



TV/Series

1 | 2012

**Les Séries télévisées américaines contemporaines :
entre la fiction, les faits, et le réel**

Les Séries télé à l'heure d'Internet et du transmédia

Amandine Prié



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/1586>

DOI : 10.4000/tvseries.1586

ISSN : 2266-0909

Éditeur

GRIC - Groupe de recherche Identités et Cultures

Référence électronique

Amandine Prié, « Les Séries télé à l'heure d'Internet et du transmédia », *TV/Series* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 15 mai 2012, consulté le 22 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/1586> ; DOI : 10.4000/tvseries.1586



TV/Series est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.



Les Séries télé à l'heure d'Internet et du transmédia

Amandine PRIE

À la différence du cross-média, qui consiste à décliner une histoire, un contenu originels sur différents supports, le transmédia, (ou *transmedia storytelling*), vise à renouveler les formes traditionnelles de narration. S'il existe quelques similitudes avec le principe de déclinaison d'une œuvre en produits dérivés, l'œuvre transmédia repose avant tout sur l'interactivité, et compte sur la participation du spectateur pour enrichir son contenu narratif. Elle est développée simultanément par plusieurs médias (cinéma, télévision, jeux, applications internet ou mobile), qui apportent un regard différent et complémentaire sur l'histoire.

Les séries télévisées s'emparent elles aussi du transmédia, et entendent plus que jamais développer la relation qui unit une série à sa communauté de fans. Le phénomène n'est certes pas nouveau (les fans fictions, ces histoires inventées par les fans et prolongeant l'univers d'une série, n'ont pas attendu l'explosion du concept de transmédia pour essaimer sur le web), mais il prend une ampleur inédite et commence à influencer l'écriture des séries. Beaucoup de projets n'ont encore de transmédia que l'étiquette, et demeurent toujours plus au moins au service d'un média dominant ; la télévision s'est ainsi longtemps bornée aux techniques des ARG (*Alternate Reality Game*, ou jeux en réalité alternée), utilisées dans un cadre promotionnel pour créer le buzz ou soutenir une série télévisée : le site internet [Blood Copy](#) (*True Blood*), [The Lost Experience](#) ou le site de recrutement de l'Initiative Dharma (*Lost*), pour ne citer que les exemples les plus médiatisés.

Mais les choses changent et les chaînes de télévision commencent à mettre en place de véritables projets transmédia, qui bousculent l'écriture et génèrent des récits éclatés, non-linéaires. La chaîne à péages HBO lança ainsi en 2007 son « [Voyeur Project](#) », un site web qui permettait aux internautes de se plonger dans une série de mini-scénarios interconnectés à travers une visite virtuelle de huit appartements new-yorkais ; deux ans plus tard, HBO innovait de nouveau avec le « [Vidéo Cube](#) », relayé là encore par un site web, et racontant la même histoire sous quatre perspectives différentes, les

quatre facettes du cube que l'internaute peut tourner et retourner à sa guise. Les Français suivent la tendance : Arte.tv mettait ainsi en ligne fin 2010 la webfiction policière « [Addicts](#) », dont chaque épisode est découpé en 5 séquences, au sein desquelles l'internaute peut naviguer comme il le souhaite.

Internet et télévision entretiennent désormais un lien étroit, présent à chaque étape, de l'écriture à la diffusion. Internet joue également un rôle non négligeable dans la réception des séries, la presse papier ayant longtemps ignoré ces productions télévisées.