents éléments n'est *a priori* pas plus préjudiciable pour le multimédia et ses auteurs.

4.6.3.5. *Fonctionnalités supplémentaires*

Quelques autres fonctionnalités peuvent être envisagées, pour donner un peu plus de « vie » au produit ou encore appréhender différemment le multimédia en proposant de nouveaux codes, de nouvelles règles.

En s'inspirant des jeux vidéo et des différents personnages d'aide contextuelle, on peut imaginer un personnage (Jerome, le double de Charyn, ou le fantôme de Zyeux-Bleus par exemple) qui, disposant d'une forme de vie propre, circulerait dans le DVD pour aider ou guider l'utilisateur, à la manière du chat Guillaume-en-Egyte dans le cédérom de Chris Marker. Imprévisible, ne pouvant être sollicité sur demande, ce personnage serait un piment supplémentaire lors de l'utilisation du produit.

Toujours inspiré des jeux vidéo, le passage du temps peut être appréhendé de différentes manières. Le temps peut en effet être décompté depuis le lancement du produit (temps interne au produit), ou calqué sur l'horloge de l'ordinateur : les effets seront différents dans les deux cas. Le temps qui passe pourra avoir un effet sur la charte graphique, claire le jour, sombre la nuit. Certains événements aléatoires seront susceptibles de se produire plus souvent la nuit que le jour. Certaines zones du DVD, dans le jeu en particulier, ne seront accessibles qu'à certaines heures. Enfin on peut imaginer un événement spécifique au bout de 100 heures d'utilisation...

Dernière fonction, inspirée cette fois d'études sur les hypertextes : le typage des liens. Il s'agit tout simplement d'indiquer, par un code (de couleurs, de logos, de police...), ou par une info bulle, vers quel type de nœud un lien donné va nous guider. Sur l'internet, quand on clique sur un lien, il n'est pas toujours évident de savoir si l'on va arriver sur un texte, un site, une image, une vidéo ou si l'on déclenche le téléchargement d'un document de 10 Mégaoctets... Ce typage des liens, qu'on pourrait proposer en option, donnerait donc une indication sur la nature du document d'arrivée ou de l'action déclenchée.

4.6.4. Ramifications et prolongements

4.6.4.1. Le site internet

Il existe déjà un « site officiel » : www.jeromecharyn.com. En anglais, son contenu est très succinct et pas vraiment original : bibliographie et biographie pour l'essentiel. D'autre part, il n'existe pas réellement de site « non officiel », sinon quelques pages de qualité souvent médiocre disséminées çà et là sur l'internet. Il faudra donc réaliser un site internet pour le public français.

La réflexion sur un site complet est exclue dans le cadre de ce mémoire, néanmoins on peut temporairement lancer un « mini-site » sommaire, essentiellement événementiel, destiné à faire en quelque sorte la publicité du DVD. On pourra le concevoir selon le modèle des sites officiels de films, et il permettra la commande en ligne du DVD. Par la suite il pourra s'enrichir de rubriques supplémentaires, devenir un point de rencontre pour les internautes, mais aussi servir pour les mises à jour du DVD-Rom.

4.6.4.2. Lancement du DVD

D'autres projets s'élaborent parallèlement à ce DVD : un livre sur Jerome Charyn, et peut-être une série télévisée, française celle-là, sur Isaac Sidel. Il serait bien sûr astucieux de faire concorder la sortie de ces différents produits afin d'en renforcer l'impact médiatique. On pourrait également voir avec l'écrivain et son éditeur, s'ils n'ont pas prévu la sortie d'un livre dans la même période.

4.6.4.3. Présentation commerciale

Le DVD sera présenté dans un coffret recherché, à la manière des éditions *collector* de CD et de DVD. Il pourra se distinguer par un format plus important, peut-être celui d'une bande dessinée. À l'intérieur du coffret, on trouvera, outre le DVD, un guide d'utilisation et un livret grand format. Le guide d'utilisation sera une notice technique et contiendra les éléments de crédits du DVD. Le livret lui comprendra un nouvelle inédite de Charyn, éventuellement illustrée, et présentée graphiquement de la même manière que l'interface du DVD : ce livret est le premier pas dans l'univers de Jerome Charyn. On pourra aussi imaginer toutes sortes d'objets inclus dans le coffret : une lettre cachetée adressée au lecteur par Jerome Charyn lui-même, des cartes postales de New York, un guide des ressources internet... tout cela favorisant une meilleur immersion dans l'univers.

5. Conclusion

Je cherche une indication pour me perdre.

