

Récit et formes narratives en médiation numérique à la Bibliothèque nationale de France

Arnaud Laborderie

▶ **To cite this version:**

Arnaud Laborderie. Récit et formes narratives en médiation numérique à la Bibliothèque nationale de France. Jessica de Bideran et Mélanie Bourdaa. Valoriser le patrimoine via le transmedia storytelling. Réflexions et expérimentations., Editions Complicités, 2021, Collection Muséo-Expographie / OCIM, 9782351203545. hal-02880305

HAL Id: hal-02880305
https://bnf.hal.science/hal-02880305

Submitted on 24 Jun 2020

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.

Récit et formes narratives en médiation numérique à la Bibliothèque nationale de France

Version pré-print du chapitre d'Arnaud Laborderie

À paraître dans :

Valorisation culturelle et transmedia storytelling

Sous la direction de Jessica de Bideran et de Mélanie Bourdaa

Publication OCIM. En ligne : https://ocim.fr/publications-ocim/

Introduction

La numérisation du patrimoine a transformé le rapport aux œuvres, rendant celles-ci toujours plus accessibles *via* le Web et renouvelant profondément la relation des publics aux collections par de nouveaux modes de communication et de valorisation. Aux pratiques de constitution et de gestion des collections numériques s'ajoutent des activités d'éditorialisation et de médiation. L'éditorialisation peut s'entendre comme de la curation de contenu. Plus largement, le terme désigne la production et la circulation des contenus dans l'espace numérique et plus particulièrement sur le Web. Ce sont des techniques, des pratiques et des formes qui constituent de nouveaux modèles de production et de diffusion des savoirs (Vitali-Rosati, 2016). Pour les bibliothèques et les musées, l'enjeu est d'importance puisqu'il s'agit d'éditorialiser leurs collections pour les rendre accessibles dans une perspective de valorisation patrimoniale et de médiation culturelle.

Avec près de 7 millions de documents dans Gallica[1], l'enjeu n'est plus l'accès mais le choix dans l'abondance. Aussi importe-t-il d'éditorialiser ces collections en ligne, c'est-à-dire de les aborder à la fois comme des ressources (données brutes) et des contenus (données éditorialisées), mais également de les inscrire dans des dispositifs de médiation. Avec le concept de médiation, on passe d'une logique d'accès à des ressources numériques à une

[1] Gallica est la bibliothèque numérique de la Bn F et de ses partenaires. Consultable en ligne : http://gallica.bnf.fr

mise en relation des publics avec les collections patrimoniales. Il nous faut en effet distinguer la *valorisation* des collections numériques, entendue comme une simple mise en valeur et en avant des ressources dans la perspective d'une plus large diffusion, de leur *médiation* qui suppose une forme d'appropriation intellectuelle et une mise en relation avec le public (Bideran, 2017). Comment penser l'articulation entre la valorisation des ressources numériques et la médiation patrimoniale ?

Le terme de « médiation » est d'usage récent dans le domaine culturel. C'est dans les années 1980-1990 qu'il s'applique à la culture (Caillet et Lehalle, 1995) en tant que pratiques et actions pensées comme modes de transmission des connaissances. La médiation culturelle vise rapprocher les publics et les œuvres par l'intervention d'un tiers, le médiateur, dans une perspective à la fois éducative, récréative et citoyenne (Chaumier et Mairesse, 2013).

L'activité de médiation repose d'abord et à l'origine par une logique du discours, qui s'exprime dans la visite guidée, la plus ancienne activité de médiation, ou la conférence. C'est donc le médiateur qui va construire la relation entre les œuvres et les publics, laquelle passe par une énonciation qui prend de multiples formes discursives. En ce sens, le médiateur est concepteur et producteur de contenus qui prennent place dans des dispositifs de médiation. Son propos peut être scientifique et s'appuyer sur le discours de l'expert. Il peut être aussi narratif et s'inscrire dans un récit historique et/ou fictionnel. S'il veut construire un récit historique autour des œuvres, le médiateur s'attachera généralement aux grands événements et aux acteurs majeurs, usant de différents registres, combinant Grande et petite(s) Histoire(s), notamment en faisant place à des anecdotes. Il peut également construire un récit fictionnel, voire romanesque, par la mise en intrigue des collections, en s'appuyant volontiers sur des figures secondaires qui peuvent aisément se prêter à la fiction et camper diverses postures ou points de vue. Le médiateur peut incarner lui-même ces figures ou les faire endosser par le public. Celles-ci peuvent susciter de l'empathie chez les publics, rapprocher ceux-ci des œuvres et, en définitive, interrogent la place du public, son implication dans le dispositif de médiation. Le public sera-t-il spectateur ou acteur ? Les personnages vont-ils embarquer le public avec eux ? Vont-ils l'accompagner dans une enquête, lui proposer un voyage ou un jeu ?

Le numérique dote d'un sens nouveau les activités de médiation, par la création d'outils à l'usage du médiateur, ou par la mise en forme numérique de la médiation à travers des interfaces qui renouvellent les pratiques et les usages. Si le rôle du médiateur culturel consiste à faire le lien entre le public et les œuvres, en contexte numérique c'est le dispositif technique, et plus spécifiquement ses interfaces, qui deviennent médiateurs et servent d'intermédiaires. En jouant de l'interactivité et du multimédia, les interfaces numériques permettent d'adapter le propos à différents types de publics. Ainsi peut-on définir la médiation numérique comme une forme spécifique de médiation culturelle qui vise à mettre en relation un public avec une offre culturelle ou artistique à travers des dispositifs numériques.

Sous cet angle, on distinguera, d'une part, la médiation numérique *in-situ*, par exemple les bornes d'exposition ou les outils numériques utilisés par le médiateur comme des tablettes ou écrans tactiles ; d'autre part, la médiation numérique en ligne, par exemple les expositions virtuelles sur le Web. Il convient de ne pas opposer ces deux types de médiation, mais de chercher au contraire à les articuler. En ligne, c'est le visiteur qui construit la relation à travers son parcours sur le site. Soulignons la démarche volontaire de l'internaute, libre de son parcours et de son temps de visite. Autre difficulté : le public n'est pas captif en ligne. D'où la nécessité de bien connaître le parcours du visiteur (notamment par le recours à des outils statistiques) et de modéliser un parcours utilisateur au plus près de ses usages, de ses attentes et besoins. Quoiqu'il en soit, la médiation numérique suppose, comme le souligne Jessica de Bideran, « un accès numérique (outil) au document, mais aussi un accès intellectuel (savoir) qui rend le document intelligible, et, enfin, un accès relationnel (sujets) par la création d'expériences utilisant ces ressources patrimoniales. » (Bideran, 2007). Ce sont les interfaces qui construisent ces accès du côté du public et des usages, avec pour enjeu de fonder la relation à travers l'expérience utilisateur[2], par une nouvelle sensorialité des supports, un rapport sensible au dispositif qui propose alors un autre accès possible au sens.

[2] Le terme « expérience utilisateur » désigne la qualité de l'expérience vécue par l'utilisateur dans le maniement des interfaces, et plus largement en toute situation d'interaction, en prenant en compte les notions d'ergonomie et d'utilisabilité. Il caractérise notamment la facilité ou la difficulté du parcours de l'utilisateur à travers le service numérique proposé.

