

Le récit numérique, un nouveau support

Alicia Tissera, Eleonora Sansberro

Universidad Nacional de Salta
Salta, Argentina
alitissera@hotmail.com
giladeleonora@gmail.com

Résumé : Les pratiques littéraires, telles que le récit, se modifient grâce aux nouvelles technologies qui ont entraîné une diversité de relations sociales interculturelles qui se développent rapidement en modifiant leurs caractéristiques. Internet ouvre une porte vers des scénarios réels et virtuels les plus divers. Ce nouveau contexte nous permet d'analyser la forme actuelle de production, de diffusion et de stockage du récit numérique, un outil multiculturel et interculturel. Il s'agit d'une ressource importante mise à la disposition des enseignants. Il permet aux étudiants d'interagir, de consulter, d'échanger, de transmettre, de se rapprocher de différentes cultures. Il continue à jouer le rôle d'intermédiaire entre les différentes cultures et la perception individuelle que chacun a du monde. C'est un outil de référence accessible, qui permet de comprendre le monde, de développer des habiletés linguistiques générales et d'apprendre la langue étrangère de manière plus attrayante en permettant à l'apprenant d'utiliser toute sa créativité. Face à la multiplication des outils numériques, on peut trouver sur le web plusieurs formes de récit : infographie, vidéographie, webdoc, POM (Petite Œuvre Multimédia), vidéo dessinée, entre autres. Il s'agit de différents formats qui permettent de raconter des histoires sur de nouvelles pratiques.

Mots clé :

*récit, ressources,
pratiques, vidéo
dessinée, outil multi/
interculturel*

Ce travail vise à analyser les caractéristiques du récit numérique dans le cadre socioculturel actuel et son rôle d'intermédiaire entre les différentes cultures et la perception individuelle que chacun a du monde. En plus, elle vise à montrer comment il est ouvert à de nouvelles influences conforme aux conceptions des médias qui déterminent l'organisation du message où la réalité, la fiction et le virtuel se combinent donnant lieu à ces formes nouvelles qui servent de base à des nouveaux genres discursifs.

Les ressources numériques en ligne sont des documents authentiques, ceux que Galisson (1983) appelle des matériaux sociaux, qui n'ont pas été fabriqués à des fins pédagogiques et dont les destinataires sont les usagers de la langue. Ils nous offrent une grande variété d'informations et de diverses situations concrètes en langue étrangère ce qui va permettre en même temps de réaliser de différentes exploitations pédagogiques.

Les moyens de communication parlent du monde dans lequel nous vivons. Ils transmettent nos coutumes, nos inquiétudes, nos conflits. Un article de journal ou un programme de télévision peuvent donner beaucoup de pistes sur ce qui se passe et comment la société agit à un moment donné. Aujourd'hui, on peut accéder librement à la radio, aux journaux et au cinéma sur internet.

La narration, définie comme un récit ou un exposé d'épisodes ou d'événements, réels ou fictionnels, est l'un des principaux moyens de partager des informations et des expériences. On trouve la narration dans les livres, les films, les conversations, on l'utilise pour raconter de petites histoires, elle fait partie de la vie quotidienne des gens.

Ce qui caractérise le texte narratif est la présence d'un ou des personnage(s) qui réalise(nt) des actions dans le temps et dans l'espace. Sa structure s'articule autour de cinq étapes : la situation initiale, l'élément perturbateur, les péripéties, l'élément de résolution et la situation finale.

Il y a quelques années, une série d'objets numériques, qui mêlent récit et interactivité, ont apparu sur le web : des jeux vidéo, des films interactifs, des web documentaires, des hypertextes, des storytellings entre autres. C'est à partir de là qu'on commence à parler de nouvelles formes de narration.

La nature de la narration a évolué avec les nouvelles technologies, elle doit s'adapter à tous les anciens et nouveaux médias, même si l'histoire reste la même. Dans la narration traditionnelle, le lecteur est borné à suivre un seul chemin étant donné qu'il s'agit d'une narration linéaire, sans prendre en compte combien de fois on a lu le récit. Tandis que les nouvelles formes de récit ouvrent plusieurs voies à prendre et qui sont ouvertes aux choix des internautes.

