



**HAL**  
open science

# Quand les experts du patrimoine s'emparent du transmédia storytelling : l'exemple de Montaigne Superstar, une stratégie inachevée

Jessica de Bideran, Mélanie Bourdaa

## ► To cite this version:

Jessica de Bideran, Mélanie Bourdaa. Quand les experts du patrimoine s'emparent du transmédia storytelling : l'exemple de Montaigne Superstar, une stratégie inachevée. *Communication & Organisation*, 2017, Les nouvelles cultures de l'information dans les organisations, 51, pp.43-54. hal-01855828

**HAL Id: hal-01855828**

**<https://hal.science/hal-01855828v1>**

Submitted on 8 Aug 2018

**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.

2017 : Quand les experts du patrimoine s’emparent du transmédia storytelling, Montaigne Superstar, une stratégie inachevée, *Communication & Organisation* (51), en collaboration avec Mélanie Bourdaa,

<http://journals.openedition.org/communicationorganisation/5510>

## **Quand les experts du patrimoine s’emparent du transmédia storytelling.**

### **L’exemple de Montaigne Superstar, une stratégie inachevée**

Jessica de Bideran, Mélanie Bourdaa

#### Résumé :

Ce texte nous donne l’occasion de suivre l’intégration des cultures numériques au sein d’une organisation où la gestion de l’information, notamment documentaire, est essentielle, la bibliothèque. Mis en place avant tout dans un objectif structurant pour l’équipe de bibliothécaires, le projet étudié permet de réfléchir à l’évolution récente de la mise en récit du patrimoine écrit. Mais comment ce processus à la fois technique et communicationnel réorganise les fonctions et missions des bibliothécaires ? Cette communication souhaite apporter des éléments de réponse en évaluant plus particulièrement l’impact de ces nouvelles cultures informationnelles et pratiques médiatiques sur les métiers et compétences des professionnels traditionnellement en charge du patrimoine écrit, de sa sauvegarde, de son étude et de sa diffusion.

#### Mots-clés :

Bibliothèque, patrimoine écrit, transmédia storytelling, translittératie, narration.

Raconter une histoire, telle est la mission assignée depuis plusieurs années maintenant à la valorisation patrimoniale. Pour cela, institutions et acteurs culturels expérimentent de nouvelles formes de mise en récit du patrimoine en exploitant notamment sites web et dispositifs de médiation *in situ*. Si les musées ou les monuments historiques peuvent désormais s'appuyer sur plusieurs années d'expérimentations (Bideran, 2014), plus récentes sont les expériences menées par les structures conservant du patrimoine documentaire. Or, face à la double injonction, à l'innovation et à la communication (Tardy et Renaud, 2016), faite par les pouvoirs publics à ces diverses organisations gardiennes de notre mémoire, la bibliothèque se doit désormais de développer ses services en faisant circuler savoirs et connaissances sur les réseaux numériques. Mais loin des compétences documentaires propres à ce secteur d'activité, ces stratégies de partage génèrent des enjeux organisationnels et communicationnels qu'ils convient d'analyser.

Perçus comme générateur de transformations, les médias numériques apparaissent en effet comme des moyens de renouvellement des discours et des publics selon les principes de la culture numérique véhiculée par les industries culturelles et « basée sur une circulation créative continue d'information et de savoirs. » (Devauchelle et al., 2009). S'appuyant sur de véritables compétences professionnelles, cette culture numérique éprouve parallèlement « des configurations établies, met en mouvements et de fait en tension, des pratiques ordinaires, des rituels et des habitudes » (Tardy et Renaud, 2015) au sein des organisations culturelles qui deviennent dès lors des lieux de confrontation des cultures informationnelles<sup>1</sup> ; celle, d'un côté, d'une culture experte nécessitant des outils et compétences techniques pour mémoriser, archiver et catégoriser l'information patrimoniale ; et celle, de l'autre côté, d'une culture populaire exploitant des dispositifs médiatiques pour faire circuler les connaissances patrimoniales. Comment dès lors ces projets modifient-ils les qualifications professionnelles des experts du patrimoine ? En quoi cette culture numérique bouscule les pratiques de ces professionnels habitués à gérer, évaluer et diffuser l'information patrimoniale ? Quelle restructuration des discours et des équipes observe-t-on ?

