

CHAPITRE 6

LE WEBDOCUMENTAIRE, UNE FORME EXPÉRIMENTALE D'ACCÈS AUX SAVOIRS

Yannick Sellier, IUT Saint Dié des Vosges - Sciences Po Nancy

Le documentaire a pris de nombreuses formes : au cinéma, à la radio, au théâtre, jusqu'au webdocumentaire actuel. Toutes ces formes ont en commun de capter et de mettre en forme le réel. Cette mise en forme composée, pour le webdocumentaire, de vidéos, d'images, de sons, de textes a pour objectif de mieux faire comprendre voire de faire ressentir différemment le monde qui nous entoure. Dans ce cadre, la démarche du documentariste est donc autant narrative, sensible que pédagogique.

Le webdocumentaire décline son contenu généralement en plusieurs thèmes et en plusieurs médias. C'est un format de documentaire qui peut décontenancer les destinataires. Aussi, il existe plusieurs stratégies (la gamification, la courbe d'apprentissage, le design interactif) qui pour être parfois efficaces n'en interrogent pas moins la place de l'auteur, directement confronté aux réactions de son public.

C'est à la fois une expérience individuelle – on ne peut pas projeter un webdocumentaire, il faut l'expérimenter seul – et une expérience collective – de nombreux webdocumentaires cherchent à provoquer des échanges entre les participants. L'accès à ces contenus et leur appropriation, au-delà d'un intérêt pour le sujet, demandent une implication plus forte du spectateur à des degrés divers.

Pour construire un webdocumentaire, les auteurs acquièrent des savoirs et recueillent des informations qu'ils transmettent en fonction de choix. Ces choix sont liés à des impératifs techniques (codage, débit Internet), économiques (le coût de développement d'un site) mais surtout au point de vue qu'ils veulent transmettre de la situation.

La personne qui consulte un webdocumentaire doit donc faire un triple exercice. Elle doit comprendre le sujet abordé, saisir les

intentions des auteurs et savoir utiliser l'interface pour parcourir les différentes parties du projet. Cette triple exigence nécessite la mise en place de procédés intellectuels, esthétiques et ergonomiques pour traduire par l'organisation et l'interaction des contenus, le cheminement d'une pensée.

Nous verrons donc en quoi la prise en compte de l'expérience utilisateur peut rendre plus aisée l'approche de la complexité d'un sujet dans un webdocumentaire. Nous verrons également si les auteurs de webdocumentaire prennent en compte la courbe d'apprentissage, le niveau de connaissance des internautes. A quels niveaux peuvent-ils intégrer ces informations ? En quoi prennent-ils la dimension pédagogique en compte dans le choix des contenus ou des compléments ?

Cet article n'a pas pour ambition d'établir une typologie des bonnes et des mauvaises pratiques. Il s'agit simplement de dessiner un bilan 10 ans après l'apparition des premiers webdocumentaires et de poser les bases d'une réflexion à partir de quelques études de cas.

1. L'ÉMERGENCE D'UN FORMAT

Dans le discours préliminaire de *L'Encyclopédie ou Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, Diderot et d'Alembert annoncent vouloir faire confiance à l'intelligence du lecteur. Il est libre de parcourir les articles selon ses envies, ses besoins. Et pour l'amener à s'intéresser à l'ensemble de l'ouvrage (17 volumes de texte et 11 volumes de planches publiés entre 1751 et 1772), les auteurs élaborent un système de renvois d'un article à l'autre, l'ancêtre des liens hypertextes (Brian 1998 : 23-38) et illustrent leurs articles avec des planches à la fois synthétiques et détaillées. Cette démarche est à la fois subjective (les prises de position vis à vis de la religion ou du Roi) et objective (rassembler et classer les connaissances de manière raisonnée). La mise en relation et la diversification des contenus s'incarne différemment au XX^e siècle avec l'apparition des technologies et protocoles de numérisation des contenus. Mais la démarche intellectuelle reste similaire.

1.1 L'ÉCRITURE MULTIMÉDIA

Préfigurant le webdocumentaire en France, entre 1994 et 1998, les CD-Rom culturels sont à l'origine d'une nouvelle écriture dite *multimédia* (Lavigne 2005). Cette écriture mêle textes, sons, images et vidéo. En parallèle de la première numérisation des œuvres artistiques et contenus intellectuels, la Réunion des Musées Nationaux se lance dans une politique ambitieuse de publication de contenus *multimédia*. *Le Louvre, peintures et palais* connaît un certain succès en 1994. Les vues à 360° des espaces, la promenade d'un espace à l'autre du musée, accentuent l'immersion du spectateur pour proposer une véritable "visite virtuelle". Mais la qualité des images et des sons que peuvent traiter les ordinateurs de l'époque, reste restreinte.

En 1996, dans le CD-Rom, *Au cirque avec Seurat*, Frédéric Sorbier dépasse la vision encyclopédique du catalogue pour entrer dans l'oeuvre et proposer à partir des détails de celle-ci, des enquêtes et des jeux. Par ce biais, il fait découvrir presque 240 œuvres picturales. La même année, le CD-Rom *Versailles, complot à la cour du Roy* introduit le storytelling. Le joueur est amené à rencontrer les personnages historiques et à explorer les espaces pour résoudre des énigmes et sauver Louis XIV (Latrive, Peyret 1996). Les premières critiques de l'écriture *multimédia* témoignent de l'ambition de voir émerger un style, une approche d'auteur, à travers l'agencement de contenus divers. Et l'on reproche à la fin des années 1990, le manque d'ambition de produits fabriqués en série, avec une interface et des contenus médiocres (Lavigne 2005).