Alors, le récit numérique est l'ensemble de procédés narratifs par voie numérique. Il s'agit d'une forme de narration qui permet à l'utilisateur de choisir, de changer, d'influencer les événements, les faits présentés par l'auteur qui a un double rôle, d'abord celui d'écrivain et ensuite, celui de rendre son œuvre interactive. C'est l'interactivité qui modifie la nature de la lecture et qui double son activité cognitive traditionnelle -de percevoir, interpréter et comprendre- d'une autre activité qui demande des choix. On considère que la lecture d'une œuvre interactive est «active», mais cela ne signifie pas que le lecteur traditionnel doit être passif, sinon simplement que la lecture interactive requiert une activité supplémentaire, non similaire à l'action de tourner les pages. Jean-Louis Weissberg (1999) considère que ces deux dimensions de la lecture sont simultanées et inséparables et pour lui, le lecteur traditionnel devient un «lecteur», puisqu'il s'intéresse par l'histoire et s'engage à y participer.

La narration interactive associe la narration traditionnelle avec l'art visuel et l'interactivité ce qui permet de recevoir et de comprendre l'information de différents points de vue et de différentes perspectives. C'est la perspective qui est la base de la narration, elle ne peut pas exister sans un point de vue quelconque.

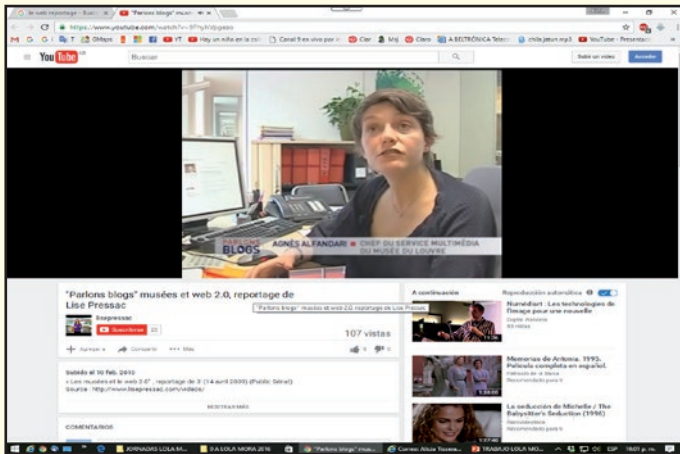
Les nouvelles technologies ont eu un impact significatif sur la perspective, c'est-à-dire sur le point de vue du lecteur. Nous sommes tous auteurs et lecteurs dans ce labyrinthe qu'est aujourd'hui la communication et ses inte-

rations. Ces nouvelles formes de narration nous amènent à laisser un peu de côté les formes classiques qui étaient fermées, linéaires et fixes. C'est la société qui change et, avec elle, les genres discursifs s'actualisent ou se créent de nouvelles formes du discours.

La production journalistique a dû s'adapter aux nouvelles pratiques et aux possibilités offertes par les technologies. Tandis que la fiction s'adapte mieux encore pour offrir aux internautes des expériences ludiques et interactives qui dépassent les frontières entre réalité et fiction, le récit numérique prend de multiples formes selon le canal utilisé et selon les techniques employées.

On a sélectionné quelques exemples de ce type de vidéos à différents noms :

1) **Le web reportage**, issu des techniques classiques du secteur audiovisuel, privilégie le mode de narration linéaire, ainsi que d'autres formats hybrides qui mixent les savoir-faire de la photo et de l'audiovisuel tout en utilisant les outils web. À un reportage vidéo principal s'ajoute une série de liens qui permettent d'enrichir l'information avec des vidéos, textes, photos ou sons complémentaires. Il est plus court que le web documentaire. Il ne s'agit ni d'un film d'entreprise pour la promotion de service ou d'une marque, ni d'une fiction web. Le web reportage présente une actualité, valorise une action ou reflète un événement.



«Parlons blogs» musées et web 2.0, reportage de Lise Pressac (3'22)

<https://www.youtube.com/watch?v=9FhyhVpgezo>

Un web reportage se présente sous forme d'une interview diffusée exclusivement sur internet d'une durée moyenne de 3' à 10' et réalisée par des particuliers, des associations, des collectivités, des institutions ou des entreprises pour présenter un métier, un événement, une activité, une action de mécénat...