L'activité de médiation consiste ici à produire des contenus adaptés aux différents supports et médias numériques, et à les mettre en forme de manière attractive, dans des scénarios et scénographies numériques proposant une expérience singulière aux utilisateurs qui accèdent à ces contenus. Pour cela, on peut recourir au récit et aux formes narratives pour scénariser le parcours utilisateur : la narration sert de mode de scénarisation pour approcher les œuvres et appréhender les contenus. Ainsi des interfaces narratives, empruntant au récit du médiateur, prennent-elles place à côté des interfaces documentaires qui permettent d'éditorialiser les collections et d'articuler plusieurs niveaux de discours. Nous verrons que ces interfaces narratives convoquent différents modes d'énonciation (de l'emploi d'un ton narratif à la mise en récit des collections, voire à leur mise en fiction), investissent différents supports (*desktop*, mobile, table tactile, réalité virtuelle ou augmentée, etc.) et médias (plateformes, réseaux sociaux, etc.) dans des formes telles la narration transmédiatique, spatialisée ou ludifiée. La question centrale de l'expérience utilisateur interroge la place du public dans le dispositif et son niveau d'interaction.

La Bibliothèque nationale de France (BnF) développe une activité de médiation numérique *in-situ* et en ligne, dont elle a une longue expérience en proposant des expositions virtuelles depuis une vingtaine d'années. Depuis 2017, le format ergonomique et éditorial des expositions virtuelles change, avec une évolution du format discursif vers une mise en récit des collections comme modalité de médiation. À travers deux exemples, « La légende du roi Arthur » (2009) et « Le Monde en sphères » (2019), nous expliciterons ce qu'est une exposition virtuelle de la BnF et quelle place est faite aux formes narratives. Nous verrons qu'avec le portail Web « Les Essentiels de la littérature » (2015-2019), on passe d'une logique de collection à une logique d'usage, avec la conception de nouveaux formats narratifs calibrés pour les réseaux sociaux. Parallèlement, la BnF explore de nouvelles formes narratives en recherche et développement, lui permettant d'expérimenter des modes de médiation numérique innovants et de prospecter les usages de demain. À partir de ces exemples, nous nous interrogerons sur le récit en contexte numérique, l'avènement de nouvelles formes narratives, les potentialités de narration transmédiatique et l'opportunité de mettre en place une telle stratégie.

Mettre en récit les collections patrimoniales numériques à la BnF

Depuis plus de vingt ans, les Éditions multimédias[3] de la BnF proposent sur le Web des modules éditoriaux à destination du grand public et du monde de l'éducation (élèves, enseignants). Ces modules fournissent un prolongement aux expositions présentées *in-situ* à travers les expositions virtuelles qui comprennent de nombreux compléments éditoriaux, et proposent des dossiers pédagogiques, respectivement accessibles depuis les portails Expositions[4] et Classes[5]. Quelque 112 expositions virtuelles sont actuellement consultables sur le Web, organisées en six galeries, avec l'écriture et la littérature comme axe fort et structurant de la médiation culturelle en ligne.

Les expositions virtuelles : une médiation en ligne du discours scientifique

On peut définir l'exposition virtuelle comme une présentation numérique d'œuvres ou de documents, créée et diffusée sur Internet. L'expression recouvre de multiples formes présentes sur le Web, depuis la simple publication d'images légendées sur le modèle du diaporama jusqu'à la reconstitution d'espaces en 3D. L'exposition virtuelle permet une médiation directe entre les œuvres, les discours et les publics. Concernant les institutions culturelles, Lev Manovich considère l'exposition virtuelle comme la mise en récit de la base de données culturelles du musée (Manovich, 2010 : 395). À la BnF, il y a la volonté de reconstituer l'exposition sur Internet et d'offrir avec le dossier ce que propose le catalogue, c'est-à-dire un complément scientifique sur les thématiques et les sujets abordés. Participant à la politique de valorisation des collections, les expositions virtuelles BnF accompagnent des expositions *in-situ* en offrant au public la possibilité d'une visite à distance, lui permettant de préparer sa visite sur place ou de prolonger celle-ci chez lui. En s'adressant à des publics de

[3] Le service des Éditions multimédias a été créé en 1997 avec pour mission d'engager une action culturelle à distance autour des expositions et des collections de la BnF.

[4] En 2019, le portail Expositions recevait près de 3,8 millions de visites cumulées sur l'année. En ligne : http://expositions.bnf.fr

[5] Le portail Classes rassemble quelque 90 000 pages de ressources et 60 000 images, de nombreux audiovisuels, ainsi que des modules interactifs (livres et albums à feuilleter, jeux, explorations de documents, chronologies, modules pédagogiques...). En ligne : http://classes.bnf.fr

toutes origines et de tous âges, l'exposition virtuelle oblige à s'interroger sur la manière d'aborder les œuvres (Laborderie, 2014).



Prenons l'exemple de l'exposition virtuelle « La Légende du roi Arthur »[6], un des grands succès d'audience avec plus de 2,8 millions de visites[7] depuis l'ouverture du site en 2009. Le site est structuré en trois ensembles : une exposition en images, un dossier, des focus thématiques. Du point de vue de la conception, la rubrique « exposition en images » propose une remédiatisation de l'exposition *in-situ*, au sens de Bolter et Grusin (1999), c'est-à-dire qu'elle reprend les codes propres au média exposition (Davallon, 1999) transposés dans un autre espace médiatique, le Web. Ainsi les œuvres sont-elles « mises en scène » dans une scénographie virtuelle qui reprend le propos de l'exposition *in-situ* à travers trois salles virtuelles (De l'histoire à la littérature ; Les figures de la légende ; La puissance du mythe) qui se déclinent en 63 écrans présentant une centaine d'œuvres. D'écran en écran comme de cimaise en cimaise, l'exposition propose un parcours guidé dans les œuvres et des mises en relation, reposant sur un scénario et déroulant un propos. Ici le propos du commissaire est

[6] « La Légende du roi Arthur ». Exposition à la BnF du 20 octobre 2009 au 24 janvier 2010. Exposition virtuelle en ligne : http://expositions.bnf.fr/arthur/

[7] 2 833 716 visites cumulées du 20/10/2009 au 31/01/2020 selon le marquage xiti.

synthétisé sur un ton narratif afin d'être accessible à tous, sans être vraiment « mis en fiction ». Ce sont les focus thématiques qui ouvrent l'espace fictionnel des figures et des lieux de la légende arthurienne, en articulant médiation en ligne et médiation numérique *in-situ*. Ainsi, par exemple, des fac-similés numériques interactifs[8] dont l'objectif est de faire découvrir la littérature médiévale à partir des plus beaux manuscrits. Grâce à une simulation virtuelle du livre, le lecteur peut feuilleter le manuscrit, zoomer dans les pages, découvrir les enluminures dans les moindres détails, écouter le récit des épisodes, accéder au texte original et compléter son information par des audiovisuels, des analyses d'images et des commentaires.

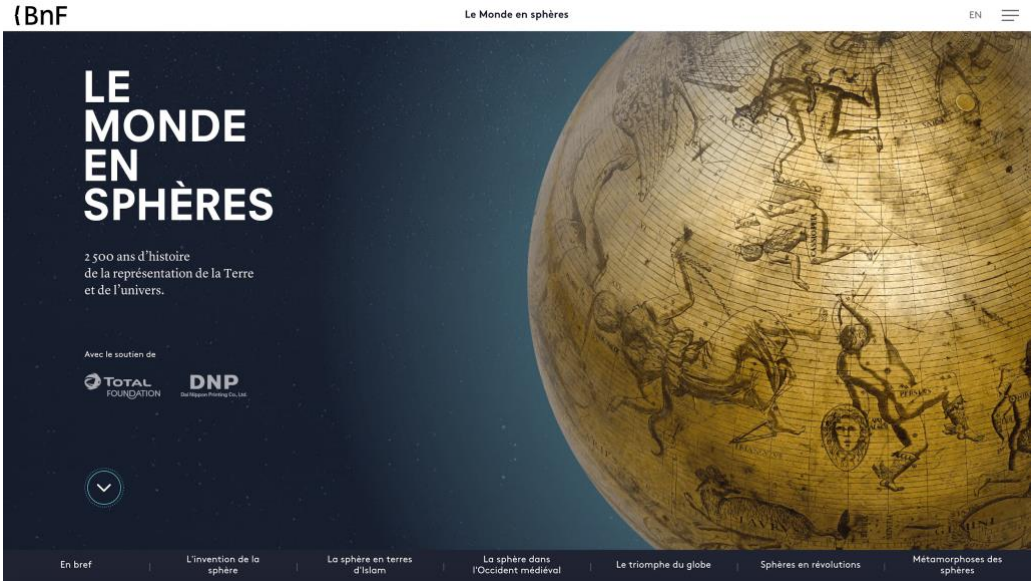
Évolution ergonomique et éditorial du format : le *scrollytelling*