L'étude d'un projet particulier élaboré par le service des fonds anciens et patrimoniaux de la bibliothèque municipale de Bordeaux, nous permet de répondre en partie à ces questions. À partir de l'examen précis de la manifestation *Montaigne Superstar* nous forgeons en effet l'hypothèse que les experts du patrimoine écrit, dont les compétences sont avant tout documentaires, intègrent peu à peu de nouvelles pratiques médiatiques qui transforment par conséquent leurs compétences informationnelles et plus particulièrement éditoriales. Cette intégration reste toutefois inachevée comme le prouvent les errements communicationnels observés dus selon nous à une assimilation plus instinctive que réellement réfléchie des codes de production et de dissémination des contenus via les médias numériques.

---

<sup>1</sup> Nous entendons ici la culture informationnelle comme le « processus consistant à reconnaître les besoins en information, la retrouver, l'évaluer, l'utiliser et la diffuser pour acquérir ou étendre une connaissance. » (Devauchelle et al., 2009 : 51).

Après avoir analysé cet émiettement des cultures informationnelles sous l'angle des concepts de transmédia storytelling et de translittératie, nous proposons de suivre le renouvellement des fonctions et missions de l'équipe de bibliothécaires engagés dans ce processus, un processus en cours d'incorporation dans la sphère patrimoniale.

## **1. Le transmédia vu sous l'angle de la translittératie, entre dispersion et convergence**

Ces dernières années ont vu se réaliser un élargissement considérable des modes de production, de consommation et d'échange de musiques, d'images et de textes. De nouvelles expressions et pratiques créatives apparaissent, parfois produites par des amateurs, et influencent en retour les producteurs traditionnels, qu'ils appartiennent aux industries ou institutions culturelles. Ces initiatives et ces reprises développent des formes d'organisation de la création et de la consommation de contenus (Chapelain, 2015) qui ne sont pas sans complexifier la culture informationnelle.

### **1.1. Dispersion des contenus culturels et narration augmentée**

Dans le secteur audiovisuel, les productions cherchent à proposer des compléments narratifs engageant pour aspirer et fidéliser les publics à leurs univers sériels ou cinématographiques, déclinés sur des supports numériques ou non numériques. Dans l'éducation, les universités et les musées se sont emparées du phénomène des MOOC pour proposer un enseignement interactif et collaboratif au plus grand nombre, dans le but notamment d'instaurer de nouvelles formes d'apprentissage et de créer des communautés d'entraide et de partage (Allard, Bourdaa, 2015). Les nombreuses institutions culturelles du secteur patrimonial utilisent quant à elles de plus en plus les réseaux sociaux pour diversifier leurs publics et intéresser les plus jeunes à leurs expositions et collections (Gallarino, 2016). Ainsi apparaissent de nouvelles formes de narration plus immersives et de nouvelles postures de réception qui favorisent l'interactivité. Les frontières entre les professionnels et les récepteurs paraissent plus poreuses, transformant les publics en co-auteurs, en collaborateurs de ces projets.