2) **Le webdoc**, le mode narratif le plus prestigieux, non linéaire, qui permet au lecteur d'objectiver, de structurer, de hiérarchiser l'information au moyen d'un fil conducteur qui est le récit interactif.

Versailles, l'autre visite
[http://www.tv5monde.com/
cms/chaine-francophone/
cultures/Articles/p-24969-Ver-
sailles-l-autre-visite-le-web-
documentaire.htm](http://www.tv5monde.com/cms/chaine-francophone/cultures/Articles/p-24969-Versailles-l-autre-visite-le-web-documentaire.htm)



TV5 Monde et le Château de Versailles ont lancé en 2013 un web-documentaire autour des objets, métiers et espaces oubliés et méconnus du château. «Versailles, l'autre visite» est un web documentaire multimédia interactif qui propose un parcours inédit du Château, de ses coutumes et de ses hôtes, en présentant de petits objets qui évoquent la grande Histoire. C'est un projet transmédia qui permet à l'internaute de jouer un rôle actif : il est invité à découvrir le Château de Versailles d'une autre manière, c'est une autre manière de présenter l'histoire. C'est vraiment un voyage dans l'histoire, préparé par des conservateurs, jardiniers, fontainiers, chercheurs, horlogers du Château en partenariat avec les équipes et les moyens de TV5 Monde.

3) Le **diaporama sonore** désigne un film court (moins de 5') qui mixe un photoreportage et un reportage radiophonique (voix et sons d'ambiance). Lorsque le diaporama sonore intègre des séquences en vidéo, on parle plus volontiers de Petite œuvre multimédia (POM). C'est un format qui combine la force d'expression du son et celle de la photographie, pour un traitement à la fois informatif et artistique. Le photoreportage exprime un regard singulier sur une réalité. L'œil du photographe est hyper sensible, intense, personnel. En liant étroitement la narration visuelle à la narration sonore, le montage confère au reportage un relief unique.



Notre Dame de Paris vue du ciel (4'18)
<https://vimeo.com/54140747>

A l'occasion du 850e anniversaire de Notre-Dame de Paris, le photographe Stéphane Compoint a réalisé des images en hauteur de la célèbre cathédrale, au moyen d'un ballon captif, en intérieur comme en extérieur. Ce diaporama sonore vous permet de découvrir les coulisses de ces prises de vues exceptionnelles.

4) La **POM**, acronyme de Petite Œuvre Multimédia, appelée parfois **Petit Objet Multimédia**, est une réalisation vidéo moderne et communicative de format court (1 à 4'), élaborée par des créateurs, des monteurs, des concepteurs sonores et des graphistes. Elle redéfinit les codes du photojournalisme. La **POM** peut aussi développer une problématique ou apporter un éclairage complémentaire à une information d'actualité. Elle peut appartenir au genre de la fiction, du documentaire ou du reportage. L'élément central d'une POM est la narration qui va donner le ton à l'œuvre.



POM, Petit Objet Multimédia (1'47)
<http://compom.fr/>

POM, Petit Objet Multimédia. Un spot pour valoriser votre activité, vos savoir-faire, vos produits, vos événements. Le POM simplifie votre COM. Partout, tout le temps. À chacun sa COM et pour tous, un POM.

5) La **vidéographie**, proche de la **POM**, est également un **média linéaire d'information** associant un montage de textes, images, photos, vidéos et modélisations 3D, avec commentaire audio et script séparé, pour une compréhension approfondie des informations les plus complexes. Elle explique, situe et illustre l'information la plus complexe par des mises en perspectives documentaires, cartographiques et statistiques pour une compréhension approfondie de toute l'actualité. Les vidéographies sont diffusées au format vidéo et compatible avec tous les supports (web, mobile, tablette, broadcast...).

AFP-Vidéographie - La géolocalisation (1'53)
<https://www.youtube.com/watch?v=z5eFPxefDOI>



Cette vidéographie explique les bases de la géolocalisation. AFP FRANCE, Paris : La géolocalisation en temps réel a spectaculairement investi notre vie quotidienne.