L'exposition virtuelle propose au visiteur un parcours sensible et intelligible articulant plusieurs niveaux de discours, du plus simple au plus complexe, et s'adossant aux collections numériques consultables dans Gallica. Cet exemple illustre la démarche des éditions multimédias de la BnF : faire découvrir les collections par palier, proposer plusieurs niveaux de discours, initier à la recherche, articuler une médiation numérique sur place et à distance Aujourd'hui, les expositions virtuelles sont engagées dans un processus de refonte ergonomique et éditoriale. Le parcours de l'exposition en ligne a quitté la succession de pages-écrans pour un format résolument narratif, issu du journalisme en ligne et du webdocumentaire : le *scrollytelling.* Ce mot valise composé de l'anglais *scrolling* (défilement) et *storytelling* (mise en récit) désigne une nouvelle façon de narrer les histoires sur le Web, dont la spécificité est d'incorporer des contenus multimédias (textes, images, sons, vidéos, infographies, etc.) de façon très fluide, grâce à des effets d'interface en parallaxe[9]. Ce procédé, utilisé depuis longtemps dans le dessin animé et le jeu vidéo, consiste à déplacer des éléments sur plusieurs plans. Utilisé en HTML, il permet d'animer des objets en créant un faux effet 3D qui donne une impression de profondeur. Les éléments défilent à des vitesses différentes par

[8] Trente-six titres sont consultables en ligne : http://expositions.bnf.fr/livres/ Face à l'obsolescence de la technologie Flash, ces produits éditoriaux seront adaptés prochainement en HTML 5.

[9] Du grec parallaxis (« modification »), le terme parallaxe désigne un déplacement de position d'un objet en fonction de l'angle sous lequel celui-ci est observé. . Les objets proches ont une parallaxe plus grande que les objets éloignés, de sorte que le défilement en parallaxe crée un effet de distance et de perspective. Cet effet est maintenant considéré comme une fonction de défilement d'une page Web.

l'action du *scroll*, amenant une certaine profondeur et rendant l'expérience de lecture très simple et fluide. C'est ce principe de fluidité qui rend la narration immersive et engageante.



Ainsi de la dernière exposition virtuelle de la BnF, *Le Monde en sphères* (2019)[10] dont les défilantes animées mettent en scène les œuvres et documents avec une approche narrative. Ce principe de narration en *scrollytelling* est investi comme forme de médiation au propos scientifique des commissaires dans la section d'ouverture « En bref » attenante à l'accueil du site. Il s'agit de raconter l'histoire de la représentation de la Terre et de l'univers, en offrant une compréhension immédiate de ce sujet complexe, avant d'aller plus loin par la consultation des dossiers et des rubriques pédagogiques. En combinant textes et images, entretiens audiovisuels, animations et manipulations de globes en 3D, l'exposition virtuelle propose une expérience de lecture immersive. Elle fait la part belle à la vidéo, avec des formats courts – les œuvres à la loupe[11] ou Culture Prime[12], un média social culturel vidéo à suivre sur Facebook – tenant ainsi compte de l'évolution des usages, notamment du développement de

[10] Exposition virtuelle « Le Monde en sphères », consultable en ligne : http://expositions.bnf.fr/monde-en-spheres/index.html

[11] Voir par exemple l'exploration du globe terrestre de Martin Behaim, réalisé en 1492, juste avant la découverte de l'Amérique. Consultable en ligne : https://vimeo.com/330493765

[12] Voir par exemple, la séquence sur la sphéricité de la Terre visant à déconstruire la « théorie platiste » : https://vimeo.com/338007982

la vidéo[13], pour imaginer des narrations audiovisuelles autour des œuvres. L'objectif est de conquérir de nouveaux publics en investissant les réseaux sociaux, pour lesquels il importe de produire des contenus spécifiques en fonction du média visé.

Autre format éditorial audiovisuel en plein essor, le podcast connaît un renouveau comme forme narrative sur le Web. Certaines institutions culturelles[14] investissent ce champ en créant du contenu original en lien avec leur activité ou leur programmation culturelle. Le podcast présente en effet de nouveaux avantages : toucher un public donné, accompagner une exposition ou faire découvrir les collections. Parce que le podcast recèle un fort potentiel en termes de médiation, de notoriété, mais aussi de fidélisation et de développement des publics, la BnF commence elle aussi à investir ce moyen de valorisation des collections en produisant des contenus originaux selon différents angles éditoriaux[15].

Les Essentiels de la littérature : le récit comme forme de médiation

Les Éditions multimédias de la BnF proposent également un portail Web consacré aux « Essentiels de la littérature » [16]. Le site a pour objectif d'offrir un accès simple et éditorialisé à notre patrimoine littéraire et de faire découvrir les auteurs et les œuvres littéraires dans leur contexte historique et artistique. Ce projet est né de la nécessité de proposer une médiation aux collections de Gallica, qui comprend aujourd'hui plus de 7 millions de documents, en ciblant plus spécifiquement le public scolaire et les enseignants.

Une architecture technique et sémantique

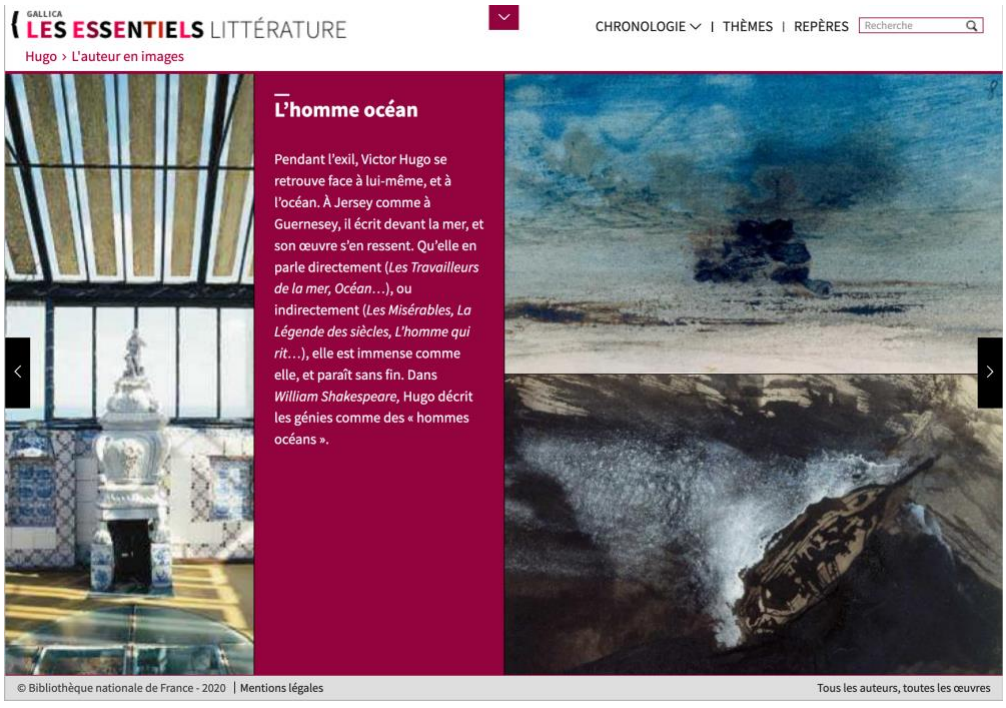
[13] 42 % des internautes visionne une vidéo en ligne tous les jours. Chez les 15-24 ans, qui consacrent près de la moitié de leur temps Internet aux plateformes sociales (43 min), YouTube arrive en tête devant Snapchat et Facebook (Données Médiamétrie, mai 2018).