— Marguerite Duras, *Le Navire Night*

Ce trop bref tour d'horizon d'un média en plein devenir nous permet cependant d'apporter déjà certaines conclusions. La plus importante est sans doute que le multimédia ne manque ni de créateurs, ni de possibilités technologiques, et qu'il dispose déjà d'une solide littérature théorique et critique : malgré son jeune âge, il possède donc tous les attraits de ses aînés. Les possibilités technologiques, on l'a vu, se développent extrêmement vite, quelques mois suffisent pour qu'une mini révolution permette ce qu'on n'osait imaginer peu de temps auparavant. Les créateurs, eux, disposent d'un mode d'expression « léger », dans le sens où l'on peut (presque) tout faire chez soi, de la conception jusqu'à la diffusion sur internet, et où plus que jamais c'est l'imagination seule qui limite la créativité, puisque les possibilités du support sont « infinies ». Ces deux aspects sont éminemment positifs.

On peut aussi faire un autre constat. Contrairement à ce qui a été le cas pour le cinéma ou la télévision, médias partis de rien et qui se sont construits peu à peu, le multimédia s'est construit très rapidement, comme un monstre de Frankenstein, en agrégeant successivement des éléments créés à l'occasion ou venus d'autres médias. Parmi les acteurs du multimédia, certains sont issus de la presse, d'autres de l'audiovisuel ou de l'informatique ; il y a enfin ceux qui ont tout de suite commencé à penser « multimédia ». De ce fait, chacun a apporté une conception, des compétences, des usages très divers. Pour preuve, l'absence de noms standards pour désigner les différents intervenants sur un projet multimédia. Ce manque d'homogénéité se retrouve aussi dans les productions, puisqu'on a souvent des produits présentant une ou plusieurs grandes qualités, mais présentant encore des lacunes par certains aspects. L'univers multimédia, tel un *melting-pot* aux origines variées, est encore trop bouillonnant : il faut lui laisser le temps de trouver ses marques. Le développement de formations spécifiques, l'édition de produits de référence, l'investissement de certains éditeurs permettent cependant de poser les premiers jalons.

On peut reprendre ici la théorie séduisante d'André Gaudreault et de Philippe Marion selon laquelle

[...] un média ne s'impose réellement en tant que média autonome, avéré et digne de ce nom que lorsqu'il a rendu tangible et crédible sa part d'opacité propre. C'est-à-dire sa manière propre de re-présenter, d'exprimer et de communiquer le monde.

Ce qui implique aussi, en aval (du côté de la réception), une reconnaissance de la « personnalité » du média et souvent un usage progressivement spécifique de celui-ci, et en amont (du côté de la production), une prise de conscience d'un potentiel d'expression médiatique original et capable de se dissocier d'autres « exprimables » médiatiques ou génériques, déjà reconnus et pratiqués. ^[12]

* * *

Sans prendre de grands risques, on peut supposer que le multimédia dans son ensemble va occuper une place de plus en plus importante, et sans doute dans un futur plus ou moins proche, devenir le média dominant dans le monde occidental.

Ce qui est beaucoup moins évident, c'est la place respective des différents *genres* multimédia (si tant est que ce nom ne soit pas ici usurpé, et qu'il ne soit pas encore trop tôt pour parler de genres). Bien sûr l'avenir du jeu vidéo, quelle que soit sa forme, est assuré : les entreprises sont bien implantées, elles ont le savoir faire et le dynamisme nécessaires pour évoluer, et les joueurs seront toujours présents. La fiction « à l'américaine », produit de consommation de masse, se taillera la part du lion dans le gâteau DVD, et la pornographie sera omniprésente sur tous les supports possibles.

Ce qui nous importe, c'est que les œuvres originales, les produits dits culturels, les créations artistiques, les réalisations avant-gardistes puissent conserver la place qu'elles ont toujours eu dans les marchés des autres médias. Cette petite place, parfois difficilement négociée, mais absolument nécessaire, c'est le réservoir bouillonnant insufflant la vie à un secteur qui sans lui risquerait de se fermer à la culture.

Pour ce faire, plusieurs conditions devraient être réunies. Tout d'abord, comme toujours, il est de la responsabilité des grandes institutions culturelles d'imprimer un premier mouvement, car elles disposent à la fois des moyens financiers, des structures adéquates et d'une relative liberté d'entreprendre, sans être soumises aux contraintes d'un marché qui se doit d'être rentable. À leur suite, les entreprises du secteur privé devraient investir dans un secteur de recherche et développement propre au multimédia, pas nécessairement par goût altruiste pour la culture, mais parce que la création de produits de qualité, quels qu'ils soient, devrait idéalement être un objectif de tout éditeur. La preuve a souvent été faite que ce genre d'investissement est rentable à

double titre : directement, au niveau des ventes, et subséquemment, au niveau de la notoriété de l'entreprise.