1.2 LES PREMIERS WEBDOCUMENTAIRES

Avec le déploiement de l'internet bas débit en France, puis du haut débit, l'écriture *multimédia* se développe désormais en ligne. La *Cité des Mortes*, site internet proposé par Jean Christophe Rampal, Marc Fernandez et Estelle Larrivaz, marque en France, l'émergence des webdocumentaires en 2005. Il rassemble des photos, des témoignages, des vidéos et une carte interactive en complément du livre *La ville qui tue les femmes* (Hachette, 2005) et d'un documentaire diffusé sur Canal +. Son esthétique rappelle encore

celle des CD-Rom culturels : une interface assez simple, une qualité des images réduites. Mais sa dimension esthétique – ambiance sonore, choix et présentation des documents – et sa dimension informative complémentaire le distinguent.

En France, le soutien des chaînes de télévision publiques a été déterminant pour le développement et le financement des webdocumentaires. La chaîne de télévision Arte a très tôt proposé dans le cadre du développement de sa plateforme sur le web, des contenus spécifiques. Elle a participé dès 2002, à la conférence organisée au Centre Pompidou de Paris, *Les cinémas de demain : le webdocumentaire* alors qu'Internet était encore diffusé en bas débit en France. Elle a ensuite acheté et co-produit une série de webdocumentaires ambitieux, à la réalisation souvent soignée. La chaîne d'information internationale France 24 (créée en 2006) et France Télévision, via sa plateforme *Nouvelles Ecritures*, ont aussi soutenu des productions web à destination du grand public avec une approche souvent plus journalistique que documentaire.

Outre la volonté de s'adresser autrement à leur public, ces chaînes de télévision ont soutenu la production de ces contenus dans le cadre de leur mission de service public. « La télévision publique a la charge d'informer, d'éduquer et d'animer le débat démocratique, tant au niveau national que local et international. » (France Télévision 2016).

Le format du webdocumentaire arrive à maturité notamment avec la diffusion en 2008, de *Gaza Sderot* (co-produit par Upian, Arte et de nombreux partenaires) et en 2010, avec *Prison Valley* (de David Dufresne et Philippe Brault). Il se démocratise ensuite au-delà des chaînes de télévision.

Certaines entreprises, et en particulier les associations caritatives et les organisations non gouvernementales choisissent ce format pour proposer un discours élaboré complémentaire de campagnes plus classiques de communication (affichage, démarchage, vidéos publicitaires). A travers ces productions, se développe un discours moins consensuel et plus ciblé. Créer un webdocumentaire, en donnant parfois à des auteurs la possibilité d'apporter leur regard, permet de présenter de manière interactive et plus fine, les objectifs

et les problématiques de ces structures à leurs éventuels clients, donateurs ou contributeurs.

2. L'INTERNAUTE COMME PARTICIPANT

Une difficulté est apparue pour désigner la personne qui consulte un webdocumentaire. Il peut en effet être dans plusieurs postures. Est-ce un spectateur, autrement dit une personne se contentant de regarder, d'observer un contenu sans intervention ? Est-ce un internaute ? Cette catégorie désignant toutes les personnes consultant Internet, paraît trop vaste même si elle est fréquemment utilisée dans les sites spécialisés (cf. *Le blog documentaire*, *The Rabbit Hole*). Elle désignerait plutôt la personne avant qu'elle ne consulte le webdocumentaire. Est-ce un utilisateur, un usager ? Le webdocumentaire, s'il apporte des savoirs, n'a souvent que peu de finalité pratique (à la différence d'une boutique en ligne par exemple). Est-ce un acteur ? Un joueur ? Cela peut arriver en fonction du format plus ou moins interactif du projet.

Est-ce une audience ? Cela reviendrait à considérer le public comme une masse, à le quantifier à la manière des télévisions. Or considérer le public comme une masse fait que l'on oppose souvent auteurs et public comme ayant des aspirations antagonistes. Dans l'absolu, le public ne serait pas assez réceptif aux innovations, à la créativité. Les auteurs ne feraient pas cas du public étant d'abord portés sur leur sujet et son traitement, et rarement sur sa réception.

2.1 LE DOCUMENTAIRE ET SON PUBLIC

L'histoire du documentaire est d'ailleurs marquée par le rapport supposé au spectateur. La radio et le cinéma ont été perçus comme les ferments de représentations collectives qui dans les années 1920 et 1930, ont alimenté le fascisme. Serge Tchakotine parle en 1939 du « viol des foules ».

Les documentaristes des années 1950 et 1960 ont donc voulu se démarquer d'un discours trop politique et des contenus destinés à un média de masse. Les plus prudents se sont limités à la simple

observation des faits. La vague des documentaires « ethnologiques » suppose un spectateur attentif, capable de faire seul les liens sans qu'il ne soit nécessaire de tout lui expliquer ou de lui imposer un certain discours.

Les *cultural studies* ont un temps supposé un spectateur libre et interprète. En France, les travaux de Bernard Lahire sur *La culture des individus* ont ensuite mis en avant les effets de légitimation du discours et la résistance plus ou moins grande des individus face à ces discours. Le webdocumentaire découle de cette récente perception du public en tant qu'individu et de la volonté des documentaristes de se rapprocher, voire de dialoguer plus directement avec celui-ci.

Lorsqu'il consulte un webdocumentaire, l'internaute doit au minimum cliquer pour avancer dans la narration. L'internaute devient donc le participant d'une expérience. Cette participation prend plusieurs formes. Le webdocumentaire peut donc faire du spectateur, dans l'absolu, un acteur qui construit son discours selon ses goûts, ses préférences en fonction de ce qui lui est proposé.

