

Translittératie et expérience transmédiatique : une étude de cas d'*Alternate Reality Game* (ARG)

Thibault Philippette

Centre de Recherche en Communication (ReCOM)
Groupe de Recherche en Médiation des Savoirs (GReMS)
Laboratoire Jeux et Mondes Virtuels (LabJMV)
Université UCLouvain

Résumé : Cet article propose d'explorer un type particulier de production transmédiatique, les *Alternate Reality Games* au travers de l'exemple du jeu *Drake a disparu*, en interrogeant les activités de leurs concepteurs et de leurs utilisateurs à la lumière du concept de translittératie. Ce faisant, nous réfléchissons aux liens qui peuvent être établis entre une conception transmédia et les compétences requises par ses utilisateurs, en nous gardant bien d'établir des rapports de causalité.

Mots-clés : *Alternate Reality Games*, ARG, translittératie, transmédia, Drake a disparu

Le concept de transmédia a été porté par Henry Jenkins le définissant 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* » (Bourdaa, 2013; Jenkins, 2006). Le présent article, qui prolonge mon intervention faite lors de la journée d'études sur le transmédia qui se déroula le 6 novembre 2017 au Quai 22 à Namur (Belgique)¹, propose d'interroger ce concept en se penchant sur un type particulier de productions transmédia, les *Alternate Reality Games*, au travers d'une étude de cas du jeu *Drake a disparu* (2012, Loïc Rakotondramanana et Rémi Rollet), tout en orientant notre regard sur les activités induites par le système de jeu. Ce faisant, nous questionnerons les compétences potentiellement mobilisées par les joueuses² et joueurs au travers d'un autre concept qui peut être rapproché de celui de transmédia, à savoir celui de *translittératie*. Ce travail exploratoire nous permettra *in fine* de dégager quelques pistes et perspectives prometteuses dans l'étude de ces expériences.

Du média au transmédia

Le préfixe « trans- », comme le relève Olivier Le Deuff (2014) citant Le Gaffiot, provient du latin et indique une logique de dépassement de type géographique (« par-delà de », « au-delà de »). Ce préfixe est intéressant car adossé à celui de « média », il fait prendre conscience qu'un texte médiatique— écrit, sonore et/ou visuel— ne répond pas uniquement à une logique narrative temporelle, mais aussi à un déploiement dans des espaces de diffusion *par-delà* le point d'entrée du lecteur. Il dépasserait dès lors le « multimédia » par sa logique de cohérence d'ensemble à partir d'une fragmentation organisée (Le Deuff, 2014). Transmédia, crossmédia, multimédia, plurimédia... il n'est pas évident de s'en sortir avec toutes ces terminologies ayant émergé à des périodes et dans des contextes de communication relativement différents³. Mélanie Bourdaa (2013) relève qu'Internet et son développement ont contribué à des pratiques de production et de consommation s'appuyant sur des convergences techniques et culturelles favorisant les narrations augmentées et immersives, et donc l'intérêt pour le concept de « transmédia ». Les formes de transmédiabilité peuvent cependant être diverses, dès lors que le récit est pensé de manière linéaire, arborescente ou auto-générée (Genvo, 2002). Les travaux de Serge Bouchardon (2008) sur le « récit littéraire interactif » sont à ce titre intéressants pour

¹ Voir : <https://heaj.be/wp-content/uploads/2017/10/mat-jde-brochure-a5-v1.pdf>, consulté dernièrement le 6 juin 2018.

² Les études montrent que ce type de jeu attire femmes et hommes dans des proportions similaires (Voir notamment Kim, Allen, et Lee 2008)

³ Les rédacteurs du blog du Transmedia Lab (société Orange) explique par exemple, dans une tribune sur le sujet, que le terme *multimédia*, aujourd'hui obsolète, est hérité des années 80-90 et des recherches sur le Minitel et les CD-Roms, celui de *crossmedia*, apparu quelques années plus tard, provient de la publicité et de la presse pour qualifier un même contenu/message décliné sur de multiples supports, alors que celui plus récent de *transmédia*, recouvre des contenus différents contribuant à un « programme » unique. Voir : <http://www.transmedialab.org/the-blog/opinion/transmedia-crossmedia-multimedia-plurimedia-et-si-nous-devions-expliquer-ces-notions-a-quelquun/>, consulté le 6 juin 2018.

aborder ces rapports non-évidents entre histoire (événements), narration (modes de représentation) et interaction (interventions matérielles du lecteur) suivant les angles non-exclusifs par lesquels on les aborde : celui de la lecture non-linéaire (hypertextualité), des modalités manipulatoires (cinétique), du traitement informatique et génératif (algorithmique) ou encore de l'œuvre collaborative produite (collectif).