Enfin, il faut que les formations spécifiques au multimédia, aussi bien dans les domaines des beaux arts que dans celui des sciences fondamentales ou de l'éducation, continuent à se développer, afin que puissent naître un jour les grands noms du multimédia, comme sont nés les grands noms de la littérature, des arts et des médias. Et il faut que ces formations ne cloisonnent pas l'espace multimédia, que l'enseignement à distance ne méprise pas les jeux vidéo, que les cédéroms ne fuient pas les artistes du web, car les différents champs d'application du multimédia ne sont pas hermétiques, et peuvent s'entraider de manière fructueuse. Comme le dit Gérard Verroust :

[..] aujourd'hui en particulier la transdisciplinarité est devenue la démarche la plus féconde comme c'était le cas sous la Renaissance. Qu'on songe à Léonard de Vinci, ou encore à François Premier créant le Collège de France.

Il s'agit donc d'assurer, dans le respect mutuel, une collaboration entre artistes et scientifiques [...] et créer les conditions pour que les créateurs s'approprient les immenses ressources des sciences et des techniques d'aujourd'hui. Et ce n'est pas non plus une tâche simple. On retrouve là plusieurs défis.^[26]

* * *

Quel sera l'utilisateur de demain ? sans doute faudra-t-il trouver un autre nom que celui d'utilisateur, assez peu gracieux et réducteur à une activité technique. Au public alors de trouver ses marques, de désigner un être hybride qui ne sera ni lecteur, ni spectateur, ni joueur, mais amateur de multimédia comme nous sommes encore amateur de livres, de films, de jeux. La convergence des médias amènera sans doute la création de consoles multimédia polyvalentes, où l'on passera sans transition d'un film à internet, d'un jeu à une émission télé interactive.

Le plaisir devra, encore plus qu'avant, être une notion dominante ; les consoles réagiront avec célérité à toute stimulation de télécommande, manette de jeu ou encore à la voix du spectateur / acteur. Dans ce monde empli de couleurs, sons, formes, matières où le « spectateur » est sans cesse sollicité de toutes parts, le multimédia « culturel »

devra utiliser les mêmes armes que ses concurrents : plaisir et convivialité, performance technique et beauté ; sans oublier ses qualités intrinsèques, à savoir l'originalité, la créativité, l'intelligence, le savoir. Ce nouveau média est peut-être l'occasion idéale pour tenter justement de changer la donne, conjuguer qualité et grande distribution, faire sortir de leur ghetto les produits trop élitistes et tenter de bannir la médiocrité des autres. De prouver, enfin, que le plaisir peut aussi se trouver quand le cerveau fonctionne...

Épilogue

Comment se préparer au triomphe de la technologie légère

Le premier pas vers la communication légère fut l'invention de la télécommande. Grâce à elle, on pouvait baisser le son, le couper même, éliminer la couleur et surtout changer de chaîne à chaque instant. Les téléspectateurs commencèrent à perdre le sens de l'ordre séquentiel du programme, vite suivis en cela par les réalisateurs qui ne se sentirent plus obligés de construire des émissions dotées d'un sens global. C'est ainsi que l'émission type devint le débat politique, succession (ou superposition) de brefs discours dépourvus de sens, où l'intervenant ne se sentait pas contraint de prendre en compte ce qu'il venait de dire ou ce qu'avait dit son interlocuteur. En zappant entre des dizaines de débats, face à un écran noir et blanc au son baissé, le spectateur était entré dans une phase de liberté créatrice.

— Umberto Eco, *Comment voyager avec un saumon*, 1992

6. Bibliographie

Les ouvrages et articles dont je recommande particulièrement la lecture sont signalés par *.

6.1. Livres

- [1] BARTHES, Roland - *S/Z*, Points, Éditions du Seuil, Paris, 1970.
- [2] BOUCRIS Luc - *De l'écrit à l'écran*, ADAPT Éditions, Paris, 1996.
- [3] GALLOT LE LORIER Marie-Anne et VARET Vincent - *La création multimédia*. Paris, Economica, 2000.
- [4] LANCIEN Thierry coord. - *Multimédia : les mutations du texte*, ENS Éditions, mai 2000.
- [5] MALLENDER Ariane - *Écrire pour le multimédia*, Dunod, 1999. *
- [6] POGNANT Patrick et SCHOLL Claire - *Les CD-Rom culturels*, Hermès, 1996
- [7] SARDAIN Frédéric dir. - *Les créations multimédia*, Hermès, 2002.
- [8] SCHUITEN François et PEETERS Benoît - *L'Aventure des images*. Paris, Autrement, 1996. *
- [9] TOUCHARD Jean-Baptiste - *Multimédia interactif. Édition et production*. Les Ulis, Microsoft Press, 1996.
- [10] VANDENDORPE Christian - *Du papyrus à l'hypertexte : essai sur les mutations du texte et de la lecture*. Paris, La Découverte, 1999. *
- [11] VETTRAINO-SOULARD Marie-Claude - *Les enjeux culturel d'Internet*. Paris, Hachette Éducation, 1998.