Ces transformations du paysage médiatique et culturel posent les bases fondatrices d'un développement de narrations multi-plateformes favorisant une implication plus immersive des publics. La première de ces transformations concerne l'intégration de plus en plus systématique des technologies, et notamment d'Internet, dans les stratégies de production et de diffusion de contenus dans le but évidemment de donner une plus grande visibilité à ces derniers tout en facilitant leur circulation (Jenkins et al., 2012). La seconde transformation se focalise sur la création d'histoires à déployer et à morceler pour créer des univers narratifs complexes, un « worldbuilding » parfois érigé en art (Long, 2007). Marie-Laure Ryan utilise quant à elle le terme de transfictionnalité pour décrire « des stratégies et des pratiques qui étendent la fiction au-delà des frontières de l'œuvre » (Ryan, 2008 : 386). Il faut bien entendu entendre la conception de ces univers narratifs comme une variété de « mondes possibles » (Ryan, *ibid.*) qui permettent une multitude de narrations à tisser et à déployer sur diverses plateformes

médiatiques, devenant ainsi un patron, une bible à convoquer pour développer une esthétique transmédia. Enfin, la participation des publics et leur engagement de plus en plus important dans ces univers constituent la troisième transformation qui se concrétise donc dans l'évolution du statut des publics. Les productions, de top-down, passent alors à une co-élaboration bottom-up, les producteurs incitant les publics à la participation en laissant des « espaces négatifs » (Long, 2017), des béances narratives, dans leurs œuvres. Ces « narrations augmentées » (Bourdaa, 2012) favorisent *in fine* la circulation et le partage des contenus par les publics (Jenkins et al., 2013).

Cette extension des pratiques narratives peut être étudiée sous l'angle du transmédia storytelling, défini précisément par Henry Jenkins 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 : 95-96). Bien que cette définition puisse paraître restrictive en termes d'objet d'étude (la fiction), elle a cependant l'avantage de mettre en avant à la fois les mécanismes culturels et les enjeux technologiques de ce type de projets. Plus étudié dans les stratégies de marque (Bahuaud, 2013), le transmédia storytelling peut alors être envisagé dans tous ces aspects culturels comme ceux de la narration et de la réception. En dépassant l'approche purement technique, il devient en outre possible d'envisager les compétences professionnelles et les modalités organisationnelles nécessaires à la mise en œuvre de telles politiques éditoriales.

## **1.2. Le transmédia storytelling ou la convergence des littératies**

Pour expliquer les enjeux du transmédia storytelling, Jenkins compare la stratégie au principe de la Licorne Origami. La Licorne Origami est une référence à la fin de *Blade Runner* (1982), qui pousse les spectateurs à se demander si Deckhart, le personnage principal du film chasseur de Replicants<sup>2</sup>, n'est pas lui-même un Replicant. La scène dans laquelle apparaît cette Licorne Origami fait partie du Director's Cut et est donc absente de la version initiale du film, levant toute ambiguïté sur l'identité de Deckhart. Ce rajout apporte un élément narratif supplémentaire qui va changer la réception du film. Pour Jenkins, cet emblème du transmédia est une sorte de patron, de modèle, car elle atteste de la difficulté à savoir bien placer les extensions transmédia. Il reprend notamment les propos de Neil Young qui explique que l'enjeu est de savoir où placer cette Licorne Origami, c'est-à-dire où placer les extensions transmédia dans le temps (enjeu temporel), sur la plateforme idéale (enjeu technologique), et en fonction de l'histoire racontée (enjeu narratif).

Ces trois enjeux constituent l'essence même du transmédia storytelling. Ils permettent également de percevoir les difficultés de mise en place de telles stratégies. Comme les univers doivent être narrativement cohérents, les extensions transmédia doivent en effet être portées par la technologie la plus pertinente et être lancées au bon moment dans la narration. D'un autre côté, les concepteurs se doivent d'ouvrir les imaginaires en inventant des objets en mouvement. Il leur appartient dès lors d'optimiser les méthodes et les outils de médiation

---

<sup>2</sup> Les *Replicants* sont les robots à forme humaine que l'on retrouve dans le film de science-fiction *Blade Runner*, adapté du livre de Philippe K. Dick, *Les androïdes rêvent-ils de moutons électriques ?*

facilitant pour les publics l'appropriation de l'univers. En la matière, le design, entendu ici comme la prise en compte de l'expérience modélisée, doit permettre de donner du sens, d'éclairer ou d'enrichir les relations que les publics entretiennent avec ces objets en s'appuyant sur une plus grande interactivité.