Si nous pouvons entrevoir à partir de là, même de manière floue, ce que le « trans- » peut couvrir, il nous semble nécessaire de s'arrêter également sur le suffixe « média ». La notion de média pourrait être longuement discutée, et nous ne ferons ici qu'esquisser la réflexion. Il est évident que les premiers modèles fonctionnalistes de la communication médiatisée, envisageant « les médias » (sous-entendu les *mass media*) comme les véhicules d'un message préétabli depuis une émetteur vers un récepteur, résistent peu aux pratiques médiatiques contemporaines. Entre autres, les systèmes programmés et algorithmiques, ajustant leurs contenus en temps réel et de manière individualisée aux comportements et actions des utilisateurs finaux, bouleversent l'idée même d'un contenu stabilisé à transmettre et d'une « simple » transmission depuis un émetteur vers un récepteur. Une définition qui nous semble éviter cet écueil, et qui garde encore actuellement tout notre intérêt, est celle proposée par James Anderson (1988) lorsqu'il dit qu'un média est « *une activité humaine distincte qui organise la réalité en textes lisibles en vue de l'action* ». Cette définition a le mérite de considérer les médias avant tout comme des actes sociaux construits sur et pour une expérience commune, et traduits en opérations, instruments techniques (en ce compris systèmes d'automatisation ou intelligences artificielles) et industries⁴ qui vont en retour modifier le contexte-même de cette expérience. Prolongeant cette perspective, un *transmédia* ne doit pas seulement être vu comme une diffusion distribuée d'un récit médiatique sur un ensemble de supports aux modalités techno-sémiotiques variées, mais bien un co(n)-texte médiatique produit conjointement par les concepteurs et les récepteurs. Cette construction partagée permet d'augmenter l'expérience médiatique « au-delà de » sa conception de départ. Que ce soit dans le chef des concepteurs ou des récepteurs, un tel acte de *co-design* (Gee, 2005) appelle potentiellement un grand nombre de compétences.

⁴ Nous pouvons arguer que l'aspect industriel ne se situe pas que du côté de la production et que d'une certaine manière, des utilisateurs qui adoptent de manière massive certaines pratiques se constituent également en « industrie » dès lors que ces comportements vont influencer de manière significative les productions culturelles et médiatiques dominantes.

Du transmédia à la translittératie

D'après plusieurs sources, le concept de translittératie est apparu suite aux travaux du *Cross-disciplinary Transliterations Project Group* piloté par Alan Liu, chercheur reconnu en *digital humanities* de l'Université de Californie à Santa Barbara (Ipri, 2010; Le Deuff, 2014). Le terme provient au départ du mot anglais *transliterate* qui consiste à donner une correspondance la plus proche d'une lettre, d'un mot ou d'une expression spécifique à une langue dans une autre langue, comme par exemple la lettre Я en russe qui devient « je, moi, moi-même » en français⁵, ou le nom générique anglais « John Smith » traduit généralement par « Jean Dupont » en français.

Sue Thomas, qui a assisté aux travaux du groupe de recherche piloté par Liu, a étendu le concept de translittératie à l'analyse des pratiques médiatiques en la définissant comme « l'habileté à lire, écrire et interagir par le biais d'une variété de plateformes, d'outils et de moyens de communication, de l'iconographie à l'oralité en passant par l'écriture manuscrite, l'édition, la télé, la radio et le cinéma, jusqu'aux réseaux sociaux. » (Thomas *et al.*, 2007 traduit dans Le Deuff, 2014). Hélène Bourdeloie (2012) souligne que le concept dépasse les simples capacités opératoires et doit inclure des capacités plus critiques, autrement dit « [...] un ensemble de compétences "méta" [...] qui relèvent aussi de la lecture et de l'écriture numériques, de la culture des médias, de la culture de l'information et de la culture informatique, etc. » (Bourdeloie, 2012:7). L'expression rencontre aujourd'hui un certain succès en France, notamment dans le domaine de l'info-documentation. Malgré cela, il n'est pas évident d'identifier, par exemple, les spécificités de cette « trans- »littératie par rapport à des définitions plus classiques de la littératie médiatique (Fastrez, 2012). Comme le propose Pierre Fastrez (2012), on peut néanmoins s'interroger sur cette spécificité de plusieurs manières. Tout d'abord, on peut s'intéresser aux compétences permettant d'intégrer des expériences médiatiques distribuées sur différents objets médiatiques (l'auteur reprenant ici la dimension de *transmedia navigation* à Jenkins *et al.*, 2006), ou a contrario de distinguer des aspects de cette expérience pour pouvoir mieux répartir son attention (*multitasking*, cf. Jenkins *et al.*, 2006) ou comprendre les normes spécifiques à chaque sous-contexte (*negotiation*, cf. Jenkins *et al.*, 2006). Ensuite, Fastrez souligne qu'on peut aussi s'intéresser aux activités qui articulent différentes tâches, notamment en réception et en production, comme par exemple celles permettant la sélection, la curation et le réagencement de contenus médiatiques (*appropriation*, cf. Jenkins *et al.*, 2006) ou celles visant à identifier l'information pertinente, la reformater et la

⁵ Exemple repris du site <https://www.merriam-webster.com/dictionary/transliterate>, consulté le 9 juin 2018.

distribuer au sein de sa communauté (*networking*, cf. Jenkins *et al.*, 2006). Enfin, le « trans- » peut renvoyer à l'idée de « transfert » et aux conditions permettant l'apprentissage et la réutilisation adaptée de compétences informationnelles, techniques ou sociales d'un sous-contexte à un autre (Fastrez, 2010a).

Ces quelques éléments de cadrage nous seront utiles pour la suite de notre analyse (cf. infra). Terminons ce point par une note de positionnement. S'il n'est pas impossible d'en étudier purement les caractéristiques formelles, il nous semble en revanche inévitable, pour pouvoir analyser une production transmédia en tant qu'activité humaine, de s'intéresser au développement de cette translittératie des utilisateurs, condition *sine qua non* de l'expérience. En outre, comme nous le verrons particulièrement avec les ARGs, et suivant le principe de co-design énoncé précédemment, une expérience « transmédiatique » de ce genre implique également une translittératie des concepteurs qui doivent pouvoir suivre l'évolution de l'expérience et ajuster les contenus en conséquence.