6.2. Articles et références diverses

- [12] GAUDREULT André et MARION Philippe - *Un média naît toujours deux fois...*, in *Sociétés & Représentations* N°9, La Croisée des médias, avril 2000, pp. 21-36.
- [13] GUICHARD Louis et RIGOLET Laurent - *La double vie des films*, in *Télérama*, N°2731, 15 mai 2002.
- [14] VERROUST Gérard, « Hypertexte », *Encyclopædia Universalis*.
- [15] *Lire*, N°188, mai 1991.
- [16] *Encyclopædia Universalis*.
- [17] *Tant qu'il y aura des livres*, La Cinquième / France 5, spécial salon du livre, dimanche 24 mars 2002.

- [18] *La culture, l'internet et le multimédia, la politique culturelle numérique*, rapport du Ministère de la Culture disponible sur <http://www.culture.fr/culture/actualites/politique/pagsi/bilan-pagsi.pdf>

6.3. Articles sur internet

Eu égard à la volatilité et au déplacement fréquent des pages internet, les articles référencés ici ont été copiés et seront disponibles en ligne pendant un an à l'adresse : <http://www.menegaldo.net/stephane/multimedia/index.htm>

- [19] BARCHECHATH Eric et POUTS-LAJUS Serge - *Postface sur l'interactivité*, http://tecfa.unige.ch/tecfa/teaching/LME/lombard/green/surl_interactiviT.html
- [20] BOURDONCLE François - *Panorama et perspectives des outils de recherche d'information textuelle sur internet*, <http://www.exalead.com/Francois.Bourdoncle/idt99.html>
- [21] Chartier Roger - *Du codex à l'écran : les trajectoires de l'écrit*, <http://www.info.unicaen.fr/bnum/jelec/Solaris/d01/1chartier.html>
- [22] CLÉMENT Jean - *Du texte à l'hypertexte : vers une épistémologie de la discursivité hypertextuelle*, <http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/discursivite.htm> *
- [23] FLEURY Maurice - *Implication de certains principes de design pour le concepteur de systèmes multimédia interactifs*, <http://www.fse.ulaval.ca/fac/ten/reveduc/html/vol1/no3/implic.html>
- [24] JACQUINOT Geneviève - *Dispositif médiatique et médiation : deux formes d'interactivité*, <http://tecfa.unige.ch/themes/comu/def/comu-def-tr10.html>
- [25] LEPEZ Brigitte et PERRIN Dominique - *Multimédia et littérature*, http://www.univ-lille3.fr/Colloques/colloque_FLE/Lepez_pe.pdf
- [26] VERROUST Gérard - *Recherche et création artistique*, <http://hypermedia.univ-paris8.fr/Verroust/recherche.html>

6.4. Sites internet

- [27] *Brouillons d'écrivains* : <http://expositions.bnf.fr/brouillons>
- [28] *Educatechnologiques* : <http://www.fse.ulaval.ca/fac/ten/reveduc/index.html>
- [29] *Encyclopédie des nouveaux médias*, Centre George Pompidou : <http://www.newmedia-arts.org>
- [30] *Le site des spécialistes de l'information en ligne* : <http://www.redaction.be>
- [31] *Département Hypermédia, université Paris 8* : <http://hypermedia.univ-paris8.fr>
- [32] *Site de Ted Nelson* : <http://ted.hyperland.com>
- [33] *Site du projet Xanadu* : <http://xanadu.com>
- [34] *Ministère de la Culture* : <http://www.culture.fr> et <http://www.culture.gouv.fr>
- [35] *Sélection de sites culturel par le Ministère de la Culture* : <http://www.portail.culture.fr/sdx/pic/culture/int/index.htm>

[36] *Site officiel de Jerome Charyn* : <http://www.jeromecharyn.com>

6.5. Thèses de doctorat

Ces deux documents n'ont pas été lu en détail, mais nous conseillons leur lecture pour un approfondissement des sujets évoqué dans ce mémoire.

