HAL
open science

# Les longforms multimédia au regard de l'œuvre d'art totale : inventer de nouvelles formes de récit en ligne

Zoé Poulet-Hanning

## To cite this version:

Zoé Poulet-Hanning. Les longforms multimédia au regard de l'œuvre d'art totale : inventer de nouvelles formes de récit en ligne. Sciences de l'information et de la communication. 2019. dumas-03161052

**HAL Id: dumas-03161052**

**https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-03161052v1**

Submitted on 5 Mar 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

# Les *longforms* multimédia au regard de l'œuvre d'art totale

## Inventer de nouvelles formes de récit en ligne

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Clotilde Chevet

Nom, prénom : POULET-HANNING Zoé

Promotion : 2018-2019

Soutenu le : 13/11/2019

Mention du mémoire : Très bien

REMERCIEMENTS

Je tiens en premier lieu à remercier Clotilde Chevet, qui a accepté de diriger mes recherches, pour son investissement, sa gentillesse et sa disponibilité, qui m'ont été d'une aide très précieuse. Merci de vos conseils et de vos encouragements pendant l'élaboration de ce mémoire, mais aussi tout au long de l'année universitaire.

Je remercie également très sincèrement Jean-Édouard André, qui a accepté d'être mon rapporteur professionnel. Je suis très reconnaissante du temps que vous m'avez accordé, et de la manière dont vous avez aiguillé ma réflexion.

Merci également à tous ceux qui ont accepté de m'accorder un entretien, de leur accueil et de leur gentillesse: Aurélien Delfosse et Raphaël Bonan de *L'Équipe Explore*, Victor Antonelli, Mila Leva, Tom Chevallier.

Mes remerciements vont aussi aux enseignants et aux équipes du CELSA ainsi qu'aux intervenants professionnels du Master Médias, innovation, création pour leur investissement et leur écoute de mes (nombreuses) questions.

Enfin, merci infiniment à mes proches de m'avoir soutenue dans ma décision d'entreprendre ce master, et qui ont été d'une aide précieuse : ma famille bien sûr, et Lucas, Hélène, Aina, Juliette, Julie, Anne.

NOTE LIMINAIRE

Le choix du sujet découle d'un goût pour les histoires. J'ai toujours aimé qu'on me raconte des histoires. Dans les livres, les films, les oeuvres d'art en général, c'est toujours de là que découle pour moi le plus grand intérêt. Peu importe la qualité ou la réputation d'un roman ou de son romancier: si l'histoire est efficace, captivante, elle me transporte, et me fait aimer le livre. Mais pourquoi ces oeuvres sont-elles aussi efficaces? C'est ce que j'ai voulu tenter de démêler ici.

Ce choix des longforms multimédias m'a semblé intéressant car il conjugue une double innovation, et pose la question de comment raconter des histoires en ligne, à l'époque ou l'oralité et le papier ne sont plus les vecteurs privilégiés des histoires. C'est une manière de réactualiser mes questionnements sur le récit. Par ailleurs, ces objets sont particulièrement innovants car l'innovation dans les manières de raconter est chaque fois renouvelée, pour chaque *longform*: ils sont tous uniques. Il m'a donc également semblé intéressant d'explorer dans quel contexte ces œuvres sont apparues, et quelles ont été les conditions de leur élaboration.

Ces questionnements sur la manière de raconter à travers différents médias se rapprochent d'une innovation d'un autre temps, l'oeuvre d'art totale. Si celle-ci peut sembler datée et obsolète, il semblerait qu'elle ait de nombreux points communs avec les innovations en cours sur le web.

Ainsi, nous pourrons ici tirer des conclusions d'une observation minutieuse et raisonnée des *longforms* expérimentaux afin d'en dégager les grandes lignes, et les regrouper par certaines caractéristiques communes, bien que chacun soit unique.

Ces conclusions seraient d'un double intérêt. Tout d'abord, à l'usage de professionnels, elles permettraient de dégager un guide du *longform* expérimental, à la fois dans sa conception, la manière dont il est imaginé et *managé*, mais aussi dans sa forme: ce qui marche, ce qui ne marche pas, les erreurs à éviter pour garder le lecteur engagé, etc. Mais dans un deuxième temps, il s'agirait de montrer comment une utopie innovante peut rester active des siècles plus tard. Une idéologie peut infuser longtemps, et ressurgir quand on s'y attend le moins. C'est donc une réflexion sur l'innovation, et la manière dont on peut innover grâce à une idée elle-même déjà innovante, en la remettant au goût du jour, elle et ses questionnements. Il s'agira donc ici de livrer également une réflexion sur ce qu'est l'innovation elle-même, et de donner des recommandations à destination de ceux qui se professionnalisent dans ce domaine. Enfin, cette étude permettra d'élargir le champ de réflexion de l'œuvre d'art totale et de la pensée wagnérienne, et de montrer dans quelle mesure l'idée, bien qu'elle ne soit pas souvent identifiée par les créateurs de notre époque, reste présente à

l'esprit de manière inconsciente et a pu infuser notre façon de concevoir le récit de manière souterraine. Il s'agit donc là d'une nouvelle réflexion pour le champ universitaire.

**Justification de certains choix formels lors de la rédaction de ce mémoire**

Tout d'abord, nous avons choisi de conserver certains anglicismes, comme le terme *longform*. Il aurait été possible de choisir « long format », mais cette locution est beaucoup plus floue. Un *longform* est un article qui se veut long, qui a choisi de raconter au long cours. Un « long format » ne fait pas penser spécialement à la presse écrite, et est bien plus vague. Par ailleurs, le concept venant des Etats-Unis, qui ont inventé ce type d'article avec « Snow Fall », du *New York Times,* en 2013, il m'a semblé important de conserver le nom originel. Ce mot, considéré comme un anglicisme, a été mis en italique.

Il est aussi crucial ici de bien souligner la différence entre media et média. L'emploi de ces deux mots tout au long du mémoire découle d'une décision prise avec Clotilde Chevet: le média est le moyen, la technique et le support de la diffusion massive, et d'un autre côté, « media » est le pluriel de medium, c'est-à-dire le biais qui permet d'exprimer par l'art (peinture, sculpture, son, etc.). Si ces différents mots se ressemblent, il nous a semblé plus juste d'utiliser le pluriel latin « media », au risque d'une confusion, plutôt que de transformer le mot en « mediums ».

# Table des matières

Remerciements ……..…… p. 1

Note liminaire …… p. 2

Introduction ……..…… p. 6

**I. <u>Le longform multimédia : l'illustration réinventée?</u>** …… p. 19

1) <u>Inventer un nouveau récit multimédia : un équilibre précaire</u> …… p. 20

Des oeuvres hybrides ……..…… p. 21

Une utilisation des médias chaque fois différente: un espace d'expérimentation …… p. 24

La tradition multimédia des récits journalistiques…….…… p. 28

2) <u>Un lecteur immergé dans le récit grâce aux augmentations du texte</u> …….…… p. 30

Le lecteur participe activement à la création du longform ……..… p. 30

Un récit augmenté pour capter l'attention du lecteur …….…..… p. 33

Une interactivité qui laisse place à l'histoire …… p. 34

3) <u>La modernité, espace et temps de la réconciliation du texte et de ses augmentations</u> …….. p. 35

Le web: espace du multimédia …… p. 36

Décadence ou réconciliation? ……..…… p. 37

Image et modernité sur l'écran …… p. 37

**II. Récit en media, récit d'un média?** ……..…… p. 40

1) <u>Une adéquation technique</u> ……..…… p. 41

Références et signes ……..…… p. 41

Du fond ou de la forme, qui a la primauté? …… p. 43

Des oeuvres médiagéniques? ……..…… p. 44

2) <u>Une adéquation historique</u> …… p. 48

Forme éditoriale et héritage …… p.48

Écran et papier …… p.49

Une réflexion sur le journalisme et son histoire ……..…… p. 51

3) Création d'une nouvelle poétique ……..…… p. 54

Des frictions désamorcées par la réflexivité du média …… p. 54

Écrits d'écrans et médiagénie ……..…… p. 54

Pour une poétique de l'écran …… p. 56

**III. Longforms multimédia et storytelling politique** ……..…… p. 60

1) Des dispositifs communicationnels …… p. 61

Tentative de définition ……..…… p. 61

Des dispositifs particuliers ……..…… p. 62

Une réception biaisée? …… p. 64

2) « Stories that matter » …… p. 67

Des histoires à fort pouvoir de séduction …… p. 67

Une dramatisation du récit ……..…… p. 68

Du Pathos à l'Ethos …… p. 69

3) Un dispositif de contrôle? …… p. 73

Le *webdesign*, institueur de cadres ……..…… p. 73

Une lutte pour le pouvoir? …… p. 74

Le dispositif wagnérien …… p. 75

Conclusion …… p. 79

Recommandations ……..…… p. 81

Bibliographie thématique ……..…… p. 84

**Annexes** ……..……..…… p. 88

Objets d'étude analysés selon une grille commune ……..……p. 88

Entretien 1 …… p. 96

Entretien 2 …… p. 99

Entretien 3 …… p. 101

Entretien 4 …… p. 103

Etude de cas …… p. 106

« De nouvelles formes narratives, que nous ne savons pas encore nommer, sont déjà en train de naître, qui attesteront que la fonction narrative peut se métamorphoser, mais non pas mourir. Car nous n'avons aucune idée de ce que serait une culture où l'on ne saurait plus ce que signifie raconter. » (Paul Ricoeur)[1]

Ces dernières années, dans les écoles de journalisme, les élèves sont formés à écrire conformément aux nouveaux usages: des articles courts, aux formules choc, afin de correspondre à la fois aux présupposées attentes du public, mais aussi à un modèle économique fondé sur les audiences. Il s'agit donc de ne pas lasser son public, afin de garantir un grand nombre de vues de la page, et des recettes publicitaires en conséquence.

Mais en 2013, avec l'article long format du *New York Times* en ligne « Snowfall », tout change. Pour la première fois, un récit sur internet avait décidé de prendre son temps, d'être aussi long que nécessaire pour raconter l'histoire. Plus encore: on y trouvait un récit contenu non pas uniquement dans le texte, mais aussi dans toutes les illustrations, toutes les annexes présentes sur la page. Naissait alors une manière de raconter les histoires sur écran, à travers du texte, des images, du son, des images en mouvements, une mise en scène de la data, et un design pensé pour nous permettre de tout lire ensemble. Il s'agit d'un premier paroxysme du *longform journalism*, un genre de récit qui, en ligne, prend le contrepied de la tendance de son époque.

« Snowfall » est révélateur d'un questionnement auquel sont soumis les médias à l'ère du web et du numérique: comment raconter des histoires en exploitant toutes les nouvelles possibilités qu'offre internet? L'article montre bien que les médias sont liés aux innovations technologiques: leur apparence et leurs possibilités sont liés à l'évolution des outils qui permettent leur existence. Mais ceux-ci changent en profondeur des pratiques journalistiques qui s'adaptent au support: comment utiliser ces outils pour mieux raconter? L'innovation n'apparaît plus seulement technologique, elle semble également narrative, et donc technique. Il semblerait que le progrès influe en profondeur sur les formes et les structures que prennent les histoires racontées, et questionnent les journalistes et les penseurs des médias.

---

[1] P. RICŒUR, Temps et récit, t. 2, La configuration du temps dans le récit de fiction, Paris, Éd. du Seuil, 1984, p. 42.

Les articles issus du *longform journalism* appartiennent la plupart du temps au genre de la « creative non-fiction » ou « narrative non-fiction », qui peut être résumé en « true stories well told », c'est à dire des histoires vraies bien racontées. L'expression « creative non-fiction » dit la complexité de la catégorisation de ces œuvres qui prennent racine dans le réel tout en se rapprochant de la forme d'une oeuvre littéraire romanesque.

Il semblerait que l'ultime but des acteurs de l'information moderne est de «sortir» une information en premier, peu importe l'analyse et la réflexion, qui peuvent suivre plus tard. La priorité n'est plus à l'analyse la plus pertinente, mais à la rapidité. En 1888, Emile Zola énonçait déjà ce fait comme un problème : «L'information a transformé le journalisme, tué les grands articles, tué la critique littéraire, donné chaque jour plus de place aux dépêches, aux nouvelles grandes et petites, aux procès-verbaux des reporters et des interviewers…»[2]. Ainsi peut-on observer une opposition entre le journalisme, factuel, et la littérature, qui ne date pas d'hier, et semble pouvoir remonter à la naissance du courant naturaliste et à Zola.

Mais la frontière est bien poreuse entre ces deux pratiques de l'écriture. Comme le signale Mathilde de Chalonge dans son article « La creative non-fiction, une littérature sans compromis »: « Au fond Zola ne faisait pas autre chose qu'écrire un reportage romancé sur les mines du Nord quand il travaillait sur Germinal. Pour chacune de ses œuvres, Zola élaborait un important dossier préparatoire et se livrait à une enquête digne d'un journaliste. Le naturalisme trouvait sa suite logique dans la poussée réaliste de la deuxième moitié du XIXe siècle quand un Stendhal disait déjà « un roman c'est un miroir que l'on promène le long d'un chemin… » »[3]. En certaines occurrences, le journalisme et la littérature se rejoignent: ils cherchent tous les deux à raconter, et à trouver les meilleurs méthodes pour délivrer une histoire, pratique qui peut être attribuée aussi bien à des récits fictionnels que factuels.

D'un point de vue traditionnel, un article de presse écrite se doit d'être objectif, informatif, clair. Le vocabulaire doit être accessible, les phrases doivent être courtes, la mise en page aérée. Les sources doivent être facilement identifiables et fiables. Le journaliste doit rester «grand public» tout en apportant une information, qu'elle soit divertissante, politique, culturelle, économique, etc... La presse écrite traditionnelle encourage l'écriture dite «efficace»: formuler un message, tenir un angle, et surtout éviter les informations inutiles. Certaines grandes écoles préconisent même une «syntaxe

---

[2] Cité par Durand Pascal, «crise de presse: le journalisme au péril du «reportage»», *Quaderni,* 1994, p. 123)152

[3] DE CHALONGE, Mathilde, « La creative non-fiction, une littérature sans compromis ». Actualitté, publié en décembre 2015, consulté en septembre 2019

efficace», d'éliminer «les faits secondaires», «les mots imprécis» et les «phrases trop longues»[4], ou encore font référence à des «lois de proximité» avec le lecteur. De plus, il existe des formes très spécifiques: la brève, l'interview, le portrait, l'enquête, le compte-rendu, le reportage... Ces formes ne sont que rarement compatibles, un article correspond donc à une catégorie de forme. Ce qu'on pourrait retenir du journalisme dit traditionnel, c'est qu'il ne raconte pas d'histoires, il délivre une information rédigée.

Face à ces conceptions traditionnelles, de nouvelles théories du journalisme émergent, comme le « New Journalism » de Tom Wolfe, qui encourage la « creative non-fiction », et donc une façon de raconter l'information plutôt que de la rapporter. Tom Wolfe conceptualise un journalisme qui se lirait comme un roman. Il s'agit donc d'utiliser les techniques littéraires pour les approprier au journalisme d'information, qui n'auraient donc plus uniquement la mission de transmettre une information précise, véridique, objective.

Si nos *longforms* ne se réclament pas de la tradition du « New Journalism » directement, ils ne sont pas étrangers à ces questionnements sur la porosité des frontières entre le récit journalistique et la littérature, et accordent une très grande importance au récit, et à la manière de restituer des événements véridiques. Les articles développent sur un temps de lecture long en récit au long cours d'évènements qui se sont vraiment déroulés, mais par le biais de la fiction et de ses ressorts narratifs. Ils se réclament en cela de l'école de la « narrative non-fiction ».

Hérité des longs reportages de la presse papier, le *longform journalism* prend son essor avec internet, délivré des contraintes de l'objet magazine. Les frontières de l'article canonique et du reportage explosent: il n'est plus soumis aux contraintes techniques du journal ou du magazine papier en matière de taille, de page et de périodicité. Pouvant ainsi se développer sans limites autres que celles (très étendues) du média internet qui l'accueille, le journalisme long format met en oeuvre des trésors d'innovations et de créativité. Certes l'article se heurte à de nouvelles contraintes, mais tout reste à créer quand il s'agit de la forme à adopter, de la narration et des possibilités que propose le média en ligne.

Ce format fait preuve d'inventivité, de créativité pour rendre le design et la lecture attirante, donner envie au lecteur-spectateur de continuer. Toutefois, à la différence du webdocumentaire, le longform semble devoir toujours monopoliser l'engagement physique du lecteur. Il ne doit pas être

[4] Lu sur la description d'une formation à «l'écriture efficace» offerte par l'ESJ Lille, http://esj-pro.fr/la-formation-continue-des-journalistes/presse-ecrite-redaction/ecriture-efficace/

simplement passif, mais bien faire avancer la page à sa guise. Il *scroll*, *swipe*, clique et suit le texte et ses enrichissements du regard.

C'est pour ces raisons que le sujet semblait tout indiqué pour faire l'objet de recherches sur l'innovation dans les médias. Des innovations technologiques ont permis de développer la manière de raconter des histoires en ligne, en développant ses propres canaux. Ainsi se développent les manières de raconter des histoires par l'audio, la lecture d'articles en lignes, les images, etc. Les innovations de chaque média entraînent des réflexions sur la manière de raconter, et donc sur les techniques de narration. Mais il semblerait qu'une de ces innovations les plus ambitieuses est d'avoir réuni tous les médiums en une seule narration, pari maintes fois pris, mais entreprise peu de fois menée à bien. Le *longform* multimédia conjugue des innovations technologiques avec une remise en question des techniques narratives, apportant ainsi une double innovation.

Ces *longforms* sont l'invention d'une nouvelle narrativité, adaptée aux attentes aussi bien qu'aux usages des lecteurs contemporains. Il s'agit de raconter, mais aussi de retenir l'attention, dans le but de conserver les audiences, et de satisfaire le désir de connaissance d'un lectorat confronté par exemple aux *fake news*, à travers tous les éléments que le média peut délivrer. Toutefois, ce nouveau récit médiatique n'occulte pas le besoin de se voir raconter des histoires, au coeur de notre culture, mais l'amène à son paroxysme en le conjuguant à d'autres besoins. Ainsi, comme nous pouvons le constater ici, il s'agit toujours d'oeuvres uniques, qui ne répondent pas à un schéma, un *template*. Chaque création de graphisme et de *webdesign* correspond à l'histoire racontée, afin de la mettre en valeur. Chaque oeuvre a donc valeur d'expérimentation, car il faut trouver une médiativité à ces nouveaux récits, également libérés des contraintes du papier. La question qui se pose alors est: quelle forme utiliser?

Une fois cette question formulée, la première chose qui saute aux yeux, c'est que ces *longforms* sont particuliers du fait des enrichissements et illustrations, preuves d'une grande volonté de créativité toujours renouvelée. Nous avons déjà souligné l'hybridité du genre, entre journalisme et littérature. Mais ces objets sont également hybrides du fait de leur composition. Les composants qui enrichissent le texte appartiennent à différents domaines, différents médias, différents media. Ils peuvent être images, images en mouvement aussi appelés cinémagraphes, sons, infographies, animations. Chacune de ses disciplines a au départ ses propres codes, ses propres limites, ses propres possibilités. Dans le contexte présent, ils ont tous un but commun: raconter la même histoire séparément, mais aussi ensemble. Chaque médium est mis au service du récit.

La multiplicité des supports d'expression médiatique illustre une intermédialité unique, qui est le propre d'internet, plus qu'aucun média avant lui: pouvoir mélanger différents médias sur un

même support. C'est une innovation technique qui permet des expérimentations narratives impossibles jusque là. Ainsi ces *longforms* innovants mêlent-ils différents arts et les utilisent en parallèle de l'histoire, voire même de manière intégrée pour lui donner une autre dimension. Avec cette intermédialité poussée à son paroxysme, ce type d'objet multimédia semble faire appel à une utopie de l'oeuvre d'art déjà présente depuis l'époque romantique, et tout au long du XIXème siècle: l'oeuvre d'art totale, théorisée par Richard Wagner, qui représentait déjà à son époque une innovation narrative inouïe.

L'oeuvre d'art totale, c'est la fusion des différentes formes d'art en un tout qui les dépasse. C'est la réunion de trois soeurs: la danse, la musique et la poésie. Bien qu'opéra, celle-ci est « drame musical », c'est-à-dire une oeuvre du mélange des genres, entre tragédie et comédie. Dans une lettre à Berlioz, il déclare :

> J'y rencontrai tout d'abord l'oeuvre artistique par excellence, le drame, dans lequel l'idée, quelque profonde qu'elle soit, peut se manifester avec le plus de clarté et de la manière la plus universellement intelligible. Nous nous étonnons à bon droit aujourd'hui que trente mille Grecs aient pu suivre avec un intérêt soutenu la représentation des tragédies d'Eschyle ; mais si nous recherchons le moyen par lequel on obtenait de pareils résultats, nous trouvons que c'est par l'alliance de tous les arts concourant ensemble au même but, c'est-à-dire à la production de l'oeuvre artistique la plus parfaite et la seule vraie. Ceci me conduisit à étudier les rapports des diverses branches de l'art entre elles, et, après avoir saisi la relation qui existe entre la plastique et la mimique, j'examinai celle qui se trouve entre la musique et la poésie : de cet examen jaillirent soudain des clartés qui dissipèrent complètement l'obscurité qui m'avait jusqu'alors inquiété. [5]

Pour Wagner, l'oeuvre de la modernité se devra de faire appel à plusieurs media pour pouvoir exister sans sombrer dans la décadence. Outre son rôle de compositeur, Wagner est son propre librettiste. Ses livrets sont comme des poèmes, et la langue qu'il utilise n'apparaît pas comme une convention et un système arbitraire de signes, mais se doit d'être l' « expression naturelle et fondamentale de l'âme des peuples ». La poésie est remise au centre du processus créatif, et doit être considérée à sa juste valeur dans la composition, en faire partie intégrante.

Ce n'est pas la musique qui prime sur l'histoire, mais bien l'histoire qui détermine la musique, et pas seulement au niveau de la narration et de l'expression des sentiments : la composition, la mesure et la direction doivent impérativement, pour Wagner, reposer sur le vers. Boulez va jusqu'à déclarer que grâce aux liens renforcés entre la poésie et la musique, « (Wagner)

---

[5] BAUDELAIRE, Charles, Richard Wagner et Tannhaüser à Paris, Revue Européenne, 1 avril 1861

n'a pas seulement créé une dramaturgie accompagnée de musique – ce qu'elle est dans l'opéra en général – mais il a créé une vraie dramaturgie à l'intérieur de la musique. C'est un pas capital qu'il a été le seul à accomplir »[6]. Ainsi, grâce aux mots, la musique exprime-t-elle autant qu'elle raconte, et empiète alors sur le rôle de la poésie. L'opéra revêt alors une force narrative sans précédent.

Pour lier plus encore musique et littérature et donner davantage de force au récit dans l'opéra, il élabore un système musical qui permet d'être compatible avec le fait de raconter, grâce à une combinaison de leitmotivs, qui peuvent se rapporter à la fois à des personnages, des lieux ou des situations. Ces leitmotivs permettent donc de poser un décor, de parler de personnages, d'exprimer des sentiments, et donc de créer différentes strates de récit qui s'imbriquent ensemble. Plus encore, les leitmotivs permettent de créer une nouvelle temporalité indispensable pour le compositeur, qui se trouve confronté aux limites du théâtre : « le roman a le temps, le théâtre n'a pas le temps », disait Thibaudet. Il fallait donc trouver un moyen de garantir la compréhension et le déroulement des intrigues grâce à des systèmes d'échos et de renvois, et à l'insertion de nombreux récits dans les actions. Chez Wagner, les arts poétiques et musicaux devaient non seulement cohabiter, mais se dépasser ensemble pour pallier aux défauts l'un de l'autre.

Il faut aussi constater un caractère plastique à ces opéras. Baudelaire écrit : « aucun musicien n'excelle, comme Wagner, à *peindre* l'espace et la profondeur, matériels et spirituels (…) il possède l'art de traduire, par des gradations subtiles, tout ce qu'il y a d'excessif, d'immense, d'ambitieux, dans l'homme spirituel et naturel. Il semble parfois, en écoutant cette musique ardente et despotique, qu'on retrouve peintes sur les fond des ténèbres, déchiré par la rêverie, les vertigineuses conceptions de l'opium. »[7] Ainsi a-t-il ressenti cette dimension picturale. Il décrit l'impression d'espace et de profondeur, allant parfois jusqu'au vertige, qui sont les caractéristiques des arts plastiques, par opposition à l'art poétique, puisque selon Lessing, la peinture a l'espace, et la littérature maîtrise le temps. Le vertige ressenti par Baudelaire nous montre à quel point Wagner brouille les pistes quand il s'agit de déterminer à quel art on a affaire, et déstabilise le spectateur avec cette dimension toute novatrice de l'opéra. Si son art dramatique, inspiré de la Grèce antique, souhaite réunir les « trois sœurs éternelles » que sont la danse, la musique et la poésie, il laisse néanmoins dans son œuvre d'art totale une place pour la plastique, qui doit à la fois être suggérée par la musique et la poésie, et représentée sur scène. L'architecture et la peinture seront les supports de la réalisation du drame.

---

[6] *Entretiens de Pierre Boulez avec Gerald Akoka*, Paris, Miners, 2015, p. 138.

[7] BAUDELAIRE, Charles, Richard Wagner et Tannhaüser à Paris, *op. cit.*

Ainsi, pour Wagner, le concept d'oeuvre d'art totale est le mariage (et non la simple cohabitation) entre le texte et la musique, mais aussi les autres médiums d'expression artistique, pour engendrer une expression complète de l'étendue du drame et des profondeurs humaines des personnages. C'est par l'alliance de tous les arts, concourant au même but, que peut être crée l'oeuvre la plus parfaite et la plus vraie.

L'oeuvre d'art totale invoque plusieurs arts conjointement, plusieurs media, ce qui remet en question les frontières et les codes de chaque art séparé. Utilisés ensemble, les codes de chacun changent et sortent de leurs usages traditionnels. Ils doivent donc créer une syntaxe et une grammaire particulière dans leur manière de s'exprimer et de raconter les histoires. La Gesamtkunstwerk de Wagner est doublement totale: elle est totale en ce qu'elle utilise la totalité des media disponibles pour raconter, mais elle est également une utopie culturelle et politique. Apparue dans un contexte révolutionnaire, elle cherche à redonner au théâtre sa qualité de lieu de la communion populaire. L'oeuvre d'art totale wagnérienne révèle les conditions sociales réelles de la rencontre entre l'art et le peuple, et son éloignement avec la communion populaire, apanage du théâtre Grec, que le compositeur cherche à recréer. L'oeuvre d'art de Wagner est un véritable dispositif qui tend à réduire l'écart entre scène et public, et tous les éléments du drame musical concordent dans cette voie. Le drame musical wagnérien est donc un dispositif entièrement voué à la politique au sens de « vie de la Polis », et tous les récits et les techniques utilisés servent un récit politique plus grand, auquel sont soumis les spectateurs. En cela, l'oeuvre d'art totale est doublement totale.