Les Alternate Reality Games

S'il existe plusieurs types d'ARGs, leurs caractéristiques communes sont une approche « pervasive » (se fondant sur des plateformes réelles et fictionnelles, en ligne et parfois hors ligne) et un *storytelling* interactif (O'Hara *et al.*, 2008) à la lisière entre fiction sérielle, jeu traditionnel et jeu numérique (Di Crosta et Chantôme, 2016), le tout créant pour le joueur une expérience de réalité « alternée », collaborative et éphémère (Bakioglu, 2015). Ces jeux se fondent principalement sur nos imaginaires narratifs construits autour de faits d'actualité, comme le jeu *In Memoriam* (Ubisoft, 2003) inspiré du tueur du Zodiaque ayant sévi dans les années 60 et 70 aux États-Unis, ou inspirés d'univers fictionnels, comme le jeu *The Lost Experience* (ABC et Channel 4, 2006) créé dans l'intersaison 2 et 3 de la série TV éponyme *Lost* (Martin, 2011). Un *Alternate Reality Game* débute par une annonce ou une série d'indices étranges, renvoyant le plus souvent vers un site web dédié, qui sert de « point d'entrée » appelé également *Rabbit Hole* ou *Trail Head* en anglais (Örnebring, 2007). Un des ARGs le plus souvent cité comme précurseur, *The Beast* (2001), lancé comme outil de promotion du film *A.I.* de Steven Spielberg, débuta aux États-Unis par plusieurs indices éparpillés sur les posters du film, renvoyant vers un site web suggérant qu'un des personnages de l'univers de *A.I.*, Evan Chan, venait d'être assassiné. Un autre ARG, « ILoveBees », fut lancé en 2004 pour promouvoir le jeu Halo 2 sur Xbox par d'un côté, l'envoi d'un paquet contenant une bouteille de miel à différents acteurs de l'industrie des jeux vidéo et responsables de sites dédiés aux

ARGs, et d'un autre côté une image indiquant très brièvement l'adresse url « ilovebees.com » dans le *trailer* du jeu (Kim, Allen, et Lee, 2008). Comme le relève Henrik Örnebring (2007), ces scénarii brouillant volontairement les frontières entre producteur et consommateur, faisant en outre la promotion d'une culture participative, ont reçu un très bon accueil des chercheurs et chercheuses qui se sont mis à les étudier. Ce fût le cas par exemple du jeu précurseur *Majestic* (2001) décrit par Taylor et Kolko (2003) comme une forme de *gameplay* multimodal original mélangeant appels téléphoniques, télécopies, messageries instantanées et courriels, ou encore des vrais et faux sites web. Cependant, les quelques exemples commerciaux décrits plus haut montrent que les industries qui les développent n'ont pas forcément « [...] *pour besoin primaire de créer de nouvelles opportunités d'interaction, de mise en réseau et de participation du public à ces récits [trans]médiatiques, mais simplement de créer une expérience agréable qui va construire la marque de la franchise dans l'esprit de l'audience* » (Örnebring, 2007:450, notre traduction). Néanmoins, Örnebring admet qu'à côté de la fonction marketing qu'on peut leur reconnaître, il y a également de plus en plus de productions originales et moins liées à un univers de référence principal (« *grassroots-produced* »), plus globales et surtout plus organisées, avec des sociétés qui se sont spécialisées dans leur production (Örnebring, 2007:447). Autrement dit, si les premiers ARGs servaient essentiellement de produit d'appel vers la consommation d'un média principal, plusieurs expériences récentes ont été développées pour elles-mêmes.

Le cas *Drake a disparu*

Drake a disparu est typiquement un de ces ARGs pensé comme une production transmédia non-promotionnelle. Il faut dire que le contexte de sa réalisation est particulier, puisqu'il s'agit d'une création d'étudiants en deuxième année (à l'époque) de l'Institut de l'Internet et du Multimédia à Paris –Rémi Rollet, Loïc Rakotondramanana, Harris Puisais, et Clément Loubière — qui tourna pendant plusieurs mois de l'année 2012. Le contexte amateur de sa production ne doit pas cacher l'ambition initiale du projet. En avril 2012 sur le site *openclassrooms.com*, Rémi Rollet, ayant adopté le pseudo Dem@n, introduit le projet et en explique la genèse :

« Salut à tous, Je viens ici pour vous présenter un projet réalisé avec 3 potes sur le thème du paranormal. C'est un ARG et il est en français. Pour l'initiateur, c'est deux d'entre nous (dont moi). J'aime le Web, il aime les jeux vidéo⁶, et on aime tous les deux le Paranormal, donc c'était tout vu. :) L'idée est partie d'un ensemble d'expériences. J'avais complètement adoré imbeingfollowed.com et un pote avait aimé [inmemoriam](http://inmemoriam.com), deux ARG. Pour la

⁶Il fait référence ici à Loïc Rakotondramanana, présenté comme *Experience Designer* du projet.

petite info : un ARG, c'est mot pour mot "Jeu en réalité alternée" ou "Alternative reality game" en anglais. En fait c'est un jeu qui se passe à la fois dans le virtuel mais aussi dans la vie réelle (Flash mobs, emails, articles de journaux) où le joueur peut se servir de ce qu'il a autour de lui pour progresser. Dans le cas de drakeadisparu.fr, c'est principalement via les réseaux sociaux, mails, internet en général... Vu qu'il y'en a à la pelle en anglais, on s'est dit : faisons découvrir le principe aux Frenchies ! [...] On ne peut pas vraiment dire que le projet soit forcément original dans son concept. On espère que l'histoire saura se démarquer et surprendre les utilisateurs. On n'a pas encore planifié la longueur du projet. On a la fin, on a le début, le milieu se construira en fonction de l'activité et des réactions (systèmes de votes pour choisir des points de l'histoire par exemple). Voilà un petit résumé. Si vous voulez jeter un petit coup d'œil et retourner quelques critiques, merci bien. :) <http://www.drakeadisparu.fr> » (post sur openclassrooms, 2 avril 2012 à 21:53)⁷