[37] MABILLOT Vincent - *Mises en scène de l'interactivité*,
<http://vincent.mabilLOT.free.fr/download/these.htm>

[38] RÉZEAU Joseph - *Médiatisation et médiation pédagogique dans un environnement multimédia*, <http://joseph.rezeau.free.fr/these.htm>

7. Annexes

Interview d'Antonin	85
Œuvres de Jerome Charyn publiées en français	87
Références du corpus de produits étudiés	89
Index	92
Table des matières	93

7.1. Interview d'Antonin

Mes connaissances personnelles dans le domaine du jeu vidéo étant très limitées, j'ai décidé d'interviewer Antonin, grand amateur de cinéma et de jeux vidéos d'aventure et de rôles. Il joue sur la GameCube de Nintendo et la PlayStation 2 (PS2) de Sony.

Antonin est professeur agrégé de sciences physiques au lycée Uruguay-France de Fontainebleau.

7.1.1. Entretien

Qu'attens-tu d'un jeu vidéo ? Qu'est-ce qui te fait acheter un jeu plutôt qu'un autre ?

Je suis attiré par un monde : ses personnages, son histoire, les codes qu'il engendre ; par la recreation d'une réalité, d'une ville par exemple, avec ses bâtiments, ses véhicules... On a aussi la liberté d'action et de mouvement comme dans le monde réel, mais c'est un *autre* monde : il y a des choses en plus, on peut par exemple voler, nager dans les profondeurs, visiter des temples oubliés. On est un héros, on a une quête à accomplir, on doit résoudre des énigmes : c'est plutôt flatteur.

Certains jeux se rapprochent de plus en plus des films, il sont un peu plus linéaires mais disposent d'un scénario béton et de séquences cinématiques : des animations de transition où l'on ne peut pas intervenir, on est simplement spectateur. C'est un peu frustrant mais cela contribue à l'ambiance, car pendant le jeu on n'a pas la même beauté

graphique. Je ressens une grande attraction pour le côté visuel, je m'arrête pour regarder l'environnement, des détails, des fleurs...

Quelle est l'ergonomie des jeux actuels ?

Il y a de plus en plus de boutons sur les manettes de jeu, et ils sont de plus en plus utilisés. Il y a par exemple 27 boutons sur la manette de la GameCube. Il y a maintenant un joystick analogique, sensible à la pression : par exemple, plus on appuie, plus le personnage court vite. Tous les jeux utilisent les possibilités techniques de la manette : on n'a plus à faire des combinaisons de touches comme c'était le cas avant pour accéder à certaines fonctions. Ces boutons permettent de réaliser des actions de plus en plus variées le plus simplement possible. On a une très grande ergonomie.

Les manuels « papier » sont parfois intégrés dans le jeu : pour apprendre à faire effectuer certains mouvements spéciaux au personnage, nager par exemple, un autre personnage, rencontré dans le jeu, va lui enseigner au fur et à mesure de l'avancée dans le jeu. Certains jeux n'affichent plus d'informations à l'écran en temps normal mais des touches donnent l'accès à des menus complexes faits de textes et d'icônes. Sur d'autres jeux, chaque bouton permet d'afficher une liste d'objets différente par exemple. L'accès aux menus se fait donc par les touches, et non par des icônes. Sur l'écran on trouve toujours l'image principale, vue subjective ou panoramique, en 3D, du monde dans lequel on évolue, mais en-dehors de cela les infos affichées sont réduites à l'essentiel : le niveau de vie (sous forme de barre d'énergie ou de pourcentage), ou encore un plan miniature escamotable. On a toujours au minimum un indicateur de l'état de santé.

Les nouvelles manettes de jeu sont équipées d'un vibreur : plus le niveau de vie est bas, plus la manette vibre. Dans certains jeux cela remplace la barre d'énergie affichée à l'écran. On peut avoir aussi le personnage qui boite, avance moins rapidement... Autant d'indications plus réalistes. La fonction vibreur est aussi utilisée en cas de choc, quand on reçoit une balle, ou si un ennemi arrive par derrière. Ou encore quand un objet magique qu'on a ramassé indique la proximité d'un trésor.

Quels sont les éléments les plus importants pour rendre un monde crédible ?

Je suis très sensible aux éclairages, qui ont fait beaucoup de progrès ces derniers temps. Quand on veut re-crée une réalité, il faut tenir compte des ombres, elles sont en particulier essentielles dans les jeux qui font peur. La musique et les bruitages sont très importants : un jeu vidéo sans musique, ce n'est pas un jeu vidéo. Le côté « film »

aussi : par exemple dans le jeu *Resident Evil* inspiré de *La nuit des morts-vivants*. Les jeux à sensation ont été rendus de plus en plus intéressants par l'avancée de la technologie. On n'est jamais totalement immergé dans un jeu, on n'y croit jamais vraiment, mais il y a possibilité de se faire très plaisir : se faire peur, ou voler... Voir le monde par les yeux d'une abeille. Dans ce domaine la 3D a tout changé.