Aujourd'hui, l'opéra de Wagner pourrait être considéré comme un dispositif médiatique, et, plus précisément, en partie encore comme un dispositif de son binaural. Dans l'enceinte de l'opéra de Bayreuth, chaque point de son raconte une histoire différente, un point de vue différent. C'est là la base de la construction du *storytelling* de Wagner, les *leitmotivs* sont des mélodies qui se superposent et se conjuguent. Chacun d'eux est un point de son signifiant qui raconte une partie de l'histoire, à la fois du récit des actions, du récit intérieur des personnages, mais aussi du grand récit mythique qui le dépasse tous. Chez Wagner, ce récit est ensuite alimenté par des éléments visuels et textuels. Sur la page et l'écran, c'est ce même dispositif qui semble être repris. Chaque point de contact entre le lecteur et les différents médias présents sur la page donne une information différente, propre à sa manière de raconter, qui éclaire le récit global.

Le lecteur-spectateur. C'est bien lui qui semble être au centre de toutes les préoccupations. L'oeuvre ne se réalise que dans la communion entre le drame représenté et le public - pour être authentique, cette communauté publique suppose une abolition de toutes les barrières sociales ainsi

que des particularismes nationaux et ne pourra donc exister qu'au terme d'une révolution. Le drame permet de réunir une communauté humaine, qui prend conscience, à travers lui, de son identité et de son unité. Le véritable n'est pensable que comme résultat d'un mouvement de tous les arts qui cherchent à s'adresser le plus immédiatement possible à une communauté publique. C'est donc le spectateur qui semble être au centre des préoccupations de l'oeuvre d'art totale, sans laquelle elle ne peut pas exister. Comme dans nos oeuvres: elles ne peuvent exister si elles ne sont pas vues-lues, et ne semblent s'activer et se réaliser que si elles sont manipulées par le destinataire, autour duquel se cristallisent tous les enjeux, autant littéraires qu'économiques et artistiques.

Dans ces *longforms* multimédia, le lecteur entre en scène, devient partie intégrante de l'article. Il manipule l'article. D'un côté, certains nécessitent de *scroller* avec sa roulette de souris, ou bien d'actionner la barre de défilement. Depuis « Snowfall », une nouvelle manière de raconter des histoires apparaît: le *scrollytelling*. L'article défile et apparaît, se met en mouvement en actionnant toutes les parties du récit à mesure que le lecteur scroll. De l'autre, le lecteur clique sur des flèches ou des icônes pour faire défiler l'histoire à son rythme, ou bien *swipe*, mais toujours dans un sens latéral. Il s'agit ici de *swipytelling*. L'histoire défile alors comme en tournant les pages d'un livre, et fait appel à cet imaginaire de la lecture. Ainsi le lecteur devient-il acteur de l'oeuvre, par une certaine immersivité : il est englobé par l'histoire, qui le monopolise totalement en faisant appel à tous ses sens, même le toucher, tout en étant intégré à l'histoire de manière presque démiurgique, car c'est lui qui la fait apparaître.

Ces oeuvres digitales semblent donc hantées par l'utopie de l'oeuvre d'art totale, qu'ils utilisent, redécouvrent, actualisent et remanient afin de raconter des histoires d'une autre manière, afin de créer une nouvelle forme de *storytelling*. L'utopie est invoquée au service du récit et de l'histoire.

Le choix du terme exact pour dire « raconter des histoires », dans notre cas, est ardu, car nous nous intéressons au fond de l'histoire autant à la forme qu'elle prend, et la manière dont les deux s'imbriquent et s'influencent. Le terme de « récit » peut être intéressant, en ce qu'il est « représentation séquentielle d'événements séquentiels, fictionnels ou autres, dans n'importe quel medium »[8]. Il dispose de nombreux supports, et peut s'appliquer à un univers non-fictionnel, voire même non écrit. La narration, quant à elle, désigne certes le récit dans ses détails, mais surtout la structure générale de ce récit. Ainsi, il s'agit plus d'un terme technique qui permet d'étudier les

[8] Emma Kalafenos citée par Baroni, R. « Le récit dans l'image. Séquence, intrigue et configuration », *Image [&] Narrative*, n° 12 (1), p. 272-294

ficelles du récit. Enfin, le terme *storytelling* semble poser problème. En anglais, le *storytelling*, c'est l'activité générale et culturelle de raconter des histoires, qu'elles soient orales ou écrites, et qu'elles cherchent à divertir, éduquer, transmettre une culture ou bien faire passer des valeurs morales. En français, le *storytelling* est principalement la technique utilisée par les médias pour dérouler un récit. Il s'agit plus d'un terme se rattachant au champ lexical de la communication. Or, si l'on revient aux racines du terme, le *storytelling* peut désigner n'importe quelle manière de raconter des histoires, c'est son étymologie. Le *storytelling* conjugue à la fois les manières de raconter, les techniques, en incluant les buts de ce récit et sa valeur culturelle, tout en montrant que ce récit à une portée qui le dépasse: celle de raconter encore plus qu'en étant simple histoire. Pouvant être spécifique aux médias, et au media qu'il utilise dans un cas particulier, elle se place alors comme technique d'un dispositif communicationnel dont les buts et les ressorts restent à déterminer. Multiples, ces choix de récit sont autant d'éléments qui nous amènent à réfléchir sur la manière dont l'information est délivrée aujourd'hui, et à travers quels récits.

**Problématique:**

Dans quelle mesure peut-on dire que ces *longforms* multimédia participent, en réactualisant l'idée d'oeuvre d'art totale, à faire émerger une forme de *storytelling* adaptée à l'écran qui, en créant un dispositif de récit particulier, délivre une certaine conception de l'information?

Nous avons formulé trois hypothèses pour répondre à cette question :

**Hypothèse 1**

**Dans un *longform* multimédia, chaque media a sa place et alimente le récit de façon particulière.**

Les *longforms* étudiés mettent en lumière le fait que chaque medium utilisé a une place circonscrite dans le récit. Cette place serait déterminée par une longue série de traités sur le fonctionnement de l'intermédialité, et les possibilités d'utilisations de différents media à la fois. Mais plus encore, ces media trouvent leur place au sein du récit, et grâce à l'expérimentation participent d'un tout du récit.

**Hypothèse 2**

**En utilisant tous les médias disponibles pour raconter une histoire, ces *longforms* racontent une autre histoire: celle du média qui l'accueille.**

L'utilisation des différentes formes d'expressions, chacune modelée par les théories qui ont été énoncées à leur sujet, fait affleurer sur la surface de l'écran les moyens techniques qui ont permis l'élaboration et l'apparition de l'oeuvre à nos yeux. Ces *longforms* font ainsi apparaître à nos yeux des enjeux techniques qui éclairent les médias et la manière dont ils se racontent.

**Hypothèse 3**

**Ces *longforms* apparaissent comme un dispositif, et font apparaître un récit politique qui les transcende.**

Issus de machines et de processus de communication, ces articles sont formatés dans des cadres pré-établis, qui dès le départ influent sur leur discours et la manière dont ils vont être reçus. Ils s'intègrent donc dans un geste politique de maîtrise du réel qui les dépasse.

Une fois noté qu'il s'agit d'expérimentations innovantes chaque fois renouvelées, le choix des *longforms* à étudier s'est porté sur des objets uniques. Bien que la plupart des *longforms* qui ont suivi « Snowfall » aient fait l'objet de *templates*, c'est à dire d'une forme reproductible qui permettait de générer des articles longs et illustrés rapidement, sans s'embarrasser d'un *webdesign* propre à chacun, modèle très économique, on constante certaines exceptions. De ces oeuvres web exceptionnelles, où chaque détail concorde vers le récit, but unique et final de l'article, nous en avons déterminé les plus intéressantes, afin d'en tirer un corpus.

- *Highline, Huffington Pos*t, 21 décembre 2016: « The 21st Century Gold Rush, How the refugee crisis is changing the economy », par Malia Politzer and Emily Kassie. Creative Direction, Design and development by Gladeye, dirigé par Victor Antonelli.

- *Pitchfork,* mai 2013, « Features: Machines for life », de Ryan Dombal, photos par Nabil.

- *New York Times*, 5 septembre 2017, « Women are making the best rock music, and here are the bands that prove it », par Joe Cascarelli, Caryn Ganz, Jon Caramanica et Jon Pareles, produit par Antonio de Luca, Alicia DeSantis et Umi Syam.

- *Coda*, Juillet 2018, « Deadly Spiral, In Russia, HIV/AIDS denialists & conspiracistes find a soft target », par Daria Litvinova, produit par Thomas Burns et Katerina Patin, Designé par Mila Leva.

- *Shoes Up*, Octobre 2018, « Joey Badass, Political MC », par William Roden, Florian Ruax, Mélodie Raymond, Serge Wsevolojsky, Richard Banroques.

- *L'Equipe Explore*, Avril 2019, « Interdictions-Administratives-Stades, présumés coupables », Grégoire Fleurot, Clément Le Foll, direction artistique d'Hervé Ridoux.

***Méthode de recherche***

Ces objets uniques sont traités de la manière suivante.

Dans un premier temps, nous avons recherché ces *longforms* et leurs conditions d'élaboration. Ainsi, nous nous sommes livrés à une phase de veille et de recherche, afin de trouver les objets les plus uniques, les plus poussés, et les plus propices à faire ressortir des points importants de leur comparaison.

Les *longforms* qui conjuguaient les plus de médias ont été privilégiés. La plupart du temps, son, animation, vidéos, photographies, dessins sont conjugués. Cette phase a permis de se familiariser avec l'objet et le champ d'étude grâce à un recensement et un *benchmark*. Il nous a permis de constater la rareté de ces objets, ainsi que leur caractère précieux, unique, et la diversité de choix et de techniques qui peut-être fait, dans la narration principalement.

Ensuite, nous sommes passés à une phase d'étude: chaque *longform* a été étudié selon une grille, et reporté dans un tableau, afin d'en comprendre les différences et les similitudes par l'exercice de la confrontation, qui nous permet de faire ressortir les grandes lignes, les grandes tendances et les grands courants. Ont été analysés la disposition sur la page, l'utilisation de chaque média séparément, la place accordée à chacun, leur articulation, la proéminence d'un média sur l'autre, les atouts et les limites. Grâce à cette confrontation, nous avons pu établir un plan des similarités et des différences entre les différents objets, et également déterminer ce qui fonctionnait à nos yeux ou non. Et la diversité des techniques de narration combinées possibles.

Nous nous sommes ensuite livrés à une phase d'entretien. Nous avons mené la plupart du temps des demandes fructueuses, et des entretiens intéressants, mais malheureusement parfois courts, car certaines de ces *longforms* datent de plusieurs années, et ceux qui les ont imaginés très demandés. Malheureusement, certaines de mes demandes d'entretien sont restées sans réponse, ce qui ne m'a pas permis de mener une enquête orale confrontant les pensées de tous les créateurs de ces *longforms*. Afin de mieux les comprendre, il semblait très important de parler aux concepteurs de ces *longforms*, afin de mieux comprendre les enjeux, leurs volontés et leurs ambitions.

Ensuite, nous nous sommes livrés à l'analyse des discours sur ces *longforms*. Nous avons recherchés ce qu'en dit la presse et les médias spécialisés, mais aussi les internautes qui laissent des commentaires. Ainsi, nous avons pu confronter les avis des professionnels comme des anonymes, et ainsi se poser la question de la réception, après s'être demandé comment ils avaient été conçus. La réception étant au coeur des enjeux, il semblait normal que nous nous intéressions à ce sujet, car ces objets ont été pensés à destination de quelqu'un, un lecteur, un récepteur. Evaluer la qualité et la valeur d'un *longform*, c'est donc réfléchir et s'intéresser à son efficacité auprès d'un public.

Enfin, après de nombreuses lectures sur les rapports entre texte, image, écran, mais aussi sur le contexte, la narration, et les médias en lignes, nous avons engagé une réflexion théorique sur les objets étudiés. Cela nous a permis de conceptualiser des intuitions, et d'ancrer notre réflexion très spécifique dans un contexte, en le reliant à plusieurs domaines d'études universitaires, et à des discours de spécialistes.

Ces *longforms* apparaissent comme particulièrement riches, et chaque grande partie de notre travail cherchera à montrer un discours que délivrent ces articles sur les récits multimédia d'aujourd'hui.

Nous étudierons dans la première partie comment le récit de l'histoire qui a motivé le *longform* a été créé, organisé. Par ailleurs, nous nous interrogerons sur les media utilisés, et la valeur qui leur a été accordée. Bien que ces articles s'ancrent dans une tradition très forte, nous tâcherons de montrer que ces *longforms* permettent de créer de nouvelles formes de récits multimédia, et ainsi de faire émerger une nouvelle conception de l'illustration.

Nous verrons ensuite comment le fond de ces articles et la forme qu'ils prennent sont à la recherche d'une adéquation l'un avec l'autre, afin de créer de nouvelles formes. Nous étudierons comment le média et la technique affleurent et déterminent ces *longforms*, et construisent un récit commun.

Enfin, nous étudierons dans la troisième partie comment la technique prend le pas sur l'histoire racontée en faisant apparaître, en filigrane, des gestes politiques qui transforment le récit, et vont jusqu'à lui faire prendre une forme de *storytelling*.

## I. Le *longform* multimédia : l'illustration réinventée?

Depuis l'antiquité, l'oeuvre est régie par des règles qui régissent les rapports entre les différents arts, aussi appelés media: le dessin qui accompagne le texte ne doit pas être tout puissant, mais soumis au dessein du livre entier. L'usage des figures, que la rhétorique nomme « enargeia » ou « evidentia », est nécessairement subordonnée à l'objectif global de l'orateur ou du poète, au choix cohérent des matériaux du livre. Le livre ne peux ni se prêter à l'hétéroclite ni céder au manque d'unité, au risque d'apparaître comme monstrueux[9]. Toutefois, dans l'art du livre, c'est à la fin du XIXème siècle, grâce à des conditions technologiques et culturelles, que tout change. Il devient impossible de penser la profusion des images en termes d'union ou de fusion avec le texte. C'est l'entrelacement, l'interpénétration, ou l'immixtion qui seraient plutôt les termes adéquats. Les conséquences poétiques sont nombreuses, et les règles sont bouleversées. S'opère une rébellion de l'image, qui entend soudain passer au premier plan et soumettre le texte à sa loi[10]. Ainsi, le montage d'images sur une même page, qu'elle soit papier ou web, résulte d'une longue tradition, et la toute puissance qu'elle peut acquérir face au texte est un sujet de questionnement depuis plus d'un siècle.

Le questionnement et les réflexions d'Evanghélia Stead, chercheuse spécialisée dans le livre fin-de-siècle à l'Université de Versailles- Saint Quentin en Yvelines, s'ancrent dans un contexte culturel bien précis. Si la question de l'intermédialité pose problème aux historiens et aux artistes depuis l'invention de la perspective, et l'édiction de ses règles par Alberti à la Renaissance, sa place au sein du débat n'a fait que grandir au fil des époques. Le paroxysme de cette fusion, ou con-fusion entre les arts, comme le souligne l'ouvrage de Stead, a lieu à la fin du XIXème siècle, sous l'influence d'artistes qui ont changé le visage de l'art, tel que Richard Wagner, dont le travail sur l'usage de tous les arts à la fois a permis de faire tomber les limites du champ d'action de chacun.

Cette expérience multimédia existe en théorie dès le grand essor de la presse et du journalisme, au milieu du XIXème siècle. L'utopie d'utiliser les arts, et donc les médias tous sensibles dans le but d'un récit a été dès le départ très lié au désir de récit journalistique. Historiquement, il est intéressant de noter que l'enregistrement d'une interview d'Eugène Chevreul par Nadar[11] marque un tournant a bien des égards: il s'agit du premier reportage photographique

---

[9] STEAD, Evanghélia, *La chair du livre, Matérialité, imaginaire et poétique du livre fin-de-siècle*, Paris, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, 2012, p. 45

[10] *Idem,* p. 43

[11] Août 1886.

dans la presse, du premier enregistrement d'une interview de voix, et de la première impression tramée sur du papier dans la presse. Ainsi, dès l'essor historique du journalisme, le son, l'image, et l'écrit ont été enregistrés conjointement, dans une sorte de récit total, sans que les conditions techniques ne permettent d'exploiter complètement cette possibilité, cette utopie.

Michel Melot a observé l'évolution de l'illustration photographique des grands reportages à travers les âges, et a déterminé qu'après la deuxième guerre mondiale, la photographie n'est « plus seulement témoignage concret d'un événement sensationnel, elle peut aussi résumer une situation dans une synthèse ténue et profonde, arrachée à l'éphémère, qui fait de l'image banalisée le contraire d'un spectacle ordinaire. Il y a de l'ordre à mettre, du sens à saisir dans le foisonnement des faits photographiantes: le reporter se charge de cette mission. »[12]. Mais il note également que les images en mouvement ont également été liées, dès la naissance du cinéma, aux récits journalistiques, avec les actualités au cinéma. C'est l'image ponctuelle, et brute, qui trouve sur les écrans son domaine de prédilection. Le dessin n'est pas en reste puisque délestée de la nécessité d'être sensationnel, il se fait image symbolique, à travers laquelle c'est au lecteur de trouver un sens, une vision du monde[13].

1) Inventer un nouveau *storytelling* multimédia : un équilibre précaire entre le texte et son illustration

S'il s'agit pour lui uniquement d'histoires vraies, de non fiction, le journalisme se pose aussi cette même question: comment raconter de la meilleure manière possible une histoire, en accord avec le médium utilisé, tout en utilisant toutes les ressources techniques qu'il a à disposition? Il faut raconter d'une manière adaptée au support, et au public. À travers les différentes étapes de l'histoire du journalisme, tous les media ont su trouver leur place, et inventer une manière de créer leur propre récit journalistique, parfois même jusqu'à devenir média. En général, chaque média correspond à un medium, c'est à dire un canal par lequel exprimer son art de la meilleure manière possible: le dessin, la sculpture, le son, l'écrit, etc. C'est ainsi que chacun trouve le mode d'expression qui lui correspond le mieux.

De nos jours, la donne a changé. Grâce au web et à la technologie, le récit journalistique peut devenir multimédia c'est à dire utiliser les ressources de chaque média sur un même support. Les expérimentations de cette multiplicité de médias, et donc de media, dans un seul et même récit

---

[12] MELOT, Michel, *L'illustration : histoire d'un art*, Genève : Skira, 1984. p. 231

[13] *Idem*, p. 163

fleurissent. Avec l'arrivée du web, il s'agit de réinventer la grammaire de l'article illustré. Et même de poser la question suivante: quel media peut revêtir le statut d'illustration?

**Des oeuvres hybrides**

Chaque *longform* que nous avons sélectionné semble faire appel à différents media, autres que l'écrit. Sur l'écran de l'ordinateur, l'oeuvre journalistique nous apparaît hybride, comme une chimère à la fois linguistique et plastique: les limites de chaque medium sont brouillées, et l'oeuvre finale emprunte des petits morceaux de la grammaire de chaque moyen d'expression.

Pour commencer, sur l'écran, la lettre tout comme l'image sont composées de pixels. Le pixel, c'est « l'unité de base permettant de mesurer la définition d'une image numérique matricielle. Son nom provient de la locution anglaise *picture element*, qui signifie « élément d'image » . Pour la première fois, le texte, composé de lettres, et l'image sont soumis au même régime d'apparition, luminescent et dynamique: tous deux sont numérisés et recomposés au seul profit de l'oeil[14]. Les traditionnelles deux soeurs ennemies sont donc remises sur un pied d'égalité grâce à la technologie.

Plus encore, c'est grâce à internet que tous les médiums semblent enfin être réconciliés. Son, image, texte, cinémagraphe, tous apparaissent grâce à une seule et même innovation technique: le signal électrique, qui fait tout apparaître ensemble sur l'écran et dans l'ordinateur, sans hiérarchiser les moyens d'expressions, comme pouvaient le faire les théories traditionnelles et les règles édictées au préalable. Il s'agit donc de construire une nouvelle donne pour l'illustration.

La première chose que l'on peut constater en observant l'intermédialité de ces *longforms*, c'est qu'il n'y a pas de règle: chaque *longform* utilise les media qu'il souhaite sans contrainte de choix ou de préséance d'un médium sur l'autre. Le choix de chaque media et l'importance qui lui est accordée dépend donc de l'histoire racontée, des désirs des journalistes et des directeurs artistiques, ainsi que de la ligne éditoriale du média qui édite l'article.

Ainsi, si l'on compare trois articles abordant le thème général de la musique que sont « Machines for life » de *Pitchfork*, « Women are making the best rock music, and here are the bands that prove it » du *New York Times,* et « Joey Badass, political MC » de *Shoes Up*, on peut observer trois choix complètements différents en termes de media. Le plus évident, pour parler de musique, serait de mettre le son, ou bien une vidéo avec du son, en avant. Or, seul l'article du *New York Times* met vraiment le son en avant. Si l'on devait faire un classement des media utilisés par ordre d'importance pour traiter le sujet, il faudrait d'abord mentionner le son (morceaux en écoute,

[14] SOUCHIER, Emmanuël. « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique », *Communication & Langages*, numéro 107, 1er trimestre 1996. pp. 105-119.

playlist, ambiances, voix des artistes), puis les vidéos qui sont à certains moments supports, vecteurs du son, puis le texte, qui sert à rapporter le son en images, en lettres, et enfin les images statiques, qu'elles soient photographies ou dessins, qui sont plutôt vectrices d'une ambiance que d'un véritable propos. En 2013, pour parler de Daft Punk, *Pitchfork* avait fait le choix audacieux de ne pas intégrer le son dans son article. On y trouvait donc le texte, prééminent sur la page, puis des images et des cinémagraphes, c'est à dire des images en partie animées. Ainsi, force est de constater que malgré le statut légendaire du groupe dans l'histoire de la musique, c'est une histoire visuelle et textuelle que Ryan Dombal a choisi de raconter, et son une histoire musicale et sonore. Tandis que de son côté, le *New York Times* ne racontait pas une histoire musicale, mais une histoire politique, sociale et militante, tout en choisissant le son comme vecteur. Ces deux traitements montrent que le thème ne dicte pas toujours la manière de racontée, mais c'est bien l'angle qui dirige le choix du medium à adopter pour raconter. « Joey Badass, political MC » en témoigne également: la mise en page alterne des textes, qui sont vraiment le coeur du récit, agrémentés d'images, puis de vidéos qui diffusent le son. Les sons ne se lancent que lorsque le player de la vidéo est activé, ce qui veut dire que les deux ont la même utilisation: montrer et faire entendre. *Shoes Up*, qui raconte également une histoire politique et militante, à choisi de donner à voir et à entendre, mais pas autant que de donner à lire à son lecteur-spectateur.

Figure 1: capture d'écran de « Joey Bass, political MC » montrant les players qui incitent à l'écoute.

Les trois autres *longforms* revêtent plus un caractère d'information que de divertissement, ce qui pouvait caractériser les trois objets d'étude précédents. Toutefois, là aussi la hiérarchie entre les

media est variable, même si le texte semble rester roi dans les médias d'information dits sérieux. Les trois objets ne dérogent pas à la règle. « The 21st Century Gold Rush, How the refugee crisis is changing the economy », publié sur *Highline*, met en avant le texte en premier, qui occupe la plus grande place sur la page. Vient ensuite l'image, utilisée dans de grands portfolios sur lesquels le regard du lecteur est forcé à s'arrêter par une scroll ralenti, ce qui montre son importance, suivi de près par des images en mouvement et des vidéos à caractère immersif, afin de mieux se rendre compte des des différentes étapes du parcours que suivent les migrants, sujet du papier. Arrivent ensuite les mises en forme de la data, qui sont nombreuses et mises en mouvement. Les animations, bien que spectaculaires et bien présentes, semblent bénéficier d'un statut à part, car elles font office d'introduction, et n'apparaissent plus dans la suite de l'article. Il en est de même pour « Deadly Spiral, In Russia, HIV/AIDS denialists & conspiracistes find a soft target », où c'est également le texte qui a la plus belle place. Les images dessinées, quant à elles, n'ont pas le même rôle, et semblent plutôt raconter les histoires intérieures des personnages, que le texte, attaché au grand récit du Sida en Russie, n'éclaire pas toujours longuement. Les vidéos et la data visualisation font office de preuves contre les pouvoirs russes qui nient l'ampleur de l'épidémie. Enfin, dans « Interdictions-Administratives-Stades, présumés coupables », c'est encore le texte qui domine. Mais cette fois, la mise en forme des données en data visualisation semble monter sur la deuxième marche du podium, devançant de peu la vidéo et les images.

Ces trois *longforms* nous font ressentir leur héritage: ils sont issus de la presse papier, et des longs reportages des magazines où, bien que les photos et les graphiques puissent y avoir leur place, le texte régnait en maître. Mais il est tout de même important de constater que tous trois utilisent la data visualisation afin d'appuyer leur propos, ancrant toujours le texte dans la vérité et lui conférant une dose supplémentaire de sérieux, à l'ère des *fake news* et des informations non vérifiées sur internet. Ces graphiques, et ces mises en forme de données ne sont plus des tableaux ou des graphiques statiques, mais deviennent bien, en mouvement, des manières de raconter à part entière, par les chiffres et les graphiques, montrant le mouvement sur une carte, les évolutions d'une tendance, certaines transformations, etc, qui peuvent être comprises par le lecteur sans avoir recours au texte, se laissant guider par des schémas simples et concrets.

Dans certains cas, on peut également observer des emprunts à d'autres univers médiatiques, qui ne sont pas utilisés à proprement parler dans les *longforms*, mais dont les usages et les structures sont repris dans la narration. C'est notamment le cas avec le cinéma. On peut observer l'utilisation du *split-screen* dans différents *longforms*. Très à la mode dans le cinéma des années 1960, le *split-screen*, ou « écran divisé » est un effet consistant à diviser l'écran en plusieurs parties, sur lesquelles apparaissent des images différentes (différentes scènes ou différents points de vue). C'est

notamment le cas dans *Coda*, où la vidéo contient également une partie texte distincte, ou bien dans « Machine for life », où l'écran peut être divisé entre le texte et l'image, qui ont leur rythme et leur défilement propres.

Figure 2: Capture d'écran de « Machines for life », montrant l'utilisation du *split-screen*

On retrouve également dans certains cas une reprise des codes de l'animation, voire les jeux vidéos. C'est le cas de l'effet parallaxe. Sur l'écran un fond mouvant défile à une vitesse différente du premier plan, comme un calque, dans un univers en deux dimensions, de la même manière que dans les dessins animés, où on faisait défiler les celluloïds à des vitesses différentes. Cette technique de développement est aujourd'hui très utilisée dans le monde du jeu vidéo.