6) Le **storytelling** désigne une pratique utilisée en communication et elle est fondée sur une structure narrative du discours qui est semblable à celle des contes, des récits. C'est vraiment l'art de raconter des histoires pour attirer l'attention du lecteur. Il s'agit de l'application de procédés narratifs dans la technique de communication pour renforcer l'adhésion du public. En français, on le trouve traduit par *communication narrative*. C'est pratiquement une méthode utilisée dans les domaines de la stratégie du marketing et de la communication. Le storytelling fait appel à l'émotionnel et non au rationnel auquel on est habitués avec les différents types de publicité.

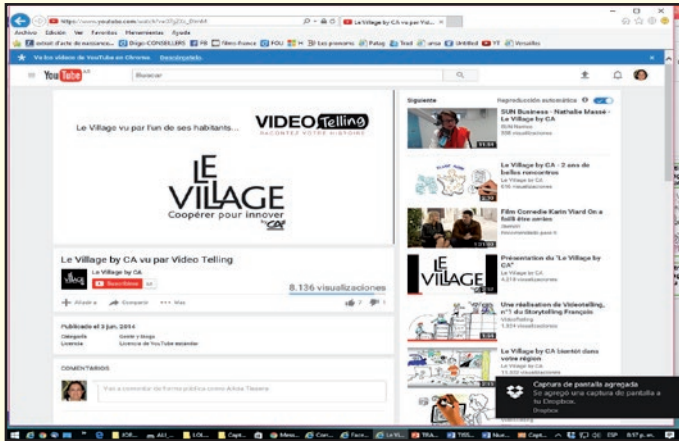
Besoin d'une traduction ? (1'46)
https://www.youtube.com/watch?v=wHRvt_uXAw



Si vous avez besoin d'une traduction professionnelle ou d'un devis, regardez cette vidéo explicative, qui va peut-être répondre vos attentes.

7) La **vidéo dessinée** combine une narration et une voix enregistrée à du contenu animé : textes et images animés, sons, vidéos. Il s'agit d'une vidéo courte qui vise à raconter une histoire à des fins d'instruire, de per-

suaider, d'inciter à l'action. Les images sont dessinées soit par un dessinateur « réel » soit par un dessinateur « virtuel ». C'est presque le même format que le storytelling, on a trouvé également d'autres dénominations : *vidéo explicative dessinée, animation sur tableau blanc, vidéotelling.*



Le village vu par l'un de ses habitants (2'12)

https://www.youtube.com/watch?v=07gZXc_DimM

Le Village by CA est né au cœur du quartier d'affaires de Paris. C'est un endroit où découverte, échange, partage et épanouissement ont servi de ferment à une graine de créativité, devenue aujourd'hui la pépinière prospère de nombreux projets innovants.

Le Village by CA est une place dédiée à l'innovation sous toutes ses formes, où les rêves que l'on fait peuvent se réaliser...

«*Le village vu par un de ses habitants* », qui a vu le jour à Paris en juin 2014, à l'initiative du Crédit Agricole, c'est une vidéo d'un peu plus de 2mn qui décrit cet espace où foisonnent de multiples talents qui se partagent une centaine de créateurs dans un esprit d'échange et de coopération. Elle a été créée par des artistes : concepteur, réalisateur, illustrateur, acteur, musicien ...



Cet endroit hébergera des habitants réunis par un point commun : l'innovation. Le Village sera conçu comme un lieu de partage et

de création organisé autour de quatre grandes missions : 1) favoriser les nouveaux projets et talents ; 2) accompagner les jeunes entreprises ; 3) promouvoir, accélérer et diffuser l'innovation ; 4) contribuer au développement économique. Le Village offrira à ses habitants différentes possibilités d'installations : bureaux fermés, bureaux ouverts, espaces partagés.

Au cœur de cet ensemble, la place du Village sera un lieu de rencontre et d'échanges pour les villageois et les visiteurs, pouvant être aménagé à volonté, pour organiser des expositions, des événements business ou des forums.

Tous ces supports numériques tendent à faire évoluer la façon de raconter des histoires en établissant des liens entre la technologie -avec ses supports d'écriture- et la culture permettant un apprentissage collaboratif et engagé.