Un scénario accrocheur, c'est bien mais c'est très rare. Certains éditeurs ne rentrent plus dans leurs frais à force de développer un scénario trop riche. Mais le scénario n'est pas forcément essentiel : j'adore par exemple ce jeu où on est un chasseur de vampire parti tuer le comte Dracula. On parcourt le château linéairement, pièce par pièce, jusqu'à affronter le vampire. Au contraire, un jeu comme *Final Fantasy X* ou *Metal Gear Solid II* (inspiré par des univers comme *Ghost in the Shell*) possèdent un scénario assez recherché.

7.1.2. Démonstration du jeu Final Fantasy X sur PlayStation

Le jeu commence par un générique cinématographique. Les graphismes sont à la hauteur des films en images de synthèse qui sortent sur grand écran, comme d'ailleurs le film homonyme, *Final Fantasy, les créatures de l'esprit*. Durant le jeu, en temps normal (exploration) on a l'affichage en plein écran de l'univers parcouru. La pression d'un bouton de la manette donne accès à un menu complexe, mais dans lequel on navigue cependant très facilement avec seulement deux boutons. Lors des séquences de combat, des animations viennent représenter l'effet d'un sortilège, et des changements automatiques d'angle de vue permettent d'avoir toujours la meilleure vue du combat, sans qu'il y ait un monstre pour faire obstacle. Enfin, la navigation dans le menu, les séquences cinématiques, l'animation des personnages, etc. sont extrêmement rapides. L'ensemble donne une impression de beauté et de fluidité qui surpasse à mon avis n'importe quel autre média interactif à l'heure actuelle.

7.2. Œuvres de Jerome Charyn publiées en français

7.2.1. Aux éditions Gallimard

Zyeux-bleus, 1976.

Marilyn la dingue, 1976.

Kermesse à Manhattan, 1977.

New York : chronique d'une ville sauvage, Découvertes, 1994.

Bande à part, avec Jean-Claude Denis, Gallimard Jeunesse, 1995.
Le Geek de New-York, avec Michel Martens, 1995.
Isaac le Mystérieux, 1997.
La Belle Ténébreuse de Biélorussie, Haute Enfance, 1997.
Le Nouveau noir, anthologie dirigée par Charyn, 1997.
Hemingway, Découvertes, 1999.
Otage à New York, Folio Junior, 1999.
Le Cygne noir, Haute Enfance, 2000.

7.2.2. Aux éditions Denoël

Un bon flic, 1991
Elseneur, 1993
Les Filles de Maria, 1994.
Il était une fois un Droshky, 1996.
L'Homme de Montezuma, 1997.

7.2.3. Aux éditions Casterman

La Femme du magicien, avec François Boucq, 1986.
Bouche du diable, avec François Boucq, 1990.
Les frères Adamov, avec Jacques Loustal, 1991.
Au Nom de la famille, avec Joe Staton, 1995.
Le croc du serpent, avec Muñoz, 1997.
Panna Maria, avec Muñoz, 1999.
White Sonya, avec Jacques Loustal, 2000.

7.2.4. Aux éditions du Seuil

Darling Bill, 1983.
Panna Maria, 1986.
Poisson-Chat, 1999.

7.2.5. Aux éditions Stock

Frog, 1988
Le nez de Pinocchio, 1989
Movieland, 1990

7.2.6. Chez d'autres éditeurs

Arnold le Geek de New York, Libération, 1980.
Le Marin blanc du Président, Ramsay, 1980.

New York, Autrement, 1980.

Cul Bleu (Eisenhower, my Eisenhower), Balland, 1981.

Le Ver et le Solitaire, Balland, 1982.

Metropolis, Presses de la Renaissance, 1987.

Le Prince et Martin Moka, Syros, 1988.

Margot in Badtown, avec Massimiliano Frezzato, Comics USA, 1991.

Guerre à l'Homme-Loup, Mille et Une Nuits, 1991.

Une petite histoire de guerre, Hachette Jeunesse / Stock, 1992.

L'Homme qui rajeunissait, Complexe, 1993.

Du ventre de la bête, avec François Boucq, D. S., 1994.

Margot queen of the night, avec Massimiliano Frezzato, Comics USA, 1995.

La Paresse : Madame Oblomova, Textuel, 1996.

Capitaine Kidd, Fayard, 1998.

Sinbad, Flohic, 1998.