Or, si les travaux sur le transmédia et le secteur audiovisuel sont nombreux (Jenkins, 2006 ; Evans, 2013 ; Clarke, 2012 ; Scolari, 2013), peu abordent ce concept sous un angle épistémologique (Bourdaa, 2013). Il est cependant intéressant d'examiner si les productions d'autres secteurs collent à la définition séminale de Jenkins ou s'en éloignent du fait de contraintes ou de compétences manquantes aux équipes de conception. S'appuyant effectivement autant sur la capacité des producteurs et des publics à intégrer des informations propres à l'univers narratif déployé que sur leur aptitude à mettre en communication, notamment sur les réseaux numériques, des éléments de la stratégie dans une sorte d'émiettement cohérent, le transmédia storytelling peut ainsi être étudié dans la perspective du développement des « cultures de l'information » (Liquète, 2014).

Cette technique narrative repose en premier lieu sur l'acquisition de nouvelles compétences d'écriture et de lecture qui permettent d'en réinvestir d'anciennes : « Le préfixe "trans-" suggère à la fois la quête de transversalité dans les démarches de recherche, d'appropriation et de réécriture de l'information, mais également, la capacité de chacun à transférer dans divers environnements et contextes informationnels et techniques des acquisitions antérieures » (Delamotte et al., 2013 : 9). La création de tels projets exige en outre que les producteurs soient capables de mettre en synergie des contenus et des contenants, numériques et non-numériques, selon une convergence culturelle et technique qui témoigne de la confluence des littératies informationnelles, médiatiques et numériques dont Jenkins a su montrer l'intérêt pour se « connecter, communiquer, créer et collaborer » (Le Deuff, 2012). Enfin, le transmédia storytelling met en avant des compétences translittéraciques, ou de « translittératie », par la création d'un continuum narratif, la scénarisation multi-plateformes, la gestion d'une communauté, et le déplacement d'un média à l'autre tout en maîtrisant l'affordance de chaque plateforme. En d'autres termes, le transmédia storytelling suppose, pour ne pas demeurer un effet d'annonce ou un label promotionnel (Schmitt, 2015), de faire converger l'ensemble « des compétences d'interaction mises en œuvre par les usagers sur tous les moyens d'information et de communication disponibles : oral, textuel, iconique, numérique, ... essentiellement dans des environnements et contextes numériques » (Delamotte et al., 2013 : 11). Faire référence au concept de translittératie pour analyser la mise en place de stratégies transmédia storytelling permet donc de souligner l'importance de maîtriser les codes de création et de circulation de contenus multimédia dans un contexte d'abondance des canaux de diffusion.

## **2. Le transmédia vu sous l'angle de la médiation patrimoniale, de la convergence à la narration**

Un premier état de l'art permet de recenser une trentaine de projets patrimoniaux exploitant des éléments narratifs distincts et investissant différents supports médiatiques (Favard, 2016). Cette dissémination participe du renouvellement de la médiation patrimoniale, pensée ici

comme une pratique communicationnelle essentielle à la reconnaissance du patrimoine au sein de l'espace public (Davallon, 2006). Ce renouvellement de la médiation s'intègre en effet au processus plus global de valorisation patrimoniale qui consiste à attribuer des valeurs (historiques, artistiques, citoyennes, etc.) aux objets patrimoniaux. On perçoit ici combien ces pratiques supposent des savoir-faire autant informationnels que communicationnels ; cette mise en tension, complexe, peut être mieux appréhendée à travers un exemple précis.