Cette présentation relève plusieurs points fondamentaux de ce type de production transmédia. Tout d'abord, il y a une culture d'un genre dans le chef des concepteurs qui leur permet de mobiliser des codes et *habitus* ludiques (Berry, 2012) qui sont apparus au départ de parangons. Ensuite, la construction narrative inscrit l'indétermination de l'interactivité avec les participants-joueurs et la nécessité de « faire avec » (« on a le début, on a la fin, mais au milieu... ») et d'anticiper le fait qu'ils vont devoir guider l'histoire en fonction des comportements de la communauté et de la durée accordée au projet. Il n'est d'ailleurs pas étonnant que l'expression *Puppet Masters* (« marionnettistes »), faisant référence au monde du théâtre et de l'improvisation, soit utilisé pour qualifier les concepteurs et animateurs d'ARGs (Kim *et al.*, 2008; O'Hara *et al.*, 2008; Örnebring, 2007). À côté du responsable de la narration ou du support technique des plateformes, le rôle de responsable de la communauté (*community lead*) est dès lors essentiel à ce genre de projet⁸ (Kim *et al.*, 2008). Sur le plan ludique, ces jeux ont moins à voir avec de nombreuses formes de jeux vidéo en ligne qu'avec des jeux de rôle grandeur nature, en ce qu'ils visent l'équilibre entre règles et fiction (Kapp, 2015), ou les *escape games*⁹ pour la gestion du dévoilement de l'intrigue et de la progression des joueurs. Ils ont néanmoins pour spécificité de reposer sur l'utilisation combinée d'outils de communication (souvent numériques) pour gérer la communauté des participants.

⁷ Le texte n'a pas été modifié sur le fond mais quelques petites imperfections (majuscules/minuscules, déterminants manquants, etc.) ont été gommées afin de rendre la lecture du passage plus fluide.

⁸ Par exemple, Jane McGonigal, bien connue pour son intervention « Le jeu peut rendre le monde meilleur » sur Ted Talk (https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world) et son ouvrage *Reality is broken* (McGonigal, 2011) a été la *lead community designer* de Ilovebees et aussi d'autres projets ARGs, comme *World without Oil* ou *Evoke* (Örnebring, 2007).

⁹ Comme par exemple les *escape rooms* qui consistent à être enfermé en petit groupe dans une pièce inspirée par un contexte fictionnel particulier pendant un temps limité, à la recherche d'indices pour pouvoir atteindre la sortie et se libérer. Le groupe est aidé par l'équipe animatrice si leur progression est jugée trop lente par rapport aux différentes énigmes.

Concepteur d'ARG : vers une littérature du *co-design*

L'ARG *Drake a disparu* a fait parler de lui sur différents sites spécialisés (jeuxvideo.com, transmedialab.org, therabbithole.fr, etc.¹⁰) et aurait attiré près de 30.000 joueurs¹¹. Le lancement s'est organisé au départ de la circulation d'une vidéo de présentation, encore disponible en ligne¹², débutant par une définition de l'exorcisme, suivi par une phrase intrigante (« Il a cherché à savoir... »), le tout sur un fond musical angoissant¹³ et des visuels alternant prises de vues en forêt et scènes de cérémonies ésotériques (non sans rappeler l'ambiance et le mode « caméscope en main » du film *Le projet Blair Witch*¹⁴), couplé avec la suite du texte de la phrase découpée (« jusqu'à s'aventurer trop loin » et enfin « oserez-vous découvrir la vérité ? ») avant d'afficher l'adresse de la page web *drakeadisparu.fr*.



Figure 1 - Page d'accueil du site *drakeadisparu.fr* (aujourd'hui inaccessible)

Lorsqu'on arrivait sur cette page, le prologue débutait par un appel à l'aide d'un certain Drake Eamon, se présentant comme un « exorciste numérique » expérimenté, qui serait « tombé sur plus fort que lui » et qui a « besoin de notre aide » (le joueur comprend alors que ce personnage a été enlevé et que sa mission est de le retrouver). Ce prologue n'est pas sans rappeler celui d'*In Memoriam*, le jeu d'aventure et d'investigation conçu par Eric Viennot, qui démarrait avec l'enlèvement du journaliste Jack Lorski par un tueur en série.

¹⁰ Aux États-Unis, les sites dédiés au phénomène sont notamment *deaddrop.us* et *unfiction.com* (Örnebring, 2007).

¹¹ D'après les chiffres communiqués par Loïc Rakotondramanana sur sa page de profil *LinkedIn*.

¹² Voir <https://youtu.be/pz0G-EteWfM>, consultée dernièrement le 13/06/2018.

¹³ Le « cirque à muses » d'un certain Antoine R.

¹⁴ Réalisé par Eduardo Sánchez et Daniel Myrick (1999).

L'interface du site *drakeadisparu.fr* (voir figure 1) est particulièrement intéressante car, outre le scénario et les quelques règles explicatives de prise en main, il y avait surtout un renvoi de l'enquête vers les réseaux sociaux comme twitter. En effet, l'écosystème du jeu ne se limitait pas au site web, bien qu'il soit un passage obligé de l'expérience, mais comprenait un blog présenté comme le blog personnel de Drake Eamon, une newsletter pour recevoir les avancées de l'enquête et les nouveaux indices, une page facebook officielle permettant à la communauté d'interagir entre elle et avec les concepteurs, le fil twitter, sans oublier les discussions créées par les joueurs sur des forums comme sur *jeuxvideo.com*. Sur le plan de la narration, il y avait donc une diversité de supports, mais également une diversité d'énonciateurs puisque les messages provenaient tantôt des concepteurs, tantôt de « Drake », tantôt de participants, tantôt de ce qui semblait être « le démon » et bien souvent, comme sur facebook, d'un mélange de toutes ces énonciations.