2.2 PRENDRE EN COMPTE LA RÉCEPTION

Lors d'une étude empirique menée avec les étudiants de l'IUT de Saint-Dié-des-Vosges en 2014 et 2015 auprès de leurs proches, il est apparu rapidement une différence entre générations, en fonction des pratiques web de chacun. Les plus âgés se sont déclarés perdus face à un design élaboré et ludique. Ils préféraient souvent le menu classique avec des mots plutôt qu'un menu "caché" sous forme d'images ou d'interactions. Les plus jeunes, notamment ceux ayant l'habitude d'utiliser Internet ou les jeux vidéo, parvenaient à se repérer facilement quelle que soit l'interface. Samuel Gantier et Laure Bolka en sont venus à des conclusions similaires :

Les webdocumentaires sont construits dans une négociation entre repères rassurants et éléments déstabilisants pour l'utilisateur, qui peuvent être vus comme des garants du maintien de l'attention. Les repères rassurants rendent l'utilisateur réceptif, tandis que les

éléments nouveaux participent à éveiller sa curiosité et retenir son attention, à condition que la dose de nouveauté – et donc de déstabilisation – ne soit pas trop importante afin de ne pas le désorienter et le décourager. (Gantier, Bolka 2011 : 127)

Il est donc nécessaire pour faciliter la transmission que les codes communicationnels (et donc le design) donnent l'impression au participant d'être en terrain connu. Il est aussi apparu lors de cette enquête que les plus âgés étaient attentifs au traitement de l'information. Ils prenaient le temps de lire, de regarder tous les contenus et s'intéressaient au fond. Les plus jeunes, passaient plus rapidement d'une page du site à l'autre, en ne se focalisant que sur ce qui les intéressait. Cette enquête nous a permis de saisir l'importance de prendre en compte les usages numériques et pratiques culturelles du public auquel le documentariste souhaite s'adresser lorsqu'il propose des contenus pour le web.

Le contenu (textuel ou visuel), le design de l'interface, la manipulation du système (au doigt, à la voix, à l'espace) ne sont pas compris, ressentis ni maîtrisés de la même façon. L'expérience est différente selon les participants. A cette disparité des usages, tant générationnelle qu'intellectuelle, s'ajoute la fragmentation du public en communautés de goûts et d'intérêts, corollaire d'une société libérale, accélérée sur le web par le développement des forums, puis des réseaux sociaux. Olivier Bomsel le résume ainsi :

Non seulement la demande pour un contenu est globalement incertaine, mais la grande dispersion des préférences individuelles crée des profils de demande très spécifiques. (Bomsel 2007 : 188)

S'ils veulent atteindre un public déterminé, les auteurs d'un webdocumentaire doivent donc désormais prendre en compte plusieurs facteurs pour adapter soit le contenu, soit sa présentation. Quel niveau de connaissances ? Quelles pratiques sociales ? Quelle maîtrise des interfaces médias ?

2.3 DIVERS NIVEAUX D'IMPLICATION

Une des solutions consiste à demander au participant de personnaliser le contenu selon ses préférences et ses usages. *Do Not Track* alterne ainsi des séquences communes (sur l'histoire et l'évolution d'Internet) et des séquences personnalisées où il faut partager ses données (par exemple, le site de presse que l'on consulte régulièrement) pour connaître les données collectées sur sa propre vie privée.

L'implication la plus forte reste la contribution. Le participant est alors amené à apporter un témoignage (son propre coming out dans *Easy Coming Out*). Il peut aussi collecter des données qui seront insérées dans les épisodes suivants (compter les vers de terre, dater le retour des oiseaux pour *Mission Printemps*). Ou il peut encore débattre souvent par le biais des commentaires ou des réseaux sociaux (cf. Le bouton *Débat sur facebook* et le menu central *Et vous ?* mettant en valeur les commentaires des participants de *Qui va garder les enfants ?*).

Ces niveaux d'implication forts (la contribution, la personnalisation) demandent ceci-dit une grande attention de la part des auteurs ou le recrutement d'une personne en charge de modérer les propos et de discuter avec la communauté. Cela suppose aussi de gérer la fin de l'implication, tant d'un point de vue émotionnel (la déception suite à une expérience réussie mais trop courte) que pratique (que faire de la page facebook ou de la rubrique "commentaires" quelques années après le projet ?). Enfin, la demande de contributions ne doit pas être assimilable à un travail gratuit. Avec Internet, les concours se sont multipliés et les artistes (photographes et graphistes en particulier) dénoncent régulièrement ces pratiques.

Mais comment réagissent les participants ? *Fort Mac Money* de David Dufresne a été diffusé à partir de novembre 2013 et a rassemblé un public nombreux. Les 10 participants les plus assidus ont révélé leurs motivations dans un entretien sur le *Blog documentaire* (Male 2014). Ce qui les a d'abord intéressés, c'est le sujet, à savoir les problématiques posées par l'exploitation des sables bitumineux au Canada. Ensuite le traitement, sous forme de jeu

documentaire, a séduit les internautes. La diffusion par épisodes, la possibilité d'influer sur la suite du récit et de débattre ont également contribué au côté addictif du projet. Même si certains ont noté l'effort demandé et la nécessité de passer du temps pour comprendre tous les enjeux.

Des défauts techniques et des bugs ont été relevés par tous les participants. L'un d'eux a aussi critiqué l'impossibilité de suivre les débats. Ceux-ci étant constitués d'une suite de commentaires et compte tenu du nombre de propos postés, il était difficile de véritablement dialoguer. L'implication du joueur dans les débats s'est finalement révélée quelque peu accessoire et superficielle. L'aspect participatif a souffert des aléas d'une première expérience encore en rodage. Or s'il est dénoncé comme défaillant, c'est qu'il est perçu comme essentiel dans l'acquisition d'un message. C'est par la discussion, avec les autres internautes notamment, et donc par la reformulation et l'appropriation du message que le participant le transforme en connaissance (Charlot 2007 : 70).

3. METTRE EN FORME LE RÉEL

Dans son rapport publié en 2005, *Vers les sociétés du savoir*, peu d'années après l'avènement public d'Internet et à un moment d'euphorie (Internet allait permettre à tous de s'informer librement et d'accroître ses connaissances à l'infini), l'UNESCO avertit :

L'information peut être très exactement du « non-savoir » : l'Internet en offre une illustration particulièrement éloquente, puisque, selon certaines estimations, la moitié des informations qui y circulent seraient tout bonnement fausses ou inexactes. Les réseaux favorisent d'ailleurs la circulation de rumeurs.