Ainsi peut-on observer que les *longforms* utilisent un vocabulaire issu de nombreux domaines et de nombreux médias différents, qu'ils soient utilisés visuellement pour raconter l'histoire, ou bien qu'il s'agisse de références et d'emprunts dans leur construction.

**Une utilisation des médias chaque fois différente: un espace d'expérimentation**

Bien que chaque *longform* utilise des langages issus de médias différents, on peut même aller jusqu'à dire que l'utilisation et la valeur de chaque media varie selon l'article.

« Machines for life » observe une construction plutôt classique, mais il ne faut pas oublier qu'il s'agit du plus anciens de nos *longforms*, puisqu'il a été publié en 2013. Le texte est plus important, c'est lui qui raconte l'histoire et retranscrit le portrait et les interviews. L'image, bien que très travaillée, y est un support esthétique du texte, tout en éclairant un angle bien précis de l'article: la peinture d'une esthétique et d'un genre musicale robotique, analogique pour être vraiment précis,

par le groupe. C'est cet aspect, ainsi que l'esthétisme travaillé du duo dans leur musique comme dans leurs apparitions qui est mis en avant. Les photographies ainsi que les cinémographes sont issus d'un même photoshoot, par le photographe Nabil, ce qui témoigne d'une construction esthétique de l'article dès le départ, en accord avec le ton et la direction donnée aux entretiens et au portrait, et plus encore au titre, qui annonce déjà la couleur. L'image fait preuve, en montrant visuellement ce que le texte avance, et on peut observer que les exergues apparaissant en code binaire avant de se révéler au lecteur ont la même fonction.

Le *longform* de *Highline*, bien que très audacieux dans son introduction, montre aussi une claire dichotomie entre le texte, qui raconte l'histoire, et l'illustration, rôle assumé par tous les autres médias présent en son sein. Le texte est le plus fort, et raconte l'histoire. Les images ont une autre fonction: montrer des réalités et des ambiances, de manière plus concrète, afin que le lecteur se rende compte de ce qu'il se passe en visualisant le récit au plus juste. Elles permettent de s'ancrer dans une réalité, de s'immerger, plus encore quand les images s'animent. On pourrait avancer que les vidéos, qui se différencient des images en mouvement du fait qu'elles sont beaucoup plus longues, ont encore un autre rôle, qui serait le même que celui de la data. Elles ne montrent pas seulement, elles donnent à comprendre car elles sont construites en mouvement. Il s'agit pour le lecteur d'aller au delà de voir, de mettre sa pensée en mouvement de la même manière que les images se sont animées. Mais il semblerait même que dans la narration, les images animées, contrairement aux images statiques qui peuvent apparaître comme assez froides, prennent un rôle dans cette narration conjointe qui traditionnellement aurait pu être considérée comme l'apanage du texte, qui est de procurer de l'émotion, de manière saisissante, comme les animations de sable du début, et donc d'aller au delà de la simple délivrance de l'information.

Dans le *longform* du *New York Times* consacré au rock féministe aux Etats-Unis, ce n'est pas le texte qui raconte l'histoire, mais le son, illustré d'images, qui ont différents aspects. Elles peuvent tout d'abord servir à créer une ambiance, à ouvrir une porte vers un univers qui est celui de l'univers de la chanteuse où du groupe qui parle. Sous ce régime, les vidéos qui succèdent à la musique et aux images prennent des allures de citations non écrites, en son et images mêlées: il s'agit d'extraits de dialogues filmés particulièrement parlant ou révélateurs lors de l'interview. Ainsi, les frontières entre le texte, le son, l'image, la vidéo sont complètement brouillés. C'est quand les mots prononcés lors de cette table ronde résonnent ou bien se répondent les uns aux autres, termes qui pourraient présupposer l'utilisation du son pour les transmettre, les citations apparaissent pourtant écrites. S'agit-il d'un souci de clarté? Ou bien il pourrait peut être aussi s'agir de donner un statut au texte qui est autre que celui de légende, auquel il est relégué le long de l'article: c'est d'écrire ce qui est important de la manière la plus claire et efficace possible. Il s'agit donc dans ce *longform* du médium de la fidélité à la vérité, aux paroles dites, ainsi que du médium

de la clarté et de l'efficacité sans fioritures ni agréments, comme en témoigne l'écran noir sur lequel il apparaît. Enfin, les images peuvent revêtir un aspect assez subversif en délivrant un véritable discours sans paroles, l'air de rien, alors qu'il ne s'agit que d'images d'arrière plan. Les images d'ambiance deviennent alors manifestes subversifs, l'air de rien, et sont alors le medium de la revendication et du souterrain, propre aux mouvements féministes sont il est question dans le papier.

Figure 3: Capture d'écran de l'article du New York Times, montrant la mise en scène orale d'une citation.

*Coda* nous présente un aspect intéressant: il est le seul à construire un récit conjoint principalement autour du texte et du dessin, deux figures traditionnelles. Les deux autarcies, la journaliste et l'illustratrice, ont construit un récit double. Le texte raconte l'histoire techniquement, sans oublier l'empathie et l'émotion, mais les images racontent une histoire intérieure, des états d'âmes. Bien sûr, elle éclaire aussi, comme voulu traditionnellement, les grands moments du récit, mais ces grands moments sont toujours intimes, intérieurs. Le dessin devient donc le médium des histoires personnelles et silencieuses, tandis que le texte est le vecteur de l'histoire factuelle, et de la grande histoire. Mais parfois, les frontières se brouillent et l'image utilise le texte, l'écrit, mais toujours afin de mettre en images des paroles silencieuses, non prononcées. Enfin, même quand on pourrait croire l'image passée du côté de la grande histoire, avec les dessins du bureau du KGB recouvert de papiers, là encore il s'agit d'un bureau personnel, d'une personne, avec des signes de vie. La data visualisation et les vidéos sont prises entre ces deux modes de récit. D'un côté, ils sont factuels et montrent l'horreur de la situation par des preuves tangibles, mais d'un autre côté, ils provoquent des émotions chez le lecteur, que ce soit la peine ou l'indignation.

Figure 4: Capture d'écran de l'article de Coda, montrant que les illustrations intimes montrent ici l'intériorité des intervenants.

La construction du portrait de Joey Badass par *Shoes up* présente un caractère particulièrement visuel. Le texte sert à raconter les éléments dans l'ordre. Mais la narration est agrémentée d'images qui, de manière traditionnelle, servent à ancrer le texte dans le réel, mais met aussi le texte à l'épreuve des documents réels. L'image n'est plus le royaume du doute, que l'on peut remettre en question, mais donne de la force aux mots et aux propos abordés. L'image fait office d'archive documentaire, tout en y ajoutant quand les directeurs artistiques trouvent cela nécessaire une dimension émotionnel qui justifie les éléments racontés dans le texte, comme la photo de la petite fille qui pleure au tribunal. Grâce aux images, les mots ont une consistance, et résonnent avec une réalité. L'image est ici fenêtre sur un monde qu'on ne soupçonne pas, vers un autre espace temps qui, bizarrement, est si proche: celui du quotidien des noirs américains d'aujourd'hui. Les vidéos et les sons, quant à eux, n'ancrent pas dans la réalité, mais dans un contexte artistique et culturel, à l'ère où les rappeurs sortent bien souvent des clips avant même de sortir des morceaux. Mais ces vidéos ont avant tout pour rôle de montrer les artistes qui ont influencé le rappeur.

« Interdictions-Administratives-Stades, présumés coupables » se présente différemment. Le fait que les images défilent horizontalement, et non verticalement, semblent pouvoir montrer que tous les media sont mis sur le même plan, sans hiérarchisation. Par ailleurs, ils sont particulièrement imbriqués les uns dans les autres. Le dessin peut apparaître en fond, ou bien intégrer en son sein une vidéo: les frontières entres les différents media se font poreuses. La vidéo, élément du réel, du témoignage, y ancre le dessin, la représentation, lui donnant ainsi une légitimité. Ainsi, le dessin

peut alors succéder au texte pour raconter, comme en une sorte de roman graphique. Les vidéos sont elles-mêmes parfaitement intégrées au récit. Elles racontent des faits réels, vécus par les intervenants, et plus précisément encore une histoire intime, personnelle, qui donne encore plus de force au récit. Ces témoignages ont bien un statut à part, qui succède au texte, car ils ne sont pas repris en mots écrits, et ne sont donc pas dissociés de la voix et du visage de ceux qui les prononcent. Les dessins et les photos, de leur côté, semblent lier ensemble les différentes phases du récit, auquel participe également la data. Au coeur du papier qui se veut enquête exhaustive, la data est elle-même illustrée de dessins symboliques qui les replace dans leur contexte et leur domaine d'étude, et donnent des éléments concrets, encore plus réels que tout ce qui a été proposé, afin de mieux comprendre en voyant. L'enjeu est ici le suivant: voir, c'est comprendre.

Figure 5: Capture d'écran de « IAS » permettant de voir la mise en scène de la data dans le récit journalistique.

**La tradition mutlimédia des récits journalistiques**

Au delà de l'utilisation d'un médium en particulier, il est important de noter que tous empruntent des éléments au récit journalistique traditionnellement lié aux différents médias. Ils se placent ainsi dans la lignée de récits journalistiques issus de différents supports, radiophoniques, écrits, télévisuels, photoreportages, etc.

Il ne faut pas oublier que dans les structures étudiées, c'est la figure du journaliste qui a la primauté. Son médium sera ainsi mis en valeur par rapport aux autres, reléguant parfois les autres médias à un rôle moins important. Ainsi, selon les capacités du journaliste et la place accordée au concepteur et au *webdesigner*, la place d'un médium face à un autre peu changer, et reflète une entreprise et ses valeurs, ainsi qu'une ligne éditoriale, une hiérarchie et des personnalités.

Mais n'oublions pas à nouveau de souligner que chacun de ces objets est une expérimentation unique. Chaque *longform* reprend les codes d'un médium, qui lui sont spécifiques, et aucun de nos récits ne se ressemblent, dans leur forme comme dans leur fond. Chaque *longform* utilise chaque médium à sa manière, afin de mettre en valeur une histoire qui leur est propre. Il s'agit ici de trouver une nouvelle manière de raconter les histoires en ligne. Lors de notre entretien avec l'équipe de *L'Equipe Explore*, Aurélien Delfosse déclarait: « Il faut maintenant créer une culture du web »[15]. Ce qui passe d'abord pas le fait re raconter des histoires en ligne, mais également de trouver un mode de narration qui corresponde aux usages des lecteurs. Il s'agit donc d'une co-construction d'une nouvelle forme de narration, entre les concepteurs, c'est à dire les journalistes et les directeurs artistiques, et le lecteur, récepteur de l'histoire, qu'ils prennent en compte et qui les influencent.

Ainsi, chaque cas diffère. Les *longforms* utilisent les média dont ils ont besoin pour raconter leur histoire, et l'utilisation varie en fonction de l'histoire racontée. Ces *longforms* utilisent donc des techniques préalablement inventées, pour créer un récit qui leur est propre. Il n'y a donc pas de règle, et chaque *longform* adopte la forme qui lui convient le mieux en fonction de son histoire, mais aussi de son Histoire avec un grand H, qui est aussi l'histoire de son média, en intégrant les média qui sont nécessaires, et classe l'importance de chaque « art » selon l'histoire qu'il a à raconter.

Ces *longforms* sont des oeuvres hybrides. Chacun d'entre eux utilise un grand nombre de media, créant parfois des associations insolites, qui sortent de l'ordinaire et de la tradition de l'illustration. C'est le fait du média web, qui délivre l'illustration de ses carcans théoriques habituels. Grâce à elle, le web crée ici de nouvelles formes de récit, sans que l'illustration et les différents media renient leur héritage. Le fait que chaque *longform* adopte son propre monde de narration et sa propre utilisation des différents media fait que les frontières traditionnelles sont brouillées, ce qui est aussi le fait du support. Si les rapports traditionnels entre les différents médias sont modifiés, on observe la naissance de nouvelles valeurs, et de nouvelles manières de raconter.

---

[15] Entretien 1, en annexe.

2) Le *storytelling* multimédia : un lecteur immergé dans le récit?

Mais pourquoi cette volonté d'allier tous les arts? Afin d'en mettre plein la vue au lecteur? Et certainement de toucher tous ses sens afin qu'il soit pris dans l'histoire jusqu'au bout, et intensément. Comme en témoignent nos entretiens et nos observations, le lecteur est important dans la construction de ces *longforms*, et la réflexion sur comment l'engager et mobiliser son attention est très présente.

**Le lecteur participe activement à la création du longform**

Tout d'abord, les *longforms* sont pensés de telle manière qu'ils ne peuvent exister sans l'intervention du lecteur. Contrairement au livre, la page change en fonction des actions du lecteur. Ici, il doit *scroller*, ou *swiper*, selon les modes d'affichage choisis par les concepteurs du *longform*. C'est le lecteur qui fait apparaître l'article, et sa fonction est donc capitale: sans lecteur, pas d'article.

Les articles auxquels nous sommes confrontés utilisent deux modes d'affichage et de défilement différents: le scroll (la page défile verticalement) et le *swipe* (la page défile horizontalement). Ces deux modes de défilement sont les premières manifestations du geste narratif présent sur la page, car ils permettent d'engager le récit. Le *scrollytelling* et le *swipytelling* sont deux modes de narrations adaptés à l'écran, tous les deux très inclusifs et immersifs à l'égard du lecteur, grâce à différents outils, et apparaissent comme deux formes de narration interactive. Comme l'explique Benjamin Hoguet:

> La narration interactive est l'art de raconter des histoires qui incorporent des formes d'interactions technologiques, sociales ou collaboratives pour proposer des contenus adaptés aux nouveaux modes de consommation du public. [16]

Le *scrollytelling* et le *swipytelling* en sont deux manifestations. Tout d'abord, le *scrollytelling* utilise une nouvelle manière de raconter les histoires en ligne, déjà citée plus haut: le *parallax scrolling*. C'est l'action de la souris qui fait apparaître les différentes parties du texte, les chapitres et différents enrichissements. C'est un nouveau dispositif de navigation qui apparaît, avec de nouveaux éléments de lecture qui émerge sur la page à mesure qu'on scroll, tout en apportant une dimension esthétique. Dans ce procédé, l'immersion est efficace, bien que les mouvements du

[16] HOGUET Benjamin, *La narration réinventée. Le Temps dans la narration interactive*, Edition DIXIT, 7 juin 2016, p. 15

lecteur soient très limités par les concepteurs du *longform*. La plupart du temps, quand le *longform* est techniquement réussi, *scroller* est le seul geste requis par l'internaute, qui n'a donc pas à lancer les vidéos etc. Grâce aux *scrollytelling*, les enrichissements multimédia s'ancrent de manière harmonieuse dans le récit. Bien qu'il apporte une dimension esthétique, ce sont les contenus qui priment: la parallaxe ne permet que de rendre un récit plus complexe et fouillée, tout en l'agrémentant d'une expérience ludique, donnant ainsi à la lecture sérieuse une valeur de divertissement. C'est un dispositif léger qui remet le temps de la lecture au goût du jour, et qui permet de générer une audience supplémentaire en agrémentant un article d'une nouvelle raison de le lire. C'est l'utilisateur qui compose son récit, en fonction de ses clics.

« La force de ces créations ludiques repose sur l'interaction [...] de plus en plus poussée. Un des modèles de développement du journalisme pourrait bien être là. »[17]

Le récit par le *swipe* est également doté de cette dimension ludique et interactive en ce qu'elle sollicite un geste de la part du lecteur. Le geste de *swiper* a été inventé par l'application de rencontre Tinder, et a été élaboré à partir de gestes simples et ancrés dans nos usages[18]. Inès Garmon, dans son mémoire « Tinder Modèle et modélisation », montre bien que le geste a été pensé par Tinder afin d'entrer en interactivité avec l'utilisateur. Il donne à effleurer l'écran, grâce à un geste hybridé « de manipulation de l'iPhone, une caresse sur un écran, avec le geste routinier de lecture et de feuilleté, en les combinant à un modèle de pensée organisé selon ses bords. »[19] C'est ainsi un geste routinier, digital ou non, qui est repris. « Depuis la sortie de l'iPhone en 2007, nous sommes habitués à effleurer des écrans tactiles à l'aide de nos doigts, de notre index, ou de nos pouces. »[20] Le *swipe* consiste à faire défiler latéralement des blocs de texte ou d'image grâce au doigt, et donc fait automatiquement participer le lecteur. Le récit sur le mode du *swipe*, aussi appelé *swipytelling* est le défilement latéral des différents écrans, constitués en blocs, qui constituent l'article. Le geste latéral permettrait donc de lire l'article comme on tournerait des pages, tout en faisant apparaître les augmentations du texte par un simple geste.

---

[17] GANTIER Samuel, BOLKA Laura, « L'expérience immersive du web documentaire : études de cas et pistes de réflexion », *Les Cahiers du journalisme,* numéro 22/23, Automne 2011, p. 16.

[18] GARMON, Inès. *Donner à lire, donner à toucher : L'application de dating Tinder, modèle et modélisation de la communication*. Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris- Sorbonne, 2016, p. 60.

[19] *Idem*, p. 8.

[20] *Idem*, p. 61.

Il est très intéressant de noter ici que le geste du *swipe* est ici la plupart du temps déporté vers l'écran d'ordinateur, et le geste serait donc très différent du défilement latéral par un geste du doigt. L'écran d'ordinateur étant l'endroit de lecture de prédilection des articles au format long, le geste du doigt a été transformé en un geste de la souris pour faire défiler les écrans latéralement. Cette pratique fait également signe vers le fait que les médias qui ont choisi ce mode de récit sont peut-être conscient de leur potentiel de lecture du *smartphone* ou tablette, et ont donc choisi un format qui permettrait d'optimiser également ce type de lecture.

Le lecteur et son interaction avec le texte sont donc imaginés dès le choix du mode de récit et de l'apparition de l'article sur l'écran, montrant ainsi son importance cruciale aux yeux des concepteurs. Toutefois, son importance dans la construction du récit n'est pas sans limite, puisqu'elle dépend des séquences narratives pensées au préalable par les développeurs du *longform*: on pourrait donc dire que nous sommes face à une illusion de contrôle, pensée pour le lecteur, afin de solliciter son attention au maximum en lui donnant comme une prise sur le texte et le récit, par un simple geste du doigt et du regard qui lui donne un rapport presque charnel au *longform*.

Le fait que le récit utilise différents médias place le lecteur dans une position encore plus cruciale. Du fait de la présence de différents médias, la page organise deux lectures parallèles, simultanées: le texte, à lire, et les augmentations à voir, entendre, lire et comprendre. Les augmentations assument un rôle poétique et symbolique que le texte narratif n'a pas, et se transforment en manifestes de la puissance et de l'autonomie qui gagnent la vision. Mais ces deux lectures ne se font pas simultanément, dans le même temps. Il y a le temps de la lecture du texte, et le temps de la lecture et de la réception des augmentations. Ces différents temps se superposent sur la surface de la page. Si on lit en même temps, on crée encore une autre forme de narration. Forte de son indépendance, l'augmentation du texte propose une transformation, et elle constitue une nouvelle recherche de sens ou une projection. Le système binaire et antinomique texte/image serait ainsi à dépasser au profit d'une lecture co-inventive et d'une troisième dimension, interactive dans la compréhension et donc la construction de l'oeuvre journalistique, tendue vers la métaphore et la superposition des sens, qui invite à prendre le tout comme un ensemble.

Cette construction conjointe demande donc une forte implication du lecteur, qui doit co-créer l'objet. *Scroller* ou *swiper*, c'est faire passer le temps, celui du récit. Le temps passe, à mesure que le texte lui-même défile. Mais on le joue, on en joue, grâce au récit, qui fait avancer, ralentir, accélérer le temps. Ce jeu, c'est le rôle des augmentations du texte, des illustrations. On peut faire un arrêt sur image, arrêter le temps. Même si on scroll en voulant le faire continuer. Ainsi, par une

lecture guidée, pensée, le spectateur se retrouve plongé dans un temporalité spécifique. Il y a une temporalité propre à chaque média, alors combinée pour créer la temporalité spéciale. La théorie selon laquelle « La poésie a le temps, l'image: l'espace » change donc profondément: la poésie a le temps, les mots permettent de jouer avec le temps, mais pas autant que la mise en page, donc l'aspect visuel, et la combinaison de ces média qui créent une temporalité si particulière, et presque expérimentale. Le récit augmenté de son et d'images, c'est aussi un temps bien particulier.

Figure 6: Capture d'écran de « Joey Badass, political MC » montrant l'incitation à scroller en bas de la page.

**Un récit augmenté pour capter l'attention du lecteur**

Plongé dans ce temps du récit, le lecteur se retrouve aussi plongé dans la réalité. L'image et les augmentations sont tant de moyens de plonger le lecteur dans la réalité, tout comme les formes de narration utilisées.

Comme le signale Benjamin Hoguet, l'interactivité est aujourd'hui une nouvelle proposition de valeur, liée à la transformation brutale des usages. Cela reste une bonne alternative de nos jours pour représenter le réel et engager un dialogue avec un public toujours plus sollicité et submergé de contenus. Il est nécessaire de changer la narration pour comprendre notre réalité: les nouveaux modes de narration interactive permettent de représenter la complexité du réel.[21]

Car « la froideur de l'écriture peut bien, parfois, paraître insupportable. La parole est présente, vivante. L'écriture apporte au grain de la parole une paille non négligeable: c'est la parole objectivée, immuable, reproductible et transportable. La conséquence de cette commodité que

[21] HOGUET, Benjamin, *La narration réinventée. Le Temps dans la narration interactive, op. cit.*, p. 15.

constitue la double réduction de la chose au son et du son à l'alphabet, c'est de nous priver de la réalité. Et la greffe si répandue des figures sur l'écriture pourrait bien y trouver sa première raison. »[22]

Dans beaucoup de pensées le signe n'est pas considéré comme distinct de la réalité mais un mode d'existence de cette réalité[23]. Ainsi, si le signe ne suffit pas, les augmentations remplissent ce rôle. Les augmentations ont un rôle crucial dans les médias, car contrairement à l'écrit, ils sont reçus avec naïveté et se substituent directement à la réalité. C'est leur grand pouvoir dans le récit. Raconter conjointement, autrement qu'avec des signes, est une nouvelle manière de plonger le lecteur dans le réel.

Ainsi, c'est l'intégralité du dispositif de *storytelling* inventé par le *longform* qui permet l'immersion du lecteur dans une réalité virtuelle, que les journalistes et les concepteurs essayent de lui montrer. Pour Christian Salmon, c'est le récit, le *storytelling* lui-même qui immerge le lecteur-récepteur dans une réalité virtuelle, un univers multisensoriel et fortement scénarisé[24]. Pour lui, le *storytelling* est déjà une immersivité.

La question soulevée ici est particulièrement intéressante: quels sont les liens qui unissent l'histoire racontée et la réalité? L'histoire raconte la réalité, mais la transforme-t-elle? Il est intéressant de se poser cette question, puisque dans ce journalisme multimédia, le plus important est d'être au plus proche de la réalité, de montrer le monde tel qu'il est vraiment, et par tous les moyens. Mais parfois l'histoire va jusqu'à se substituer au réel. On découvre le pouvoir qu'ont les histoires de constituer une réalité. et le *storytelling* se met à rivaliser avec la pensée logique pour comprendre tout. Le lecteur pourrait donc se retrouver transporter dans un autre mode d'existence de la réalité.

**Une interactivité qui laisse place à l'histoire**

Fort heureusement, les *longforms* ne laissent qu'une place limitée au lecteur. Les limites de son action se cantonnent aux limites de l'univers qui a été pensé par le créateur de l'histoire en ligne. L'immersion est totale mais les mouvements du lecteur sont très limités, contrairement au

---

[22] MELOT, Michel, *Op. cit.*, p. 7.

[23] *Idem*, p. 8.

[24] SALMON, Christian, *Storytelling la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits,* 240 p., La Découverte, 2007, p. 8.

webdocumentaire. Quand on demande à *L'Equipe Explore* la différence avec le webdocumentaire, voici leur réponse.

> La différence réside dans l'éditorialisation. Il y a dans ces *longforms* une importance du récit linéaire. Le rôle central des *longforms* est de raconter une histoire. Les webdocumentaires sont trop pluriels, pas homogènes. Alors quand dans les *longforms*, le *storytelling* décide de tout le reste. Dans leurs maquettes, les webdocumentaires misaient sur le web, et le long format interactif.[25]

L'interactivité est donc au service de l'immersion, tout comme les augmentations, et les nouveaux modes de narration, qui plongent le lecteur dans la réalité décrite par le récit. Il s'agissait de « dépasser l'interface « déshumanisée » et engager un véritable dialogue avec leur public provoquant la réaction, la participation voire la contribution à une histoire. »[26] Ainsi, l'interactivité avec la machine trouve son paroxysme sur le web, et c'est cette modernité technologique qui permet une immersion qui engendre non seulement une réconciliation de tous les modes de narration en une narration multimédia, mais aussi une réconciliation entre l'univers du récit constitué de signes et la réalité

Ces illustrations sont l'instrument d'une oeuvre attirante pour un lecteur-spectateur. Grâce à elles, il devient non seulement admirateur de la prouesse technique, mais fait également exister l'article à travers ces gestes et son corps. Toutefois, cette impression de contrôle n'est qu'un simulacre. En réalité, les concepteurs des *longforms* ont imaginé cette illusion en construisant le récit de telle manière que l'attention et la présence du lecteur soit optimale de bout en bout.

### 3) La modernité, espace et temps de la réconciliation.

C'est bien le média web qui permet de réaliser une oeuvre totale en ce qu'elle utilise tous les arts à la fois, plus complète que jamais Wagner n'aurait pu l'imaginer. C'est grâce au web que tous les media peuvent se retrouver sur la même page, et servir conjointement la même histoire. La réconciliation des media semble passer par le média web lui-même.

---

[25] *Idem*, p. 8.

[26] HOGUET, Benjamin, *Ibid*., p. 37.

**Le web: espace du multimédia**

L'abondance et la portabilité précipitent les médias vers l'hyperspécialisation, vers une diversité plus grande et des publics dispersés sur l'ensemble de la planète. Les médias sont précipités par le numérique vers les contenus ou les services multimédias: non pas la simple juxtaposition sur un écran de langages différents, des textes, des vidéos, des bandes-son et des chiffres, mais la possibilité d'utiliser chacun d'eux à bon escient, c'est-à-dire pour ce qu'il peut exprimer le mieux et transmettre le plus commodément. Le multimédia permet de naviguer entre ces différents langages, mais aussi à chacun de se surpasser: l'écrit est libéré de sa linéarité grâce à l'hypertexte, l'audiovisuel n'est plus prisonnier des grilles… Le multimédia permet à chacun des arts de surmonter ses propres handicaps techniques, et de sortir de ses carcans.