Comment utiliser la vidéo dessinée «*Le village vu par un de ses habitants* » en classe ? Par exemple, pour un public grands adolescents/adultes, niveau A2-2 du CECRL, on peut proposer, en tant qu'objectifs généraux, de changer d'espace de travail, c'est-à-dire d'aller plus loin que le manuel traditionnel et, en plus, connaître de différents formats pour raconter des histoires. Cette vidéo permet de reconnaître des mots liés au vocabulaire du village, du quartier et des métiers. On peut développer la production écrite et stimuler l'interaction orale. Pour la grammaire, l'emploi du passé, révision de l'imparfait, présentation du passé simple. Et, comme objectifs socioculturels, la découverte d'un espace différent.

Le professeur peut proposer aux étudiants de voir la vidéo dessinée sans le son et de faire des hypothèses sur ce qu'ils voient en justifiant leurs réponses. On pourrait encourager les élèves en leur posant des questions telles que : Qu'est-ce que vous voyez ? À votre avis qu'est-ce que cette vidéo présente ? Où est situé « Le village » ? Dans quelle ville, dans quel quartier ? Que font les personnages ? Qui raconte l'histoire ?

Ensuite, les élèves visionnent une deuxième fois la vidéo maintenant avec le son. On leur demande de retrouver les divers métiers nommés et d'ajouter toutes les autres professions et métiers aussi dessinés. Le professeur pourra écrire la liste sur le tableau.

Une autre activité et maintenant avec la transcription de la vidéo dessinée distribuée aux étudiants. Après la lecture, on propose aux élèves de travailler avec les champs lexicaux liés aux mots « village », « métiers » et « quartier », en écrivant tous les mots trouvés au tableau, puis ils pourront rédiger des phrases en employant ces mots.

Pour travailler les verbes : les élèves classeront les verbes connus en trois colonnes pour distinguer ceux qui sont à l'infinitif, à l'imparfait et au passé simple. Si les étudiants ne connaissent pas encore le Passé Simple, l'enseignant pourra l'expliquer.

Finalement à la manière de l'habitant du Village, chaque élève pourra imaginer et raconter, à l'écrit ou à l'oral, une petite histoire sur un village connu en employant le lexique appris.

Dans une deuxième étape, l'enseignant pourra demander aux élèves de visionner chez eux une autre vidéo dessinée pour la travailler la classe suivante : « *BlablaCar en vidéo animé* » (1'17). Pour faciliter la vie de ses intérimaires, Manpower établit un partenariat avec Blabla Car pour leurs trajets de missions. Une idée plutôt lumineuse, qui aide tout le monde et participe à la lutte contre la pollution de notre planète.

<https://www.youtube.com/watch?v=BqjihD7Qa4U>

Conclusion

Dans la narration traditionnelle, le lecteur est borné à suivre un seul chemin étant donné qu'il s'agit d'une narration linéaire, sans prendre en compte combien de fois on a lu le récit. Tandis que les nouvelles formes de récit ouvrent plusieurs voies à prendre et qui sont ouvertes aux choix des internautes.

Les formes de la narration ont évolué avec les TIC et elles doivent s'adapter aux besoins de la communauté. Les médias numériques encouragent l'utilisateur à être créatif et à s'engager activement dans le récit. Alors, la façon de raconter ces histoires quotidiennes est à travers les médias et la structure et le processus narratif changent selon les médias utilisés.

Le récit numérique interactif, multiculturel et interculturel permet de restructurer la narration, non en remplaçant le roman ou le film, mais en essayant de raconter les histoires à l'intérieur d'un autre cadre. Internet ouvre une porte vers des scénarios réels et virtuels les plus divers. On a la possibilité d'interagir, de consulter, d'échanger, de transmettre et de nous rapprocher de différentes cultures.

La numérisation des médias a permis à la société d'être hyper-connectée et plongée dans le monde de l'information et actualisée minute à minute, ce qui fait que les narrations deviennent un outil nécessaire pour donner un sens aux nouvelles créations grâce aux avantages des nouvelles technologies.

Pour finaliser, l'emploi de ces nouvelles formes narratives du numérique, à différents noms, va permettre d'exploiter -en classes de langues étrangères- des histoires tout à fait originales et attirantes en développant les compétences culturelles et linguistiques des apprenants.