## 2.1. Montaigne Superstar, ou comment faire du transmédia sans le savoir

C'est en analysant la mise en œuvre du projet Montaigne Superstar que nous proposons de suivre la mobilisation, par des spécialistes du patrimoine, des compétences translittéraciques nécessaires à la mise en œuvre d'une stratégie éditoriale de dissémination de contenus. Cette étude s'inscrit dans le cadre d'une évaluation des parcours pédagogiques réalisée à la demande de la bibliothèque de Bordeaux entre novembre et décembre 2016. Cette opération menée avec des étudiants nous a permis de recueillir des entretiens semi-directifs, de réaliser des observations distanciées des pratiques de médiation présenteielle ainsi qu'une analyse sémiopragmatique des dispositifs expographiques et numériques élaborés<sup>3</sup>. Si l'ensemble de ce terrain déborde le cadre la réflexion menée ici, il permet toutefois de prendre en compte les rapports du groupe d'experts aux dispositifs développés (compétences développées et appétences) et les interactions entre le groupe en phase d'écriture qui expliquent les choix effectués.

Ouverte aux publics entre septembre et décembre 2016, l'exposition Montaigne Superstar a notamment été l'occasion de révéler au public, 25 ans après sa dernière exposition, l'Exemplaire de Bordeaux, une des premières publications des *Essais* annotée de la main même de Montaigne. Cet événement temporaire s'est en outre inséré au sein d'une manifestation plus large élaborée par les l'équipe des fonds anciens et patrimoniaux. Montaigne Superstar se présente ainsi comme une « *manifestation festive et joyeuse, abordant des thèmes chers au philosophe, [...] une grande exposition et une vingtaine de rendez-vous culturels, ludiques et interactifs* »<sup>4</sup>.

Cette manifestation s'appuie donc sur une dispersion des contenus et dispositifs info-communicationnels produits et diffusés selon des temporalités distinctes. Ouvrages exposés, audiovisuels ou jeu de plateau exploitable *in situ* ont ainsi été devancés par toute une série de déclinaisons numériques des contenus (profil Facebook, blog, chaîne Youtube, etc.) toujours consultables plusieurs mois après la fermeture de l'exposition. Or, si l'exposition renvoie à une pratique de valorisation patrimoniale connue et maîtrisée par les publics (Tardy, 2012), la dispersion des contenus a avant tout été pensée dans une optique communicationnelle

---

<sup>3</sup> Le matériel réunit ainsi des outils d'évaluation sociologique et des outils d'évaluation ethnologique : 4 entretiens semi-directifs ont été réalisés et couplés à 2 observations dynamiques des séances de visite selon une série d'items définis en avance permettant de suivre les attitudes et réactions des visiteurs en cours de visite. Les citations entre guillemets et en italique qui suivent sont extraites de ces entretiens.

<sup>4</sup> Page d'accueil du blog de l'exposition : <https://montaignesuperstar.bordeaux.fr/>

permettant, « *bien avant le début de la manifestation, de commencer à communiquer sur le projet et de réagir, de façon détournée, sur l'actualité.* » Le blog est ainsi né du constat que le portail officiel de la bibliothèque ne permettait pas d'accueillir autant de médias, contenus, et entrées, à l'image du rallye bordelais autour de Montaigne accessible en ligne grâce à une carte interactive. Sur la chaîne Youtube la bibliothèque a fait le choix de diffuser les vidéos que l'on retrouve au sein de l'exposition et du blog mais dans leurs versions longues. Loin de seulement décliner les informations patrimoniales sélectionnées sur divers supports médiatiques, selon le principe du crossmédia, les équipes ont ainsi produit pour chaque dispositif des contenus spécifiques, activés à différents moments du projet, comme autant d'entrées permettant de « capter un public qui s'informe désormais avant tout sur le web » (Bourdaa, et al., 2011).