Outre le fait de pouvoir exprimer des choses parfaitement à travers différents media, c'est la hiérarchie entre les différents arts qui se trouve ici abolie. Le texte et l'image sont enfin sur un pied d'égalité. Sur l'écran, « l'image est une multitude de points, et peut être réduite à une multitude de chiffres, et peut être éternellement conservée, rapidement transmise par signaux et même restituée sur un papier argentique dont la résolution satisfait le regard le plus aigu »[27]. Sons, texte et images sont traduits dans un même langage numérique. Une seule et même technique mélange pour la première fois des formes d'expression ou des catégories de signaux qui avaient chacune leurs médias attitrés: c'en est fini de la belle harmonie où l'écrit, l'image, le son et les données informatiques avaient chacun ses outils de prédilection. Grâce au langage binaire, l'image, le texte et les autres sont réduits à un même dénominateur commun: le chiffre, qui permet d'appliquer à l'une et à l'autre le même traitement, car ils y retrouvent la figuration au niveau le plus élémentaire. La fonction binaire simule notre logique, dans ce qu'elle a de plus manichéen, mais peut aussi simuler l'image qu'elle fait apparaître et ses caractéristiques. Elle oppose bien le noir/blanc, le positif/négatif, des oppositions que l'on retrouve dans le trait noir du crayon sur la page, une photographie en noir et blanc, le silence qui s'oppose au son sur une bande sonore, etc. Néanmoins, l'usage n'est pas indifférencié grâce à ces nouvelles techniques. Chaque medium a bien sa place définie au sein de l'article final, selon les règles que la direction artistique a fixée. Toutefois, bien que les médias racontent tous des histoires différemment, ils peuvent enfin raconter ensemble, conjointement, et non face à face, en opposition.

Ainsi, la binarité des rapports entre le texte et l'illustration, mais aussi par le même mécanisme entre le fond et la forme (si l'on prend le fond comme texte et la forme la disposition de ses différents embellissements), se trouve dépassée. C'est paradoxalement grâce à la binarité de la

---

[27] MELOT, Michel, *op. cit.*, p. 242.

machine et à ses multiples possibilités que les différents média sont non seulement réconciliés, mis sur un pied d'égalité, mais aussi portés à leur paroxysme, chacun ensemble et non séparément.

**Décadence ou réconciliation?**

Cette hybridation des media suscite bien des inquiétudes, puisque la décadence de l'art, en théorie, commence par le fait que les frontières entre les différents arts se brouillent, signe du déclin des grandes formes artistiques fixées et dites « pures ». En revanche, dans les *longforms* multimédias étudiés, il ne s'agit pas d'une « décadence » des formes d'expression, bien que les transformations soient liées à l'hybridation. En renversant l'ordre établi des différents media, c'est un geste créatif qui s'opère. Utilisé main dans la main et en totale coopération avec d'autres formes d'expression, les media brisent leurs chaînes et s'emparent de leur nouvelles libertés de dire, de raconter. Utilisés tous ensemble, ils créent une oeuvre qui prend la forme d'une chimère, qui agit contre l'ordre établi afin d'établir une nouvelle grammaire, et ainsi un nouvel ordre des choses. La page web, l'écran d'ordinateur, c'est donc bien l'endroit ou la modernité s'exprime, dans des expérimentations autour de différents langages, la créativité née de nouveaux moyens d'expression, la transgression des codes, montrant ainsi le web tel qu'il est: un immense terrain de jeu pour ceux qui souhaitent raconter des histoires, à la mode d'aujourd'hui. Car selon Anne-Marie Christin, le web n'est autre que la « participation de tous à une immense production écrite sans frontière ni ordre. »[28]

**Image et modernité sur l'écran**

La machine qu'est l'ordinateur, mais plus encore le web et ses techniques sont de nos jours les symboles de la modernité et de l'innovation, mais en sont aussi les instruments et les vecteurs. Grâce à eux, la modernité s'exprime dans les manières de raconter qu'ils utilisent, notamment en réconciliant les différents media qui jusqu'alors n'avaient que rarement utilisés conjointement dans un récit. L'écran de l'ordinateur se place ici comme la surface de réconciliation entre les différents media, c'est-à-dire les différents arts. Mais force est de constater que la « modernité », telle qu'elle a été conceptualisée, se constitue déjà comme un lieu de la réconciliation, de rencontre, et de création de nouvelles formes.

---

[28] CHRISTIN, Anne-Marie (dir.), *Histoire de l'écriture, de l'idéogramme au multimédia*, Flammarion, 2012. p. 396.

C'est au XIXème siècle qu'apparaît la notion de modernité. Balzac a employé le terme le premier,[29] mais c'est Baudelaire qui lui donne ses lettres de noblesses dans *Le Peintre de la Vie Moderne*, qui paraît pour la première fois en 1863. Dans ces essai, Baudelaire définit le concept de modernité comme la quête de la beauté des tendances éphémères, pour l'intégrer à ce qui est éternel en lui donnant une fin artistique.

> La modernité, c'est le transitoire, le fugitif, le contingent, la moitié de l'art, dont l'autre moitié est l'éternel et l'immuable.[30]

L'ouvrage montre un homme qui court les rues de Paris, après la « Modernité », qui se traduit plus particulièrement dans le changement de la manière dont on fait les images, et dont on les conçoit en tant qu'artiste. Il s'agit donc d'un intérêt pour la mutation des pratiques de l'image. À l'époque, la quantité des images change, ce qui influe sur leur qualité et résulte en la perte de leur aura, apparition visible une seule et unique fois lorsqu'on découvre l'oeuvre, comme le théorise Walter Benjamin dans *L'oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*[31]. Grâce à de nouvelles techniques, non seulement l'oeuvre devient reproductible à l'infini, mais les artistes trouvent dans l'art une forme d'instantanéité, car la fabrication des oeuvres est plus facile et plus rapide. On retrouve ce type d'instantanéité dans la sculpture et dans la photographie, par exemple, qui ont alors le pouvoir de saisir une forme avant qu'elle ne disparaisse. L'image étant sans cesse en mode d'apparition, il faut que l'artiste l'attrape avant qu'elle ne disparaisse.

« À une passante », de Baudelaire, publié dans *Les Fleurs du mal* en témoigne, comme dans ces vers:

> « Un éclair... puis la nuit ! - Fugitive beauté
> Dont le regard m'a fait soudainement renaître,
> Ne te verrai-je plus que dans l'éternité ? »[32]

Baudelaire y croise une passante, et décèle une « jambe de statue ». Mais d'un autre côté, la passante est celle que l'on croise dans la fulgurance du regard, d'un moment, la femme qui se détache de la foule. Elle réunit toutes les caractéristiques plastiques de la modernité, conjugué à un aspect antique. Car la modernité, c'est la manière dont le passé fait résurgence dans le présent, dont le présent entend encore les échos du passé. Pour Baudelaire, la modernité est la concomitance dans un moment de l'éternité et de la mode, de ce qui est fugace. Selon lui, l'artiste de son époque entre dans une quête. « Il cherche ce quelque chose qu'on nous permettra d'appeler la modernité ; car il

---

[29] En 1823, d'après le *Dictionnaire historique de la langue française*.

[30] BAUDELAIRE, Charles, *Ecrits sur l'art*, Paris, Le livre de poche, 1999. p. 518.

[31] BENJAMIN, Walter, *L'Oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris : Gallimard, 2000.

[32] Baudelaire, Charles, *Les Fleurs du Mal*, Paris, Nouvelle revue Française, 1996, p. 133

ne se présente pas de meilleur mot pour exprimer l'idée en question. Il s'agit, pour lui, de dégager de la mode ce qu'elle peut contenir de poétique dans l'historique, de tirer l'éternel du transitoire. »[33]

En cela, l'image de la modernité est une image dialectique par excellence. Décrite par Benjamin, elle est l'image qui rassemble la violence de la rencontre de deux éléments contradictoires. Elle a à voir avec le temps et avec la manière dont le passé manifeste encore sa présence dans le présent.

Au delà de cette réconciliation qui donne lieu à la modernité, ces nouvelles images à la fois éternelles et fulgurantes donnent lieu à un nouvel imaginaire, qui est celui de la fragmentation. Les images prennent désormais en compte l'intervalle, et une vision interstitielle. Marquée par son apparition et sa disparition rapide, l'image enregistre l'impossibilité d'une vision à former un tout. L'expérience de la vision et de l'appréhension du monde est à partir de là alors comprise comme fragmentaire.

L'image du texte et de ses embellissements que nous présente l'écran d'ordinateur quand il s'agit de nos *longforms* est ancré dans ces questionnements. L'écran, en tant qu'élément de la modernité, semble avoir ce pouvoir de réconcilier ce qui semblerait inconciliable, ici différents media que nous n'avons pas l'habitude de voir conjugués. Par ailleurs, on peut constater que l'image moderne telle que le XIXème siècle l'a connue est toujours d'actualité, sur la surface de l'écran auquel nous avons accès aujourd'hui. Le design de nos *longforms* semble avoir retenu l'idée de fragmentation de la vision et donc de l'écran en différentes images, différents éléments, qui sont d'autant plus forts à montrer le monde moderne qu'ils entrent en collision pour mieux représenter le présent. Fragmentaire, l'image que l'écran nous délivre du récit reflète la modernité, et nous offre une forme et un récit innovant, aussi fondé sur le statut esthétique des images. L'écran semble donc bien être ici un espace de la réconciliation des images et des media, dialectique, en ce que leurs différents temps s'accordent et finissent par concorder.

---

33

## II. Récit en media, récit d'un média

Dans les récits sur écran, l'histoire est désolidarisée de l'objet livre, traditionnellement espace et objet de l'histoire lue, et de l'imaginaire qu'il engage. La perception de la lecture n'est donc plus la même que celle qu'Evanghélia Stead décrit dans *La Chair du Livre*.

> La lecture n'est pas qu'un plaisir intellectuel, mais une expérience complexe touchant les cinq sens: le toucher qui palpe le papier et tâte la couverture, l'odorat qui flaire le feuillet et hume l'encre et la colle, l'ouïe qui enregistre le froissement des pages et le craquement du dos, la vue qui ne déchiffre pas les seuls signes, mais contemple la double page, embrasse les feuillets en éventail, et en tire un message, et même le goût (…)[34]

Maintenant, la lecture de l'histoire est liée au média web, avec ses propres contraintes, ses propres caractéristiques, et sa propre forme.

Les histoires racontées par un *longform* multimédia sont intimement liées au média qui les abrite. Leur rareté en faisant un espace d'expérimentation, il leur reste à inventer comment raconter, et comment se raconter, certes grâce aux media qu'elles utilisent, mais aussi grâce au média qui leur permet d'exister. Ainsi, en plus de se questionner sur le récit et les manières de le mettre en oeuvre, ces *longforms* entrent aussi dans le champ de réflexion du *storytelling*: comment raconter l'histoire d'un média? Ce nouveau *storytelling* en construction est corrélé à la forme médiatique utilisée, qui est elle-même en invention. Pour la première fois, les moyens techniques et technologiques semblent illimités, et s'inventent à mesure que l'histoire s'écrit. Le *storytelling* du *longform*, mais aussi du média, sont en co-invention, du fait de sa jeunesse, de sa nouveauté, et de sa forme mouvante.

---

[34] STEAD, Evanghélia, *op. cit.*, p. 111

1) Une adéquation technique

Dans nos *longforms* multimédias, l'histoire et la technique qui permet de la faire exister et apparaître sont indissociables. Le média qui abrite l'article crée les conditions de l'existence du récit multimédia. Comme le livre et ses contraintes contemporaines apparaît aux yeux du lecteur, le média web, sa construction et ses différents procédés affleurent à la surface du récit, et ce sur plusieurs modes.

**Références et signes**

Dans un premier temps, le média affleure à la surface du récit par des sortes de « clin d'oeil », une présence sur la page d'éléments caractéristiques du web et de l'imaginaire de l'ordinateur. Tout d'abord, il est important de noter que ces *longforms* sont libérés des contingences de la page web habituelle, et en quelque sorte nettoyés des éléments que l'on y retrouve habituellement, pour laisser le récit prendre toute la place disponible. Par exemple, on ne retrouve pas de menu, ni de publicité au sein de l'article. Le média qui a produit le *longform* n'apparaît que sous des formes très discrètes, avec simplement un logo dans un coin, ou une barre de menu tout en haut de la page qui disparaît au maximum, se fait la plus petite possible, et devient invisible du moment qu'on a commencé à *scroller*, afin de ne pas gêner la lecture. Seules quelques icônes rappellent les usages des sites web habituels, comme la maison, ou bien l'icône partager, qui montre que ces articles sont voués à être partagés sur le web, à circuler. Toutefois, dans les choix graphiques, force est de constater que la présence d'allusions au web et à l'ordinateur sont récurrentes. Dans « Machines for Life », par exemple, les citations arrivent d'un côté de l'écran, écrites en code binaire animé, avant d'arriver au centre de la page en toutes lettres, s'offrant ainsi à la vue et à la lecture. Le sujet de l'article se prête particulièrement bien à ce choix, puisque les artistes dont on fait le portrait sont entourés eux-mêmes d'un imaginaire de technologie, de robotique, et de musique analogique, c'est à dire issue de machines fonctionnant sur le même mode qu'un ordinateur: un mode binaire. Par ailleurs, leur apparence lors de leurs apparitions publiques est toujours celle d'un robot, ce qui les fait considérer aux yeux du public comme des hommes-machines, éléments qui a certainement motivé ce choix graphique.

Figure 7: Capture d'écran de « Machines for life » montrant l'apparition d'une citation en écriture binaire.

Mais *Pitchfork* n'est pas le seul a utiliser ce type d'apparitions. Mila Leva, illustratrice de *Coda*, a également choisi de faire figurer la machine dans les images qu'elle a créées pour *Coda*. Lorsqu'une des femmes russes infectées par le virus du Sida cherche en ligne des réponses à ses questions, Mila Leva nous donne à voir ce processus de recherche en figurant sur la page des câbles, des ports USB, mais aussi la petite flèche, sur un fond rouge comme une tâche de sang. La malade est en effet à un clic des réponses sur sa maladie, raison pour laquelle il était important, semble-t-il, de figurer l'instrument de sa recherche. Il semble ici important de noter que ces choix de représentation du web et de l'ordinateur sont toujours motivés par le récit. Ces petits éléments peuvent amuser quand on les repère, mais montrent surtout l'omniprésence du média web dans nos vies quotidiennes, et se rattachent à un mode de représentation de la modernité, de l'innovation et de la vie d'aujourd'hui. Surtout, ces petits signes racontent l'histoire, beaucoup plus qu'ils ne font allusion au média. Ce n'est pas dans ces choix graphiques que se place la plus grande influence du média sur l'objet final.

Figure 8: Capture d'écran de Coda montrant l'utilisation d'éléments qui font appel à l'imaginaire de l'ordinateur.

**Du fond ou de la forme, qui a la primauté?**

Mais la technique est bien omniprésente au sein de l'article, car les conditions techniques du média déterminent sa forme et la construction de l'oeuvre finale.

Dans un premier temps, on peut dire que le fond de l'article détermine sa forme. Les entretiens que nous avons menés l'ont montré. Dans tous les cas où nous avons pu parler à un des concepteurs d'un article, il nous a été confirmé que c'est l'histoire qui avait la primauté. La rédaction envisageait une histoire à raconter qui leur tenait à coeur, et pensait ensuite à la forme qu'allait prendre le récit. Raphaël Bonan, directeur artistique de *L'Equipe Explore*, déclare: « Tous les sujets de l'année sont prévus à l'avance. On peut donc développer un imaginaire pour chaque Explore. »

Voici comment Mila Leva nous a parlé de sa méthode de travail:

> J'ai travaillé à distance avec les producteurs de Coda (je vis à Milan, et eux à Tbilisi, en Géorgie). Pour effectuer ce projet, je me suis mise en équipe avec un développeur avec lequel je travaille assez souvent sur des projets intéractifs. En gros j'ai commencé avec un dessin sur papier du fond et des possibles éléments clefs de la composition, d'après le script, et j'ai ensuite dessiné les pièces clefs et je les ai animées, et ensuite on a tout monté ensemble en codant.[35]

Ainsi, chacun des illustrateurs semble avoir un script délivré par les journalistes, si ce n'est pas le papier lui-même déjà fini.

Pour *Highline*, la collaboration fut encore plus intense, puisque la forme et le fond ont été pensés ensemble en conférence de rédaction, et ont été imaginées conjointement au fil de la création du papier et des reportages. Voici son récit du processus de création:

> « The 21st Century Gold Rush, How the refugee crisis is changing the economy » est différent car en 2015, lors de la première réunion par téléphone, il y avait la directrice d'édition et les deux journalistes qui vont partir documenter. Donc la collaboration s'est faite en amont dans le projet. J'étais très présent dès le moment où on parle du potentiel de l'histoire et du récit. On voulait aborder les raisons économiques plutôt que de faire ça avec pathos.
>
> Gladeye a participé au processus de création du récit. Avant que les journalistes partent, on a pensé les photos, les différents médias, ils avaient déjà les guides, savaient qui ils allaient voir. A chaque fois ont pensé en amont le type de photos.
>
> On savait dès le départ qu'il y aurait plusieurs chapitres, la lecture doit être commencée ou on veut, être fluide

---

[35] « I've worked remotely with the producers from Coda (i'm based in Milan, and they are based in Tbilisi, Georgia). To execute the project i've teamed up with a developer with whom i work pretty often on special interactive projects. Basically i've started with a paper sketch of the layout and possible key compositions according to the script, then i've drawn key pieces of the layout and animated them, and then we mounted everything with the code. » (traduction personnelle) Entretien 2, en annexe

> On a communiqué avec les journalistes pendant les reportages, et les textes sont arrivés pendant plusieurs mois, donc il fallait faire le tri. Pendant ce temps là, j'étais un des seuls à travailler sur le projet, donc j'ai mis en place les grandes idées, la poussière, les visages, etc. avant même d'avoir l'histoire. [36]

Ainsi, le format est pensé pour l'histoire, c'est donc l'histoire, et donc le fond, qui détermine la forme que l'article va prendre. L'article est créé en fonction de ce que l'on souhaite raconter, il n'existe pas de format pré-existant.

Mais d'un autre côté, cette volonté se heurte à des enjeux propres au média qui porte l'article. C'est finalement le média qui a le dernier mot et détermine la forme finale que va prendre l'histoire racontée. Le média, c'est à dire le support, est lié à des contraintes techniques, économiques, historiques et sociales, qui déterminent le récit et la forme qu'il va prendre. Dans la mise en page, comme chez *L'Equipe Explore*, tout a été pensé au préalable pour que l'article tienne sur un écran de téléphone, car 75 % du lectorat se situe sur ce *device*. La place du texte, la taille de l'image et sa position, de même que le mode de lecture, par *swipe*, dépendent de cet usage et d'aspects techniques. Sur *Pitchfork*, le longform « Features: Machines for life » utilise quant à lui le scroll, plus adapté à une lecture sur écran, et à l'usage du pad ou de la souris. Au sein de l'article, les différents chapitres sont disposés en écrans: la taille de la partie est pensée de telle sorte qu'elle apparaisse totalement sur un seul écran, avec l'illustration et les amplifications qui conviennent. Il en est de même pour *Highline*. Afin de conserver l'attention du lecteur, il faut tout particulièrement porter attention à « développer l'immersion la plus longue possible dans une expérience fluide et visuellement aboutie. »[37]

Ainsi, si tout est pensé pour le lecteur, la réflexion de mise en forme s'axe autour du *device* utilisé, et donc de ses contraintes. C'est la technologie, en constante innovation, qui semble être au centre des réflexions pour rencontrer les attentes du lectorat. Comment utiliser la technologie et les objets technologiques à disposition au mieux, afin de mettre en valeur le texte aux yeux d'un lectorat capital pour l'existence de l'objet?

***Des oeuvres médiagéniques?***

Il faut donc penser au préalable l'adéquation entre l'histoire racontée, et le média qui l'abrite, et imaginer la manière dont l'histoire va rencontrer un média.

---

[36] Entretien avec Victor Antonelli, en annexe.

[37] HOGUET, Benjamin, *op. cit.*, p. 57.

Il s'agit ici de poser la question de la médiagénie. Pour Philippe Marion, « La médiagénie qualifie la capacité d'un sujet à se réaliser de manière optimale en choisissant le partenaire médiatique qui leur convient le mieux »[38]. Autant dire sa bonne forme. Certains sujets sont voués à mieux se réaliser d'un média à l'autre, à être plus beaux plus efficaces, mieux reçus selon la forme qu'ils prennent. Ici, comme les oeuvres sont multimédia, elles vont pouvoir entrer en adéquation avec un objet technologique qui va leur permettre d'exister: l'ordinateur. Les *longforms* multimédias semblent liés au média web pour se réaliser parfaitement: le temps du récit est long, et les multiples augmentations permettent d'immerger le lecteur dans l'enquête, le reportage, le témoignage en créant un autre espace-temps, celui du récit. Le temps s'arrête, pour laisser place à la lecture et à une approche amusante et immersive de la connaissance. Car selon Thierry Groesteen, voici ce qu'il se passe quand le récit rencontre le web et le multimédia:

> Le consommateur peut (…) devenir personnage de son propre parcours médiatique: en surfant, en s'immergeant dans un jeu video interactif, en se promenant virtuellement dans un musée, il se construit une temporalité individualisée. Il devient gestionnaire et narrateur de son propre récit en train de se construire par lui et avec lui.[39]

C'est bien le cas dans nos *longforms*, puisque le temps semble pouvoir être manipulé par le lecteur. C'est bien le lecteur qui fait défiler le temps à son rythme, en *scrollant* à la vitesse qu'il veut. Par ailleurs, si le temps se déroule au rythme du *scroll* ou du *swipe* de la lecture, le développeur peut également jouer avec la notion de déroulement du temps. Il peut choisir de prolonger un moment ou bien faire avancer le récit. Dans la plupart des *longforms* que nous avons étudiés, on remarque des pauses du scroll par un défilement plus lent, comme les photos du *Highline*, ou bien par un déroulement non plus vertical mais horizontal, comme si le temps s'arrêtait, et que le lecteur se retrouvait plongé dans un autre temps. C'est le cas dans Coda, où le lecteur est forcé, par un déroulement horizontal, à effectuer une plongée dans l'époque de l'arrivée du sida, par une visualisation de la surface du bureau d'un membre du KGB. Il s'agit d'une pause dans le récit pour prendre le temps d'un récit antérieur, en images. Le temps est donc manipulé, autant que dans Joey Badass, où ce développeur prend également le temps de se déroulement vertical, pour faire un point culturel et ancrer le papier dans un contexte en faisant écouter des artistes qui ont influencé le rappeur et son époque. Ainsi, grâce au média web, le lecteur peut construire sa propre temporalité, ou bien se retrouver manipulé par les concepteurs, qui ont choisi le meilleur moyen de superposer différentes strates de temps dans le récit, sur la simple surface de la page web.

---

[38] MARION, Philippe. « Narratologie médiatique et médiagénie des récits » *Recherches en communication*, numéro 7. 1997, p.61-88

[39] *Idem*

La médiagénie ne mesure pas une adéquation, mais une amplitude. Et c'est celle du succès de la rencontre entre une narration et sa médiatisation: celle d'une interfécondation. Les *longforms* étudiés sont bien enfants de cette interfécondation. Ils se sont implantés sur le web car les histoires y ont trouvé leur meilleur moyen d'expression, ils l'ont modelé afin de faire apparaître ce qu'ils voulaient sur la page web, tout en étant esclave de leurs contraintes, afin de faire naître des oeuvres originales et uniques.

Le fait qu'un récit soit incarné dans un média implique forcément « une négociation entre les virtualités du sujet et les capacités du média choisi ». De cette interconnexion vitale naissent aussi des frictions entre le support et l'objet. L'objet utilise le support aussi bien qu'il en dépend. En invention conjointe, une des difficulté est de lutter contre les frictions entre la lecture et les usages du web. Par exemple, dans *Shoes Up*, les liens vidéos ne se lancent pas si on ne clique pas sur les *players*, et s'ouvrent ensuite sur une autre page Youtube. C'est une limite de développement qui bloque le bon déroulement, fluide, du récit. Ici, on constate un frottement entre la lecture et les contraintes de développement.

Le caractère innovant est bien de faire correspondre totalement le fond et la forme. Ainsi, la force de ces *longforms*, à la fois visuellement et dans le récit, repose sur le fait qu'ils exploitent toutes les possibilités techniques du média web. Si dans un premier temps ils profitent de ces possibilités techniques, ils sont liés à leurs limites. Les expérimentations ne se font que dans une certaine mesure, qui est celle de la technique et de la technologie.

Comme Raphaël Bonan de *L'Equipe Explore* le déclare: « Tous les sujets de l'année sont prévus à l'avance. On peut donc développer un imaginaire pour chaque Explore. Mais ce qui bloque les ambitions, c'est la technologie et les développeurs: les développeurs centraux ne sont parfois pas disponibles. Mais les navigations générales sont créées comme des modèles et sont utilisées pendant 1 ou 2 ans. »[40] On voit donc bien que le développement du *longform* est ce qui peut poser le plus de problèmes. Si elle raconte une relation à la technique, cette problématique raconte également une relation au média et à ses caractéristiques économiques. Y a-t-il une équipe de développement dédié? Utilise-t-on toujours la même forme? Les possibilités techniques dépendent aussi de l'économie, et de l'organisation d'une entreprise, d'un média.

---

[40] Entretien avec L'Equipe Explore, en annexe.

Ces *longforms* témoignent d'une recherche d'adéquation entre le fond, c'est-à-dire l'histoire racontée, et la forme, déterminée par les désirs et les possibilités des développeurs et des rédactions, qui dépend, donc, de la technique. La technique affleure sur la surface de l'écran, et cela sous différents modes, du clin d'oeil au frottement entre usages et possibilités technologiques. L'objet et le support sont toujours en tension, mails il y a un moyen, par des récits bien particuliers, de les réconcilier en racontant les deux à la fois: l'histoire et le média. Le récit prend en compte le média, de la même manière que le média prend la forme voulue par le récit. L'objet et le support sont toujours en tension, mais il y a un moyen, par le récit, de les réconcilier en racontant les deux en même temps. Le récit prend en compte le média, de la même manière que le média prend la forme du récit.

2) Une adéquation historique

Les articles étudiés ne se contentent pas de raconter leur propre histoire, la plupart du temps, ils racontent aussi, en filigrane, l'histoire du média qui les accueille, tout en convoquant à la fois l'imaginaire du journalisme, mais aussi celui des des médias informatisés, qui accueillent ces articles et leur permettent d'exister.

**Forme éditoriale et héritage**

Si ces objets se trouvent sur le web, ils n'en sont pas moins issus d'une longue tradition de l'écrit et du lu. Ils sont ainsi soumis, comme tous les textes destinés à être publiés, à une énonciation éditoriale. Mais ce n'est pas celle des écrits sur papier. Ici, l'énonciation éditoriale dont dépendent les objets est celle des écrits d'écran. Si l'énonciation éditoriale s'inscrit dans la continuité de la culture de l'écrit, où les textes doivent être institués en tant que formes pour circuler; l'informatique influe aussi sur ce processus, attendu que la forme, le travail de la forme et les modalités d'accès à ce travail ne sont pas les mêmes dans le cadre des médias informatisés. Nos objets sont donc héritiers d'une double tradition: la tradition livresque et de la presse papier, mais aussi les formes, toujours en invention, d'édition des médias informatisés.