Références bibliographiques

Galisson, R. (1983) Des mots pour communiquer : éléments de lexicométhodologie. CLE international : Paris

Weissberg, J.-L. (1999) Présences à distance, Déplacement virtuel et réseaux numériques, Éditions L'harmattan, Paris

Sitographie

Parlons blogs, musées et web 2.0, reportage de Lise Pressac

<http://www.lisepressac.com/videos/>

<https://www.youtube.com/watch?v=9FhyhVpgezo>

Versailles, l'autre visite

<http://www.tv5monde.com/cms/chaine-francophone/cultures/Articles/p-24969-Versailles-l-autre-visite-le-web-documentaire.htm>

Notre Dame de Paris vue du ciel

<https://vimeo.com/54140747>

Petite Œuvre Multimédia - Biennale du Design 2015, Les Sens du Beau

<https://www.youtube.com/watch?v=qj-BaWzPeAw>

AFP-Vidéographie - La géolocalisation – 11 février 2011

<https://www.youtube.com/watch?v=z5eFPxefDOI>

Besoin d'une traduction ?

https://www.youtube.com/watch?v=wHRvt_uXAw

Le village vu par un de ses habitants

https://www.youtube.com/watch?v=07gZXc_DlmM

BlablaCar en vidéo animé

<https://www.youtube.com/watch?v=BqjihD7Qa4U>

Annexe : Transcription des vidéos

«Le village vu par un de ses habitants ...»

Il était une fois un Village pas comme les autres... Ses fondateurs avaient décidé un beau jour de planter une petite graine de génie, en plein cœur du quartier d'affaires de Paris...

On y parlait un langage simple tournant autour de quelques mots magiques : découvrir, échanger, partager, s'épanouir.

L'idée germa si bien qu'il en naquit un Village hébergeant une pépinière, où chaque habitant pouvait faire croître et prospérer son projet. De jeunes pousses grandirent ainsi de tous côtés, telle celle qui vous raconte en ce moment cette histoire...dans un style apprécié des petits comme des grands, pour répandre des messages dans les lointaines contrées...

Aménagé avec soin et modernité par des alliés bienveillants, le Village accueille rapidement une multitude d'habitants et voyageurs, tous heureux de pouvoir coopérer et échanger sur leurs créations dans un espace chaleureux.

Chaque jour, la place couverte du Village s'animait... On y exposait des trouvailles de génie ou on s'y échangeait des recettes. On pouvait aussi venir y chercher de nouvelles alliances ou acheter de nouvelles semences. Chacun venait ainsi y chercher un bienfait et puiser dans une farandole d'idées ingénieuses. Ainsi, tout était fait pour que les villageois disposent d'un petit nid à eux avec à portée de main tous les outils propices à l'expression de leur créativité. C'est dans cette atmosphère riche et animée que nos villageois vécurent heureux et eurent beaucoup...de rêves réalisés !

Vous pensez qu'il ne s'agit que d'un joli conte de fée ?

Venez donc voir un peu par ici... Rue la Boétie, en plein cœur de Paris, niche un village qui se tient prêt à vous recevoir...

Que vous soyez artisan, créateur, argentier ou découvreur de talents, venez-vous aussi bénéficier du dynamisme du village !



<https://www.youtube.com/watch?v=07gZXc-DlmM>

BlablaCar en vidéo animé. BlablaCar : Le covoiturage simplifie vos trajets

Jacques, Carole et Felix, sont intérimaires Manpower. Ils reçoivent leur fiche « Partir en Mission » sur leur smartphone. Lundi, leur mission démarre à 15 km de chez eux. Jacques a une voiture, pratique, mais peu économique... Carole utilise le co-voiturage pour ses week-ends, mais pas en semaine... ! Félix, lui, est soucieux de l'environnement, alors seul en voiture, c'est non ! Heureusement, Manpower facilite l'accès au co-voiturage. Nadège, de l'agence Manpower... leur explique que depuis la «fiche partir en mission », ils peuvent accéder au service BlaBlacar et que leurs informations de trajet seront renseignées automatiquement. Ils utiliseront le service selon les conditions du site Blablacar. Jacques propose 3 places sur BlaBlacar et Carole et Félix s'inscrivent comme passagers ! Notre objectif est de faciliter la mise en relation de nos intérimaires entre eux avant le 1er jour de Mission. En s'inscrivant à chaque mission, c'est gagnant gagnant pour nos intérimaires. Voyager à plusieurs c'est économique, sympa et c'est un geste pour la planète !

<https://www.youtube.com/watch?v=BqjihD7Qa4U>