[...] Or, si l'information est une donnée brute, elle est elle-même le produit d'une opération qui la rend telle : c'est la mise en forme ou le packaging de l'information qui la rend manipulable, transmissible et consommable. (UNESCO 2005 : 47)

Le webdocumentaire constitue l'une des réponses possibles à cette problématique. Le format ne garantit pas la véracité des propos a priori. C'est la démarche des auteurs qui le permet. L'interface et le choix des contenus en sont la traduction.

3.1 LE DESIGN INTERACTIF

La mise en forme d'un contenu dans un webdocumentaire dépasse le choix d'une esthétique. Les auteurs doivent se débrouiller aujourd'hui avec le déploiement des médias et de leurs déclinaisons. Ils doivent composer leur discours avec des possibilités toujours plus diverses d'agencer et de faire interagir les médias entre eux. C'est ce qu'on appelle le design interactif.

Benoît Drouillat, professionnel dans ce domaine (Drouillat 2016), définit ainsi le design interactif. Ce design visant à améliorer l'*expérience utilisateur*, mêle plusieurs composantes. On pense d'abord au design d'interface, ce qui va être perceptible du webdocumentaire dès la page d'accueil : les différents moyens d'aborder le sujet et l'introduction de ses problématiques via des boutons et des menus. Il faut aussi prendre en compte le design d'interaction, autrement dit la manière dont les contenus interagissent entre eux et avec le participant. Cliquer sur une image ou sur un texte pour accéder à une vidéo ou un jeu n'est pas neutre. L'objectif est de susciter des émotions, des réactions. La vidéo à laquelle on accède est-elle conforme aux attentes ou en décalage avec l'image cliquée ? Qu'est-ce que cela provoque vis à vis du message transmis : dérision, malaise, curiosité ?

Le design interactif dans un webdocumentaire consiste aussi à organiser et structurer l'information. A la manière du montage dans un film, on se pose la question de ce qui est prioritaire ou secondaire. Comment souhaite-t-on que le participant progresse ? Pour aborder un sujet complexe, il est utile, comme dans un livre, d'envisager des parties et des sous parties, ainsi qu'un sommaire. Les rendre intelligibles par le choix d'une interface, et notamment d'un menu dont on saisit la logique, fluidifie la navigation. Un élément qui s'éclaire lorsqu'on passe la souris dessus, un son d'ambiance qui s'atténue automatiquement lorsqu'on lance une vidéo, ce sont autant

de paramètres à ajuster pour focaliser l'attention du participant sur tel ou tel enjeu, tel ou tel thème.

3.2 LA NARRATION

Au-delà des aspects techniques, un webdocumentaire se distingue par le traitement des informations. Internet est devenu le lieu des narrations alternatives. Tandis que les courts métrages documentaires ont exploré depuis longtemps les limites formelles du genre (animation, fiction ...). On attend donc d'un webdocumentaire qu'il soit original, qu'il nous surprenne. Ce n'est pas toujours le cas, *Alma, une enfant dans la violence* qui fait figure de référence, est d'abord le portrait d'une criminelle repentie, face caméra, des plus classiques. La force du témoignage éluderait presque les compléments qui paraissent accessoires. Pourtant ils sont utiles pour comprendre le contexte des violences et les actions de prévention menées au Guatemala.

Patric Jean (Jean 2015), réalisateur et auteur de webdocumentaires, reproche aux auteurs d'être souvent trop linéaires et de ne rien tenter de formellement nouveau. Avec leurs galeries d'entretiens, certains webdocumentaires ressemblent beaucoup à des magazines d'actualité découpés pour figurer sur Internet sous forme de séquences. Les auteurs d'*Alma* reconnaissent d'ailleurs leur frilosité : « On ne voulait pas faire un jeu vidéo. », lorsque l'agence VU leur propose d'en faire un webdocumentaire (Gavoile 2010). Le sujet étant sérieux, le webdocumentaire leur paraissait d'emblée superficiel dans ses effets.

Patric Jean l'explique aussi autrement, les coûts de développement d'un webdocumentaire sont expansifs dès que l'on souhaite mettre en place des interactions de qualité. Pour limiter les coûts ou parce que le webdocumentaire n'est parfois qu'un accessoire complémentaire d'un documentaire pour la télévision, les auteurs se contentent d'entretiens et oublient de montrer, de faire ressentir leur propos. Ce qui constitue pourtant la quête du documentaire depuis ses origines.

Si le documentaire est basé sur des faits réels, certains n'hésitent pas à utiliser les ressorts de la fiction pour intéresser le public. 127

rue de la Garenne raconte ainsi le quotidien des algériens parqués dans le bidonville de Nanterre de 1959 à 1971. Le récit se déroule via une bande dessinée que l'on peut faire défiler automatiquement ou non. Les bulles sont remplacées par des photographies et des enregistrements sonores, extraits des archives de Monique Hervo qui a vécu avec ces familles. *Welcome to Pinepoint* choisit l'esthétique du carnet intime, avec des collages, des illustrations, des bouts de vidéos et de photographie amateurs pour raconter l'histoire d'une ville créée pour l'exploitation de ressources naturelles, puis disparue à la fin de cette exploitation.

3.3 L'INTERFACE FAIT SENS

Il est intéressant de noter que ce dernier s'ouvre sur l'explication de la démarche et du choix de la forme. Il enchaîne ensuite sur l'histoire de la ville et la vie de quelques-uns de ses habitants. Le documentariste doit en effet se justifier de ses choix. Il peut le faire plus ou moins subtilement. La mise en forme est un moyen de le faire car elle est fonction du sens et du contexte dans lequel on s'inscrit. Comme dit auparavant, c'est une question d'éthique (cf. les écrits de Serge Daney à ce sujet).