Une romance : agenda roman, illustrations de Loustal, Mille et Une Nuits, 1998.

Princess Hannah, avec des photos d'Olivier Coulange, Actes Sud, 1998.

Mort d'un roi du Tango, Mercude de France, 1999.

Madame Lambert, avec Andreas Gefe, Éditions du Masque, 1999.

7.3. Références du corpus de produits étudiés

7.3.1. DVD

Les Contrebandiers de Moonfleet de Fritz Lang

Un DVD avec livret. Année : 2001. CNDP, Ministère de l'Éducation Nationale, Turner Classic Movies. Réalisation française.

Excalibur de John Boorman

Un DVD. Année : 2000. Warner Home Video France.

eXistenZ de David Chronenberg

Un DVD. Année : 2000. UGC, Pathée vidéo.

Fantasia Collector des Studios Disney

Coffret de deux DVD. Année : 2001. Édité par Disney DVD. Réalisation américaine.

Fight Club de David Fisher

Coffret de deux DVD avec un livret. Année : 1999. 20th Century Fox Home Entertainment. Réalisation américaine.

Harry, un ami qui vous veut du bien de Dominik Moll

Coffret de deux DVD avec un livret. Année : 2001. Diaphana Films, M6 Films, Vidéo Film Office Distribution. Réalisation française.

Harry Potter à l'école des sorciers de Chris Columbus

Coffre de deux DVD. Année : 2002. Warner Bros Home Video. Réalisation américaine.

In the Mood for Love de Wong-Kar Wai

Coffret de deux DVD avec un livret. Année : 2001. Conception des DVD : Paradis Distribution. Distribution : TF1 vidéo. Réalisation française.

La Planète des Singes de Tim Burton

Coffret de deux DVD. Année : 2002. 20th Century Fox Home Entertainment. Réalisation américaine.

Sleepy Hollow de Tim Burton

Un DVD avec livret. Année : 2000. Pathée vidéo, Studio Canal.

7.3.2. Cédéroms

Myst

Jeu d'aventure de Rand et Robyn Miller. Année : 1993. Produit par Cyan. Distribué par Brøderbund Software.

Ring

Jeu d'aventure avec un graphisme de Philippe Druillet. Année : 1998. Conception / Distribution : Cryo Interactive Entertainment, Arxel Tribe, Anne Carrière Multimédia.

Forrest J. Ackerman's museum of Science Fiction, Horror and Fantasy

Musée virtuel par Marlin Sofwares. Année : 1997.

Immemory

Œuvre biographique de Chris Marker. Année : 1997. Centre Georges Pompidou, Jériko.

L'Apocalypse

Cédérom culturel sur la tenture du château d'Anger. Année : 1997. Direction artistique et développement : Syrinx.

Châteaux Forts

Encyclopédie castrale par Nicolas Faucherre. Syrinx. Année : 1999.

Les génies de la peinture

Éditions Atlas Multimédia. Année : 1997.

Lumière sur les grands peintres

Giunti Multimedia, localisé par Hachette multimédia. Année : 1996.

Mechanical Marvels

Cédérom encyclopédique sur les inventions de la Renaissance en Italie. Année : 1997. Istituto e Museo di Storia della Scienza, Giunti Multimedia.

7.3.3. Sites internet

<http://expositions.bnf.fr/brouillons>

<http://www.0m1.com>

<http://www.charabia.net>

<http://www.culture.gouv.fr/culture/exp/exp.htm>

<http://www.ferryhalim.com/orisinal>

<http://www.lire.fr/multimedia/default.asp/idR=199>

<http://www.mpt-espace-aragon.asso.fr/bdb/home.htm>

<http://www.ocularart.com>

<http://www.pianographique.com>

<http://www.prystation.com>

<http://www.ressources.org>

<http://www.urbicande.be>

<http://www.xxciel.com>

7.4. Index

- annuaire,20
- aspects juridiques,19
- Barchechath,21
- barre de navigation,20
- Barthes,25
- Bush,10
- Carnet multimédia*,48
- Chartier,25
- Châteaux Forts*,46
- Cités Obscures,27,50
- édition,29
- édition et production,18
- expositions,30
- Fantasia*,36
- Fight Club*,37
- Final Fantasy X*,85
- hypermédia,10
- hypertexte,10
- Immemory*,49
- immersion,27
- interactivité,19
- interactivité d'accès,19
- interactivité de traitement,21
- interactivité fonctionnelle,22
- interactivité intentionnelle,22
- Jacquinet,21
- jeu vidéo,83
- Joseph Weizenbaum,21
- Kusama,30
- memex,10
- multimédia,17
- Myst*,44
- Nelson,11
- Pokémons*,27
- Pouts-Lajus,21
- presse magazine,29
- Quarxs (Les)*,44
- radio,29
- Resident Evil*,85
- tabularité,23
- tabularité fonctionnelle,26
- tabularité visuelle,26
- télévision,28
- texte mosaïque,26
- tout numérique,17
- typage des liens,74
- univers littéraire,7,32