[14] Par exemple, le musée du Louvre avec « Le marquis Campana » (2018), podcast en 4 épisodes produit à l'occasion de l'exposition *Un rêve d'Italie*. En ligne : https://presse.louvre.fr/un-podcast-au-musee-du-louvre/

[15] « Entendre le théâtre » : http://classes.bnf.fr/echo/

[16] Consultable en ligne : http://gallica.bnf.fr/essentiels

À la BnF, nous sommes confrontés à une double problématique d'abondance des ressources numériques et de cloisonnement des collections par type et par département. Notre parti pris éditorial est anthologique et multimédia : il s'agit de travailler sur une sélection de documents de tout type et de les éditorialiser, en enrichissant les ressources de commentaires et en les liant entre elles, pour créer des parcours et des articulations de contenus. Les imprimés sont mis en relation avec les manuscrits, les illustrations, des corpus d'images, des enregistrements sonores et vidéos, etc. La structure hypertextuelle du site Web permet de tisser des liens intellectuels entre les œuvres et de créer des rebonds par des regards contemporains et des approches thématiques. Une architecture à la fois technique et sémantique permet de circuler dans cet ensemble et de proposer des parcours transverses, transhistoriques et transdisciplinaires.



Les entrées auteurs et œuvres se déclinent ainsi en modules plus ou moins élaborés, afin d'offrir une logique de découverte par niveaux. Les modules principaux s'organisent en quatre rubriques : « Découvrir » (exposition), « Rencontrer » (audiovisuel), « Explorer » (album thématique), « Approfondir » (dossier). « Découvrir » introduit l'auteur ou l'œuvre en images, sur le modèle de l'exposition virtuelle. Cette rubrique est résolument narrative, cherchant à raconter les étapes-clés de la vie de l'auteur en une dizaine d'écrans synthétiques

qui ouvrent sur un corpus de documents. Le portail comprend actuellement quelque 250 modules consacrés aux auteurs et aux œuvres des XVIII[e] et XIX[e] siècles. Il connaît une forte audience avec plus de 800 000 visites en 2019 et proposera à terme quelque 500 entrées dans la littérature du XVI[e] au XX[e] siècle.

Alors que le corpus XVI[e] et XVII[e] siècles est en cours d'instruction, le portail est engagé dans un processus de refonte ergonomique et éditorial. Pour cela, nous avons conduit des ateliers de conception UX[17] afin de repenser le parcours du lecteur en ligne, en identifiant des profils types (*personas*) mis en situation d'usage pour concevoir des scénarios en fonction des publics. Les ateliers ont mis en évidence des attentes et des besoins, notamment celui de sortir du discours académique et de parler autrement de la littérature, en faisant une place plus large aux « bons mots » et aux anecdotes. Cela nous a conduits à valoriser les citations et à penser un nouveau format éditorial où le récit est conducteur d'une autre manière d'aborder la littérature, par les « petites histoires ».

Un nouveau format narratif : les anecdotes littéraires

Scènes insolites, bons mots, petites manies, bruits de couloir : il peut surprendre que la BnF valorise les anecdotes. C'est oublier que celles-ci participent de l'histoire littéraire en racontant des *histoires* de littérature et d'écrivains. Ce faisant, la BnF renoue avec une tradition qui existe depuis l'Antiquité et qu'au XIX[e] siècle on appelait des « ana », terme qui se donnait en suffixe. On trouve ainsi dans Gallica des recueils d'historiettes dénommés *Baudelairiana* ou *Staëlliana*[18]. L'enjeu pour nous, c'est de trouver des anecdotes signifiantes et de faire passer du savoir à travers un ton humoristique afin de rapprocher le jeune public de l'écrivain. S'intéresser à la dimension anecdotique de la littérature, c'est comprendre comment se construit la *légende* de l'auteur car, comme le souligne Jean-Didier Wagneur, « tout écrivain se double d'une *textualité anecdotique* » (Wagneur, 2019) bien souvent mise

[17] Le terme UX (acronyme de l'anglais User eXperience) désigne la qualité de l'expérience vécue par l'utilisateur dans toute situation d'interaction, et, par extension, la méthodologie de conception visant à caractériser et modéliser cette expérience.

[18] *Baudelairiana*, rédigé par Charles Asselineau et publié par Eugène Crépet (Paris, 1907), ou *Staëlliana*, « recueil d'anecdotes, bons mots, pensées et réflexions » de madame de Staël, consultable en ligne : https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k57877096

en scène par l'écrivain lui-même. Saviez-vous que Baudelaire s'était teint les cheveux en vert ? En une séquence vidéo[19] d'une minute trente, vous apprendrez qu'un dimanche matin Baudelaire se serait ainsi présenté chez un ami… L'histoire est racontée par une animation (motion design) des documents patrimoniaux : caricatures de Nadar et d'Eugène Giraud, photographies de Nadar ou d'Atget, estampes et plans d'époque, etc. chaque anecdote renvoyant vers les sources, puisque l'objectif est de proposer une « entrée en matière ».



Vous pourrez également découvrir la canne de Balzac qui faisait jaser tout Paris et qui fut prétexte à bien des caricatures et même à un roman ; le « look » de George Sand qui fumait le cigare et s'habillait en homme, défiant les conventions de l'époque ; les tables tournantes de Victor Hugo à Guernesey qui cherchait à communiquer avec sa fille défunte, Léopoldine, et qui écrivit ainsi quelques poèmes spirites en accord avec la mode de l'époque… Il est prévu de décliner ce format sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram Snap-chat, etc.) dans une approche crossmédia[20], c'est-à-dire en l'adaptant dans la grammaire propre à chacun des médias visés.

[19] « Les cheveux verts de Baudelaire », pilote consultable en ligne : https://vimeo.com/351175650/173663a6da

[20] Le *crossmé dia* est une pratique issue du marketing et de la publicité qui consiste à décliner une campagne d'information sur différents médias en jouant de leur complémentarité.