Mais au-delà de cette visée communicationnelle, l'exploitation de ces dispositifs et plateformes numériques a permis à la bibliothèque de proposer « *un véritable manifeste sur les façons dont on peut faire vivre le patrimoine écrit aujourd'hui au sein de l'espace public* ». Les ressources patrimoniales, qu'ils s'agissent des fac-similés numériques diffusés sur le web ou des originaux exposés sur place, sont remis au cœur d'une activité éditoriale destinée à des publics non spécialistes et qui s'inscrit dans un environnement où la culture numérique, dans une sorte de maturation, devient une manière de s'inscrire dans le temps et « d'habiter l'époque » (Merzeau, 2014 : 57). En concevant une telle opération, cette équipe a conséquemment élaboré une stratégie de dissémination et de propagation de contenus selon le principe de la convergence technique et culturelle chère à Jenkins. Mais si « le développement d'Internet et son appropriation dans les pratiques de production et dans les tactiques de réception ont permis la vulgarisation des stratégies transmédias » (Bourdaa, 2016), cette convergence informationnelle et médiatique demeure inconsciente dans l'esprit des experts interrogés pour qui la notion même de transmédia storytelling était inconnue.

## **2.2. Montaigne Superstar, une reconfiguration translittéracique en cours**

Aujourd'hui considérée comme un succès par ses concepteurs grâce aux importantes retombées médiatiques, à la hausse exceptionnelle du nombre de visiteurs et au fort intérêt manifesté par les publics scolaires, Montaigne Superstar signe donc *a priori* l'appropriation de nouvelles cultures informationnelles par les bibliothécaires. Ce sont grâce à ces cultures informationnelles que les contenus construits par l'équipe, qu'il s'agisse de vidéos, de textes ou d'images, ont pu être disséminés sur les réseaux numériques et les dispositifs expographiques selon une chronologie multimodale et multi-niveau. Les échanges que nous avons eus avec les différents membres de l'équipe des fonds anciens et patrimoniaux révèlent toutefois que cette intégration reste inachevée et résulte plus d'une assimilation inconsciente des pratiques médiatiques, numériques et info-documentaires contemporaines que d'une réelle mise en distance des transformations en cours.

Car le transmédia ne repose pas seulement sur cette convergence des contenus et des supports ; il est aussi question d'écriture et suppose une construction discursive résultant d'acteurs pluriels en situation de collaboration. Or, ce construit narratif et collectif nécessite, comme nous l'avons vu, des compétences transversales et translittéraciques qui n'ont été que



partiellement exploitées par les bibliothécaires. Concentrée notamment sur l'adaptation de leurs contenus aux plateformes et usages informationnels traditionnels des publics dans une pensée pragmatique, l'équipe a ainsi négligé toute possibilité d'interaction avec ces derniers. Contrairement au souhait premier exprimé par les conservateurs du service, désireux de « *sortir du traditionnel discours didactique* », les actions de médiation développées sont ainsi restées très « *scolaires* » de l'aveu même des bibliothécaires interrogés sur le terrain, délivrant savoirs et connaissances selon un flux descendant finalement assez classique.

Et bien que l'ensemble de cette manifestation se soit attelé à déconstruire la figure austère de Montaigne pour reconstruire une personnalité plus proche de nous à partir d'une image utilisée comme « *point de départ signifiant* » où le philosophe apparaît en super héros, l'univers narratif semble à peine esquissé ici. Or, loin de se limiter à raconter une histoire, le transmédia storytelling réside dans le développement d'une technique discursive intégrative qui permet de créer un univers autour duquel s'articulent du contenu narratif et des interactions entre médias, qu'ils soient numériques ou pas (Di Crosta, 2013). Ainsi, malgré une ligne éditoriale pleinement assumée et une dispersion des contenus sur de multiples supports comme autant de manières de parler aujourd'hui de l'objet patrimoine écrit, l'absence d'une narration coordonnée rend délicate pour les bibliothécaires la présentation aux publics des relations et interactions entre ces différents volets médiatiques. Les discours et dispositifs élaborés composent en définitive une superposition de contenus éditoriaux pertinents mais non solidaires entre eux et aucun lien narratif ne vient unir ces signes, limitant *in fine* l'engagement des publics dans l'appropriation des informations véhiculées.