Comment marquer une position ? Comment faire en sorte que l'interface incarne le point de vue des auteurs par la mise en avant de thématiques ou par le choix de visuels ? *Le grand incendie* met en regard les récits de l'entourage de personnes s'étant immolées en France et le récit que les médias en font. L'aspect laiteux du webdocumentaire renvoie aux fumées et aux cendres, tandis que les sinusoïdes, représentations graphiques des enregistrements sonores, renvoient aussi, par leur superposition, à celles d'un électro-encéphalogramme. On peut écouter seulement ou voir la vidéo, si l'on clique sur la ligne.

Certains critiques y ont vu une distinction un peu facile entre des bourreaux et des victimes. Les situations tragiques annihilent toute velléité de réflexion sur les autres raisons ayant poussé les personnes au suicide. D'autre part la fluidité du dispositif, qualité a priori positive d'un webdocumentaire, paraît ici presque en contradiction avec le sujet. Elle met à distance et pose un voile pudique sur une

réalité pourtant dénoncée comme cruelle : celle des restructurations violentes et de la détérioration du lien social à l'origine de ces immolations. La cohérence entre le fond et la forme sont ici mis en doute.

3.4 LA TENTATION DE L'EXHAUSTIVITÉ

Par ailleurs, si le documentaire est une œuvre de création, il rassemble des documents historiques ou scientifiques qu'il doit compiler et présenter. Autrement dit, un documentaire ne s'appuie pas seulement sur les faits bruts, mais sur leur présentation et leur articulation : c'est la construction d'un discours. Un homme avec un fusil ne permet pas de comprendre la situation, son articulation avec d'autres éléments visuels ou sonores permet d'en comprendre les motivations. Gilles Deleuze explique :

Les notions d'importance, de nécessité, d'intérêt sont mille fois plus déterminantes que la notion de vérité. Pas du tout parce qu'elles la remplacent mais parce qu'elles mesurent la vérité de ce que je dis. (Deleuze 1990)

Avec Internet, la tentation de l'exhaustivité laisse le spectateur rapidement débordé. Et les auteurs de webdocumentaire sont régulièrement confrontés à cet écueil. *Killing Kennedy*, créé en parallèle de la série télévisée par National Geographic, parvient assez admirablement à présenter les destins contraires bien que parallèles de John F. Kennedy et de son présumé assassin Lee Harvey Oswald. Le scroll de la souris et les transitions sous forme d'animation parallaxe, le tout sur un fond musical et sonore ajusté en fonction des séquences, nous plongent dans des contenus à priori arides : des photos d'archives, des cartes, des enregistrements sonores.

Avec divers niveaux d'information et un chapitrage habilement disposé, on peut saisir soit rapidement l'histoire de l'un ou l'autre, soit décider d'en connaître les détails plus précis. Le webdocumentaire va jusqu'à proposer plusieurs moyens pour présenter une même archive, comme le visuel et la lecture par un acteur de lettres dans un même encadré. Ce choix permet au participant d'agir en fonction du temps dont il dispose et de sa capacité d'attention.

Si la page "à propos" d'un webdocumentaire peut servir à marquer les intentions, voire à détailler la méthodologie de l'auteur, il est plus intéressant qu'elle transparaisse dans le travail final. La validité d'une argumentation dépend d'abord des choix de son auteur. *Gaza/Sderot* y parvient avec une idée de base pourtant simple : une ligne pointillée entre deux vidéos que l'on peut activer alternativement et qui décrivent le quotidien de personnes vivant de part et d'autre de la frontière israélo-palestinienne. Chaque point de cette ligne représente une date, l'idée ayant été de suivre le quotidien des deux villes durant un mois. Les vidéos sont également classées par thématique, par portrait et par lieu. Le participant est donc libre de parcourir le webdocumentaire selon ses affinités avec telle ou telle personne, ou encore selon ses humeurs.

3.5 LA DIMENSION LUDIQUE

Plus son design interactif est élaboré, plus le webdocumentaire se rapproche du jeu vidéo, quand il n'en est pas un. *Type Rider*, une application (payante) développée par Arte, raconte ainsi l'histoire de la typographie et se rapproche par certains aspects du webdocumentaire. Certes, le jeu vidéo est d'abord assimilé au divertissement et n'est pas souvent pris au sérieux.

Pourtant le métier des concepteurs de jeux vidéo est plus compliqué qu'il ne paraît : « Le *fun* c'est être confronté à un désordre et réussir à en tirer un schéma compréhensible et que l'on finit par maîtriser. » (Beirut 2015). Le jeu vidéo consiste donc à relever des défis, de plus en plus difficiles à résoudre, en trouvant des solutions adaptées. La *courbe du flow* mêle la courbe d'apprentissage à celle des émotions pour savoir quand le joueur s'ennuie ou quand, au contraire, il est trop sollicité. L'idée essentielle étant de conserver au maximum l'attention du joueur.

Florent Maurin a ainsi apporté ses conseils pour élaborer le jeu documentaire *Fort McMoney* (cité plus haut). Il s'est aussi investi plus directement pour *Sauvons le Louvre*. En tant que concepteur de jeu, il explique avoir une fonction assez fondamentale. « Si tu veux gagner, il va falloir que tu fasses comme je l'ai décidé. C'est ça le

rôle du *game designer*. C'est hyper totalitaire et violent en fait ! » (Laval 2015) Loin d'être superficiel, le choix des interactivités impose donc une responsabilité. Avec un système d'incitations (points, obstacles, meilleurs scores, système de badges, défis successifs), le concepteur technique d'un dispositif interactif peut influencer le comportement du participant.

On l'aura compris, le design interactif dans le webdocumentaire intègre donc nécessairement des dimensions narratives et des dimensions documentaires. Et l'on ne peut juger de ce dispositif seulement selon des qualités techniques opérantes pour d'autres sites web. La question du sens et de l'éthique traversent les choix de mise en forme comme pour un documentaire classique. Et plus encore, si l'on considère l'audience potentielle et la facilité d'accès à des contenus gratuits, diffusés en continu pendant une période longue. Certains webdocumentaires de qualité sont encore consultés 10 ans après leur première diffusion (et le seront encore), en fonction de l'actualité et de l'intérêt personnel des internautes.