Table des matières

Remerciements.....	3
Sommaire	4
1. Introduction	5
2. Premier chapitre : cadre conceptuel.....	9
2.1. Introduction	10
2.2. De l’hypertexte à l’hypermédia.....	10
2.2.1. Historique	10
2.2.2. Définitions	11
2.2.3. Texte et hypertexte	12
2.2.4. Un avenir possible de l’écriture hypertuextuelle.....	13
2.2.5. Fragmentation de l’hypermonde et mise en péril du contexte	14
2.3. La sphère multimédia	15
2.3.1. Définition.....	15
2.3.2. Précisions.....	16
2.3.3. Le tout numérique	17
2.3.4. Édition et production.....	18
2.4. L’interactivité	19
2.4.1. Définitions.....	19
2.4.2. Usages et intérêts.....	22
2.5. La tabularité.....	23
2.5.1. Définition.....	23
2.5.2. La lecture : de l’écoute à l’écran	24
2.5.3. Application au multimédia	25
2.6. Médias immersifs	27
2.7. Les acquis des « anciens » médias	28
2.7.1. La télévision	28
2.7.2. L’édition et la presse magazine	29
2.7.3. La radio.....	29
2.7.4. Les expositions.....	30

2.8. Qu'est-ce qu'un produit « culturel » ?.....	31
2.9. Univers de l'écrivain, univers littéraire.....	32
2.10. Conclusion.....	33
3. Deuxième chapitre : usage des technologies.....	34
3.1. Introduction	35
3.2. Les 3 supports.....	35
3.3. DVD vidéo	36
3.3.1. Fantasia Collector.....	36
3.3.2. Fight Club.....	37
3.3.3. In the Mood for Love	38
3.3.4. Autres DVD.....	39
3.3.5. Synthèse des possibilités techniques	40
3.3.6. Limites.....	42
3.3.7. Conclusion.....	43
3.4. Cédéroms.....	44
3.4.1. Une référence : Myst.....	44
3.4.2. Les balbutiements.....	45
3.4.3. Un must : Châteaux Forts.....	46
3.4.4. Immemory	49
3.5. Sites internet.....	50
3.5.1. Univers	50
3.5.2. Création et expérimentation littéraire et textuelle	51
3.5.3. Expositions virtuelles	52
3.5.4. Sites artistiques.....	53
3.6. Conclusion.....	54
4. Troisième chapitre : le projet Jerome Charyn	55
4.1. Introduction	56
4.2. L'univers de Jerome Charyn	56
4.3. De l'adaptation à la transposition.....	57
4.4. Choix du support de diffusion.....	59
4.4.1. Orientation générale du produit.....	59
4.4.2. Public visé	60
4.4.3. Impact médiatique	61
4.4.4. Influence du contenu	62

4.4.5. La complémentarité des supports.....	63
4.5. L'équipe projet.....	64
4.5.1. Composition de l'équipe.....	64
4.5.2. Implication de l'auteur.....	65
4.6. Pistes pour une maquette.....	65
4.6.1. Généralités.....	66
4.6.2. Le DVD vidéo.....	68
4.6.3. Le DVD-Rom.....	71
4.6.4. Ramifications et prolongements.....	75
5. Conclusion.....	76
Épilogue.....	81
6. Bibliographie.....	82
6.1. Livres.....	82
6.2. Articles et références diverses.....	82
6.3. Articles sur internet.....	83
6.4. Sites internet.....	83
6.5. Thèses de doctorat.....	84
7. Annexes.....	85
7.1. Interview d'Antonin.....	85
7.1.1. Entretien.....	85
7.1.2. Démonstration du jeu Final Fantasy X sur PlayStation.....	87
7.2. Œuvres de Jerome Charyn publiées en français.....	87
7.2.1. Aux éditions Gallimard.....	87
7.2.2. Aux éditions Denoël.....	88
7.2.3. Aux éditions Casterman.....	88
7.2.4. Aux éditions du Seuil.....	88
7.2.5. Aux éditions Stock.....	88
7.2.6. Chez d'autres éditeurs.....	88
7.3. Références du corpus de produits étudiés.....	89
7.3.1. DVD.....	89
7.3.2. Cédéroms.....	90
7.3.3. Sites internet.....	91
7.4. Index.....	92
7.5. Table des matières.....	93