Comme l'entend Emmanuël Souchier, les textes sont soumis à une forme éditoriale fixée, héritée de la culture de l'écrit. Tout d'abord, de nombreux termes et concepts issus du monde de l'édition sur papier se retrouvent dans le vocabulaire et la pensée de l'énonciation éditoriale des écrits d'écran. De la page livresque, la page web construite pour nos articles garde des traces indéniables. On parle ici de pages, comme celles qui se tournent quand le récit se déroule. Ce sont des pages métaphoriques qui défilent sur l'écran. Nos objets dépendent de ces concepts généraux, mais leur construction est unique pour chaque *longform*. Ainsi, chaque construction rappelle des éléments spécifiques de l'énonciation éditoriale sur papier.

Le mode de lecture du *scrollytelling* fait apparaître une lecture par défilement vertical automatisé. Cette simple construction de la lecture n'est pas anodine, comme le souligne Emmanuël Souchier.

> Son défilement vertical, analogue au déroulement horizontal du volent antique ou des *rotuli* médiévaux retrouve des pratiques de lecture ancestrales: rythme du rituel sacré qui se déroule selon le livre, contrôle des archives administratives, écoute l'acteur qui joue son rôle, enregistrement des soldats fraichement

> enrôlés… la langue a gardé trace des pratiques liées au rouleau. Les processus mentaux de lecture et d'écriture s'éloignent de l'espace et de l'écrit tableau pour s'inscrire dans la logique des listes et des rouleaux. [41]

Mais dans les écrits d'écrans, l'énonciation éditoriale a des caractéristiques qui lui sont spécifiques. En opposition à la rigidité du texte livresque, la notion de « numérique » entend plutôt une fluidité du texte. C'est le cas avec nos objets, dont les éléments textuels, visuels, sonores défilent au fil de la lecture pensée pour le lecteur, dans un temps qui lui est propre. Car l'énonciation éditoriale régit l'image du texte, et donc les conditions de sa perception et de son appropriation par le lecteur.

**Écran et papier**

Techniquement et graphiquement, nos objets s'ancrent donc dans une tradition, tout en adoptant des caractéristiques formelles propres à ses conditions d'existence sur l'écran. De surcroît, ils font également appel à des références non plus à l'histoire du média, mais bien à l'histoire du journalisme, pour s'inscrire dans une continuité.

Dans l'article de *Coda*, Mila Leva, l'illustratrice qui a designé l'article, a beaucoup travaillé l'image du papier dans l'article. Elle présente à de nombreuses reprises des lettres, des ordonnances. Bien que l'article soit destiné à l'écran, la représentation du papier est très importante. Mais une occurrence revêt une importance toute particulière.

Dans la deuxième illustration, une bande illustrative qui prend tout l'écran arrête le défilement vertical pour le rendre horizontal, comme si le temps s'arrêtait. Apparaît alors à nos yeux un fouillis sur une table, constitué de journaux, de papiers d'identité, de lettres, de lunettes, de cigarettes et d'un téléphone. Un amas de papier recouvrant une table. D'après notre entretien avec l'illustratrice, il s'agirait d'une suite d'éléments qui racontent en image l'histoire du négationnisme du Sida en Russie.

> En gros tout les illustrations font référence à la propagande soviétique et russe contre le Sida, en tant que « fausse maladie » qui vient des USA (la table pleine de papiers, de documents et de journaux soviétiques illustre exactement cet aspect de l'histoire, les grands titres des journaux disent « Panique à l'ouest, où la vérité derrière la sensation Sida » ce qui sous entend une inexistence du virus). Je voulais juste clarifier ce moment, car ce n'est pas le bureau d'un journaliste, mais plutôt d'un gars du KGB qui collecte des informations sur le VIH et le Sida. C'est vrai que le papier était une prérogative de la presse à l'époque (l'illustration avec le bureau en bazar fait référence aux années 80, même si le *longform* parle de la désinformation du Sida transmise

[41] SOUCHIER, Emmanuël, *Ibid*.

à travers tous les types de médias en Russie, il y a aussi une vidéo, qui a été diffusée sur une des chaînes de télévision principale de Russie, dans laquelle les médecins et le présentateur disent à une fille atteinte du VIH qu'elle n'a pas le VIH, que ce n'est qu'une simple hépatite et qu'elle ne devrait pas prendre de médicaments toxiques). Il y a aussi des histoires particulières de gens qui ont été victimes de cette désinformation sur le Sida (comme l'histoire de Yulia, qui avait peur de prendre les médicaments, parce que la seule chose qu'elle savait était que les gens mouraient à cause des pilules toxiques plutôt que du virus lui-même, ou bien l'histoire du pope, dont la fille est morte parce qu'il a refusé de lui donner des « remèdes toxiques » encore une fois en raison de cette propagande)[42]

Il s'agit donc des instruments de propagande, qui fait appel à un imaginaire des années 1980. Mais l'ensemble de documents rappelle aussi la presse et son statut à l'époque de l'URSS. Des coupures de presse négationnistes sont présentes, montrant ainsi le pouvoir de la presse et du papier, tout en évoquant l'histoire de la presse des années 80 en Russie. Par ailleurs, la représentation du papier tout au long de l'article montre différents aspects de la valeur des informations qu'elle délivre: elle annonce de mauvaises nouvelles, avec les lettres, mais a aussi valeur de document officiel, délivré par le médecin. Toutefois, le papier et les nouvelles qu'on y trouve sont constamment remis en question par les protagonistes: disent-ils la vérité? Doit-on les croire? Le papier et le texte, ici, ne semblent pas faire parole d'évangile aux yeux des protagonistes, et disent aussi quelque chose qui relève d'une problématique tout à fait actuelle: faut-il croire le papier et les nouvelles qu'il circule? Problématique qui pourrait même être agrandie à: faut il croire les médias, ou bien les nouvelles sont-elles manipulées par des autorités?

L'article de Coda s'ancre dans ces questionnements, en se demandant comment on peut encore nier l'existence du Sida, dans un pays post soviétique, documents à l'appui, et ouvre ainsi

---

[42] – Basically everything that it illustrates is referred to the soviet / russian propaganda against AIDS as a "fake disease" that comes from the US (the table full of papers, documents and soviet newspapers illustrates exactly this aspect of the story, the headlines of the newspapers tell "Panic on the West, or the truth behind the AIDS sensation" which basically tells about the unexistance of the virus. Just wanted to clear this moment, as this is not a journalist's desk, let's say it's a desk of a KGB guy who's collecting information on the HIV and AIDS phenomena. That's true that paper was a prerogative of the press at this moment (the composition with the messy desk refers to 80's, however the whole long form is dedicated to the fact of the disinformation on AIDS that was transmitted through any kind of media in Russia, there is a video as well, that was broadcasted on one of the main channels of Russia, in which basically the doctors and the host himself tell to a HIV positive girl, that she doesn't have any HIV, and that what she has is just a simple hepatite and she should't take any toxic meds) As well there are particular stories of the people who happened to be the victims of the disinformation on AIDS (like the story of Yulia, who was scared to take the meds, because the only thing she knew that people die from the toxic pills rather from the virus itself, or the story of the pope, whose daughter died because he refused to give her "toxic remedies" always due to this propaganda.) (traduction personnelle) Entretien 2, en annexe.

une brèche qui nous fait apparaître un moment d'histoire du journalisme soumis à un pouvoir, à un moment de la presse russe.

Figure 9: capture d'écran de la vue panoramique d'un bureau du KGB par Coda.

**Une réflexion sur le journalisme et son histoire**

Grâce à cet exemple, on peut remarquer qu'au delà de réfléchir au média technique qui les abrite, nos *longforms* participent à une réflexion autour du journalisme et de son histoire. Ancré dans un héritage éditorial du papier, et ici présent sur le web, le journalisme est lui-même en invention, questionné et réinventé grâce à de nouvelles techniques. Si pour Mila Leva, montrer ces journaux montraient un tournant dans l'histoire, il s'agissait aussi de représenter différents éléments tangibles d'une enquête en train d'être menée par une journaliste. Ses dessins ne sont donc pas seulement des illustrations du récit, mais des illustrations du travail du journaliste: chercher des intervenants, chercher des preuves, et les mettre à profit pour raconter une histoire vraie et porteuse de sens.

Pourquoi ce choix de représenter le journalisme? Parce qu'aujourd'hui, afin de conserver des médias intéressants, il s'agit d'être porteur d'un journalisme innovant. Les différents *longforms* étudiés montrent que le journalisme a su tirer profit des possibilités technologiques des nouveaux médias, et pas uniquement dans la forme que prend finalement l'article. Dans *Highline*, on remarque que les journalistes ont pu prendre des photos, mais aussi des vidéos en 360 qui favorisent l'immersion, mais aussi montrent mieux la réalité. Dans « Joey Badass, political MC », le son a été mis à profit, grâce aux plateformes d'écoutes, ici Youtube en l'occurrence, et fait écho aux usages d'aujourd'hui aussi bien qu'à l'infinité de sons disponibles. Pour ces *longforms*, le design innovant

a été pensé en même temps que le reportage, et a ainsi pu mettre en valeur l'utilisation de ces dispositifs innovants.

D'un autre côté, on montre aussi les éléments qui ont pu être utilisés lors de l'enquête journalistique. A l'ère des *fake news* et de la désinformation, la véracité des faits et les preuves apportées semblent constituer un vrai enjeu. Le journalisme, plus que jamais, se doit de justifier son travail. Grâce à internet, aux liens hypertextes et aux ressources infinies du web, il est désormais possible de mettre les preuves des faits avancés entre les mains du lecteur. De ce point de vue, le *longform* de *L'Equipe Explore* « Interdiction-Administrative-Stade » est particulièrement innovant. En plus des témoignages, des graphiques et des archives issues d'autres médias, comme le journal télévisé de TF1, *L'Equipe Explore* a mis à disposition du lecteur les ressources qui avaient été utilisées pour mener l'enquête, auxquelles il n'aurait absolument pas eu accès auparavant. En un clic, le lecteur se voit pouvoir télécharger un fichier, une base de données, lui permettant d'avoir accès aux informations pures. Et le mode d'apparition de ce fichier est lui-même intéressant: il est dans un google drive activé en mode « lecture seul », qui est d'habitude un document qui circulent en interne, et que l'on peut partager avec ses collaborateurs. Ainsi, le lecteur a accès à l'information pure sur le même mode de lecture que les journalistes et la rédaction d'un média, se sentant ainsi immergé dans l'enquête, et ne pouvant nier la véracité des faits avancés.

Figure 10: incitation à cliquer sur la « boîte noire » contenant une base de données, dans « IAS »

Bien qu'ils se placent dans une tradition, on peut observer que ces dispositifs sont innovants en ce qu'ils s'interrogent sur la nature du média et son histoire. Ils montrent aussi le journalisme *in the making*, d'aujourd'hui: un journalisme innovant qui tire profit de ses nouvelles capacités, à la fois dans la production d'informations mais aussi dans la manière de la délivrer. En se posant des

questions sur leur héritage médiatique, ces *longforms* engagent une démarche réflexive, et semblent se remettre en question.

3) Une adéquation poétique

**Des frictions désamorcées par la reflexivité du média**

Si le processus d'éditorialisation de la page web, et l'énonciation éditoriale tendent à rendre la lecture la plus fluide possible, nous ne sommes toutefois pas à l'abri de petits couacs, qui freinent une lecture efficace et l'immersion totale. Dans *Shoes Up*, force est de constater qu'hélas, les vidéos ne se lancent pas seules, et redirigent vers un lien youtube, au lieu d'un *player* qui se lancerait simplement par le scroll. On peut ici penser qu'il s'agit d'une manière de proposer au lecteur de s'immerger dans l'énorme base culturelle qu'est youtube, en faisant confiance à la sérendipité du web. Toutefois, il semblerait que cela soit un frein à la lecture, notamment du fait de la redirection vers une autre page.

Ce petit point noir est révélateur d'une chose: on le relève car il est important: il montre un décalage entre ce que les éditeurs ont voulu mettre en oeuvre, et les possibilités qui étaient les leurs à ce moment là. Dans tous les objets, c'est une adéquation parfaite entre le sujet et la forme finale, permise par le média, qui est le but de toutes les recherches. On cherche à réduire les frictions entre les deux, afin de créer une harmonie, et de joindre les deux récits qui se superposent sur l'écran: le récit sur l'écran, et le récit du média. Mais dans les médias informatisés, l'instrument du récit, c'est bien l'écran, qui lui permet d'apparaître à nos yeux.

Les enjeux de récit de nos objets multimédias, raconter le sujet et le média, reflètent ceux des écrits d'écran. Sur l'écran se superposent deux plans, comme le souligne Anne-Marie Christin. D'un côté, une « construction profonde et invisible faite de formalismes logistiques intégrés en une immense architecture de codes »[43]. De l'autre, « une poétique des formes sociales de l'expression, qui rend lisible, interprétable, façonnable pour l'homme ce qui est ainsi traité. »[44] Trouver une adéquation entre la forme et le fond, c'est concilier ces deux aspects, le code binaire illisible qui gère la machine et permet aux écrits d'écrans d'exister, et une forme gorgée de mémoire sociale et culturelle, qui peut être lue grâce à cette première écriture binaire. De la même manière, la technique doit dans nos *longforms* se faire invisible afin de raconter l'histoire.

**Écrits d'écran et médiagénie**

Pour Thierry Groensteen, lorsqu'un sujet est médiagénique, et donc qu'il se réalise de manière optimale dans tel média particulier, ne serait-ce pas parce que, d'une manière ou d'une

---

[43] CHRISTIN, Anne-Marie, *Ibid*., p. 397.

[44] CHRISTIN, Anne-Marie, *Ibid*., p. 397.

autre, il permet à ce média de mettre en scène ses propres codes sur un mode métadiscursif? La réflexivité serait donc une manière pour le média d'interroger ses propres mécanismes langagiers et les propriétés de son support. La rencontre ne serait donc optimale que si, en s'emparant d'un sujet, le média peut se décrire lui même.

> Il faut qu'une forme spécifique se combine « automatiquement » avec un contenu spécifique, et vice versa, pour que le média puisse apparaître comme un véritable tout. Comment définir une telle connexion spécifique? On pourrait le faire en ayant recours au concept d'interaction, mais seulement à condition de comprendre cette interaction non pas de manière rhétorique mais de manière véritablement productrice et d'inverser en quelque sort les relations (dans cette hypothèses, le surgissement d'une forme s'accompagne de l'essor d'un nouveau contenu, exactement comme Valéry disait d'une grande oeuvre qu'elle est « fille de sa forme »)[45]

Quoi de plus fort dans *Highline*, que le morphing qui humanise les victimes des luttes économiques de l'émigration? Et les lie à la terre, plus précisément le sable, sur lequel la plupart circulent, qui forme leur visage avant de se transformer en le territoire dont ils semblent prisonniers, une carte du monde qu'ils parcourent? La force de cette image vient bien du fait que les hommes, comme le papier, sont soumis au matériau qui les accueille: le sable fait apparaître des protagonistes fantomatiques, tout comme le support, de la même manière que les pixels lient l'image, qu'ils font exister, au support plat qu'est l'écran. Mettre en valeur un récit de manière adaptée, c'est également mettre en valeur le média.

Figure 11: Capture d'écran de l'article de *Highline*. Un vent de poussière fait apparaître une tête de femme en *morphing*.

[45] GROENSTEEN, Thierry. « Médiagénie et réflexivité, médiativité et imaginaire : comment s'incarnent les fables ». *Belphégor: Littérature Populaire et Culture Médiatique*, vol. 4, No. 2. 2005.

Dans *Pitchfork*, les citations des personnages qui apparaissent presque toujours comme des robots, imaginaire qui hante l'oeuvre, y est omniprésente, arrivent sur l'image sous forme de code. Quelle manière serait plus adaptée pour eux, les hommes-robots dont le succès repose sur les machines, que de faire apparaître leurs propos en langages de machines. Et quel meilleur moyen d'ancrer un récit sur un écran en adoptant dans un premier temps son langage.

**Pour une poétique de l'écran**

Ici, il s'agit donc de réconcilier l'écran, sa profondeur, et ce qui est raconté. L'important semble ici de raconter conjointement grâce à une poétique établie de manière commune entre le sujet de l'article et le média. Par ce double récit, de l'écran et sur écran, c'est une double émotion, et un intérêt dédoublé chez le lecteur. C'est l'écran qui semble venir cristalliser toutes ces tentatives. Le récit d'écran devient ainsi une sorte de récit de l'écran. L'article sur Joey Badass en est le témoin: l'écran n'est jamais occulté, mais sert à mettre en valeur le récit grâce à des effets stylistiques qui le subliment. Dans ce *longform*, l'histoire s'écrit sur l'écran de la même manière que des tracts politiques et des slogans s'affichent sur les murs.

Figure 12: Capture d'écran de l'article de Shoes Up. Des affiches viennent se coller sur l'écran.

Figure 13: Capture d'écran de l'article de *Shoes Up*. Un jet de peinture vient se déposer sur l'écran, faisant apparaître un titre.

Sur l'écran, par sa mise en valeur, on peut créer une poétique de l'écrit qui rend à la fois hommage au fond comme à la forme, en les faisant coexister en mettant à l'honneur ce qui leur permet d'exister à tous les deux, l'écran, support ancestral de l'écrit, de la lecture. On pense que sur l'écran, le texte n'a ni profondeur, ni espace. Malgré les possibilités des médias informatisés, le regard semble enfermé par une « fenêtre ». Mais comme le souligne une nouvelle fois Souchier, les premiers écrits se lisaient déjà sur écran, virtuel comme matériel. On montre l'écran comme une fenêtre sur laquelle des choses apparaissent. Des visages et une cartographie sur *Highline*, faite de sable ou de poussière d'or qui révèle des images et des mots sur l'écran, auparavant noir, comme une tempête de sable qui viendrait s'accrocher sur une surface jusque là oubliée et invisible. Du texte et des images, qui apparaissent à gauche où à droite de l'écran comme si ce n'était qu'une fenêtre sur un univers plus large qu'on ne voit que partiellement. Des mots qui passent d'un langage binaire à un alphabet lisible, comme s'ils venaient du fond de l'écran pour ensuite s'imprimer de manière lisible sur sa surface. Les signes écrits ne sont plus donnés à lire directement sur le support physique où ils sont inscrits, mais à l'écran, imaginaire de verre et de lumière. L'écran devient le support matériel d'une écriture éphémère, lieu d'accueil passager d'un écrit devenu texte nomade.[46]

[46] PIGNIER, Nicole, « Sémiotique du webdesign: quand la pratique appelle une sémiotique ouverte ». In: *Communication et langages*, numéro 159, 1er trimestre 2009. pp. 91-110.

L'opposition entre surface et profondeur n'est pas nouvelle, puisque les oeuvres en deux dimensions ont toujours figuré sur des surfaces planes, qu'on pourrait juger plates et sans profondeur. Ici, les choses sont les mêmes: les histoires, les illustrations et les autres augmentations figurent sur une surface qui est celle de l'écran. Mais ici, la surface de l'écran ne semble pas être un obstacle à la profondeur du récit. Cette surface n'est pas opaque et insondable. Elle est transparente et, une fois allumée, elle donne accès à une profondeur infinie de choses et d'informations. Tout d'abord, la surface de l'écran n'est pas le lien ou se pose l'image arrivée du dehors. Sur la surface du l'écran, c'est la lumière venue de l'intérieur de la machine qui permet à l'information d'être visible. Ainsi la surface de l'écran est l'espace de réconciliation entre le dedans et le dehors de la machine, entre l'homme et la technologie, puisqu'elle est espace d'interaction entre les deux. Ensuite, l'imaginaire semble être que l'ordinateur (ou le *smartphone*) renferme une infinité d'informations en son sein (même si en réalité elles sont en réseau, dans des serveurs, et non pas au sein de la machine). Ainsi, on a l'impression que l'information arrive techniquement des profondeurs de la machine pour apparaître sur la surface. Ainsi, les récits sur écran sont techniquement des récits de la profondeur.

Mais le récit de l'écran est également un récit de la profondeur, car le double récit dont nous avons parlé plus haut mêle le récit sur écran et le récit de l'écran, et l'histoire de cet écran, c'est cet équilibre, cette pensée entre la surface et la profondeur. Ainsi, l'idée de profondeur double le récit du *longform*, et amène de la profondeur au récit en ce qu'il démultiplie les histoires racontées: celle sur écran, et celle de la profondeur de l'écran.

L'écran n'est plus pensé comme un espace utilitaire, mais comme un lieu de contact entre des corps qui communiquent, le lieu ou l'histoire, le lecteur et le média pourront se réconcilier pour un temps spécial, celui du récit conjoint dont le lecteur est acteur, en le faisant exister par son regard, de même que l'écran le fait exister visuellement, de même que le journaliste et le graphiste la révèlent par des mots.

Ainsi, dans ces *longforms*, l'intermédialité est cruciale. Non contente de permettre au web d'expérimenter et de se créer des formes d'expression journalistiques et narratives qui lui sont propres, elle permet également de se poser des questions sur le média lui-même. Par le simple défi technique et esthétique qu'elle appelle, l'intermédialité permet au média de réfléchir sur ses codes, mais aussi ses possibilités. Ce mélange des arts et des moyens d'expression fait donc passer nos objets dans une autre dimension: la création d'une poétique de l'écran et de ses écrits, mais plus encore la possibilité pour un nouveau média de se raconter sur différents modes. Le récit

journalistique est donc doublé d‘un récit technique, historique, esthétique qui lui octroie toujours plus de profondeur et d’intensité.

## III. Longforms multimédia et storytelling politique

Nos *longforms* se heurtent à une définition multiple de la notion de dispositif.

La notion de dispositif dispose dans un premier temps d'une définition technique. Le mot qualifie « toute manière de disposer les différentes parties d'un appareil ou des travaux exécutés en vue d'une exploitation de carrière, de mine, etc. »[47] Il faut ainsi concevoir un dispositif comme quelque chose d'efficace et de pensé afin d'avoir un effet précis, et donc constitué de techniques et de ressorts pour y parvenir. Et d'ailleurs, plus généralement, le dispositif est compris comme l' « agencement d'éléments qui concourent à une action ou à un but. »[48] Les *longforms* que nous étudions ne sont donc pas dissociables d'un aspect technique, presque machinique, et correspondent donc à la première définition. Les *longforms* ici étudiés dépendent bien d'une machine qui, bien que gérée par la main de l'homme, est l'instrument technique qui permet de disposer des informations, qui sont elles-mêmes disposées sur une page-écran dépendant d'une machine.

Mais les *longforms* auxquels nous nous intéressons n'en restent pas moins humain, puisque le dispositif technique auquel ils appartiennent ne met pas uniquement en scène des humains, mais aussi des machines. Il s'agit d'un dispositif médiatique. Voici la définition qu'en donne Anderson: « Un média est une activité humaine distincte qui organise la réalité en textes lisibles en vue de l'action. »[49] Selon Anderson, l'humain a la primauté sur la technique, et c'est bien lui qui, en fin de compte, organise la réalité. Pour le chercheur, cette organisation de la réalité permet de fournir un instrument de pensée. Le message semble être un cadre sémiotique sur lequel « le lecteur peut opérer »[50]. Ce dispositif indiquerait donc que le lecteur participe à l'élaboration du sens à partir du texte, et ainsi le co-construire. Nos *longforms* sont donc des dispositifs humains, mais qui passent par le biais d'une machine.

> Un dispositif est une instance, un lieu social d'interaction et de coopération possédant ses intentions, son fonctionnement matériel et symbolique enfin, ses modes d'interactions propres. L'économie d'un dispositif - son fonctionnement - déterminée par les intentions, s'appuie sur l'organisation structurée de

---

[47] Le Larousse, définition du mot dispositif.

[48] Le Larousse, définition du mot dispositif.

[49] ANDERSON, J. A., « Examen de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur aux médias », *Rencontre de la recherche et de l'éducation : actes du Symposium*, 1988, p. 11-23.

[50] *Idem*.

> moyens matériels, technologiques, symboliques et relationnels qui modélisent, à partir de leurs caractéristiques propres, les comportements et les conduites sociales (affectives et relationnelles), cognitives, communicatives des sujets.[51]

Selon cette acception de la notion de dispositif, les *longforms* étudiés ici sont non seulement des dispositifs techniques, mais aussi des dispositifs médiatiques qui impliquent une très forte idée de communication entre différentes personnes, différentes instances, et qui serait intrinsèquement sociale.

Mais il est importer de garder à l'esprit que toute idée de dispositif est difficilement dissociable de son but, et du plan qui a généré son élaboration. Dans notre étude, nous pouvons constater que le dispositif mis en place est profondément liée à son but, à l'effet qu'il compte faire, puisqu'il s'attache à raconter des histoires qui le sollicitent, conserver son attention, et faire passer des messages par le récit. Mais quels sont ces messages? Dans quel dessein ont-ils été élaborés, et avec quels sont leurs ressorts? Et enfin: que disent ces techniques de l'information aujourd'hui?

1) Ces *longforms* peuvent être abordés dans un premier temps comme un dispositif communicationnel

**Tentative de définition**

Ici, ce qui semble apparaître au premier plan est l'idée que ce dispositif est voué à la communication à l'adresse d'un énonciateur à un récepteur. C'est-à-dire un dispositif communicationnel. Voici la définition que l'on peut trouver en ligne de la notion de dispositif communicationnel.

> Définition: Ensemble de moyens qui favorisent la communication. L'individu communique à l'aide de huit dispositifs communicationnels (par ordre décroissant de portée) distance interpersonnelle, gestuelle, parures, voix, expressions faciales, regard, toucher et olfaction.[52]

Comme en témoigne cette définition, le dispositif communicationnel est ce qui permet de favoriser les interactions entre différentes parties, différentes personnes, différentes entités. On peut remarquer que cette notion est profondément liée à la perception, aux sens. Il n'y a pas que les mots

---

[51] PERAYA, Daniel. *Médiation et médiatisation : le campus virtuel*. Hermès, 1999, vol. 25, p. 153-167

[52] (source: wikipedia)

qui comptent. Tout ce qui les entoure est important, et permet à l'individu d'entrer en interaction avec d'autres (encore une fois, le dispositif est social). Le dispositif communicationnel est donc composé de signaux multiples, qui font appel à tous les sens.

Force est de constater que l'idée de dispositif communicationnel est déjà emprunte d'une idée qui nous fait très fortement penser à Wagner: la synesthésie. On nous parle d'éléments liés à la vue, à l'ouïe, au toucher, à l'odorat. Ainsi, un message peut être transmis par différents canaux, qui correspondent à différents sens. Avec nos objets; ce qui est mis en avant, c'est que chaque sens peut être touché simultanément (à part l'odorat et le toucher pour le moment, puisque les possibilités techniques sont parfois encore limitées), d'une manière que même l'opéra wagnérien, malgré tout ces efforts, n'aurait jamais pu mettre en oeuvre.