4. UN NOUVEL OUTIL PÉDAGOGIQUE

On peut considérer le webdocumentaire comme un outil de médiation. Il éveille la curiosité et le sens critique en s'appuyant sur des sources vérifiables (liens hypertextes, ressources complémentaires). Il donne un aperçu de situations réelles et aborde des problèmes de société. Il s'inscrit a priori dans le corpus des humanités numériques et participe de l'autoformation. Il est facile d'accès (ses contenus sont mis à disposition gratuitement) et l'on peut progresser librement dans ses contenus.

"Dans des sociétés du savoir, chacun devra pouvoir apprendre à se mouvoir avec aisance dans le flot des informations qui nous submerge, et à développer capacités cognitives et esprit critique pour faire la part entre l'information « utile » et celle qui ne l'est pas. Et les savoirs utiles ne sont pas exclusivement les savoirs immédiatement valorisables dans une économie de la connaissance : savoirs « humanistes » et savoirs « scientifiques » obéissent chacun à des stratégies

différentes d'utilisation de l'information." (UNESCO 2005 : 19)

Le webdocumentaire n'est pas a priori didactique. Le considérer comme tel serait même perçu par les commentateurs et les auteurs comme une critique. « Le documentaire donne à sentir pour comprendre. Il n'explique pas ; il raconte. Il n'assène rien ; il propose. Il ne donne pas de réponses ; il pose des questions. » (Male 2013). On dénonce par ailleurs le fait que le documentaire ne soit qu'un prétexte à des débats généraux sur le sujet abordé, plutôt qu'à des débats de fond sur les points qu'il traite en particulier. Ce qui dénaturerait les intentions des auteurs.

4.1 TROIS APPROCHES PÉDAGOGIQUES

Sans être didactique, un webdocumentaire peut être malgré tout analysé d'un point de vue pédagogique (Leclercq 2005 : 223-230). Première option, la plus courante, la pédagogie explicative consiste à présenter un phénomène jusque dans ses moindres fondements. Cela suppose une forte attention du participant et des outils pour se repérer. Dans ce cas, le contenu du webdocumentaire est très dense et généralement composé de plusieurs chapitres. C'est le cas pour *Do not Track* qui comporte 7 épisodes et une sélection de liens externes (mais soigneusement choisis et intégrés au contenu) pour explorer en détail les points évoqués. *Fort McMoney* développé en 3 épisodes, compte près de 55 interviews et de 22 lieux de tournage. Il propose également un tableau de bord pour gérer sa progression dans les contenus et se tenir au courant des actualités et des débats en rapport avec l'exploitation des sables bitumineux au Canada.

La cité des Mortes est encore plus radical. Les éléments (vidéos, sons, cartes) sont donnés mais non coordonnés ou de manière insuffisante. Ils sont même parfois cachés, ce qui impose au participant de faire le lien. C'est une démarche volontaire et parfaitement assumée. Le producteur Alexandre Brachet s'en explique:

Après avoir passé 20 minutes sur *lacitedesmortes.net* avez-vous réussi à dégager un point de vue clair ? A

voir. Peut-être faut-il chercher dans ce trouble la nature même de l'affaire. Peut-être le livre est-il un complément indispensable. Sauf que. L'enjeu fort du site est peut-être à chercher dans la prise de conscience. Pour nous, la valeur du programme tient beaucoup dans notre volonté de porter à la connaissance du public ce terrible drame. De plus, à l'heure où la majorité des programmes télé sont téléguidés et formatés, nous aimons l'idée que la consultation du programme amène à la curiosité, à la recherche personnelle. (Brachet 2005)

Pareillement pour *27 rue de la Garenne* qui propose des extraits sonores sans les répertorier dans un quelconque menu. Il faut cliquer sur des chiffres inscrits dans des bulles de bande dessinée pour découvrir les contenus. C'est une forme de pédagogie appropriative. Par ce biais, les auteurs veulent que le participant se mette dans la peau d'un journaliste et enquête par lui-même, sur les causes de la disparition des femmes à la frontière mexicaine ou sur la vie des algériens dans un bidonville français. Cela peut avoir un effet déceptif pour un public plus habitué à ce que les savoirs soient déjà compilés et donnés (comme à l'école ou dans un article de presse).

Le *Voyage au bout du charbon* explore une troisième voie : celle de la pédagogie dialogique ou pédagogie à responsabilité partagée, supposant un dialogue entre spectateur et réalisateur. Les auteurs posent régulièrement des questions : « Voulez-vous aller ici ? », « Voulez-vous discuter avec untel ? ». Le participant sollicite le choix entre plusieurs réponses. *Fort McMoney* incite également et fortement les personnes à dialoguer entre elles pour les amener à exprimer ce sur quoi ils s'accordent ou pas. Cette forme de débat contradictoire est engageante. Les auteurs du webdocumentaire gagnent en modestie. Ils se montrent prêts à se confronter à d'autres opinions. Le débat crée un contenu supplémentaire consultable par les participants, même ceux qui ne participent pas au débat mais qui peuvent ainsi compléter leur réflexion.

4.2 MAINTENIR L'ATTENTION

Une des problématiques lorsqu'on développe un

webdocumentaire, c'est de juger correctement des capacités cognitives des futurs participants. Une interface simple à utiliser conviendra à un grand nombre de personnes. Si elle facilite l'accès aux contenus, n'est-ce pas une solution de facilité ? Ne peut-on pas considérer qu'un jeu d'interactions plus élaboré dans un webdocumentaire participe aussi au développement de capacités cognitives qui seront utiles au futur ?

Bernard Stiegler dénonce la démultiplication des contenus, et notamment des contenus superficiels et des programmes courts destinés sur Internet à générer des revenus publicitaires. Ils perturbent l'attention et s'opposent à une forme de concentration nécessaire à la réflexion, l'attention sélective lorsqu'on lit un livre ou regarde un film par exemple.