Expérimentations de nouvelles formes narratives en recherche-création

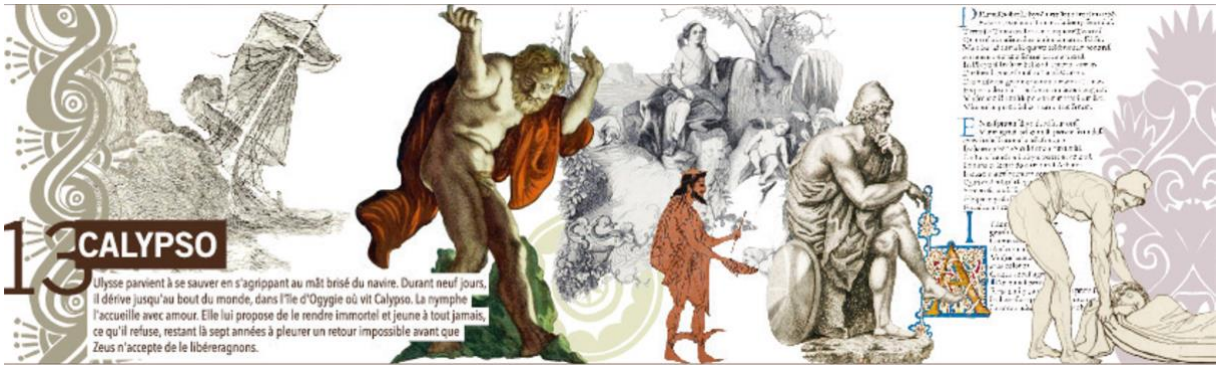
À côté des expositions virtuelles et de l'éditorialisation de Gallica, la BnF explore de nouvelles formes de médiation autour des collections numériques à travers un programme de recherche[21]. L'enjeu est d'expérimenter de nouvelles formes d'éditorialisation, de nouveaux modes de médiations aux ressources numériques, avec pour objectif de favoriser la consultation et l'appropriation des collections de Gallica. Il s'agit de tester de nouvelles technologies et d'inventer des formes narratives permettant de scénariser les documents à travers des parcours utilisateurs innovants. La méthodologie employée est celle de la recherche-création et d'une co-construction des dispositifs avec des étudiants mis en situation de concepteurs et d'utilisateurs. Les prototypes s'inscrivent dans Gallica Studio[22], espace d'expérimentation des collections numériques.

L'*Odyssée* (2016) : la bande défilée comme mode de narration

Le premier projet sur lequel nous avons travaillé fut consacré à l'*Odyssée* avec pour objectif de restituer la richesse de l'œuvre et ses interprétations à travers une expérience utilisateur constituant une médiation au corpus odysséen. L'*Odyssée* a une structure complexe qui articule trois histoires principales : la Télémachie (chants I-IV), les récits d'Ulysse (chants V-XIII), la vengeance d'Ulysse (chants XIV-XXIV). À cela s'ajoutent plusieurs narrateurs et des retours en arrière, ce qui crée la profondeur de l'œuvre et peut la rendre difficile à appréhender. Aussi le choix d'éditorialisation a-t-il été de relinéariser les aventures d'Ulysse en suivant les étapes de son voyage. Bien entendu, il ne s'agit pas de dire que tel fut l'itinéraire du héros, ce qui reste une fiction, mais de s'appuyer sur la tradition de la géographie odysséenne comme hypothèse de travail et principe de médiation, afin de permettre au lecteur de suivre les traces archéologiques et fictionnelles d'Ulysse. Le prototype[23] réalisé est un site Web optimisé pour tablette qui propose trois entrées : (1) une carte interactive retrace

[21] La recherche scientifique fait partie des missions fondamentales de la BnF qui conduit des programmes de recherche en relation avec le patrimoine qu'elle conserve. Celui consacré à l'éditorialisation et à la médiation des collections numériques réunit des chercheurs et des étudiants du master Humanités numériques de l'Université Paris 8 dans le cadre d'un atelier-laboratoire IDEFI-CréaTIC.
[22] Gallica studio, en ligne : http://gallicastudio.bnf.fr/
[23] Consultable en ligne : http://leden.org/ulysse/

le voyage d'Ulysse d'après les hypothèses de Victor Bérard et permet d'accéder aux différentes étapes des aventures du héros ; (2) une bande défilée permet de suivre le récit d'Ulysse mis en scène par les œuvres patrimoniales avec des lectures d'extraits du texte par Gérard Desarthe ; (3) une bibliothèque rassemble les ressources présentées, iconographiques et textuelles, autour des interprétations et réécritures.



Objets archéologiques, manuscrits, miniatures, estampes, peintures : ce sont les documents même de la remédiatisation de l'œuvre au cours des siècles qui sont mis en scène dans le récit des aventures d'Ulysse, relinéarisé et séquencé en quinze étapes depuis Troie jusqu'à Ithaque. Renouant avec le rouleau de papyrus, premier support de l'œuvre, le principe de la « bande défilée »[24] permet au lecteur de dérouler le récit sur une longue page défilante où les pièces s'animent par un effet de parallaxe. Le choix de la parallaxe comme processus de narration évoque avec la dimension théâtrale de l'œuvre. Les différents décors et acteurs viennent s'entre-chasser pour former des scènes mobiles qui se déroulent de façon continue. Les effets de parallaxe permettent des jeux d'échelles et de transition qui donnent ainsi de la profondeur au récit. L'expérience utilisateur se veut aussi simple et fluide que possible. Un simple balayage au doigt permet d'avancer dans le récit. Pensée comme un sommaire, la carte du voyage permet d'accéder directement à un épisode donné en pointant sur une scène de la bande défilée.

[24] Ce format ergonomique et éditorial singulier avait été exploré par Marietta Ren dans *Phallaina* (2016), bande dessinée en *scroll* horizontal avec des effets de parallaxe. En ligne : http://phallaina.nouvelles-ecritures.francetv.fr/

L'*Odyssée* se trouve ainsi remédiatisée à travers un corpus de documents patrimoniaux issus des collections de la BnF et du musée du Louvre, de Bibliothèque nationale de Grèce et du musée archéologique d'Athènes.

Jacques Cartier (2017) : le récit de voyage comme fil conducteur

Le deuxième prototype[25] est un dispositif de table tactile qui s'appuie sur le récit des voyages de Jacques Cartier au Canada comme mode de scénarisation et de médiation aux collections patrimoniales. Nous avons travaillé à partir d'un ancien corpus de Gallica, « la France en Amérique »[26] avec pour objectif de faire découvrir un fonds comprenant des cartes portulans, manuscrits, archives, textes, estampes, et de proposer une médiation numérique à ces documents. Ce projet consiste à concevoir et réaliser un dispositif muséal onirique et narratif dans l'univers des cartes marines des XVI^{e} et XVII^{e} siècles. L'enjeu : interroger la représentation cartographique du monde et la manière dont on peut montrer un imaginaire et le restituer dans une narration à travers des documents patrimoniaux.

Pour cela, nous avons synthétisé les trois voyages effectués par Cartier en sept étapes-clés : Saint-Malo, en mer, Terre Neuve, Baie des chaleurs, Stadaconé (Québec), Hochelaga (Montréal), Charlesbourg (Nouvelle France). La narration met en perspective les récits de Cartier avec la fondation de la Nouvelle France afin de proposer à l'utilisateur un voyage couvrant la période 1534-1763. Chaque étape est l'occasion de changer de carte et d'avancer à la fois dans l'espace et dans le temps avec une représentation plus précise des terres. Le récit offre un premier niveau de lecture qui pose le contexte de chaque étape et marque la progression du voyage de Jacques Cartier, qui peut se découvrir de manière simple et rapide comme une histoire par chapitres. Le récit est prolongé par les documents contextuels qui viennent préciser les conditions du voyage : le plan de Saint-Malo au moment du départ, l'ordonnance de François I^{er}, les manuels et outils de navigation de l'époque, etc. Des personnages sont introduits au fur et à mesure des rencontres de Cartier avec ses contemporains. Ces ressources documentaires apportent un deuxième niveau de lecture pour un public qui souhaiterait approfondir l'histoire. Enfin les points d'intérêt géographique

[25] « À la découverte du Canada », vidéo de présentation : https://www.youtube.com/watch?v=MSgQjdW18Q0
[26] https://gallica.bnf.fr/dossiers/html/dossiers/FranceAmerique/fr/default.htm

représentent un troisième niveau de lecture. Ces points ne sont pas liés au récit mais à la situation et aux connaissances du monde de l'époque.