**Des dispositifs particuliers**

Les dispositifs que nous étudions semblent particuliers car ils ne concernent pas une interaction entre des personnes physiques, à première vue. Nos objets relèvent d'un dispositif communicationnel établi entre un individu et une machine, grâce à laquelle est accessible l'histoire racontée. C'est la machine qui met à disposition les éléments qui favorisent la bonne réception de la part du lecteur. Toutefois, c'est sans compter que ce dispositif est l'oeuvre d'humains, de designers qui ont pensé la réception au travers de l'objet. L'objet a été conceptualisé, designé, mis en place par des concepteurs qui l'ont modelé à leur guise. Les médias informatisés bénéficient d'un avantage: tout est programmé pour être reçu d'une certaine manière, ne laissant pas de place au hasard, à part un problème technique impromptu. Ainsi, le dispositif communicationnel est parfaitement pensé et programmé pour transmettre le message avec d'autant plus de force, et avec la prise en compte de la réception du lecteur, pensée avec le texte.

Lors de notre entretien, Tom Chevallier, auteur d'un mémoire sur le *Parallax Scrolling*, fait émerger ce point, en définissant le parallaxe scrolling, auquel la plupart de nos objets sont soumis.

> Le parallaxe scrolling c'est donc une pratique gestuelle verticale, et la réponse de ce geste à l'écran. Ca existe aussi dans les jeux vidéos, mais j'ai choisi de l'appliquer au *webdesign*. Dans mes objets, il y a au moins 3 ou 4 calques. Un avec le texte, et avec l'objet, et un avec le fond. Les claques ont une vitesse de défilement différentes pour créer cet effet saisissant et de fascination du lecteur. C'est

piégeant. L'intention du concepteur est de te faire regarder là où il veut que tu regardes. C'est un simulacre de liberté.[53]

Il remarque dans son travail, ainsi que lors de notre entretien, que les objets sont bien manipulés par les concepteurs, afin d'encadrer la réception, et cela à l'aide du *webdesign*. Dans un premier temps, le *webdesign* fait appel à des formes que l'on connaît déjà, que l'on peut identifier. Le digital transforme cette forme en simulacre, et instinctivement, grâce à un bagage culturel et gestuel, on sait comment utiliser l'interface, et donc le dispositif. Ces objets sont affordants, comme l'a théorisé Aarseth[54], c'est-à-dire qu'ils suggèrent leur propre utilisation. Mais en ancrant la réception dans des cadres déjà connus, comme par exemple celui du parchemin que l'on déroule, on fait aussi appel à ce bagage culturel. On va donc savoir comment réceptionner le message que les concepteurs veulent faire passer, rien qu'avec le geste et la forme. Ici, les imaginaires convoqués permettent d'ancrer l'objet proposé dans une perspective documentaire sérieuse, et conditionne le spectateur pour qu'il accorde crédit à ces récits. Ainsi, le fait que la plupart de nos *longforms* utilisent le format du *scrollytelling*, en utilisant notamment la parallaxe, et que le texte apparaît comme un long parchemin que l'on déroule, c'est pas anodin. Il ancre le récit dans la lignée d'une forme médiatique. Le parchemin, peau d'animal travaillée pour servir de support à l'écriture, pouvant être relié de deux manières: soit en codex (pages reliées en cahier), soit en *volumen*, lorsque les pages étaient cousus les unes à la suite des autres, pouvant ainsi être roulées. Mais le volume était déroulé à l'horizontal, et non à la verticale. C'est de ce dernier format, appelé *rotulus*, que découlent nos objets d'études. Surtout employé au moyen-âge, avant l'arrivée de l'imprimerie de Gutemberg, il était considéré comme un document officiel, destiné à des lectures publiques, et pouvait contenir des textes liturgiques ou théâtraux, mais aussi des textes comme des listes administratives. Les *rotuli* étaient donc destinés à une lecture socialisée, mais surtout oscillent entre oeuvres de création (comme pour les textes théâtraux), et documents officiels. Autant d'enjeux que nous retrouvons dans nos *longforms*, pris entre une volonté de récit et de création, tout en ayant une volonté de dire la vérité. Ces enjeux se cristallisent par la simple forme que prennent ces articles et leur design. Par ailleurs, le fait que le texte soit augmenté de nombreuses images et illustrations aussi bien visuelles que sonores montre que les articles se placent bien dans la lignée des grands

---

[53] Entretien avec Tom Chevallier, Annexe entretien 4.

[54] Selon Donald Norman, l'affordance peut être définie comme la capacité d'un objet à suggérer sa propre utilisation et à suggérer des potentialités d'action. — NORMAN, Donald A. *The design of everyday things*. Revised and expanded edition. New York, New York: Basic Books, 2013. p. 20

reportages, qui allient aussi bien récit de faits véridiques que dimension visuelle dans la presse et les magazines traditionnels.

Par ailleurs, on peut remarquer que ces objets engagent le lecteur à recevoir le dispositif comme innovant, en utilisant des formes et des éléments de *webdesign* spécifiques. Ils ancrent donc les objets dans un imaginaire de la modernité, mais aussi de la qualité médiatique. La mise en scène de la data est très intéressante de ce point de vue. D'un côté, son utilisation permet d'ancrer les histoires racontées dans une réalité scientifique, technique, qui dépend d'études concrètes et précises, convoquant ainsi un imaginaire technologique qui fait appel à l'idée de modernité dans l'imaginaire commun. Par ailleurs, la manière dont la data est présentée sur la page est également voulue comme innovante, plus encore que dans l'idée d'une démonstration de la vérité. La plupart du temps, elle est accompagnée de diagrammes, ou bien de data visualisation, c'est à dire de petits schémas graphiques qui permettent de mieux comprendre, mieux qu'avec de simples chiffres. Parfois, elles sont aussi mises en mouvement, donnant ainsi une idée de rapidité, mais aussi de performance technologique, donnant ainsi un caractère sérieux à l'ensemble de la production journalistique contenue sur la page. Ici, l'innovation est invoquée en ce qu'elle permet de mettre en valeur la technique, support d'une information vérifiée et en quelque sort justifiée par sa mise en scène qui fait appel à une technologie de *webdesign* de pointe.

Ainsi, en ce qu'il est gage visuel de véracité du récit journalistique, le *webdesign*, grâce au parallaxe scrolling et à d'autres effets, a permis aux interfaces d'expérimenter pour aller toujours plus loin. Ainsi ces interfaces ont-ils pu sortir des normes et faire naître de nouvelles formes de narration, en rupture avec le *webdesign* classique. Ainsi la forme elle-même est-elle ancrée dans une logique d'innovation, car son arrivée a été motivée par le fait qu'à un moment donné, les gens ne pensaient plus être surpris par une interface de site web.

**Une réception biaisée?**

Tom Chevallier souligne également un point qui à nos yeux semble important: la gestion du temps par les concepteurs des *longforms*. Si nos objets utilisent chacun un mode de défilement, et donc de lecture, qui lui est propre, chacun utilise le temps à sa manière. Les objets utilisant la technique du parallaxe scrolling sont particulièrement révélateurs de ce phénomène. En faisant défiler les calques à des vitesses différentes, les concepteurs de l'objet manipulent le scroll. En faisant croire au lecteur qu'il contrôle sa lecture en contrôlant les vitesses de défilement, il le laisse

face à ce que Chevallier appelle « un simulacre de liberté »[55]. Or, le lecteur ne contrôle en rien les vitesses de défilement. Son rôle est de matérialiser l'objet, de le faire apparaître en *scrollant*. Toutefois, les variations de vitesse des différents calques est déterminée par le concepteur, qui a ainsi un rôle de démiurge qui pourrait contrôler le temps. Il peut choisir de garder un calques longtemps, assez longtemps pour que le lecteur l'ait sous les yeux plus qu'une autre partie du texte, hiérarchisant ainsi les informations réceptionnées, ou bien créant des effets spécifiques. C'est le cas avec le *longform* de *Highline*. On n'a beau *scroller* à la même vitesse que sur le texte, quand on arrive sur les images, le temps de défilement est plus long, laissant ainsi les photos en plein écran pendant quelques secondes. Ainsi, les parties comprenant des photographies sont mises en valeur, et leur importance est soulignée. Ces séquences apparaissent comme un portfolio intégré au coeur de la narration, comme un diaporama qui se lancerait lui-même, avec des vitesses de défilement prévues. Ainsi, l'image n'est pas négligée ni secondaire, mais apparaît par cette mise en valeur comme l'équivalent du texte, aussi importante que lui. Par ailleurs, le scroll vertical peut parfois faire bouger les images de manière horizontale, et donc, d'une certaine manière, arrêter le temps, le mettre sur pause, pour revenir sur des évènements, des données, une histoire. Dans *Coda*, le moment où le scroll devient vertical est une plongée dans le passé, où l'illustratrice nous donne une vision panoramique d'un bureau du KGB. Le temps du récit s'arrête pour amener le regard du lecteur dans un autre espace temps, qui permet de mieux comprendre le présente. Dans *Shoes Up*, les séquences de scroll horizontal sont des moments de pause qui nous permettent également de comprendre le présent par le passé, en revenant sur tous les artistes qui ont influencé le rappeur, ont forgé sa culture. Même l'objet du *New York Times*, qui est aux antipodes du parallaxe scrolling dans son développement, manipule le temps, et donc la réception, en créant des écrans sur le mode du *paging*, mais en limitant le temps passé sur chacun d'entre eux. Par exemple, les écrans où les artistes s'expriment sont des citations, limitées dans le temps. Une fois la citation terminée, on peut passer à l'écran suivant. Il en va de même pour les écrans d'ambiance consacré à un extrait de chanson. Ainsi, le temps passé sur chaque écran est déterminé à l'avance par les concepteurs de l'objet.

La réception est donc en tout point conditionnée, grâce à l'interface et au dispositif technique aussi bien que communicationnel.

---

[55] Entretien avec Tom Chevallier, annexe entretien 4.

De cet examen du dispositif technique, nous pouvons également constater que ses enjeux sont importants, car ils doivent réussir à faire saisir par le spectateur l'histoire racontée, et à lui donner toute sa puissance. La notion de dispositif n'est jamais dissociée de son but, car elle y est profondément lié, puisque comme nous l'avons dit, une de ses définitions pourrait être: « ensemble de moyens disposés conformément à un plan. » Ici, quel est le plan, et quel en est le moyen? Toutes les interrogations sont ici concentrées dans le récit, vecteur de tous les enjeux et de toutes les intentions. C'est à travers le récit qu'est pensée la mise en page, et donc l'élaboration du dispositif dépend du récit lui-même, et de ce qu'il souhaite communiquer. Tout passe par le récit, quelqu'en soient les moyens. Ainsi, le récit est lui-même un dispositif. Mais pas autant que le *storytelling*, dont nos *longforms* sont aussi porteurs.

2) « Stories That Matter »

Nos *longforms* se heurtent à la multiplicité des dispositifs possibles. Ils sont d'abord dépendants de dispositifs machiniques, médiatiques, techniques, mais ce dispositif est difficilement dissociable de son but. Dans notre étude, nous pouvons constater que la machine est profondément liée à son but, à l'effet qu'il compte faire. C'est maintenant sur cette notion d'effet que nous allons nous interroger: quel est l'effet recherché pour un tel dispositif?

**Des histoires à fort pouvoir de séduction**

Selon Christian Salmon « Le *storytelling* est l'application de procédés narratifs dans la technique de communication pour renforcer l'adhésion du public au fond du discours. On le trouve parfois traduit en français par communication narrative. »[56] Grâce au *storytelling*, il faut faire naître chez le récepteur des histoires à fort pouvoir de séduction et de conviction. En passant par l'émotion, les messages complexes sont plus facilement transmis, avec plus d'efficacité.

Des histoires, à fort pouvoir de séduction, et de conviction. Ce sont ces histoires que racontent nos *longforms*. Des histoires qui se veulent convaincantes, qui utilisent tous les instruments disponibles pour raconter le monde tel qu'il est, et convaincre toujours plus par les fait. Mais cette manière de raconter joue aussi sur une rhétorique, une manière de construire le discours qui cherche à remporter l'adhésion du lecteur-spectateur. Ainsi, en organisant les moyens de sa fin de manière tout à fait consciente, le *storytelling* est bien une forme de dispositif.

Ainsi, plus loin que par la simple disposition des différents éléments élaborée à travers le *webdesign*, qui forme une certaine forme de manipulation des faits par l'édition et la main de l'auteur-designer-éditeur, c'est sur l'émotion que jouent ces *longforms*, afin de remporter l'adhésion du public, et ce à de nombreuses reprises. Les histoires se veulent sans pathos, comme l'ont signalé plusieurs concepteurs que nous avons interviewés. Toutefois, les effets d'émotionnalisation des faits et de dramatisation sont fréquents, et permettent de jouer avec les sentiments du lecteur.

---

[56] PLASSE, Franck, *Storytelling : Enjeux, méthodes et cas pratiques de communication narrative*, Territorial Editions, 2011.

**Une dramatisation du récit**

La data, sous ses apparences scientifiques, est un parfait vecteur de ces tentatives de dramatisation de l'histoire. Comme le déclare Victor Antonelli, Directeur Artistique de *Gladeye*, l'agence qui a mis en images le *Highline*:

> La data visualisation a beaucoup de niveaux de lecture. Tu peux traiter la même info de 10 manières différentes, et à chaque fois faire sortir 10 sous-information, via la comparaison, l'amplification, avec des graphes, avec une animation. On peut faire ressortir ce qu'on veut. En l'occurrence, il fallait faire vivre les données, pour qu'elles ne se perdent pas dans le texte. Elles servent à faire des moments clés pour continuer à engager le lecteur.

Les chiffres sont donc certes donnés, mais peuvent être manipulés par le *webdesign*. Par exemple, sur *Highline*, la data visualisation concerne la plupart du temps des chiffres. Souvent, c'est le motif de l'addition qui est utilisé. La visualisation montre un chiffre au départ petit, et le scroll le fait grossir soit par une addition visualisée, soit par une addition montrée uniquement avec des chiffres qui changent. Le premier type de visualisation montre une addition qui se veut technique, avec les correspondances entres des montants et des choses réelles, ce qu'ils représentent. D'un autre côté, les additions qu'on pourrait dire « rapides » ont un effet dramatique notoire, et nous montrent l'immensité des montants générés par la crise des migrants, en conférant aux chiffres des effets de rapidité et de grandeur. Pour *Coda*, les données apparaissent différemment, sous la forme de graphiques, qui s'animent en fonction du scroll. Ainsi les données sont montrées en mouvement, jouant ainsi sur la visualisation et l'animation pour mieux comprendre les chiffres. Toutefois, utilisée pour prouver quelque chose, ces diagrammes apparaissent avec des effets de dramatisation car faire parler les données, c'est les charger d'un sens, et donc les éditorialiser pour les faire aller dans le sens que l'on veut. Ainsi, le diagramme montrant l'évolution du Sida en Russie par rapport au reste de l'Europe est mis en mouvement pour montrer l'ampleur de la catastrophe sanitaire, avec des chiffres exponentiels et alarmants.

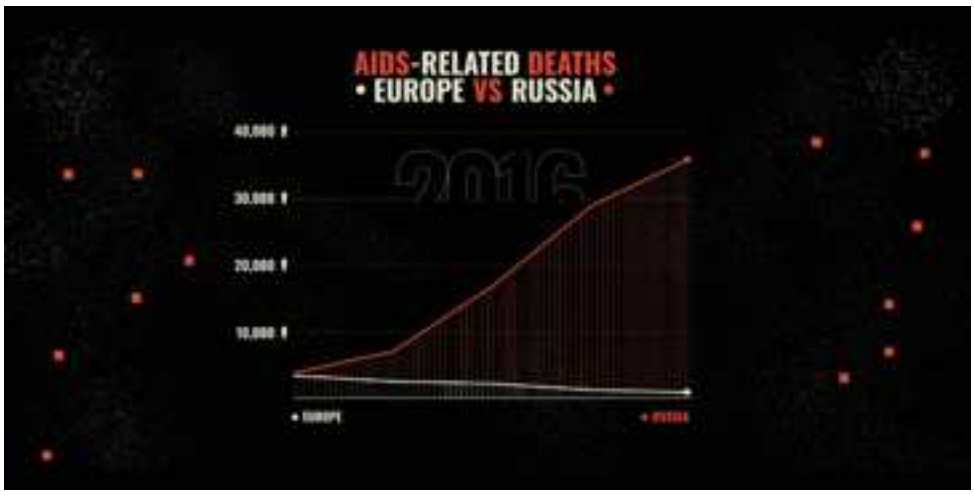


Figure 14: Capture d'écran de l'article de Coda montrant un graphique qui dramatise la data

La dramatisation dans l'utilisation des différents média, permet de jouer sur les sentiments. Toutefois, ici, la notion de dramatisation est à distinguer de celle de pathos. Dramatiser peut être compris comme le fait d'exagérer la gravité de quelque chose. Or le pathos a une définition plus complexe. Dans le langage courant, on pourrait dire que le pathos est justement cette dramatisation, cet effet pathétique excessif dans un discours. Victor Antonelli nous explique sa vision de ces effets de dramatisation dans le *webdesign* qu'il a élaboré.

C'est un sujet sensible, où les personnages sont acteurs ou victimes, avec beaucoup de violence. Je n'avais pas envie de faire quelque chose qui embellisse le malheur des gens. Ce que je voulais, c'est ce que soit subtil. J'amène des concepts liés au drames des réfugiés sans que ce soit du pathos, ce n'est pas une pub pour ou contre, c'était un équilibre à trouver entre réussir à faire passer une émotion, mais ne pas aller au delà de ça, ne pas faire dans la dramatisation.

**Du Pathos à l'Ethos**

Toutefois, cet emploi du mot pathos est très intéressant. Au delà du ton pathétique, le pathos est également une des étapes de la rhétorique imaginée par Aristote. Il s'agit d'une méthode de persuasion qui fait appel à l'émotion du public. Ainsi, le pathos est un procédé de dramatisation, mais ancré dans un dispositif servant à convaincre, qui justifie cet usage de l'émotion du lecteur dans un discours, car il est utilisé avec équilibre. Et ce qui lui confère l'équilibre en rhétorique, c'est son pendant sérieux, l'éthique, dont se réclament tous les concepteurs de *longforms* auxquels nous avons eu affaire.

Victor Antonelli, toujours, justifie ainsi le choix qu'il a fait de travailler pour *Highline*:

> Dans ces projets, c'était vraiment enrichissant de travailler avec les journalistes, sur des contenus avec un sens éthique et artistique. Le travail est d'autant plus fort, on ne peut pas être dans le *gimmick*, dans les petites illustrations qui ne sont pas porteuses de sens. Il faut que chaque pièce du puzzle marche. La DA devait être complète, y'avait pas la possibilité de ne pas porter le sens. C'est rare de pouvoir faire les deux en même temps!
> Il faut réussir a être précis dans l'abstrait, à faire ressortir des valeurs, des grandes lignes morales sans restituer mot pour mot.[57]

Aurélien Delfosse, rédacteur en chef de *L'Equipe Explore*, décrit ainsi son engagement.

> C'est mon kiff! Il s'agit de voir et de donner à voir. En tant que journaliste, j'ai la chance de voir ce que les autres ne peuvent pas voir, et leur raconter. C'est comme une mission citoyenne.

L'éthique est donc au centre des préoccupations des journalistes et des designers. Ainsi, ces *longforms* apparaissent comme la manifestation d'une mission citoyenne et politique, éthique chez ces concepteurs. Ayant la possibilité d'avoir accès à des informations réservées à un *happy few*, ils faut les donner à voir au monde de la manière la plus juste qui soit, à la fois dans le rendu de l'information, mais aussi dans son traitement. Et cette justesse intervient dans l'équilibre trouvé entre le pathos, qui joue sur les émotions du lecteur, et l'éthique, qui permet de redonner un ton sérieux à l'orateur, c'est-à-dire ici au média dénonciateur énonciateur de l'information, à son intégrité. Il faut qu'il soit digne qu'on lui accorde sa confiance.

L'éthos étant une image que le locuteur donne de lui-même à travers son discours, il s'agit ici de souligner que ces notions d'éthos et de pathos interviennent dans un dispositif de *storytelling*. Il ne s'agit pas que de raconter une histoire. En racontant une simple histoire, on transmet des valeurs, des lignes directrices morales, mais on délivre aussi un discours sur soi-même en tant que média, et plus encore sur les médias et leurs missions en général.

Mais dans quel but est élaboré ce dispositif? Afin de convaincre et de provoquer une vraie prise de conscience, face à des histoires qui ont du sens. Les *longforms* que nous avons étudiés ne racontent pas des histoires anodines. Les témoignages que nous avons recueillis montrent que les difficultés techniques et économiques auxquelles sont soumises ces articles sont telles qu'il faut que

---

[57] Entretien 3, en annexe.

les histoires racontées soient extraordinaires, afin de justifier l'engagement personnel et les moyens mis en oeuvre pour les faire apparaître sur nos écrans. La rareté et la difficulté d'élaboration de ces *longforms* ne permettent de les utiliser que pour raconter des histoires qui ont du sens, qu'il est urgent de raconter dans une perspective qui dépasse celle de la simple narration, afin d'accéder à une prise de conscience d'une situation, d'une injustice, d'un fait qui doit nous faire réagir en tant que lecteur. La portée de l'oeuvre dépasse donc le simple fait de raconter, et s'ancre dans une politique médiatique qui le dépasse, et rentre dans des lignées journalistiques fondées sur une éthique.

La raison de Raphaël Bonan, directeur artistique de *L'Equipe Explore*, est également héritée de la pensée Aristotélicienne.

> Et c'est aussi une petite fenêtre sur la joie et le plaisir que procure le sport. C'est dans l'ADN de l'Equipe: le journal, puis le magazine, n'ont pas une visée utilitariste. Il faut que l'info soit mêlée de divertissement.[58]

Ici, il semble clairement être fait référence à l'argumentation selon Aristote, c'est à dire « docere, placere, movere », enseigner, plaire, émouvoir, les trois buts qui doivent animer l'homme de lettres. Le but de ces articles n'est, selon Raphaël Bonan, pas seulement d'apprendre, mais aussi de se constituer comme divertissement, ce qui concorde avec les médias étudiés: sérieux, mais tout de même dans la lignée du divertissement. De plus, cette notion de divertissement ne va pas sans évoquer les racines du *storytelling*, qui au départ était un terme utilisé pour désigner les histoires racontées aux enfants, les contes, ces instants de loisirs où l'on raconte des histoires. L'idée même d'élaborer une narration interactive, si ce n'est immersive, peut avoir à faire avec cette idée de divertissement.

> Chacun a ses raisons d'explorer de nouvelles formes de narration, que ce soit par goût d'une plus grande liberté de création, par refus d'un nouveau siècle de divertissement « passif » ou tout simplement parce qu'il s'agit du plus récent terrain de jeu qui nous est offert.[59]

Il s'agit dans nos *longforms* immersifs de créer une nouvelle forme de divertissement numérique et interactive, adaptée à des récits au long cours, et accompagnés d'un fort discours social, politique, géopolitique, voir artistique.

Malgré tout, dans leur dispositif de *storytelling*, ces *longforms* jouent avec les codes du dispositif de l'argumentation, avec clairement un message à faire passer au delà du simple plaisir du

---

[58] Entretien 1, en annexe

[59] HOGUET, Benjamin, *Ibid*., p. 31.

récit. Toutefois, dans les propos de Raphaël Bonan, l'emploi de la locution « petite fenêtre » est particulièrement intéressant. Bien sûr, dans un premier temps, c'est l'image de l'écran comme fenêtre qui nous apparaît. Mais ici, le récit, qui apparaît sur l'écran, est une manière de voir le monde à travers une ouverture qui a été faite pour nous, mais nous apparaissent comme réel. Comme le souligne une nouvelle fois Christian Salmon, le *storytelling* en tant que dispositif est un moyen de donner aux histoires le pouvoir de « constituer une réalité », afin de mieux comprendre le monde. Le média donne à voir le monde, grâce à cette petite fenêtre qu'est l'écran. Toutefois, cette monstration ne se fait pas sans biais. Dans le *storytelling*, il y a une volonté de raconter quelque chose à quelqu'un, et le plus souvent en attendant quelque chose en retour. Permettant de visualiser l'information et de se l'approprier émotionnellement, elle utilise de véritables mécanismes dignes d'une machine pour parvenir à ses fins. Utilisé à des fins de contrôle, ou du moins des tentatives de contrôle, comme nous l'avons montré, le récit trace des conduites et oriente un flux d'émotion de manière consciente. Pour Salmon, « le *storytelling* met en place des engrenages narratifs suivant lesquels les individus sont conduits à d'identifier à des modèles et à se conformer à des protocoles. » Ainsi, ces *longforms*, répondant à la loi d'un dispositif bien huilé non dénué de but, seraient-ils des instruments de contrôle de la perception du monde par les lecteurs?

3) Un dispositif de contrôle?

**Le webdesign, instituteur de cadres**

Le récit semble donc instrumentalisé dans le but de manipuler sa réception, que l'intention soit louable ou non. Nous, lecteurs, sommes soumis au pouvoir d'un dispositif technique qui nous englobe, nous manipule, nous fait penser et ressentir dans des cadres institués par des concepteurs et des *webdesigners* experts. Le *Webdesign* est une des manières de manipuler la réception.

> Le web design, comme architexte, organise d'une certaine manière l'activité de lecture et donc génère un sens de lecture (qu'il soit vertical ou horizontal) et un besoin en défilement ; l'utilisateur répond à ce besoin par une mobilisation de son corps : un geste moteur assimilé qui lui permet d'accéder au contenu de l'objet.[60]

Grâce au *webdesign*, la lecture est donc guidée, pensée par d'autres, par des instances technologiques qui nous dépassent, et cherchent à véhiculer une certaine vision du monde.

Mais ces objets médiatiques et informatiques semblent également être l'instrument d'un pouvoir qui va au delà des pouvoirs de l'écrit, et qui est celui des cadres institués. Le rapport entre le scripteur et l'auteur reste, sur l'écran comme dans l'imprimé, médiatisé par un objet qui lui donne sa forme. Le média de l'écriture, comme le démontre Emmanuël Souchier, est un objet matériel configuré qui cadre, inscrit, situe, et ainsi donne un statut au texte. La relation à l'écrit n'est donc pas une relation directe, car l'écrit postule un dispositif, des objets ou des processus de médiation. Grâce à ces simples processus, on peut dire que le texte est soumis à une forme pensée pour conditionner la réception.