Les industries de programmes canalisent et monopolisent l'attention de ceux qui deviennent ainsi exclusivement des consommateurs dans la mesure où leurs temps de consciences sont dé-formés et littéralement anéantis en tant que conscience devenue du « temps de cerveau disponible ». (Stiegler 2008)

Do not track compile dans son esthétique des références à la culture web dénoncée ci-dessus. Des « vidéos de chats » destinées à susciter la curiosité alternent avec des vidéos où le journaliste s'adresse au participant, comme s'il tenait une chronique régulière de type vlog. Ces vidéos alternent à leur tour avec des interviews beaucoup plus classiques. L'objectif est ici évidemment d'interroger la pratique des internautes.

Dans un webdocumentaire, l'attention est particulièrement mobilisée car l'information à traiter est souvent nouvelle. Cela nécessite un effort, et d'abord un intérêt de la part du participant. Pour susciter la curiosité d'internautes a priori considérés comme distraits, les auteurs intègrent de plus en plus la promotion comme un prolongement de leurs contenus. Notamment avec des courtes vidéos, des images qui délivrent un contenu similaire de manière synthétique ou décalée. De même, il serait utile de considérer les éventuels compléments plus didactiques d'un webdocumentaire

(questionnaires, fiches, quizz, jeux ...) comme des éléments constitutifs de la ligne éditoriale et narrative du projet.

4.3 UN ENJEU ÉCONOMIQUE, SOCIAL ET CULTUREL

Prendre en compte la dimension pédagogique du webdocumentaire, en tant qu'accès aux savoir, a aussi une dimension économique. Cela permet aux auteurs d'accéder à de nouvelles sources de revenus et d'interroger la politique d'aide financière, en encourageant le décloisonnement des lignes budgétaires souvent inadaptées à des projets pluridisciplinaires.

En 2015, 43 projets documentaires ont été soutenus (53 en 2014) pour un montant total de 1 554,0 K€ (1 668,2 K€ en 2014) dont 8 projets documentaires multisupports. Parmi les 74 projets spécifiquement destinés à internet et / ou aux écrans mobiles, 37 sont des documentaires. Ces chiffres confirment la présence importante du documentaire parmi les projets développant des écritures numériques. 2015 est également l'année de l'émergence de la réalité virtuelle avec 18 projets soutenus, dont 7 documentaires. (PXN 2015)

Le développement des productions interactives (documentaire ou fiction) interroge et complète d'autres pratiques (la lecture, le cinéma, les jeux vidéo). Avec le développement des supports mobiles et des objets connectés, le webdocumentaire s'intègre plus généralement dans un dispositif transmédia (Hoguet 2015) qui promet des interactions nouvelles avec l'environnement et avec les autres participants.

CONCLUSION

Depuis 2005, les auteurs de webdocumentaire ont essayé régulièrement d'innover tout en essayant de doser les effets pour ne pas perdre leur public d'une part, et pour que la forme puisse servir effectivement le fond d'autre part. S'est ainsi développée une autre manière de se cultiver pour les internautes grâce au

webdocumentaire, plus proche des individus, avec une volonté et une liberté d'implication plus fortes.

Cette démarche suppose de la part des auteurs une modestie et un engagement. Certes ils peuvent se positionner en tant que sachant, puisqu'ils ont pris du temps pour rassembler divers documents et témoignages. Mais avec Internet, leur expertise est plus facilement partagée par d'autres internautes, spécialistes ou passionnés, et donc plus largement débattue.

Cette situation nécessite de ménager des espaces de participation dans lesquels les auteurs interagissent réellement avec le public. Choisir de professionnaliser et d'externaliser la modération, comme l'ont fait de nombreux sites de presse récemment, peut créer une distance entre l'auteur et les participants dans le cadre d'un webdocumentaire.

Il serait donc plus approprié de former les auteurs afin de poursuivre à travers la discussion, le travail entamé lors de la création des contenus. Cela suppose aussi une volonté de l'auteur, que celui-ci soit payé pour poursuivre cette tâche et que l'on ne limite pas son rôle à la production de contenus. C'est par ce biais que l'on arrivera à élever le niveau de la discussion et ainsi, à renforcer l'intérêt autour du sujet abordé.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ACCÈS AU SAVOIR, PÉDAGOGIE

- Brian, Eric (octobre 1998) : « *L'Ancêtre de l'hypertexte* [La raison du dictionnaire] », *Les Cahiers de Science et Vie*, n°47, p. 28-38.
- Charlot, Bernard (2007) : *Du Rapport au Savoir, Eléments pour une théorie*, Ed. Economica, Coll. Anthropos, p.70
- Deleuze, Gilles (1990) : « *Les intercesseurs* », « *Le couple déborde* » in *Pourparlers*, Paris, Editions de Minuit
- Lahire, Bernard (2004) : *La culture des individus*, La découverte.
- Leclercq Gilles (2005) : *La communication en pédagogie*, in Jean-Claude Ruano-Borbalan (coord.), *Eduquer et former*,

- Auxerre, Editions Sciences Humaines, 223-230.
- Stiegler, Bernard (2008) : *Contre la destruction de l'attention, pour une nouvelle politique éducative*, URL : arsindustrialis.org
- UNESCO (2005) : *Vers les sociétés du savoir*, Rapport de l'UNESCO, 232 p. URL : unesdoc.unesco.org