Le dispositif est ainsi constitué d'une grande table tactile donnant accès à une carte marine générale, puis, en fonction des choix opérés par l'utilisateur, à d'autres cartes correspondant aux étapes-clés de la découverte du Canada par Cartier. Il permet d'explorer un ensemble de sept cartes en haute définition, augmentées de contenus activables depuis chacune des cartes. L'utilisateur peut suivre la narration complète des voyages, consulter les étapes de l'exploration qui l'intéressent dans l'ordre de son choix ou simplement se déplacer au sein de la carte en se laissant porter par l'enchantement des portulans enluminés. Enrichi par un corpus documentaire et cartographique d'exception, le dispositif donne vie aux collections patrimoniales dont il fait un atlas interactif animé. Il est utilisé à la BnF dans le cadre d'ateliers pédagogiques.

Atlas en réalité virtuelle (2018) : le récit ludifié comme mode d'exploration

Après l'application sur table tactile, nous avons poursuivi le travail d'expérimentation sur la médiation des collections numériques cartographiques à partir, cette fois, d'un seul document — *La Cosmographie universelle* [27], réalisée par Guillaume Le Testu en 1556 — en

[27] Cet atlas, dédié à l'Amiral de Coligny, est conservé au Service historique de la Défense et consultable dans Gallica : http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8447838j

se demandant si on peut proposer au visiteur une autre expérience du document numérique, plus immersive, explorer l'atlas en réalité virtuelle et véritablement de voyager à l'intérieur des cartes. Cet atlas, chef d'œuvre de la Renaissance, comprend 56 cartes enluminées qui décrivent la totalité du monde connu de l'époque : l'Ancien et le Nouveau Monde, ainsi qu'un « Troisième » Monde, immense Terre australe dont on imaginait l'existence au sud du globe. C'est cette terre inconnue et fantasmée, illustrée par le cartographe de peuples et d'animaux fantastiques, que nous avons modélisé en réalité virtuelle. Outre les enjeux technologiques et de design, la problématique éditoriale fut de contextualiser et scénariser un parcours qui soit engageant, pour lequel on a convoqué une mécanique du jeu.

Le parti pris d'éditorialisation et de médiation fut de raconter une histoire et d'impliquer l'utilisateur dans le récit pour aller au-delà de la seule expérience visuelle et sonore proposée par la réalité virtuelle. Articuler l'expérience corporelle et la dimension ludique d'une aventure d'exploration par la mise en intrigue des figures de la *Cosmographie.* Le dispositif [28] prend la forme une expérience ludique sur le modèle du jeu vidéo, où l'utilisateur incarne Guillaume Le Testu et suit un parcours composé de quêtes dans le but d'explorer les terres australes à la recherche du sable d'or. Cette légende portugaise d'origin e malaise laissait croire à une « île d'or » que l'on disait baigner quelque part au sud de Sumatra, avec des plages en poudre d'or au lieu de sable. Elle se prête particulièrement bien à la scénarisation d'un parcours d'exploration que l'on veut à la fois immersif, divertissant et pédagogique.

En termes de médiation, l'objectif est de faire comprendre le contexte historique et politique de l'atlas, qui est celui des Grandes Découvertes et de la concurrence entre les puissances occidentales pour la conquête de nouveaux territoires. Pour cela, l'utilisateur lui-même se trouve en situation d'explorateur. Embarqué dans un bateau, il aborde une terre inconnue… Le dispositif choisi est le casque de réalité virtuelle HTC Vive [29]. Coiffé du

[28] « Troisième Monde », vidéo de présentation : https://www.youtube.com/watch?v=gyUMyXNga9k

[29] Le dispositif HTC Vive est constitué d'un casque immersif, d'une paire de manettes et de deux capteurs qui détectent les mouvements. Sa capacité de calcul importante offre un bon tracking et une gestion graphique très avancée.

casque et équipé de manettes, le joueur se déplace dans cet univers fantastique et interagit avec des figures issues de l'atlas pour accomplir les quêtes et découvrir le trésor…



Le scénario comprend trois séquences-clés. Dans la première, l'utilisateur a un point de vue omniscient sur la Terre ; sous la voûte étoilée, un mobile constitué des différents blasons figurant dans l'atlas symbolise la mainmise des grandes puissances occidentales sur le monde. À l'aide des manettes, le joueur doit reconstituer les cartes de la Terre australe à partir de l'atlas et ainsi visualiser son parcours ; il est projeté dans une des cartes, change d'échelle et se trouve embarqué sur une caravelle qui vogue en direction de terres inconnues. La deuxième séquence propose une phase d'exploration en deux temps : en mer, l'utilisateur se retrouve au cœur d'une bataille navale entre des navires espagnols et portugais ; un boulet de canon perdu le jette par-dessus bord ; plongé dans l'océan, il doit nager grâce aux manettes jusqu'à la Terre australe. Sur terre, commence la phase de jeu proprement dite où l'utilisateur rencontre des créatures fantastiques, des personnages extraordinaires et des peuples merveilleux issus des cartes. Il doit réaliser des épreuves en usant des manettes, suivre une quête en sept étapes et résoudre une énigme, jusqu'au sable d'or. La dernière séquence constitue un épilogue : alors qu'il imagine découvrir des pépites, le joueur trouve un grand livre vierge avec lequel il interagit ; se dessinent les contours de la couverture de la *Cosmographie*. Le joueur comprend que le vrai trésor était l'opportunité

d'être le premier à découvrir cette Terre australe, et de pouvoir la peindre et la raconter dans l'atlas qu'il tient dans les mains.

Un tel projet nous a permis d'expérimenter l'usage de la réalité virtuelle comme mode de valorisation et de médiation des collections. Il interroge les modalités de la médiation culturelle en contexte numérique. En cherchant à impliquer le visiteur dans l'histoire, le récit se pare ici d'un attrait nouveau : celui d'une aventure proposée au visiteur dans laquelle lui-même est acteur. Notre hypothèse, c'est que le récit, la mise en intrigue, peut faire le lien entre expérience et connaissance, et renouveler profondément la médiation culturelle, par un nouveau rapport aux collections numérisées, et par l'implication sensible de l'utilisateur (Laborderie, 2018).

Le récit en contexte numérique

Ces différents exemples interrogent la place du récit dans la médiation et plus largement en contexte numérique. Alors que le récit s'impose partout dans la société sous la forme moderne du *storytelling* (Salmon, 2007), la narration est devenue un élément central de la médiation culturelle. Raconter une histoire, c'est désormais une mission privilégiée par la valorisation patrimoniale dans les bibliothèques et les musées. Pour raconter cette histoire, les institutions culturelles expérimentent de nouvelles formes de mise en récit *in-situ*, à travers des pratiques de « *storytelling* culturel », mais également en ligne, à travers des expositions virtuelles comme celles de la BnF et des pratiques de narration transmédiatique. Pourquoi et comment le récit s'impose-t-il en médiation et plus largement en contexte numérique ? Quels sont les avantages de recourir à des formes narratives ? Comment le numérique s'approprie-t-il et transforme-t-il le processus de narration ?

Séquentialité, délinéarisation et spatialité du récit en contexte numérique

Le récit, on le sait, est une forme littéraire dont la structure est événementielle et séquentielle. La théorie littéraire (Genette, 1972) nous apprend que le récit s'inscrit dans un double niveau de séquentialité : celle de l'histoire (la succession des événements) et celle du récit (la manière dont ces événements sont narrés). La narration établit des relations et

réordonne les événements, instaurant des rapports de cause à effet qui créent du sens. Le récit donne ainsi du sens en s'inscrivant dans une temporalité et dans une logique de causalité. Pour Paul Ricœur, le récit « donne forme à ce qui est informe » (Ricœur, 1985). Aussi donne-t-il forme et cohérence à ce qui peut en sembler dépourvu, participant de l'entendement jusqu'à potentiellement crédibiliser le plus invraisemblable. Le récit permet d'adopter un ou plusieurs points de vue, une même histoire pouvant être racontée selon différents récits.