Figure 2 - Sur facebook, les discussions mêlaient messages des participants, des concepteurs et du « personnage de Drake »

Ce brouillage entre « effets fictionnels » et « effets de réel » a bien été décrit par Catherine Bouko et Giulia Dondero (2015) lorsqu'elles ont analysés plusieurs docufictions sur facebook basés sur la première guerre mondiale. Comme le souligne Di Crosta et Chantôme (2016), ce brouillage des « marqueurs de fictionnalité » est d'autant plus fort que le joueur n'incarne aucun personnage précis autre que lui-même, si ce n'est un rôle d'enquêteur attribué par le scénario en début de jeu. Outre ce rapport volontairement ambigu à la fiction, on ne peut que constater, sur le plan ludique, un rapprochement entre jeux numériques et jeux plus traditionnels (Di Crosta et Chantôme, 2016), à travers notamment le rôle central du gestionnaire de communauté (cf. supra). En effet, les différentes interventions des concepteurs dans l'écosystème de l'ARG témoignent tantôt d'une volonté de faire progresser les participants, tantôt de brouiller les pistes et de les ralentir. La contrainte par rapport à un scénario classique est la gestion de la résolution des énigmes, puisque d'une part tout le matériel n'est pas accessible directement (logique sérielle de construction par épisodes) et prend du temps à être produit vu l'équipe restreinte de ce genre de projet¹⁵ ; et d'autre part l'intérêt majeur du design de l'expérience¹⁶ repose sur l'attente et l'observation des comportements des participants pour ensuite ajuster les indices et les nouvelles énigmes en conséquence. En somme, si la conception d'un ARG implique de nombreuses expertises techniques complémentaires en développement, conception d'ambiances visuelles et sonores, mises en scènes d'acteurs, etc. (Kim *et al.*, 2008), le cœur de ces expériences tient avant tout à la capacité des concepteurs à animer leur communauté et à rythmer le déploiement de l'intrigue.

On peut se poser la question : « est-ce qu'un ARG peut être qualifié de production transmédia » ? Si on suit la définition devenue référence du *transmedia storytelling* donnée par Jenkins (cf. supra), qui l'avait construite au départ de son analyse d'extensions du film *Matrix*, on retrouve *a priori* dans les ARGs cette « [...] expérience de divertissement coordonnée et unifiée » (Bourdaa, 2013). Là où on pourrait davantage discuter, c'est sur « les éléments repris d'une fiction » (*Ibid.*), puisque comme relevé précédemment, un ARG va volontairement brouiller la frontière entre des éléments fictionnels construits ou empruntés, et d'autres repris du « réel ». Cependant, ne peut-on pas arguer qu'il y a dans l'ensemble narratif ainsi constitué un certain *effet de fictionnalisation* (Baroni, cité dans Baroni et Leiduan, 2012), permettant de conclure que les ARGs relèvent malgré tout des productions transmédia ? En concluant

¹⁵ Cette remarque est vraie en l'espèce et en général, mais pas dans tous les cas. Certains projets plus professionnels comme *ILoveBees*, et d'autres par exemple réalisés par la société *42Entertainment* (<http://www.42entertainment.com/team>), impliquent de plus grosses équipes.

¹⁶ Voir note 6.

simplement cela, nous ferions l'impasse sur le fait que le *transmedia storytelling* ne concerne pas que le « texte » produit, mais qu'il influe également sur les conditions de production et de consommation (Scolari, 2009). Et dans le cas des ARGs, qui relèvent autant du jeu que de la narration, la dimension coordonnée et unifiée de cette narration n'émerge qu'à la toute fin de l'expérience. En outre, elle reste hautement arbitraire, puisque cet aboutissement menant à l'unité n'est premièrement jamais garanti, et deuxièmement les chemins narratifs déployés par les concepteurs et empruntés par les participants font l'objet de négociations régulières entre producteurs et participants, et au sein de la communauté des participants.

En résumé, les ARGs nous semblent pouvoir relever de la « co-production transmédia » ou de l'« expérience transmédia », soulignant par là le processus, plutôt que de la production ou narration transmédia qui fait davantage référence au résultat ou au « texte final », qui lui est beaucoup plus incertain. Dès lors, il convient de se tourner aussi du côté des participants pour comprendre les conditions de cette co-création.

Joueur d'ARG : vers une translittératie transmédiatique

Il convient avant toute analyse de préciser quelques aspects méthodologiques. Les ARGs étant des phénomènes par définition éphémères, il est impossible de les étudier a posteriori sans avoir participé à l'expérience. La disparition quasiment complète du site principal et la dissolution de la communauté participante nécessite un travail archivistique important afin de récupérer, même de manière partielle, les traces de l'activité (Örnebring, 2007). Par sérendipité, nous avons participé à l'expérience *Drake a disparu* à un moment où nous avions besoin d'une pause dans notre recherche doctorale. De plus, afin de tester quelques méthodes utilisées dans le cadre de notre thèse, nous avons eu la bonne intuition de garder pas mal de traces de notre activité de l'époque (notamment le début d'un carnet d'auto-ethnographie et de nombreuses captures d'écrans), sans savoir précisément ce que nous allions en faire. Ces traces combinées avec toutes celles qui ont pu être récupérées pour ce travail (notamment les pages encore activées sur les réseaux sociaux) nous permettent cette analyse. Il serait cependant péremptoire de ne pas souligner qu'il s'agit de données qui restent exploratoires et essentiellement basées sur notre propre activité. Notre revue de la littérature, à part le cas d'étude du jeu *Meigist* par O'Hara *et al.* (2008), ne relève d'ailleurs pas d'analyse complète et systématique d'une pratique d'ARG.