MULTIMÉDIA, TRANSMÉDIA, WEBDOCUMENTAIRE

- Beirut, Benjamin (28 octobre 2015) : *Cours 7 : Fun et Gamification*, publié sur *Medium.com*, URL : medium.com/web-content-theory-and-strategy
- Bomsel, Olivier (2007) : *Gratuit ! Du déploiement de l'économie numérique*, Gallimard, Coll. Folio Actuel, p. 188
- Brachet, Alexandre (octobre 2005) : *Webdocumentaire ?*
URL : <http://lacitedesmortes.net/blog/>
- Lavigne, Michel (2005) : *Regard rétrospectif sur les CD-ROM culturels*, Revue Entrelacs, URL : www.entrelacs.fr
- Bole, Nicolas & Mal, Cédric (2014) : *Le webdoc existe-t-il ?*, édité par le Blog documentaire. URL : leblogdocumentaire.fr
- Bole, Nicolas (14 janvier 2014) : "Le Grand Incendie" – analyse de Nicolas Bole sur Le blog documentaire,
URL : leblogdocumentaire.fr
- Drouillat, Benoît (2016) : *Le Design interactif, du webdesign aux objets connectés*, Paris : Dunod.
- France Télévision, *Des missions de service publique*.
URL : <http://www.francetelevision.fr/missions>
- Gantier, Samuel et Bolka, Laure (automne 2011) : « *L'expérience immersive du webdocumentaire : étude de cas et pistes de réflexion* », in *Les Cahiers du Journalisme*, n°22/23, p. 127
- Gavoile, Emilie (30 octobre 2010) "Alma, 26 ans et ex-tueuse : le webdocumentaire choc", *Télérama*,
URL : television.telerama.fr/television/
- Hoguet, Benjamin (2015) : *La narration réinventée*, le guide de la création interactive et transmédia, auto-édition.
URL : www.benhoguet.com
- Latrive, Florent, Peyret, Emmanuèle (25 octobre 1996) - « *Versailles Story* », in *Libération*, URL : www.liberation.fr/ecrans/
- Lavigne, Michel (16 décembre 2005) : « *Regard rétrospectif sur les CD-ROM culturels* », in *Revue Entrelacs* URL : www.entrelacs.fr

- Laval, Flo (24 mars 2015) : « *On fait des objets compliqués pour des sujets compliqués, donc c'est compliqué !* », entretien avec Florent Maurin pour le site *The Rabbit Hole*, URL : www.therabbithole.fr/webdocs/
- Mal, Cedric (16 janvier 2013) : « *Doc/Webdoc : Esquisse d'une filiation* », in *Le blog documentaire*, URL : leblogdocumentaire.fr
- Mal, Cedric (22 janvier 2014) : « *Retour d'expérience sur Fort Mc Money, le jeu documentaire de David Dufresne* », in *Le blog documentaire*, URL : leblogdocumentaire.fr
- PXN (8 mai 2015) : *Tribune publiée dans les pages "Économie" du Monde*, URL : www.pxn.fr/tribune/
- Jean, Patric (3 mars 2015) : « *Webdoc l'innovation, est-elle encore possible ?* », in *Le blog documentaire*, URL : leblogdocumentaire.fr

WEBDOCUMENTAIRES CITÉS (PAR ANNÉE) :

- La cité des mortes* (2005) - URL : lacitydesmortes.net - de Jean Christophe Rampal, Marc Fernandez, Estelle Larrivaz, Prod. Upian
- Gaza/Sderot* (2008) - URL : gaza-sderot.arte.tv - Prod. Arte.tv, Alma Films, Ramattan Studios, Bo Travail, Upian
- Voyage au bout du charbon* (2008) - URL : lemonde.fr, de Samuel Bollendorff et Abel Ségrétin, Prod. Honkytonk Films, Le Monde.fr
- Prison Valley* (2010) - URL : prisonvalley.arte.tv - de David Dufresne et Philippe Brault, Prod. Upian, Arte.tv
- La vie en sac* (2010) – URL : lavieasac.com - de Charles Henri Frizon (rédaction) et Céline Lagache (production), Prod. CAPA Entreprises, Médecins du Monde
- A l'abri de rien* (2011) – URL : www.a-l-abri-de-rien.com - de Samuel Bollendorff et Mehdi Ahoudig, Prod. BDDP unlimited, Fondation l'Abbé Pierre
- Welcome to Pine Point* (2011) - URL : pinepoint.nfb.ca - de Michael Simons et Paul Schoebridge, Prod. The National Board of Canada (NBC)
- 127 rue de la Garenne* (2012) - URL : bidonville-nanterre.arte.tv, de Laurent Maffre et Thomas Gabison, Prod. Actes Sud BD,

- Arte.tv
- Alma, une enfant dans la violence* (2012) - URL : alma.arte.tv - de Miquel Deweever-Plana & Isabelle Fougère, Prod. Upian, Arte.tv
- Mission Printemps* (2012) - URL : missionsprintemps.blog.arte.tv, de Antoine BAMAS et Chloé JARRY, Prod. Camera Lucida, Arte.tv
- Qui va garder les enfants ?* (2012) - URL : francetv.fr/nouvelles-ecritures/qui-va-garder-les-enfants - de Francine Raymond et Ludovic Fossard, Prod. Découpages, France TV - Nouvelles Ecritures
- Fort McMoney* (2013) - URL : fortmcmoney.com - de David Dufresne, Prod. Toxa, Office national du film canadien (ONF), Arte.tv
- Killing Kennedy* (2013) - URL : kennedyandoswald.com - Prod. National Geographic Channel
- Le grand incendie* (2013) - URL : le-grand-incendie.nouvelles-ecritures.francetv.fr - d'Olivia Colo et Samuel Bollendorff, Prod. Honky Tonk Films, France TV - Nouvelles Ecritures
- Easy Coming Out* (2014) - URL : easycomingout.arte.tv - de Méline Angerbeau, Jérôme Batteux et Johanna Luyssen, Prod. Upian, Arte.tv
- Sauvons le Louvre* (2014) - URL : sauvons-le-louvre.francetveducation.fr - de Véronique Gauvain et Florent Maurin, Prod. The Pixel Hunt, France TV - Nouvelles Ecritures
- Do Not Track* (2015) - URL : donottrack-doc.com - de Brett Gaylor, Prod. Once Upon, Arte.tv