La séquentialité du récit trouve redoublée par une séquentialité propre au médium qui influe sur la mise en forme du récit et sur son appréhension par le public. Dans le livre, la narration va progresser au rythme des pages que l'on tourne et des chapitres qui se succèdent, laissant au lecteur le choix de son rythme de lecture, et la possibilité de reculer ou d'avancer dans le récit, voire de sauter des épisodes. Ce que ne permet par le cinéma, où la narration est prise dans un flux filmique où les plans s'enchaînent en continu : le spectateur est captif et ne contrôle par la progression de l'histoire. La peinture autorise quant à elle la simultanéité des séquences narratives, comme dans l'enluminure médiévale où tous les éléments du récit sont donnés sur un même plan : le récit est alors spatialisé et c'est au lecteur de reconstituer le fil de l'histoire en reliant du regard les séquences les unes aux autres.

Les séquences du récit peuvent s'ordonner de manière linéaire, c'est-à-dire les unes à la suite des autres, sans pour autant s'inscrire dans une temporalité chronologique des événements. L'écriture se trouve en effet délinéarisée lorsque la linéarité temporelle des événements est rompue par des figures de style bien connues comme l'analepse (flash-back), laquelle fut mise en œuvre dès l'origine par l'un des tous premiers récits occidentaux, l'*Odyssée*, où les aventures d'Ulysse sont délinéarisées par des enchâssements rétrospectifs. Éclater le récit dans le temps, en délinéariser les séquences l'intérieur même du texte : ceci vise à augmenter le suspense et l'impact émotionnel.

Plusieurs séquences narratives peuvent aussi s'offrir en même temps au choix du lecteur : on parle alors de récit à embranchements. Ici la délinéarisation permet des parcours personnalisés à travers le récit, où le lecteur intervient dans le déroulé de l'action et participe de l'avènement de l'histoire. Cette place faite au lecteur dans le récit renouvelle le contrat de lecture (Veron, 1985) en faisant le pari d'un engagement accru du lecteur : c'est le « livre dont

vous êtes le héros », qui ouvre la voie à l'interactivité du récit dans les médias informatisés (le webdocumentaire notamment), où le choix de l'utilisateur apparaît comme un premier niveau d'engagement. L'hypertexte a consacré ce principe de délinéarisation, non plus des événements ou des séquences narratives mais des éléments sémantiques, jusqu'à la base de données où il n'y a plus aucune linéarité : tous les éléments résultant d'une requête sont donnés simultanément.

Le récit peut ainsi jouer de la temporalité et de la spatialité dans l'agencement des séquences et selon le choix du médium. Le numérique redistribue ces modalités du récit, revisitant les relations entre linéaire et délinéarisation, continu et discontinu. Il peut à la fois jouer sur la séquentialité du récit et sur celle du médium, en délinéarisant les séquences narratives sur différents supports et médias.

Le numérique permet de pousser plus loin la logique de séquences délinéarisées en les spatialisant, non plus en 2D comme dans l'image ou la carte, mais en 3D, par la mise en espace des séquences narratives dans un parcours libre ou guidé offert au public. À la spatialisation *indoor* du récit dans des dispositifs d'exposition ou dans un casque de réalité virtuelle répond des narrations spatialisées (Paquet, 2016) *outdoor* où le territoire est envisagé comme interface et support de narration, accueillant des mises en récit numérique qui recourent notamment à des dispositifs de réalité augmentée. La narration est ici appréhendée comme mode de scénarisation afin de conduire le visiteur dans un espace mixte, physique et numérique, et de construire son parcours avec pour enjeu d'assurer la cohérence sémiotique et sémantique des éléments convoqués. Impliqué dans l'histoire, le visiteur se trouve alors en capacité de raconter son propre récit, celui qu'il a relinéarisé dans son parcours à travers les éléments narratifs spatialisés.

Potentialités de la narration transmédiatique

Cette multiplication des formes et des dispositifs techno-narratifs peut-elle converger dans une stratégie globale ? C'est la promesse de la narration transmédiatique. Henry Jenkins définit le *transmedia storytelling* comme « un processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de

divertissement coordonnée et unifiée » (Jenkins, 2006). La narration transmédiatique nous invite à mettre en place une structure narrative où l'histoire est racontée à travers plusieurs supports et médias, chacun apportant des contributions spécifiques. C'est « une façon de raconter des histoires en rajoutant des éléments narratifs sur diverses plateformes médiatiques pour créer un univers complet et augmenté » (Bourdaa, 2013).

La narration transmédiatique questionne le concepteur sur la manière de séquencer le récit et d'ajouter des éléments narratifs. Les briques narratives seront-elles des séquences d'un même récit disséminées à travers différents dispositifs médiatiques ? La narration serait donc délinéarisée par le médium et le public devra reconstituer le récit par une lecture transitive sur différents supports et plateformes. Ou bien chaque média proposera-t-il différents récits d'une même histoire qui pourrait, par exemple, être vue sous différents angles, dans des séquences autonomes mais néanmoins unifiées ? Pour répondre à ces questions, il importe de s'interroger sur la place du public et sur l'expérience qu'on veut lui proposer. S'agit-il de multiplier les expériences narratives propres à chaque média, en proposant une extension de la narration avec des développements distincts ? S'agit-il d'augmenter la narration en créant un univers complexe où tous les médias investis interagissent avec le public qui est incité à produire du contenu ?

Le récit est engageant et immersif par principe, mais l'interaction change de nature avec l'implication du public : il y a une possibilité d'action. L'utilisateur n'est plus seulement lecteur, auditeur ou spectateur, il devient un acteur de l'histoire en cours. Cette puissance d'agir est supposée être plus immersive et engageante intellectuellement et émotionnellement. Ainsi la narration transmédiatique postule-t-elle la participation accrue d'un public appréhendé comme mobile et connecté. Il serait néanmoins utile de pouvoir mesurer le degré d'engagement au-delà du cercle des fans. Le public est-il prêt à s'impliquer dans un univers narratif complexe ?

Pour de nombreux professionnels comme René Broca[30] « le transmédia de création a échoué » car ce « qu'on recherche avant tout, c'est une histoire qui commence, qui se

[30] René Broca a été le fondateur de Forum blanc, manifestation internationale consacrée au crossmédia et transmédia qu'il a organisé entre 2002 et 2010.

développe et qui se termine. La pluralité des points de vue peut être intéressante sur certains sujets, mais c'est plutôt rare. En général, le public préfère une histoire linéaire. Une autre illusion était qu'on pensait que les gens voulaient interagir. En fait, ce n'est pas le cas. Si les gens veulent interagir, ils se tournent vers les jeux vidéo. » (Broca, 2017). Alors même que le transmédia de création semble n'avoir pas trouvé son modèle économique (Hoguet, 2017), ces critiques pointent les attentes du public qui peut se trouver dérouté par la délinéarisation des histoires ou se lasser de devoir relinéariser lui-même en recourant à différents médias. L'écueil ne pas vient-il de la propension du transmédia à vouloir créer une « œuvre totale » (Aïm, 2013), rendue possible par la convergence technique et culturelle ?

La multiplication des supports (Internet des objets) et le développement de nouvelles interfaces corporelles multisensorielles laissent néanmoins présager l'avènement de nouvelles formes de narration transmédiatique. Aussi importe-t-il de toujours se demander quelle est la valeur ajoutée pour le public. Car la question de l'engagement est centrale ; dans un régime de concurrence attentionnelle, multiplier les médias, c'est multiplier le risque de dispersion et d'abandon. Dans notre monde informationnel où l'attention est une ressource rare et convoitée, la ludification présente un des moyens les plus forts pour créer l'engagement et maintenir l'attention. En ce sens, une perspective possible serait d'appliquer les principes de la mécanique de jeu. En empruntant au jeu vidéo son *gameplay,* la narration transmédiatique peut être appréhendée comme un moyen de proposer au public un récit unifié par la ludification.