À partir du cadre d'analyse mentionné en début d'article (Fastrez, 2012; Jenkins *et al.*, 2006), un premier aspect de la translittératie que l'on peut voir mobilisé par les joueurs de Drake

a disparu est la capacité aux « multi-tâches » (*multitasking*¹⁷). Prenons l'exemple du prologue de l'ARG, intitulé « Malificium », où le joueur arrive sur une page avec ce qui semble être une lettre parlant de l'enlèvement par un démon, d'un musée du surnaturel, d'un dessin bizarre avec un crucifix sur un livre ouvert, etc. (voir figure 3). Le joueur n'a à ce stade que la possibilité de taper du texte qui va apparaître sur l'écran d'un vieux PC IBM 5150 (nostalgie du MS-DOS 1.0 des concepteurs, probablement). Le test d'un mot au hasard donne le message « Error » sur l'afficheur.

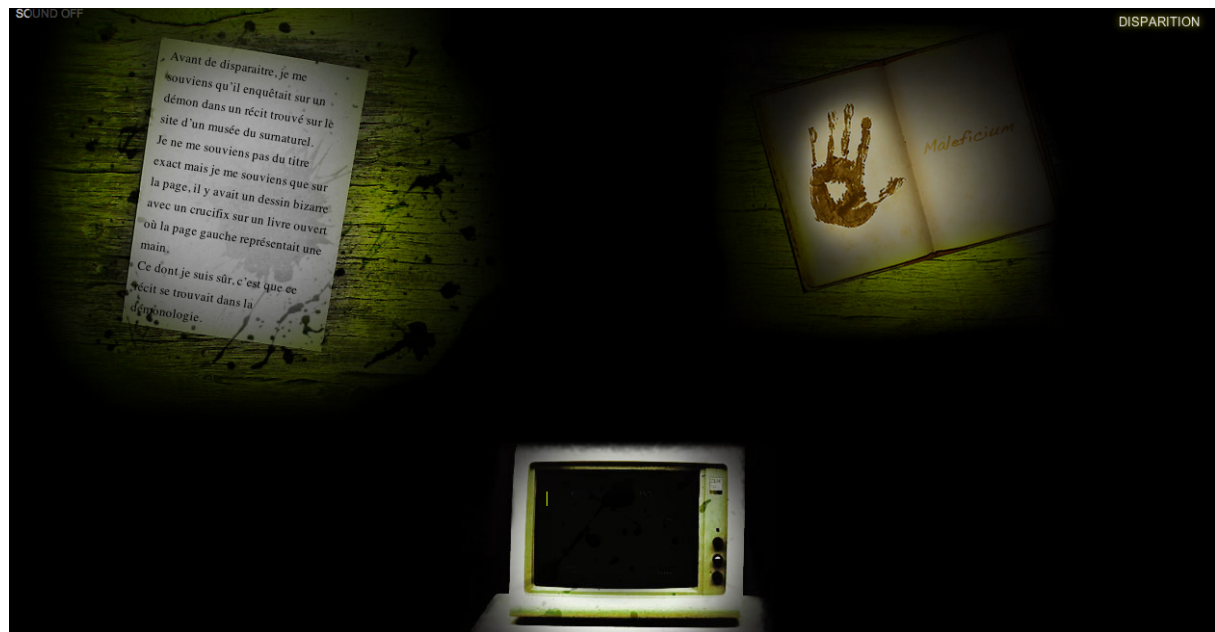


Figure 3 - Image du prologue de Drake a disparu

Cet échec induit la nécessité de se concentrer sur les éléments saillants, à savoir le texte et l'image. La mention d'un « musée du surnaturel » attire notre attention et une requête sur un moteur de recherche nous conduit vers le site *surnatureum.org* (qui n'a pas été créé par les concepteurs mais existe toujours par ailleurs). Dans l'arborescence du site de ce musée du surnaturel, vu les thèmes du jeu, notre intérêt se porte, après exploration¹⁸, sur une rubrique des collections consacrée à la démonologie et une section intitulée « malificium ». La page illustrée par un livre ouvert avec l'image d'une main et sur lequel repose un crucifix confirme alors la bonne piste. La lecture du texte parlant de diable, d'un conteur, d'un chanoine et surtout d'un démon particulièrement puissant, un djinn, fait porter l'attention sur son nom : EBLIS. Les cinq lettres sont tapées de manière figurée sur l'écran de l'ordinateur du prologue du jeu, qui nous renvoie le message de confirmation « Success » et débloque l'énigme suivante. Cet exemple

¹⁷ Afin d'éviter les répétitions inutiles, nous renvoyons le lecteur aux définitions données plus haut dans le deuxième paragraphe de la partie consacrée à la translittératie.

¹⁸ Pierre Fastrez identifie, dans son modèle de la littératie médiatique, des activités qualifiées de « navigation » pour lesquelles il distingue les activités de « recherche », avec un objectif pré-établi, des activités d'« exploration », qui sont plus ouvertes (Fastrez, 2010b).

illustre bien le fait que ce genre de jeu stimule une forme d'attention sélective et développe « potentiellement » cette dimension *multitasking* décrite par Jenkins *et al.* (2006).