Certes, la production et la multiplication de contenus spécifiques, montre la capacité de l'équipe à sélectionner, exploiter et éditorialiser les informations dont est porteur le patrimoine écrit en lui assignant, dans une optique communicationnelle, des valeurs plus contemporaines et plus humaines. Pour autant, et malgré cette « *montée en puissance des savoir-faire [...] qui se concrétise désormais dans un pôle patrimoine multitâches* », une véritable convergence de ces capacités littéraires, documentaires, médiatiques et numériques, reste à mener pour produire une scénarisation coordonnée proposant aux publics une expérience plus immersive.

## **Conclusion**

L'héritage documentaire de la culture de l'information n'étant plus à démontrer (Le Deuff, 2010), les professionnels du patrimoine écrit ne se contentent plus désormais d'organiser des collections mais prennent aussi en compte la dimension culturelle des documents dont ils ont la charge dans une logique de mise en projet du patrimoine (Davallon, 2014). Cette évolution oblige ces professionnels à collaborer, créer et communiquer selon une logique transversale et translittéraire et dans une perspective transmédiatique que nous avons souhaité interroger ici.

S'élaborent ainsi progressivement des stratégies informationnelles et communicationnelles qui s'inscrivent dans une logique de convergence culturelle et technologique, parfaitement décrite par Jenkins. Si la définition canonique que celui-ci propose pour penser le transmédia

storytelling s'applique parfaitement aux projets portés par l'industrie du divertissement hollywoodienne qui dispose de moyens financiers considérables comme d'importantes communautés de fans susceptibles de servir de caisses de résonance, celle-ci subit quelques distorsions lorsqu'on l'applique à l'univers du patrimoine et de ses acteurs. Car la réalité de terrain du secteur patrimonial, avec les contraintes qui lui sont propres en termes de scientificité, de moyens financiers et de compétences professionnelles, paraît *a priori* peu compatible avec cette proposition idéale d'expérience immersive et coordonnée.

L'analyse d'autres projets, valorisant par exemple du patrimoine monumental (« Le défi des bâtisseurs » pour la cathédrale de Strasbourg), historique (« Le roi est Mort » au château de Versailles) ou encore immatériel (« Les légendes basques » sur la culture Basque) permettrait sans aucun doute d'affiner cette affirmation en jugeant notamment combien le respect des messages scientifiques et des discours historiques portés par les experts limite la mise en place d'un univers narratif facilitant la découverte progressive par les publics des objets patrimoniaux ainsi valorisés.

Pour autant, à ce stade de la réflexion, l'analyse du Montaigne Superstar présente l'avantage de nous donner à voir les évolutions en cours au sein de la bibliothèque municipale de Bordeaux. Car c'est finalement en termes de structuration que cette expérimentation a été la plus pertinente ; ce projet et la montée en compétences qu'il a imposée à l'équipe concernée a ainsi permis d'affirmer avec force la nouvelle politique scientifique de l'établissement fermement orientée désormais vers la médiation numérique et l'univers ludique.

## **Bibliographie**

BAHUAUD Myriam (2013), « Transmédia storytelling : quand l'histoire se conçoit et se construit comme une licence », *Terminal*, n°112, p. 77-88.

BIDERAN Jessica (de) (2014), « Du document patrimonial au monument virtuel : les nouvelles mémoires du patrimoine », *Les cahiers de la SFSIC*, n°10, p.66-72.

BOURDAA Mélanie (2013), « Le transmédia storytelling », *Terminal*, n°112, p. 7-10.

BOURDAA Mélanie (2012), « Le transmédia : entre narration augmentée et logiques immersives », InaGlobal. Disponible sur : <http://www.inaglobal.fr/numerique/article/le-transmedia-entre-narrationaugmentee-et-logiques-immersives?tq=7>

BOURDAA Mélanie, DERHY KURTZ Benjamin W.L. (2016), *The rise of Transtexts : challenges et opportunities*, Londres : Routledge.