Quelle stratégie pour les institutions culturelles ?

Si les industries culturelles s'interrogent sur l'avenir du transmédia de création, les institutions culturelles se sont emparées des potentialités d'écriture et de narration transmédiatiques dans une perspective de valorisation culturelle et patrimoniale. À défaut de mettre en place une stratégie véritablement transmédia qui peut sembler inaccessible faute de moyens, l'approche transmédiatique vise à proposer des éléments narratifs distincts mais liés entre eux sur les différents terminaux et plateformes.

Le transmédia suppose un contenu différencié sur chaque média, pouvant être lu indépendamment des autres. Les contenus disponibles interviennent en complément les uns des autres, en tenant compte des règles d'énonciation propres à chacun des médias, ce qui par conséquent modifie sensiblement l'énoncé. Rappelons que la transposition d'un contenu préexistant sur un site Internet ou sur les réseaux sociaux est une pratique spécifique désignée sous le terme de « crossmedia ». Celle-ci s'inscrit dans un projet de communication qui articule différents médias en optimisant leurs spécificités et en ajustant leur complémentarité : c'est le même contenu décliné sur différents supports. Olivier Aïm souligne que le crossmédia permet d'envisager les médias dans une logique de cumul, et non de fusion comme le transmédia (Aïm, 2013). Ces deux approches, transmédia ou crossmédia, sondent la frontière entre médiation et marketing culturels. S'inscrit-on dans une logique de valorisation patrimoniale, de médiation culturelle ou de communication événementielle ?

À la BnF, la stratégie transmédiatique en matière de médiation numérique s'inscrit dans une logique à mi-chemin entre le crossmédia et le transmédia, avec la production, non pas d'un récit unifié, mais de contenus sous une forme narrative (ou documentaire) adaptés aux différents médias sur lesquels ils se déploient. Ce sont autant de facettes d'une même offre culturelle, qui peut articuler en ligne et *in-situ*, et que le site Web, celui de l'exposition virtuelle en l'occurrence, coordonne et unifie, dans la logique de Jenkins.

Il s'agit d'investir différentes plateformes et médias, non seulement en relayant l'information ou en déclinant les contenus de l'exposition, mais véritablement en produisant des contenus spécifiques pour les médias visés dans la perspective de construire une offre de médiation multiplateforme. Une offre unifiée sur le site Web de l'exposition virtuelle, mais disséminée sur les différentes plateformes et réseaux, en cherchant à investir chacun des médias sous un angle spécifique, en proposant le cas échéant une série. Ainsi par exemple, des « anecdotes littéraires » du portail Web des Essentiels de la littérature dont nous avons parlé, format spécifiquement calibré pour les réseaux sociaux, décliné sur YouTube, Facebook, et Instagram dans une approche de médiation culturelle et de valorisation patrimoniale, qui assure néanmoins la promotion du site et de l'institution.

La BnF fait de tels choix en considérant que les réseaux sociaux changent la donne : ils sont désormais des lieux de consommation culturelle à part entière et autonomes, cherchant souvent à enfermer l'utilisateur dans leur propre écosystème. Les Éditions multimédias cherchent à conquérir de nouveaux publics en investissant Youtube, Facebook ou Instagram, ce qui a un impact sur la production de contenus. Ceux-ci ne sont pas des extraits issus d'autres réalisations mais spécifiquement pensés en fonction du réseau social auquel ils sont destinés avec pour enjeu leur dissémination, appropriation, republication, etc. L'approche transmédia/crossmédia peut être alors comprise dans une stratégie globale de valorisation, de médiation et de communication, où chaque plateforme prescrit son propre format, avec pour objectif d'aller chercher les publics et de les ramener vers l'offre culturelle.

Les Éditions multimédias de la BnF ont engagé une réflexion sur les formats et l'approche éditoriale en recourant à ces nouvelles formes de narration, au croisement du récit, de la narration audiovisuelle et du Web. Son offre culturelle en ligne change en même temps que changent les formes de valorisation et de médiation, dans une logique de convergence médiatique et de mise en récit du discours et des œuvres, pour valoriser l'expérience et l'immersion. C'est le rapport à la collection qui se trouve ainsi revisité et réinterrogé par le numérique.

Références bibliographiques

Aïm, O. (2013). « Le transmédia comme remédiation de la théorie du récit », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, mis en ligne le 15 mai 2015, consulté le 30 juillet 2019. URL : http://journals.openedition.org/terminal/558

Bideran, J. de (2017). « De la numérisation du patrimoine à sa valorisation ». In *Valorisation numérique des patrimoines*. Bordeaux, Sites et Cités remarquables de France.

Bourdaa, M. (2013). « Le transmedia storytelling », *Terminal* [En ligne], 112 | 2013, mis en ligne le 15 mai 2015. URL : http://journals.openedition.org/terminal/447

Bolter, J. D., et Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, MIT Press.

Broca, R. (2017). « Le transmédia de création a échoué », propos recueilli par Alexandre Pierrin. [En ligne] *Le blog documentaire*, 23 février 2017. URL : http://leblogdocumentaire.fr/rene-broca-met-pieds-plat-transmedia-de-creation-a-echoue/

Caillet, E., et Lehalle, E. (1995). *À l'approche du musée, la médiation culturelle*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon.

Chaumier, S. et Mairesse F. (2013). *La médiation culturelle*. Paris, Armand Colin.

Davallon, J. (1999). L'exposition à l'œuvre : stratégies de communication et médiation symbolique. Paris, L'Harmattan.

Dujol, L., et Mercier, S. (2017). *La médiation numérique des savoirs. Des enjeux aux dispositifs*. Montréal, Éditions Asted. Consultable en ligne : http://mediation-numerique-des-savoirs.org/

Genette, G. (1972). « Discours du récit », in *Figures III*. Paris, Éditions du Seuil.

Hoguet, B. (2017). « Mort annoncée du transmédia » [En ligne] *Nouvelles narrations*, mis en ligne le 28 février 2017. URL : http://www.benhoguet.com/mort-annoncee-transmedia/

Jenkins, H. [2006] (2013). *La Culture de la convergence : des médias au transmédia*. Paris, Armand Colin.

Laborderie, A. (2020). « Les expositions virtuelles de la BnF de 1998 à 2020. Retour sur vingt ans de pratiques de médiation en ligne », Culture & Musées [En ligne], 35 | 2020, mis en ligne le 01 juin 2020. URL : http://journals.openedition.org/culturemusees/5187

Manovich, L. (2010). *Le langage des nouveaux médias*. Dijon, Les Presses du réel.

Paquet, N. (2016). « La mise en récit numérique du territoire », *Arts numériques, narration et mobilité*. Aix-en-Provence, Presses Universitaires de Provence.

Ricœur, P. (1985). *Temps et récit III. Le temps raconté*, Paris, Seuil.

Salmon, C. (2007). *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris, La Découverte.

Sinatra, M. E., et Vitali-Rosati, M. (2014). *Pratiques de l'édition numérique*. Montréal, Presses de l'Université.

Veron, E., (1985). « L'analyse du contrat de lecture », *Les médias : expériences et recherches actuelles*. Paris, IREP.

Vitali-Rosati, M. (2016). « Qu'est-ce que l'éditorialisation ? », Sens Public, publié le 18 mars 2016. En ligne : https://www.sens-public.org/article1184.html

Wagneur, J.-D. (2019). « Verlaine et Murger, autour d'un buste », in *Rimbaud, Verlaine et zut*. Paris, Classiques Garnier.