Un autre concept central à l'opérationnalisation de la translittératie proposé par Fastrez (cf. supra) est celui de navigation transmédia (*transmedia navigation*). Typiquement, le lancement d'indices par les concepteurs au sein de l'écosystème du jeu et la capacité des joueurs à les suivre permet d'avancer dans l'intrigue. Par exemple, toujours en lien avec le prologue, un message présent depuis février 2012 sur le faux blog de Drake Eamon au titre « Mes chéris » montrait une photo de deux lapins et une légende indiquant que l'un d'eux s'appelait « Eblis » (la solution à la première énigme). Les concepteurs sollicitent régulièrement cette navigation transmédia comme modalité de résolution des énigmes, en invitant tel ou tel joueur à aller regarder des indices du côté du blog ou ailleurs dans l'écosystème du jeu.

L'appropriation (*appropriation*) est quant à elle mobilisée par les outils que les concepteurs mettent à disposition des joueurs et les manipulations nécessaires pour pouvoir trouver la solution à une énigme. Ainsi, une image va renfermer un texte qui ne pourra être découvert qu'en utilisant un logiciel sténographique, une suite de chiffres va faire référence à une longitude et une latitude renvoyant vers le nom d'un lieu sur une carte, un texte ou une image va renvoyer vers le chiffre d'une sourate et d'un verset du Coran, etc. Ce genre de jeu sollicite par ce biais une série d'opérations techniques et de transformations sémiotiques pour lever le voile du mystère.

Enfin la négociation (*negotiation*) et le réseautage (*networking*) sont particulièrement centraux à l'équilibre de ce type de jeu puisqu'à côté des concepteurs, c'est la communauté et le fait qu'elle participe sans toutefois trop dévoiler de l'intrigue qui vont garantir le plaisir partagé de l'expérience. Dans le cas de *Drake a disparu*, il suffit de lire les échanges entre joueurs sur les différents réseaux sociaux et forums pour constater effectivement des échanges de connaissances, notamment par rapport aux pistes et manipulations qui n'ont débouché sur rien, mais aucun dévoilement direct des solutions (en dehors de messages privés vers des joueurs arrivés tardivement sur le jeu). Certains joueurs ou joueuses se prenant même parfois pour les concepteurs, en communiquant de manière énigmatique et par bribes d'indices.

Conclusion... et épilogue

Nous n'avons fait ici qu'esquisser le rapprochement qui peut être fait entre (co-) production transmédia et translittératie, au travers d'une étude des ARGs et plus spécifiquement du cas *Drake a disparu*. Malgré son caractère exploratoire, plusieurs pistes de réflexion et perspectives peuvent être épinglées à la suite de ce travail.

A travers l'association *transmédia-translittératie*, il nous est apparu indispensable de dépasser ce qui était produit pour nous intéresser à l'activité des joueurs et aux compétences que l'on pouvait identifier. Ce faisant, il est apparu assez vite impossible de distinguer cette activité des joueurs de celle des concepteurs. Bien sûr, le rapport initial au déroulement et à l'intrigue n'est pas le même, les concepteurs jouant les *marionnettistes* ou les maîtres du jeu, mais les rôles évoluent et se confondent parfois au fur et à mesure du dévoilement de l'intrigue et des contributions des participants. Dès lors, il nous semble important d'évaluer les compétences en translittératie tant du point de vue des joueurs qui participent que de celui des concepteurs qui alimentent les contenus et gèrent la communauté, pour cerner comment les uns contribuent au développement des capacités des autres. Il nous semble que c'est là une entreprise qui n'a pas encore été faite et qui offre une piste importante pour la bonne compréhension du phénomène.

Nous constatons également que *ce qui fait transmédia* dans le cas des ARGs dépasse les choix scénaristiques multimodaux et les techniques interactives, et tient aussi (et peut-être surtout) à l'extension de l'expérience par l'activité des joueurs et la façon dont les concepteurs s'y accommodent. Cette co-production ou co-crédation nous fait rejoindre le constat posé par plusieurs auteurs, à savoir que les ARGs tiennent davantage du théâtre d'improvisation ou des jeux de rôle grandeur nature que des jeux vidéo ou fictions littéraires interactives (cf. supra). Au-delà d'analyses formelles de ces productions, il convient dès lors de s'attarder sur les conditions de leur production et réception, et les études théâtrales ou portant sur les jeux de rôle (Kapp, 2013 ; Lourtoux, 2015) peuvent apporter des clés de lecture prometteuses en ce sens.

Enfin, par rapport au concept de *translittératie* que nous n'avons fait que survoler à travers le modèle générique proposé par Jenkins, il nous apparaît crucial de considérer cette translittératie à travers ses multiples dimensions, pour pouvoir aborder la richesse des pratiques de consommation des productions transmédia. Par exemple, dans le cas de *Drake a disparu*, les échanges sur les réseaux sociaux démontrent que la résolution des intrigues et la progression des joueurs à travers le récit transmédia peuvent se faire par des voies différentes, tantôt plus par navigation, tantôt par appropriation, tantôt et bien souvent par négociation et réseautage (cf. supra). De cette variabilité dans les parcours transmédiatiques et manières de jouer découle une variabilité dans la translittératie développée. Alors peut-être convient-il mieux, au final, de parler de *translittératies* au pluriel ou de compétences en translittératie.

Vous vous demandez certainement comment fini l'aventure *Drake a disparu* ? Après trois mois très actifs jusqu'à la fin du chapitre 1, le jeu a fortement baissé en activités et donc

en attractivité. Cela démontre d'ailleurs la difficulté de porter bénévolement un tel projet durant plusieurs mois. Nous avons suivi les actualités pendant quelques semaines et puis le travail de thèse a repris le dessus. Aux dernières nouvelles, l'épilogue a été apporté par une dernière énigme en décembre 2012... mais nous ne sommes pas en mesure de vous la dévoiler.