Le texte informatique et la forme qu'il prend, soumis au *webdesign* et donc à la technologie, est bel et bien soumis à des enjeux politiques importants. Avec le web et ses cadres institués, « les acteurs traditionnels de la culture tendent à être dépossédés de l'ordre du texte, au bénéfice de ceux qui, pour des raisons de compétence technique ou de puissance économique, sont en position de créer pour les autres les conditions de leur expression. »[61] Ainsi, le journaliste et l'illustrateur ne

---

[60] CHEVALLIER, Tom, *À la croisée du geste et de la forme, Propriétés du « Parallax Scrolling » sur les conditions de production et de réception du récit médiatique*. Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris- Sorbonne, 2019, p. 8.

[61] SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication & langages* - n° 145, Septembre 2005, p. 3-15

semblent pas au premier plan de l'établissement des conditions de réception. Le texte et l'image sont toujours au coeur de ce qui est perçu par nos sens, toutefois, le cadre auquel ils sont soumis les dépasse. Bien que ces *longforms* souhaitent raconter ce que leurs concepteurs appellent des « stories that matter », des histoires qui comptent, qui sont importantes pour le plus grand nombre, c'est le *webdesign* qui instaure les cadres de la réception.

De cette manière, ce sont les formes qui garantissent la réception, dans une certaine mesure, et l'information n'a plus le monopole du discours, laissant place à un discours supposé invisible à qui n'est pas informé ni expert: celui des formes, des cadres, et de l'énonciation propre aux écrits d'écrans.

La force de la machine, et le pas pris par l'ingénierie sur le texte lui-même semble nourrir, comme le soulignent Emmanuël Souchier et Yves Jeanneret, un « fantasme enfantin de toute puissance: soumettre l'ensemble de la culture à un format unique qui assurerait une inter-traditcion de toute production (modéliser, transformer, connecter, décombiner à l'infini). »[62]

Nous l'avons bien compris, le dispositif ancre nos objets dans un rapport de force, une relation de dominant/dominé, presque une lutte pour qui aura le pouvoir sur l'objet. Celui qui l'a conçu, ou celui qui le fait exister en actionnant sa souris, ou en effectuant un simple geste sur un écran.

**Une lutte pour le pouvoir**

Voici le dispositif tel que le conçoit le penseur Giorgio Agamben, en étudiant l'oeuvre de Foucauld:

> J'appelle dispositif tout ce qui a , d'une manière ou d'une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants.[63]

Le dispositif est donc protéiforme et multiple, mais cherche à diriger, à contrôler la pensée et la conduite. Ici, la notion de geste est même intégrée dans la définition du dispositif. Par le simple geste, on contrôle l'esprit, la forme et la réception d'une idée, d'un objet.

---

[62] *Idem*.

[63] AGAMBEN, Giorgio. *Qu'est-ce qu'un dispositif*. Rivages poches. 2014, p. 30.

Cette idée de contrôle est liée au fait que « le dispositif est une fonction stratégique dominante », qui a à voir avec les rapports de force en cherchant à endiguer, contrôler. Mais le dispositif est également lié à la notion de savoir. Le dispositif a toujours une fonction stratégique concrète et s'inscrit toujours dans une relation de pouvoir. « Comme tel, il résulte du croisement des relations de pouvoir et de savoir. »[64] Comme le signale Agamben dans *Qu'est-ce qu'un dispositif?* « Le dispositif, donc, est toujours inscrit dans un jeu de pouvoir, mais toujours lié aussi à une ou à des bornes de savoir, qui en naissent, mais tout autant le conditionnent. »[65]

Il est donc ici vraiment intéressant de faire le lien entre le fait que ses objets soient à la recherche de leur bonne forme, en expérimentant, et mettant les lecteurs presque dans la position de cobaye, et le fait que ces objets soient des récits journalistiques. Racontant des histoires vraies, et d'autant plus fortes qu'elles sont triées sur le volet, sélectionnées pour être les histoires qui ont le plus de sens, qui sont les plus importantes à raconter, au vu de la rareté des éléments et du travail nécessaire pour fournir de pareilles oeuvres, ancre bien nos *longforms* dans une notion de savoir, une valeur documentaire qui est du côté des sachants et des savants, des professionnels, qu'ils soient du *webdesign* ou du récit. Ainsi, cette narration en son, en images, et en mouvement sur la surface de l'écran peut être considérée comme guidée de la part des savants, qui semblent chercher à contrôler dans une relation de pouvoir la réception des oeuvres, et donc une manière de penser et de voir le monde instituée par les cadres de la réception de l'information savante.

La narration guidée n'est, de ce point de vue, en aucun cas anodine. Immerger le lecteur, c'est lui donner une illusion de pouvoir sur la forme finale, sur l'objet auquel il est confronté. C'est également lui donner l'illusion qu'il est récepteur d'un récit vrai, qui a du sens, et donc qu'il va être confronté au savoir. Or, ce savoir cristallise les enjeux, et, selon les théories de Foucault et d'Agamben, est soumis à des luttes de pouvoir, qui se traduisent dans les formes que prend le savoir que l'on délivre.

**Le dispositif wagnérien**

Ces luttes pour le pouvoir, qui prennent vie dans le dispositif, ne sont pas sans nous faire penser à l'oeuvre d'art totale wagnérienne, et à son implication politique. Chez Wagner, l'oeuvre d'art a une fonction politique, puisqu'elle cherche à changer les rapports sociaux. Pour Wagner, elle

---

[64] *Idem*, p. 10.

[65] *Idem*, p. 10.

met en scène des personnages qui se heurtent et se confrontent aux enjeux de pouvoir : *Tannhaüser* représente les conséquences sur la collectivité de l'affirmation de la liberté individuelle; Le *Ring* nous parle de la lutte pour la domination sur le monde et les hommes ; Tristan se constitue comme une subversion de l'ordre social dominant par les lois de l'amour; et *Parsifal* cherche un dépassement des modèles politiques en vigueur au profit d'une communauté fondée sur un sens commun du sacré. *Tannhäuser*, par exemple, cherche à quitter le monde de Vénus (celui de l'instinct) pour celui d'Elisabeth (celui de l'esprit). Vénus représente l'érotisme, mais aussi la beauté et l'harmonie, et *Tannhaüser* est un poète de l'amour, qui ne prête pas allégeance à la société féodale. En cela, le personnage apparaît comme extrêmement subversif puisqu'il dénonce les mensonges des valeurs bourgeoises et l'hypocrisie de la communauté chrétienne. L'opéra porte donc une véritable réflexion politique et sociale.

Les passages de philosophie politique sont essentiels dans l'oeuvre de Wagner, et sont des plus importants pour le public. Il ne pourrait en être autrement pour un auteur aussi marqué par le socialisme, et converti dès sa première lecture de Karl Marx en 1882. Issue de ces réflexions multiples, l'oeuvre de Wagner s'intéresse en profondeur aux luttes pour le pouvoir, qui se cristallisent dans l'économie, la politique, la morale, etc.

Chez Wagner, l'oeuvre est sacrée et permet une communion entre tous les spectateurs, alors regroupés en une communauté autour d'elle. Comme dans *Parsifal*, elle permettrait une régénération de la vie et de la société. En cela, l'oeuvre wagnérienne cherche à ressusciter l'oeuvre d'art grecque, et plus précisément la tragédie des Dionysies, où les poètes présentaient leurs cycles de tragédie, et qui se constituaient comme l'espace d'intégration du citoyen dans la vie de la cité. « L'art public des Grecs, lorsqu'il atteignit son apogée dans la tragédie, était l'expression de ce qu'il y avait de plus profond et de plus noble dans la conscience du peuple. Pour le Grec, la représentation d'une tragédie était une fête religieuse. »[66] Ainsi pour Wagner l'oeuvre d'art total, l'opéra et sa représentation sur la scène devait-elle réunir les nouveaux citoyens du monde contemporain en une grande communauté, mobilisant tous leurs sens, et éveillant la conscience politique de spectateurs face au monde hostile et dénaturé qui les entoure. Elle a donc pour mission de changer l'humanité en transformant les rapports sociaux. Sa fonction est alors bel et bien politique, et l'art et la politique sont inextricablement liés. Mais plus encore, il faut observer que cette société nouvelle ne dépend pas d'une lutte pour le pouvoir, mais témoigne au contraire d'une harmonie, car tous les êtres sont

[66] PICARD, Timothée, L'art total, grandeur et misère d'une utopie (autour de Wagner), op.cit., p. 10.

égaux face à l'art sacré. La conception même de l'opéra et du drame de Wagner, qui lui est toute personnelle, est conjuguée à une volonté politique, car autour de la scène il cherche à réunir les citoyens et leur permettre de réfléchir, comme les citoyens de la Polis grecque autour de la tragédie, qui leur permettait de former une véritable communauté. En reprenant le concept de la tragédie grecque, Wagner fait revivre un idéal : comme dans la Grèce antique, les citoyens pourront éprouver une prise de conscience face au théâtre, et ainsi renforcer leur unité. Ils seront alors dans les meilleures conditions pour l'éclosion de la pensée politique et mener la révolution à laquelle aspire Wagner.

L'utopie wagnérienne met en valeur le fait que la scène se trouve au cœur des enjeux entre art et politique, et plus encore entre art et socialisme. Le dispositif théâtral joue ici un rôle crucial dans l'aspect politique puisqu'il s'agit du vecteur qui permet de toucher le spectateur, le citoyen, la société.

Comme nous l'a fait remarquer Jean-Edouard André lors de notre entretien, l'opéra wagnérien s'apparente à un dispositif médiatique, et plus précisément encore comme un dispositif de son binaural. Dans l'enceinte de l'opéra de Bayreuth, chaque point de son raconte une histoire différente, un point de vue différent. C'est là la base de la construction du *storytelling* de Wagner, les leitmotivs sont des mélodies qui se superposent et se conjuguent. Chacun d'eux est un point de son signifiant qui raconte une partie de l'histoire, à la fois du récit des actions, du récit intérieur des personnages, mais aussi du grand récit mythique qui le dépasse tous. Chez Wagner, ce *storytelling* est ensuite alimenté par des éléments visuels et textuels. Sur la page et l'écran, c'est ce même dispositif qui semble être repris. Chaque point de contact entre le lecteur et les différents médias présents sur la page donne une information différente, propre à sa manière de raconter, qui éclaire le récit global. Mais ces points de contacts sont également symptomatiques de la notion de dispositif. Dans l'oeuvre wagnérienne, le spectateur qui reçoit l'oeuvre est manipulé afin de recevoir une idéologie, et de la mettre en pratique. Du moins c'est là la théorie de l'utopie wagnérienne.

Le dispositif wagnérien, en ce qu'il est à la fois artistique et politique, est donc bien un dispositif qui cherche à contrôler la réception, par des effets techniques visuels, mais aussi par une rhétorique des mots et des paroles, conjuguant le pathos, l'éthique, le sérieux et le divertissement. En cela, il s'ancre aussi dans une tradition rhétorique héritée de la Grèce antique.

Mais n'est-ce pas le lot de tous les textes ayant une portée politique soumis à des cadres de représentation?

Les discours et le monde des idées, quand ils n'émanent pas de nous, doivent nous apparaître médiatisés, c'est à dire sous une forme qui nous donne la possibilité de la recevoir de manière intelligible. Au delà des mots, ces discours sont dans des cadres institués, qu'ils soient scéniques ou intégrés dans un récit. Ils sont soumis à un *storytelling* qui nous permet de les recevoir correctement, c'est à dire de la manière imaginée par l'énonciateur. A travers les media soumis à des codes particuliers, comme le théâtre, l'opéra ou la page web, ces cadres sont institués. Mais aujourd'hui, ces discours à portée politique forte peuvent être mis en forme grâce à de nouvelles manières de faire, et donc d'être espace d'expérimentation. Sur la page web, le discours peut apparaître de nombreuses manières différentes, mais l'influence wagnérienne semble cruciale dans la construction des cadres servant à délivrer des discours politiques à travers des formes artistiques, entre luttes de pouvoir des mots et des cadres, et mise en émotion d'histoires qui cherchent à faire réagir.

Finalement, l'écran pourrait nous apparaître comme une scène, où l'écran de verre serait comme un quatrième mur jusqu'ici métaphorique, mais aujourd'hui matérialisé.

## CONCLUSION

Au cours de ce travail de recherche, nous avons fait l'étude d'un objet propre aux médias informatisés, qui a toutefois une longue histoire derrière lui, faite d'influences et d'expérimentations autour du récit et de ses vecteurs. Notre réflexion sur ce sujet a été dirigée par la question suivante : Dans quelle mesure peut-on dire que ces *longforms* multimédia, en réactualisant l'idée d'oeuvre d'art totale, ont-elles réussi à créer une nouvelle forme de *storytelling* adaptée à l'écran qui éclaire l'information d'aujourd'hui? Nous avions également proposé trois hypothèses de recherche, à savoir :

- Dans un *longform* transmedia, chaque media a sa place et alimente le récit de façon particulière.
- En utilisant tous les médias disponibles pour raconter une histoire, ces *longforms* racontent une autre histoire: celle du média qui l'accueille.
- Ces *longforms* apparaissent comme un dispositif, et font apparaître un récit politique qui les transcende.

En étudiant cinq *longforms* différents, issus de différents pays, de différents médias, publiés entre 2013 et 2019, nous avons pu mettre en lumière et comprendre les différents types de récit utilisés. Nous allons ici dresser les bilan de ce que nous avons pu observer.

La première partie nous a permis de comprendre comment se construisent les récits journalistiques de ces *longforms*, mettant à l'honneur différents media, et donc différentes manières de montrer l'information, et de la délivrer. Si chaque *longform* est unique, et une expérience de lecture particulière, les différents media présents en son sein cherchent leur équilibre, qu'ils trouvent en innovant et en créant de nouveaux sens, et de nouveaux formats qui cherchent à palier leurs handicaps respectifs. Grâce à cela, ce sont donc des récits modernes et digitaux qui sont soumis au regard d'un lecteur spectateur engagé.

Notre première hypothèse a donc bien pu être validée, mais non sans soulever des questionnements sur la manière dont un média accueille un tel récit: quelle place prend le média dans la construction de récits aussi puissants? Du fait du défi que l'intermédialité qu'un récit représente, cette dernière implique une réflexion de la part du média qui en a pris le parti sur ses codes, ses possibilités, mais aussi ses enjeux. Plus encore que de créer un récit multimédia, nous

avons pu remarquer que ce mélange des arts et des moyens d'expression fait de ces longforms l'espace de création d'une poétique de l'écran et de ses écrits, mais plus encore la possibilité pour un nouveau média de se raconter sur différents modes.

Enfin, nous nous sommes attachés à démontrer avec précision que ces articles bien particuliers dépendent de cadres qui les dépassent, et qui confèrent le pouvoir de faire recevoir leur message d'une manière bien spécifique à des designers, des penseurs du web, et plus seulement à une direction artistique et éditoriale. Ainsi ces *longforms* peuvent-ils être considérés comme des dispositifs techniques qui permettent de délivrer l'information d'une manière régulée, et fait donc de la création de ces *longforms* un geste politique, qui se raconte également lui-même à travers l'écran.

Nous avons remarqué que ces *longforms*, bien que tous très différents, se construisent de la même manière: ils articulent tous trois niveaux de récit. On passe du récit avec ses formes nouvelles et ses ressorts de narrativité à un récit du média qui abrite le *longform*. Ce dernier concourt au *storytelling* médiatique en construisant des imaginaires innovants. Mais comme le conçoit Christian Salmon, ce *storytelling* n'est pas étranger à une dimension politique, car il assoit des relations de pouvoir entre ceux qui délivrent le message et ceux qui le reçoivent. Ainsi, ces objets sont à la fois récits, narrations et éléments de *storytelling* médiatique et politique. Mais tout cela dépend d'un même geste de départ: créer des récits multimédia, dont la construction est héritée des conceptions wagnériennes de l'oeuvre d'art: totale. Rien qu'avec l'invention d'une nouvelle manière de raconter les histoires grâce au mélange des genres, ces récits ont pu créer des oeuvres à message politiques qui n'ont rien d'anodins.

Ces *longforms* multimédia ne sont donc pas très éloignés de l'idée d'oeuvre d'art totale. Aujourd'hui, finalement, l'écran pourrait nous apparaître comme une scène, où l'écran de verre serait comme un quatrième mur jusqu'ici métaphorique, mais aujourd'hui matérialisé. L'écran, en deux dimensions mais qui donne l'illusion de trois dimensions, serait donc une nouvelle forme de scène où délivrer son discours politique. Par l'immersion fictionnelle, le quatrième mur serait alors brisé pour le lecteur-utilisateur, qui serait alors invité à s'immerger dans l'écran, afin de mieux recevoir le discours auquel il est soumis. L'écran serait donc une fenêtre sur le monde qui prendrait la forme d'une scène en deux dimensions sur laquelle serait délivré un discours sur le monde par le biais du récit journalistique.

## RECOMMANDATIONS

Au cours de ce travail de recherche, nous avons mis en lumière différents aspects du *longform* multimédia. Nous avons ainsi pu mieux comprendre son utilisation, son élaboration et son fonctionnement. Par ailleurs, nous avons pu éclairer ses conditions d'existence techniques, technologiques et économiques. Mais surtout, nous avons pu comprendre de quelle manière leur récit était construit, et dans quel but.

Il est maintenant temps de poser des questions plus pratiques, afin de dégager des axes de lecture et des recommandations à l'attention des professionnels des médias en ligne, tant sur un plan technique que sur un plan éditorial et de direction artistique. Notamment en se posant les questions suivantes: dans quelle mesure est-il intéressant d'opter pour un récit en ligne long et multimédia aujourd'hui? Quelles sont les conditions nécessaires à son élaboration? Comment bien gérer un système de narration aussi complexe?

Dans un premier temps, ce qui semble le plus important à garder en tête, c'est que ces *longforms* sont particulièrement exigeants: ils demandent de grandes ressources techniques, éditoriales et artistiques, du fait de leur longueur et de leur caractère élaboré. Le travail se fait en amont, dès qu'une rédaction apprend qu'un sujet va se faire, qu'un reportage va avoir lieu. La réflexion sur le format à adopter est longue et très prenante. Par ailleurs, le temps de développement lui-même est long, du fait de la longueur de l'article. Ainsi, le *longform* est un format cher, et il est rare que toutes les conditions requises pour lui permettre d'exister soient réunies. Il semble donc très important que le format conserve son caractère évènementiel, afin de continuer à susciter l'émerveillement du lecteur-spectateur.

La plupart du temps, les médias qui publient des *longforms* l'accompagnent d'un discours qui les présente comme expérimentaux. Ces articles sont donc montrés comme issus de laboratoires médiatiques, et les discours qui les accompagnent catégorisent les médias qui les abritent comme des médias innovants, technologiquement et artistiquement parlant. Ce discours semble tout à fait approprié car le *longform* multimédia correspond à une expérimentation multiple inhérente au format: une expérimentation à la fois médiatique, artistique et narrative.

De ce point de vue, même si la plupart de ces *longforms* datent d'il y a quelques années, ce discours est tout à fait cohérent avec les questionnements sur les médias en cours aujourd'hui, et rendent donc ce format tout à fait légitime en 2019. Les discours sur la crise des médias et de la presse sont nombreux, et une réaction que l'on peut souvent observer est de construire une communication fondée sur l'innovation pour les médias concernés. Ainsi, on observe la naissance de nombreux incubateurs, notamment pour les médias de l'écrit, qui encouragent la création de médias digitaux, et les discours sur l'innovation fleurissent. Il est donc intéressant de réaffirmer une identité médiatique innovante, notamment grâce à des formats tels que le *longform* multimédia.

Par ailleurs, le côté très élaboré et exigeant, à tous points de vue, de ce format permet de se présenter comme innovant tout en conservant une tradition d'un très grand sérieux, dans la lignée des grands reportages d'informations, d'une qualité littéraire et artistique impressionnante.

D'un autre côté, les usages changent, et aujourd'hui le temps passé chaque jour sur internet augmente, du fait de l'utilisation toujours plus grande des smartphones. L'écran non plus de l'ordinateur, mais du téléphone, devient le nouvel espace privilégié pour raconter des histoires. Il a déjà vu l'apparition de Netflix, de la vidéo et du visionnage de films ou de séries. Maintenant, il est également la surface du récit multimédia, comme en témoignent les *longforms* de *L'Equipe Explore* et du *New York Times*, conçus sur un modèle horizontal, et un déroulement sur le mode du swipe, inspiré d'applications mobiles telles que Tinder. Car la concurrence ne se place pas au niveau du papier et des récits en mots, mais de l'offre de divertissement, quel que soit le device. Grâce à cette démarche, les *longforms* multimédia pourraient toucher de nouvelles cibles, et ainsi être considéré comme ce qu'il est vraiment: un objet (notamment) de divertissement.

Il est important de noter que ces longforms se doivent de prendre en compte le média qui porte le récit, afin d'éviter les frictions entre l'objet, le device et ses usages. Par une prise en compte du média et du device, les futurs concepteurs de longforms pourront mettre en valeur les potentiels points de contact entre les deux qui pourraient gêner la lecture, et si dans un premier temps cela permettrait de réaliser des prouesses techniques notables, dans un deuxième temps, si le choix est fait de laisser le média apparent dans ses limites, de prendre le parti de montrer ses failles, son histoire, et donc de construire un récit double qui éclairerait de telles frictions.

Ainsi, il semble crucial, pour l'avenir de ces longforms, de les intégrer à un storytelling médiatique. Ces dispositifs complexes pourront être vecteurs de récits multiples et profonds, qui

donneront un nouveau visage au média qui a choisi de les concevoir et de les publier. Au-delà de la prouesse technique innovante, qui bien sûr saura ancrer un média dans une modernité, cela pourra permettre de montrer l'attention portée à l'information, et le statut qu'on lui accorde. Choisir un *longform*, c'est choisir le récit de l'information, et donc s'ancrer dans une tradition journalistique elle-même innovante, mais qui traduit une importance accordée au récit, au fait de raconter des histoires, comme dans le sens propre de « story-telling », et place donc les articles et le journalisme à la frontière entre l'information et le divertissement.

**BIBLIOGRAPHIE THÉMATIQUE**


AGAMBEN, Giorgio. *Qu'est-ce qu'un dispositif*. Rivages poches. 2014. 31 p.

ANDERSON, J. A., « Examen de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur aux médias », Rencontre de la recherche et de l'éducation : actes du Symposium, 1988, p. 11-23.

BARTHES, Roland. « Introduction à l'analyse structurale des récits », *Communications*, n° 8. Paris, Le Seuil. 1966.

BARTHES, Roland. *Mythologies,* Paris, Seuil, 1970. 171 p.

BONACCORSI, Julia. *Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique.* Habilitation à diriger des recherches, sciences de l'information et de la communication, CELSA - Université Paris-Sorbonne, 2012.

BOULLIER, Dominique, *Le web perceptif, Volume 66 Numéro 1* : Editions Quaderni Année 2008, p ..67-80

COMPTE, Carmen, *L'image en mouvement: la médiation du regard*, Paris, Hermès, 2009. 345 p.

CHEVALLIER, Tom, *À la croisée du geste et de la forme, Propriétés du « Parallax Scrolling » sur les conditions de production et de réception du récit médiatique.* Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris- Sorbonne, 2019.

CHRISTIN, Anne-Marie (dir.), Histoire de l'écriture, de l'idéogramme au multimédia, Flammarion, 2012. 416 p.

CHRISTIN, Anne-Marie, L'image écrite ou La déraison graphique, Paris, Flammarion, 2009. 456 p.

DESGOUTTE, Jean-Paul, *Le cadre et l'écran*, Paris, L'harmattan, 2005. 101 p.

HOGUET, Benjamin, *La narration réinventée. Le Temps dans la narration interactive*, Edition Dixit, 7 juin 2016, 408 p.

GANTIER Samuel, BOLKA Laura, « L'expérience immersive du web documentaire : études de cas et pistes de réflexion », *Les Cahiers du journalisme,* numéro 22/23, Automne 2011, p. 16.

GARMON, Inès. *Donner à lire, donner à toucher : L'application de dating Tinder, modèle et modélisation de la communication*. Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris- Sorbonne, 2016.

GUÉNEAU, Catherine. « L'interactivité : une définition introuvable », *Communication et langages*, numéro 145. 2005. pp. 123-124.

INGOLD, Tim, *Une brève histoire des lignes*, Paris, Zones sensibles, 2013. 269 p.

JEANNERET, Yves. *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris: Éditions Non standard. Collection SIC : recherches en sciences de l'information et de la communication « 04 », 2014. 784 p.

LITS, Marc, « L'impossible clôture des récits multimédiatiques », A contrario 2010/1 (numéro 13) *La temporalité du récit : fiction, médias et histoire* : Editeur BSN Press, 2010, 140 p.

MARION, Philippe. « Narratologie médiatique et médiagénie des récits » *Recherches en communication*, numéro 7. 1997, p.61-88

MITROPOULOU, Éleni, PIGNIER, Nicole, coords, « De l'interactivité aux interaction(s) médiatrice(s) », *Interfaces numériques*, 1, Paris, Lavoisier/Designers interactifs, 2012, 232 p.

NORMAN, Donald A. *The design of everyday things*. Revised and expanded edition. New York, New York: Basic Books, 2013.

PERAYA, Daniel. Médiation et médiatisation : le campus virtuel. Hermès, 1999, vol. 25, 368 p.

PIGNIER, Nicole, « Sémiotique du webdesign: quand la pratique appelle une sémiotique ouverte ». In: *Communication et langages*, numéro 159, 1er trimestre 2009. pp. 91-110.

PLASSE, Franck, *Storytelling : Enjeux, méthodes et cas pratiques de communication narrative*, Territorial Editions, 2011. 88 p.

POUPARD, Juliette, « Écrits d'écran : du mélange des genres », *Communication & Langages*, numéro 144, 2005, pp. 65-75.

RICŒUR, Paul. *Temps et récit, t. 2, La configuration du temps dans le récit de fiction*, Paris, Éd. du Seuil, 1984. 240 p.

SALMON, Christian, *Storytelling la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits,* 240 p., La Découverte, 2007. 252 p.

SCIPIONI, Anaïs, *Dans quelles mesures l'immersion dans l'information entraîne-t-elle une métamorphose des contenus informationnels et un rapport empiriste au fait?*, Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris-Sorbonne, 2016.

SOUCHIER, Emmanuël. « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique », *Communication & Langages*, numéro 107, 1er trimestre 1996. pp. 105-119.

SOUCHIER Emmanuël, JEANNERET Yves, « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication & langages* - n° 145, Septembre 2005, p. 3-15

STEAD, Evanghélia, *Le monstre, le singe et le fœtus, tératogénie et décadence dans l'Europe fin de siècle*, Genève, Droz, 2004. 604 p.

STEAD, Evanghélia, *La chair du livre, Matérialité, imaginaire et poétique du livre fin-de-siècle*, Paris, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne, 2012, 566 p.

**Histoire de l'art et intermédialité**

BAUDELAIRE, Charles, *Ecrits sur l'art*, Paris, Le livre de poche, 1999. 600 p.

Baudelaire, Charles, *Les Fleurs du Mal*, Paris, Nouvelle revue Française, 1996, 353 p.

