# Créations d’univers Bibles trasmedia

Projet par groupe de 4 :

Créer un projet complet transmédia.

Le but et de mixer les compétences (webdesign, ecriture, vidéo...)

Visualiser le cours en ligne sur e-campus

Storytelling

Mixer les genres narratifs

Utiliser plusieurs supports médiatiques (numérique ou non numérique)

Univers narratif «cohérent»

Encourager les interactions et la participation du public (principes de gamification)

Intégrer des mécaniques de jeu

En faire une expérience sociale pour les utilisateurs

Créer une histoire à différents niveaux d’engagements

Storytelling :

Début, milieu, fin

Ce qui fait la force de l’expérience et du public

Véritable arc dramatique avec des conflits, tensions et une résolution finale.

Varier les plateformes médiatiques (pas seulement application et site web).

Laisser des « espaces négatifs », pour favoriser la création de contenus par le public au travers de votes, commentaires, résolution collaborative.

Perser à des formes de récompenses (badges, niveaux, compétences), envisager le partage entre utilisateurs sur les RS.

Création d’univers (Alec McDowell) doit faire partie de la bible transmédia, c’est la base du travail.

La Bible narrative contient tous les personnages, lieux, dialogues, relations entre les personnages... tout ce qui est important pour comprendre ce qui compose l’univers d’une série. Voir exemple en ligne.

Elements de l’univers à développer :

Lieu (fictif ou non)

Histoire (pitch)

Personnages (motivations, biographies, backgrounds, personnalité)

Thèmes

Donner à voir à quoi peuvent ressembler les personnages (character sheets)

Spécifications techniques

Le voyage du Héros selon Campbell

voir schéma !

Archétypes de personnages :

Le héros (protgoniste principal, au départ imparfait et/ou immature, va devoir traverser des épreuves pour sauver son/le monde)

Le messager (transmet l’appel à l’aventure, provoque la nécessité du changement)

Le mentor (personnage qui aide, va enseigner ses secrets au héros et/ou lui donner un objet magique.

Le personnage protéiforme (change d’identité, provoquer le doute, trahis le héros)

L’ombre (antagoniste principal, adversaire du héros, incarne la face cachée du héros)

Utiliser des plateformes médiatiques différentes pour le prequel, histoire principale, sequel est faisable.

En résumé :

Quelle histoire à raconter ?

Comment le raconter ?

Qu’est-ce-que j’attend du public et à quel moment ?

Leur participation a-t-elle un effet sur l’histoire ?

Quel est la part de réel/fictif dans l’histoire ?

Compétences :

Producteur transmédia (chef de projet, cohérence de l’univers et des plateformes)

Directeur artistique et/ou Directeur scénaristique

Pour chaque plateforme : producteur, scénariste, directeur artistique

Marketer

Community Manager

(Juriste + Comptable)

(Webdesign)

(Graphismes/Illustrations)

(Multimédia)

(Développeur)

(Gestion de projet) => FAIRE UN PLANNING

Phase de brainstorming

Quelle histoire, qui la raconte, quel public atteindre, quelle plateforme ou média pour les raconter, quels sont les contenus dont on dispose et qu’il faut créer, quelles sont les sources d’inspiration

Expérience utilisateur :

Qui est le coeur de votre audience sur chaque plateforme ?

Comment atteindre les publics ciblés ? (rabbit hole => passerelles, à multiplier pour rediriger les utilisateurs entre les plateformes)

Production :

Quelles compétences internes ?

Quelles compétences à mobiliser en externe ?

Calendrier prévisionnel

Budget

Risques/Faiblesses

Outils :

Constellation de medias

Carnet d’influences

Cartes personnages

Dépliant narration

Réseaux de personnages

Tarot histoire

Comment ça va se passer ?

Atelier d’écriture sur 2 jours : Préparer par groupes un pitch d’univers

Plusieurs cours sur la vidéo, le jeu vidéo et le son.

4 plateformes : Vidéo, Son, Jeu vidéo, Ecrit + Bible transmédia