Bibliographie

- Anderson J.A., 1988, « Examen de quelques concepts éclairant la position de l'éducateur aux médias », *Rencontres de la recherche et de l'éducation*, vol. 23, pp.11-23, Lausanne, Suisse, 27-30 juin 1988.
- Bakioglu B.S., 2015, « Alternate Reality Games », *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, doi:10.1002/9781118767771.wbiedcs052.
- Baroni R., Leiduan A., 2012, « La narratologie à l'épreuve du panfictionnalisme. Entretien avec Raphaël Baroni ». *modèles linguistiques*, n°65, pp.41-68.
- Berry V., 2012, *L'expérience virtuelle. Jouer, vivre, apprendre dans un jeu vidéo*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes.
- Bouchardon S., 2008, « Le récit littéraire interactif : une valeur heuristique ». *Communication et langages*, n°155, pp. 81-97.
- Bouko C., Dondero G., 2015, « My friend is a WWI soldier: docufictions on social networks ». *Punctum*, vol. 1, n°1, pp. 94-107.
- Bourdau M., 2013, « Le transmedia storytelling », *Terminal [En ligne]*, n°112. En ligne : <http://journals.openedition.org/terminal/447>. Consulté le 06/06/2018.
- Bourdeloie, H., 2012, « L'appropriation des dispositifs d'écriture numérique : translittératie et capitaux culturel et social », *Etudes de Communication [En ligne]*, n°38. En ligne : <http://edc.revues.org/3378>. Consulté le 05/06/2018.
- Di Crosta M., Chantôme A., 2016, « La conception de jeux en réalité alternée reliés aux séries télévisées. La scénarisation de fictions ludiques hybrides, entre jeu traditionnel et jeu numérique », *Sciences du jeu [En ligne]*, n°5. En ligne : <http://sdj.revues.org/587>. Consulté le 15/06/2017
- Fastrez P., 2010a, « Littératie médiatique : quelles compétences poursuivre ? », Actes du colloque du CLEMI, Strasbourg, France, 16-18 novembre 2010.
- Fastrez P., 2010b, « Quelles compétences le concept de littératie médiatique englobe-t-il ? Une proposition de définition matricielle », *Recherches en Communication*, n°33, pp. 35-52.
- Fastrez P., 2012, « Translittératie et compétences médiatiques », Actes du 5ème séminaire du GRCDI, Rennes, France, 7 septembre 2012.
- Gee J.P., 2005, « Learning by Design: Good Video Games as Learning Machines », *E-Learning*, vol. 2, n°1, pp. 5-16.
- Genvo S., 2002, « Transmédialité de la narration vidéoludique : quels outils d'analyse ? », *Comparaison*, n°2, pp.103-112.
- Ipri T., 2010, « Introducing transliteracy: What does it mean to academic libraries? », *College & Research Libraries News [S.I.]*, vol.71, n°10, pp. 532-567.
- Jenkins H., 2006, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press.
- Jenkins H., Purushotma R., Clinton K., Weigel M., Robison A.J. (Eds), 2006, *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. White paper*. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.
- Kapp S., 2013, « L'immersion fictionnelle collaborative : une étude de la posture d'engagement dans les jeux de rôles grandeur nature », Thèse en Sociologie, Ecole des Hautes Etudes en

Sciences Sociales de Paris/Université Libre de Bruxelles.

Kapp S., 2015, « Un jeu qui réconcilie les règles et la fiction : le jeu de rôles grandeur nature », *Revue du Mauss*, vol.1, n°45, pp. 91-103.

Kim J.Y., Allen J.P., Lee E., 2008, « Alternate Reality Gaming », *Communication of the ACM*, vol. 51, n°2, pp. 36-42.

Le Deuff O., 2014, « Translittératie et transmédia. Quelles compétences pour de nouvelles productions “délivrées” ? », *Les Cahiers du numérique*, vol. 10, n°3, pp. 55-72.

Lourtioux J., 2015, « Les nomades de l’imaginaire - approche ethnographique d’un jeu de rôles grandeur nature belge », Mémoire de Master en Anthropologie (finalité approfondie), UCLouvain, Louvain-la-Neuve, Belgique.

Martin M., 2011, « La situation instable du public de *Lost sur Internet*. Entre licence et contrainte. », *Réseaux*, vol.1, n°165, pp.165-179.

McGonigal J., 2011, *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, London, Vintage Books.

O’Hara K., Grian H., Williams J., 2008, « Participation, Collaboration and Spectatorship in an Alternate Reality Game », Communication au colloque OZCHI 2008, Cairns, QLD, Australia, ACM Press, pp. 130-139.

Örnebring H., 2007, « Alternate reality gaming and convergence culture. The case of Alias », *International Journal of Cultural Studies*, vol.10, n°4, pp. 445-462.

Scolari C.A., 2009, « Transmedia Storytelling: Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production », *International Journal of Communication*, n°3, pp.586-606.

Taylor T. L., Kolko B.E., 2003, « Boundary Spaces. Majestic and the uncertain status of knowledge, community and self in a digital age. », *Information, Communication & Society*, vol.6, n°4, pp. 497-522.

Thomas S., Joseph C., Laccetti J., Mason B., Mills S., Perril S., Pullinger K., 2007, « Transliteracy: Crossing divides », *First Monday (Peer-reviewed Journal on the Internet)*, vol.12, n°12. En ligne : <http://ojphi.org/ojs/index.php/fm/article/view/2060/1908>. Consulté le 18/08/2017.