BAUDELAIRE, *Charles, Richard Wagner et Tannhaüser à Paris*, *Revue Européenne*, 1 avril 1861

BENJAMIN, Walter, *L'Oeuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris : Gallimard, 2000. 96 p.

LEE, Rensselaer-W., *Ut Pictura Poesis: Humanisme et théorie de la peinture, XV°-XVIII° Siècles*, Paris : Macula, 1991. 215 p.

MELOT, Michel, *L'illustration : histoire d'un art*, Genève : Skira, 1984. 271 p.

**Wagner**

*Entretiens de Pierre Boulez avec Gerald Akoka*, Paris, Miners, 2015, 176 p.

CANDONI, Jean-François, *La genèse du drame musical wagnérien : mythe, politique et histoire dans les œuvres dramatiques de Richard Wagner entre 1833 et 1850*, Bern, Lang, 1998. 422 p.

GALARD, Jean, *L'oeuvre d'art totale*, Paris, Gallimard, 2003. 216 p.

PICARD, Timothée, *Dictionnaire encyclopédique Wagner,* Arles, Actes Sud Editions, 2010. 2496 p.

PICARD, Timothée, *L'art total, grandeur et misère d'une utopie (autour de Wagner)*, op.cit., p. 10.

**Articles en ligne**

GROENSTEEN, Thierry. « Médiagénie et réflexivité, médiativité et imaginaire : comment s'incarnent les fables ». *Belphégor: Littérature Populaire et Culture Médiatique*, vol. 4, No. 2. 2005. [Disponible en ligne : https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/47702/04_02_Groe_Medi_fr_cont.pdf?sequence=1&isAllowed=y], publié en mai 2005, consulté le XXXX

DE CHALONGE, Mathilde, « La creative non-fiction, une littérature sans compromis ». Actualitté, publié en décembre 2015, consulté en septembre 2019 [Disponible en ligne: https://www.actualitte.com/article/monde-edition/la-creative-non-fiction-une-litterature-sans-compromis/62658]

Scrollytelling - An Analysis of Visual storytelling in Online journalism, Dorsi Seyser, Michael Zeiler. Conférence. 2018.

# ANNEXES

**OBJETS D'ETUDE ANALYSES SELON UNE GRILLE COMMUNE**

TITRE: « Features: Machines for life »

DATE: mai 2013

AUTEURS: Ryan Dombal, photos by Nabil

MEDIA: *Pitchfork*

MEDIAS UTILISES: Texte + images en mouvement + photos + textes animé + cinémagraphe. Pas de son, ce qui est très étonnant: montre que ce n'est pas un récit de la musique.

DISPOSITION SUR LA PAGE: Ecran toujours scindé en deux: division égalitaire texte/image. Quand les cinémagraphes et les textes animés arrivent, occupent tout l'écran et se superposent.

UTILISATION DE CHAQUE MEDIA: Texte = histoire et interview. Images = support esthétique du texte, et montre un élément en particulier (ici la robotisation). Même photoshoot pour images + cinémagraphes donc unité esthétique qui essaye de prouver quelquechose, et se rapporte au titre. Image fait preuve, en montrant visuellement ce que le texte avance. Les exergues en code binaire ont la même fonction.

CLASSEMENT PAR IMPORTANCE: texte >image >video

ATOUTS: développement visuel + support très fort des mots puisqu'il s'agit d'un entretien, ce qui est extrêmement rare pour le groupe.

LIMITES: Finalement développement assez binaire texte / image. L'image sert de preuve visuelle au texte, mais ne fait pas apparaître d'informations complémentaires à celles délivrées par le texte. + pas de son mais il doit s'agir d'un choix.

MODES DE NARRATION: *Scrollytelling*, mais parfois le *scroll* fait défiler les images à la verticale donc hybride.

MOUVEMENT: *scroll* qui fait défiler le texte avec effet parallaxe. scroll qui fait défiler le texte horizontalement. *Scroll* qui fait bouger les images (se retournent ou prennent vie)

TYPE D ARTICLE: Portrait avec interviews. Très anglé.

BUT :divertissement

FRONTIERES ENTRE LES MEDIA: texte et images sont bien séparés, même si parfois se superposent (fond en image) + texte et image tous les deux touchés par l'animation, donc même régime, soumis aux mêmes lois.

---

TITRE « The 21st Century Gold Rush, How the refugee crisis is changing the economy »

DATE: 21.12.2016

AUTEURS: Malia Politzer and Emily Kassie. Creative Direction, Design and development by Gladeye, directed by Art Director Victor Antonelli.

MEDIA: *Highline, Huffington Post*

MEDIAS UTILISES: texte + animation + data visualisation + photographies + video

DISPOSITION SUR LA PAGE: Les places sont bien délimitées. Au départ, sommaire avec l'image qui prend la part la plus importante dans l'annonce du titre et du sommaire, très visuels, comme un générique de film // ensuite, quand le texte apparaît, prend toute la place, et les images sont reléguées au statut de petites illustrations, ne cohabitent pas sur un même écran en toute égalité // quand les photographies importantes arrivent sur l'écran, prennent toute la page, et restent longtemps même si on scroll. Leur importance est donc soulignée // les vidéos sont aussi au grand format. Fait penser aux reportages avec beaucoup d'images dans les magazines.

UTILISATION DE CHAQUE MEDIA: Le texte est le plus fort, il raconte l'histoire. // Les images ont un autre rôle: montrer des réalités, des ambiances. Aider à s'ancrer dans une réalité, à s'immerger. Encore plus fort quand les images sont animées. // Les vidéos ont encore un autre rôle, qui est le même que les mises en mouvement de la data: mieux comprendre, ajouter une dose de compréhension. // Mais les animations d'images, comme au début par exemple, ont pour but de procurer de l'émotion au lecteur, et non de délivrer de l'information. Ainsi très complet.

CLASSEMENT PAR IMPORTANCE: Texte > image > video > data visualisation. Animation statut à part car introductif.

ATOUTS: Très complet dans son utilisation des médias disponibles. + animation est un vrai plus, utilisé pour l'émotion, donne vraiment un statut particulier à ce *longform*.

LIMITES: Les videos les plus longues ne se lancent pas avec le *scroll*, il faut appuyer sur *play*. Permet de concentrer l'attention du lecteur? + il n'y a pas de son.

MODES DE NARRATION: *Scrollytelling* exclusivement

MOUVEMENT: Mouvement en arrière plan des animations + mouvement des data visualisation lancés par le *scroll*.

TYPE D ARTICLE: Reportage au long cours. Très fouillé et exclusif

BUT :Information

FRONTIERES ENTRE LES MEDIAS: Tout est pensé de manière très didactique, de manière à faire comprendre et mémoriser au lecteur. Ainsi même si les media sont utilisés chacun de leur côté, ils servent le propos du texte en donnant à voir.

---

TITRE: « Women are making the best rock music, and here are the bands that prove it »

DATE: 5 septembre 2017

AUTEURS: Joe Cascarelli, Caryn Ganz, Jon Caramanica et Jon Pareles, produit par Antonio de Luca, Alicia DeSantis et Umi Syam.

MEDIA *New York Times*

MEDIAS UTILISES: vidéo + images + son + texte

DISPOSITION SUR LA PAGE: Variable selon les écrans. Uniquement texte (intro) / uniquement images (intro) avec juste le titre / son + image avec un tout petit peu de texte Image et son prennent le plus d'importance, dans l'ambiance, permet de s'immerger. Non pas illustration du texte, mais du

son / vidéo et texte. La vidéo devient illustration du texte, montre un truc par rapport au texte (citation) / image en fond + vidéo, mais qui fait office de citation.

UTILISATION DE CHAQUE MEDIA: Le son est le mieux mis en valeur, illustré d'images qui permettent de créer une ambiance. Les vidéos prennent allure de citation, mais en son et image. Quand les mots des différents intervenants sont intéressant car ils se répondent et se confrontent, c'est les mots écrits, donc le texte, qui est utilisé. Mais les images servent aussi à appuyer un message, faire passer un message directement, comme certaines vidéos (situées à l'arrière plan de texte ou de vidéos).

CLASSEMENT PAR IMPORTANCE: son > vidéos > texte > images

ATOUTS: Originalité car le son est le plus important. Utilise chaque media pour servir le propos militant.

LIMITES: On peut dire que le texte est très peu présent: une retranscription uniquement textuelle de l'article est disponible en complément.

MODES DE NARRATION: Swipytelling

MOUVEMENT: tous les mouvements se lancent seuls, et sont propres à chaque écran. Une fois arrivé sur l'écran, tout bouge en harmonie.

TYPE D ARTICLE: Table ronde

BUT: Information et divertissement dans le but d'une prise de conscience.

FRONTIERES ENTRE LES MEDIAS: Très mouvants: le texte étant assez peu présent, les autres media prennent sa place et sa valeur. la vidéo peut devenir citation, et le texte illustration, tout comme l'image et l'image en mouvement peuvent devenir propos, voire même déclaration engagée.

---

TITRE « Deadly Spiral, In Russia, HIV/AIDS denialists & conspiracistes find a soft target »

DATE juillet 2018

AUTEURS: Daria Litvinova, produit par Thomas Burns et Katerina Patin, Designé par Mila Leva.

MEDIA *CODA*

MEDIAS UTILISES: texte + dessin + cinémagraphs mais en dessins + mise en animation de mots + data visualisation + video

DISPOSITION SUR LA PAGE: régime de cohabitation. Les textes et les images se succèdent au fil du scroll. les images s'animent pour illustrer le texte, le mettre en images et en mouvement, mais surtout en actes. dessins très symboliques. Quand le dessin prend toute la page, devient lui même récit à déchiffrer. La video et le texte cohabitent car split screen entre vidéo, et dialogue écrit traduit et visualisé en différentes couleurs.

UTILISATION DE CHAQUE MEDIA: Le texte raconte l'histoire + image illustre l'histoire, l'orne de figure certes, mais la rend plus claire par des exemples visuels. Moments clefs du récit illustrés. + Data visualisation et vidéos sont utilisés comme chocs pour bien faire comprendre quelque chose aux yeux du lecteur. + Les images, quand elles n'aident pas à raconter, mettent en image des états d'âme, ce qui n'est pas toujours évident dans le récit en mot en question.

CLASSEMENT PAR IMPORTANCE: texte > image > data visualisation > video

ATOUTS: Illustrations dessinées, et non photographies, qui permettent de raconter une histoire au crayon. particularité car mode de narration différent.

LIMITES: La vidéo ne se lance pas seule. assez peu utilisé, même si intervention choc dans l'article.

MODES DE NARRATION: *Scrollytelling* qui utilise aussi le défilement horizontal.

MOUVEMENT: Mouvement de panorama quand scroll horizontal + images apparaissent e, illustration comme si elles nous étaient amenées sous les yeux. + les mots sont aussi animés quand ce sont les pensées des personnages + les data sont animés pur plus de dramatisation, bcp plus que pour l'effet didactique.

TYPE D ARTICLE: reportage

BUT: information

FRONTIERES ENTRE LES MEDIAS: Très ténues. vraiment deux récits conjoints entre le mode textuel et les dessins très symboliques, qui racontent sur un autre mode, plus fondé sur l'émotion en

montrant le désespoir. dans la vidéo, texte son et image sont mêlés dans ce petit média. le texte apparaît aussi dans les illustrations mais pas en mode BD, pour traduire des émotions.

---

TITRE « Joey Badass, Political MC »

DATE octobre 2018

AUTEURS William Roden, Florian Ruax, Mélodie Raymond, Serge Wsevolojsky, Richard Banroques.

MEDIA *Shoes Up*

MEDIAS UTILISES: texte + images + videos + cinemagraph

DISPOSITION SUR LA PAGE: image en fond, et texte au dessus. Image comme support du texte. + formes de collages + images qui se superposent entre elles selon les différents plans. + parfois même l'image vient sur le texte pour l'effacer.

UTILISATION DE CHAQUE MEDIA: texte sert à raconter + images servent à ancrer dans le réel, ainsi qu'à montrer la force des mots et des propos abordés. Donne une consistence au texte grâce à des éléments réels. + vidéo sert à ancrer dans un contexte artistique avec les artistes qui comptent ou ont compté. + images comme mise en scène pour servir un propos.

CLASSEMENT PAR IMPORTANCE: texte > images > son > video (images et cinémagraphs et gifs ont la même valeur)

ATOUTS: une construction où les images et les textes s'imbriquent. On peut lire le récit par les images. Grande importance du visuel.

LIMITES: Les *players* ne se lancent pas seuls + pas intégrés sur la page, mais redirection vers une autre page. Peut être considéré comme un défaut, mais surtout à ce moment là devient *playlist*, et non vidéo. Alors auraient dû se lancer sans obliger à changer de page.

MODES DE NARRATION: *Scrollytelling* qui utilise aussi l'horizontal

MOUVEMENT: mouvements de superposition: recouvrent texte/image. Ou découvrent. Construit sur le principe de strates.+ les textes et les images défilent à des vitesses différentes, de telle sorte

que l'image sensée accompagnée un paragraphe disparaît au bon moment, accompagne toujours le texte en question car mêlés, pas accolé. + image du fond bouge comme onde de choc.

TYPE D ARTICLE: Portrait entourant une micro interview

BUT: informer sur le divertissement

FRONTIERES ENTRE LES MEDIAS: musique au coeur du sujet, donc il faut savoir en parler à travers les médias utilisés. Mais pas seulement la musique, tout ce qu'il y a autour. comment parler de la musique et de ses enjeux sans musique. Dire ce qu'il y a autour de la musique, c'est à dire ce qui est écrit et ce qui est vu. C'est donc ces deux récits là qui sont d'importance.

---

TITRE: « Interdictions-Administratives-Stades, présumés coupables »

DATE: avril 2019

AUTEURS: Grégoire Fleurot, Clément Le Foll, direction artistique Hervé Ridoux.

MEDIA: *L'Equipe Explore*

MEDIAS UTILISES: texte + data + video + dessin + animations + photos retouchées + cinémagraphes

DISPOSITION SUR LA PAGE: cohabitation dans le cadre de la page écran de téléphone. Le texte reste classique dans sa mise en page. Parfois posé sur le dessin, imbriqué. + se succèdent afin de créer le récit à plusieurs voix.

UTILISATION DE CHAQUE MEDIA: Les dessins peuvent contenir en leur sein un player video, lien entre le réel et l'art. Ancre le personnage sur papier, ici sur écran dans le réel. + dessin à certains moment comme un roman graphique + dessins dans le design qui mettent en avant certaines choses. + data au coeur du papier, illustrée de dessins symboliques qui rattachent les chiffres à leur domaine d'étude, cf la justice par exemple. + vidéo fait partie du récit. phases racontées par du texte, suivies de témoignages non repris par le texte, témoignages intimes + visualisation pour raconter une histoire plus grandes + dessin et photos comme liants. différentes phases du récit.

CLASSEMENT PAR IMPORTANCE: texte > data > video > images >

ATOUTS: vraie construction conjointe du récit avec différents médias. Tout est indispensable. + originalité d'avoir intégré de vrais documents google docs par exemple pour vérifier les faits

LIMITES: vidéos ne se lancent pas seules donc on laisse le choix au lecteur.

MODES DE NARRATION: *swipytteling*

MOUVEMENT: seuls les écrans se succèdent. Les animations servent à montrer les engrenages et les rouages de la justice, motif repris tout au long de l'article + fait appel à l'image de la réflexiond ans les bulles ou la BD, donc engage le lecteur face à l'incomprhéension à la réflexion.

TYPE D ARTICLE: Enquête

BUT: Informer et faire réfléchir.

FRONTIERES ENTRE LES MEDIAS: les médias sont liés par le design mais tous participent au récit

**Les entretiens pages 96 à 105 ont été retirés de la version diffusée en ligne.**

## ETUDE DE CAS

### Introduction

*Pitchfork* est un magazine en ligne américain lancé en 1995 par Ryan Schreiber. Le magazine traite de musique pop et indépendante. Sa première visée est de créer le média de référence de la musique indépendante et underground sur internet. Le média puise ses influences dans les fanzines des années 1990, et a parfois été critiqué car son format ne correspond pas forcément aux conventions journalistiques, car les personnes qui l'ont fondé n'étaient pas du tout journalistes. Mais grâce à cela, le style *Pitchfork* et sa manière de parler de musique sont uniques. Le rédacteur en chef actuel est Chris Kaskie.

*Pitchfork* s'est rapidement établi comme l'une des voix les plus influentes de la musique américaine, et cherche à n'être rien de moins que « la publication musicale la plus grande et la plus respectée du monde », d'après Kaskie.

Le site a été racheté par Condé Nast en octobre 2015, et a fait peau neuve dans les années qui ont suivi.

> La dernière fois qu'on a re-designé le site, c'était à l'automne 2011. Beaucoup de choses ont changé dans le monde du web depuis. Cette réfection, qui a duré plus d'un an, fait entrer *Pitchfork* dans une nouvelle ère, améliore sa fonctionnalité et invite à une exploration plus profonde tout en simplifiant l'expérience pour rendre la recherche, la navigation, la lecture, l'écoute et le visionnage plus faciles.[67]

Le design du site est très important pour *Pitchfork*, qui rencontre les mêmes problèmes que les autres médias en ligne d'aujourd'hui. Comme expliqué dans The Guardian, l'importance accordée au design fait partie de la volonté de créer une marque média, une marque pour développer ses activités, comme des festivals ou des événements, aussi bien qu'une identité visuelle, immédiatement reconnaissable. Par ailleurs, *Pitchfork* a aussi développé l'image d'un média particulièrement innovant aux États-Unis, grâce à ses « Cover Stories ».

Les *Cover Stories* sont issues d'un mouvement de remise au goût du jour d'histoires longues, mais cette fois racontées en ligne, mouvement initié par *The New York Times* avec la publication de « Snow Fall: The Avalanche at Tunnel Creek » en 2012, un article de fond multimédia si parfait dans sa manière d'utiliser la vidéo, les photos et les graphiques pour rehausser

---

[67] " We last redesigned in the fall of 2011. A lot about the online world has changed since then. This iteration, more than a year in the making, brings Pitchfork into a new era, improving functionality and inviting deeper exploration while simplifying the experience to make browsing, searching, reading, listening, and watching easier. " (Chris Kaskie) Traduction personnelle.

l'histoire que l'article fut considéré comme l'avenir du récit journalistique. « Snowfall » a été lauréat du prix Pulitzer du « feature writing » en 2013. « Snow Fall » a changé le paysage des nouveaux médias, amenant le récit à une complexité qu'il n'avait jamais pu atteindre sur papier.

> Même ceux qui avaient abandonné les vieux médias depuis longtemps se sont rendu comptent qu'ils devaient muscler leur jeu s'ils voulaient rivaliser. Les mots et les images/vidéos n'étaient plus assez. Maintenant l'enjeu était de faire que des média sans distraction pour l'attention puissent améliorer une histoire et la raconter non pas seulement d'une nouvelle manière, mais d'une meilleure manière.[68]

À l'époque, tous les médias voulaient faire leur propre article de fond digital innovant, générant une multitude d'articles à la manière de « Snow Fall ». Beaucoup de *templates* furent alors créés, mais n'avaient pas le pouvoir d'un design fait exprès pour l'histoire racontée. Mais comme le design et le développement de la page web sont extrêmement chers pour ce genre d'articles, certains ont dû faire le choix du *template*.

Ces articles, inspirés par les magazines traditionnels dans leur aspect visuel, explorent également de nouvelles formes visuelles propres à la technologie digitale. Chaque *Cover Story* est une collaboration entre les équipes éditoriales et artistiques du média et les développeurs, qui travaillent dans un laboratoire qui développe ce qui pourraient être les articles musicaux en ligne de l'avenir.

Mais même si le design est au centre des préoccupations et de la réflexion, en ligne, ce qui apparaître comme le plus important, c'est la qualité de lecture, car c'est là que se créer le lien avec les lecteurs, sans qui les audiences ne seraient pas assez hautes pour que les investisseurs, notamment publicitaires, soient intéressés par le média.

Pour conclure: « Rien n'est plus cool que le respect de son lectorat et sa confiance en ce que vous faites », dit Kaskie.

Daft Punk est un groupe français de musique électronique, et un des groupes les plus connus du monde. Composé de Thomas Bangalter et de Guy-Manuel de Homem-Christo, ils ont changé le visage de la musique électronique, mais sont aussi très attachés à leur identité visuelle, autant dans

---

[68] " But even those who'd abandoned old media long ago realized they'd need to step up their game if they wanted to compete. Words and pictures/videos were no longer enough. Now it was all about distraction-free media making it possible to enhance a story and tell it in not just a new, but a better, way" Traduction personnelle.

leurs clips que dans leurs apparitions en public et sur scène, mais aussi dans leurs propres productions, comme le court-métrage *Electroma*.

Leur image est fondée sur un imaginaire futuriste très fort, combinant une esthétique robotique et des références à la Science-Fiction. Leur musique parle du fait de composer de la musique avec des machines, de la modernité, et parfois même du futurisme. La rencontre entre Daft Punk et *Pitchfork* était donc un terrain propice pour produire un article visuel et visionnaire. Le groupe et le média se posent la même question: comment utiliser la technologie dans leur deux manières, très différentes, de nous exprimer et d'exprimer nos idées? La *Cover Story* « Machine for life » est le résultat de ces interrogations, pose la question suivante : quel *storytelling* adopter pour raconter des histoires du futur?

**Human versus Machine**

La première chose que l'on peut remarque dans c'est article, c'est la représentation du futurisme, de la technologie, et un imaginaire futuriste très fort. Par exemple, on peur remarque les fonds étoilés sur lesquels le texte défile, les photos des artistes dans des costumes de robots, les polices utilisées, etc.

Cette idée est accentuée par le thème « humain versus machine », qui apparaît tout au long de l'article, tension qui apparaître autant dans le design que dans le récit. Le thème est inspiré par le travail de Daft Punk, dont certains titres sont évocateurs, comme « Technologic » ou « Human after all ». Ils en parlent beaucoup dans l'article, et cette idée est au centre du design créé exprès.

L'exemple le plus éloquent est celui des citations qui apparaissent dans un premier temps en langage binaire, et où le texte ne peut être lu qu'une fois que le lecteur a assez *scrollé* pour le faire apparaître là où le designer avait choisi. La citation passe d'un langage binaire à une écriture lisible. D'abord, cette innovation fait appel à l'univers technologique et futuriste du groupe. Ce choix est particulièrement important parce que le texte parle de leur apparence robotique, et de ce qui les a poussés à prendre cette décision. *Pitchfork*, autant que le groupe, offre une réflexion sur l'interaction entre l'homme et la machine.

**Raconter aussi l'histoire du média**

Le design nous fait aussi penser au média qui l'abrite: comment raconter des histoires humaines à travers une machine, et avec les moyens qu'offre cette machine? C'est un signe de ce qu'Emmanuël Souchier appelle les « écrits d'écran », et nous invite à penser à la manière dont le

récit nous est présenté. Le texte apparaît à mesure que le lecteur scroll, ce qui implique qu'il utilise un accessoire en lien avec l'ordinateur pour le lire: le *pad* ou la souris. Cet instrument est nécessaire à la lecture de l'article. Mais aussi, à mesure que le texte devient plus clair et lisible, c'est comme si le texte émergeait des profondeurs de l'écran, et des profondeurs de la page web. Ainsi, le design fait appel à l'imaginaire que nous avons développés autour de l'ordinateur, et nous raconte en filigrane l'histoire de *Pitchfork*: un média en ligne qui cherche à raconter des histoires humaines et modernes.

**Un *storytelling* multimédia**

Cette Cover Story combine tous les types de storytelling disponible, et exploite toutes les possibilités offertes par le web.

Ce *longform* utilise des textes, des images, des fonds et même des éléments cinématographiques, comme l'animation avec l'effet parallaxe, mais aussi en utilisant des codes issus du cinéma afin d'affirmer sa modernité, par exemple grâce à l'usage du *split-screen*. Les ordinateurs et internet, éléments de la technologie, sont le seule moyen d'utiliser toutes ces manières de raconter une histoire en même temps. Ici, le choix le plus audacieux a été de faire un article sur la musique, mais sans que le son fasse partie de la construction de l'article. C'est même le seul média qui n'est pas utilisé dans l'article…

L'analogie la plus intéressante que l'on puisse faire nous a été suggérée par le musicien Giorgio Moroder sur le second morceau de l'album de Daft Punk *Random Access Memories*.

Dans le morceau, nous pouvons entendre Moroder parler de ce qu'il considère être le son du futur. pour lui, ce son est celui que produit le synthétiseur: un instrument de musique électronique, souvent assimilé à un clavier, qui imite le son d'instruments habituels. Grâce au synthétiseur, il est possible de jouer de tous les instruments dont on pourrait avoir besoin pour faire de la musique en utilisant un seul objet: on peut raconter une histoire sonore à travers la musique avec un seul instrument électronique. Il en va de même pour les longforms multimédia. Grâce à un seul objet, l'ordinateur, on peut utiliser toutes les formes d'expression à disposition, et les combiner pour raconter une histoire.

Pour conclure, il est possible de dresser un parallèle entre le laboratoire médiatique que sont les longforms de Pitchfork, qui cherchent à expérimenter à travers la technologie et le digital pour

raconter une histoire, et la manière dont Daft Punk conçoit la musique électronique et la technologie musicale.

> On n'a jamais pu se faire à l'idée d'utiliser des ordinateurs comme des instruments de musique, dit Bangalter en haussant les épaules. On a toujours compté sur du matériel - des anciennes boîtes à rythmes, des synthétiseurs - mais c'était plus un laboratoire électrique et chaotique avec des fils partout. On essayait de faire de la musique avec des ordinateurs au milieu des années 2000, mais c'était vraiment difficile de créer à partir de l'ordinateur sans rien avoir mis dedans au préalable. Dans un ordinateur, on peut tout enregistrer tout le temps et rejouer, mais la vie est une successions d'évènements qui ne se passent qu'une fois.[69]

Les notions de laboratoire et d'expérimentation sont présentes à la fois dans le média et dans la musique qu'il aborde. Daft Punk n'est pas un groupe anti-technologie, ni anti-ordinateur, mais il combattent le fait que les ordinateurs normalisent la musique, sans être capable de récréer l'unicité et la serendipité potentielle que l'on peut trouver dans la vie. Le média et la musique essayent tous deux de raconter des histoires avec la technologie, mais tous les deux cherchent à trouver un équilibre entre les ressources qu'elle offre et le pari d'apporter de la vie aux machines. En somme: de se servir des « machines for life ».

---

[69] " We were never able to connect with using computers as musical instruments," Bangalter shrugs. We've always relied on hardware components—old drum machines, synthesizers—but it was more like a chaotic electrical lab with wires everywhere. We tried to make music with laptops in the mid 2000s, but it was really hard to create from within the computer without putting things into it. In a computer, everything is recallable all the time, but life is a succession of events that only happen once. " Chris Kaskie. Traduction personnelle.