CHAPELAIN Brigitte (dir.) (2015), *Expression et pratiques créatives numériques en réseaux*, Paris, Hermann.

CLARKE M.J. (2012), *Transmedia Television. New trends in network serial production*, New York : Bloombury.

DAVALLON Jean (2014), « À propos des régimes de patrimonialisation : enjeux et questions », *Patrimonializa, cao e sustentabilidade do patrimonio : reflexao e prospectiva*, Portugal, Lisboa. Disponible sur : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01123906/>

DAVALLON Jean (2006), *Le don du patrimoine : une approche communicationnelle de la patrimonialisation*, Paris, Hermès Lavoisier.

DEVAUCHELLE Bruno, PLATTEAUX Hervé et CERISIER Jean-François (2009), « Culture informationnelle, culture numérique, tensions et relations. Le cas des référentiels C2i niveau 2 », *Les Cahiers du numérique*, vol.5, n°3, p. 51-69.

DELAMOTTE Éric, LIQUÈTE Vincent et FRAU-MEIGS Divina (2014), « La translittératie, ou la convergence des cultures de l'information : supports, contextes et modalités », *Spirale*, n°53, p. 145-156.

DI CROSTA Marida (2013), « Stratégies narratives transmédias : des pratiques scénaristiques transversales ? », *Terminal*, n°112, p. 103-114.

EVANS Elizabeth (2013), *Transmedia Television*, Londres : Routledge.

GALLARINO Aurore (2016), « Raconter le patrimoine : le Transmedia Storytelling comme outil de valorisation d'un chantier de restauration. L'exemple du dispositif « Au Panthéon ! Une installation de JR », *Les Cahiers de la SFSIC*, n°12, p. 78-85.

JENKINS Henry (2006), *Convergence Culture. Where old and new media collide*, New York : NUY Press.

JENKINS henry, FORD Sam, GREEN Joshua (2013) *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a networked culture*, New York, NYU Press.

LE DEUFF Olivier (2012), « Littératies informationnelles, médiatiques et numériques : de la concurrence à la convergence ? », *Études de communication*, pp.131-147.

LE DEUFF Olivier (2010), « La culture de l'information et l'héritage documentaire », *Documentaliste-Sciences de l'Information*, vol. 47, p. 4-11.

LONG Geoffrey (2007), *Transmedia Storytelling, Business, aesthetics and Production at the Jim Henson Company* (Thèse de doctorat). Massachusetts Insitute of Technology.

MAJ K.M. (2015), « Transmedial world-building in fictional narratives », *Image*, n°22, p. 83-96.

MERZEAU Louise (2014), « Mémoire numérique : entre éditorialisation et grammatisation », *Les cahiers de la SFSIC*, n°10, p.56-65.

RYAN Marie-Laure (2008), « Transfictionality across media », In Pier J. & Garcia Landa J.A., *Theorizing narrativity*, p. 385-417.

RYAN Marie Laure (2017), « Le transmédia storytelling comme pratique narrative », (traduction Florent Favard), *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, n°10. Disponible sur : <http://rfsic.revues.org/2548>

SCHMITT Laurie (2015), « Le transmédia, un label promotionnel des industries culturelles, toujours en cours d'expérimentation », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16, p. 5 à 17. Disponible sur : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2015/01-Schmitt/index.html>.

SCOLARI Carlos (2013), *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*, Barcelona : ediciones Duesto.

TARDY Cécile et RENAUD Lise (2016), « Regards sur l'innovation. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique ? », *Études de communication*, n°46. Disponible sur : <http://edc.revues.org/6480>

TARDY Cécile et RENAUD Lise (2015), « Pratiques d'espace. Les médiations des patrimoines vers la culture numérique? », *Études de communication*, n°45. Disponible sur : <https://edc.revues.org/6496>

TARDY Cécile (2012), *Représentations documentaires de l'exposition*, Paris : Hermann.