

Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication

‘In Trench I’m not alone.’ La hiérarchie transmédia du groupe *twenty one pilots* et de son album *Trench*.

« Comment l’album *Trench* met en avant une
dynamique entre accessibilité et hiérarchie
transmédia ? »

Auteur : Thibaut Manderlier
Promoteur(s) : Sébastien Févry

Année académique 2023-2024
Master [120] en communication, à finalité spécialisée: culture et
communication

Remerciements

Je tiens tout d'abord à remercier mon promoteur Sébastien Fevry. Son écoute m'a permis de toujours croire en mon mémoire dans les moments de doute et ses conseils de renforcer ma curiosité afin d'aller toujours plus en profondeur dans mon travail.

Je tiens à remercier le corps enseignant de l'UCLouvain FUCaM Mons ainsi que celui de la HELHa Montignies-Sur-Sambre, qui n'ont cessé de me pousser à apprendre, comprendre et expérimenter pendant plus de 6 ans maintenant.

Je remercie aussi ma famille et mes amis, qui m'ont supporté durant toute cette période, n'en pouvant sans doute plus à force de m'entendre parler de twenty one pilots et de leurs univers narratif si spécial. Je les remercie aussi pour les nombreuses relectures et conseils avisés.

Je veux adresser un merci tout particulier à Alexandra et Assia, mes deux passagères favorites qui m'ont toujours encouragé, m'ont poussé à ne jamais abandonner et surtout à rester moi-même.

Résumé

La production d'un univers transmédia storytelling répond à une série de principes esthétiques établis par Henry Jenkins. Bien que de nombreuses recherches à ce sujet sont menées sur les œuvres cinématographiques, les œuvres musicales transmédia obéissent elles aussi à ces principes, tout en développant leurs propres pratiques transmédia uniques.

L'objectif de ce mémoire est de mettre en avant comment une hiérarchie narrative se crée au sein de l'univers transmédia de l'album *Trench*, (2018) grâce à une dynamique avec l'accessibilité du contenu transmédia. Avec cette question : « Comment l'album *Trench* met en avant une dynamique entre accessibilité et hiérarchie transmédia ? ».

Par le biais d'une analyse des éléments narratifs et les médias de *Trench*. Ce travail confronte deux hypothèses. Le contenu transmédia du récit central adopte une stratégie de circulation par une haute accessibilité ; le contenu transmédia paratextuel adopte une stratégie de forage mise en avant par une basse accessibilité.

Au travers des résultats obtenus, cette recherche vise à comprendre comment les différents médias de l'album *Trench* varient leur accessibilité, impactant leur hiérarchie dans l'univers transmédia. Ils tendent à montrer qu'il y a bien une dynamique établie en production, dérivée des principes de forage et circulation du transmédia storytelling.

Mots clés : transmedia storytelling, hiérarchie narrative, twenty one pilots

Table des matières

Résumé	i
Table des matières	ii
Liste des figures	v
Liste des tableaux	vi
Liste des illustrations.....	vii
Introduction	1
Chapitre 1 : Le Transmédia storytelling.....	3
1. La Transmédialité.....	3
1.1. Tentative de définition	3
1.1.1. <i>Les processus de transmédia storytelling propres à la musique</i>	4
1.2. Une bascule vers le transmédia storytelling.....	7
1.3. Les 7 principes esthétiques qui forment le transmédia	8
1.4. Les types de transmédia storytelling	11
1.4.1. <i>La franchise</i>	11
1.4.2. <i>Le portmanteau</i>	12
1.4.3. <i>Le transmédia complexe</i>	12
1.5. Vers une hiérarchie transmédia	13
1.6. Le transmédia storytelling en musique, un domaine peu étudié	14
1.6.1. <i>2 études de cas de Bruce Springsteen</i>	14
1.6.2. <i>BTS, une machine à storytelling</i>	15
1.6.3. <i>Gorillaz et le marketing haptique</i>	16
Chapitre 2 : Twenty One Pilots	17
2. Le groupe.....	17
2.1. Des albums ancrés dans le transmédia	19
2.1.1. <i>Vessel, les débuts transmédiés du groupe</i>	19

2.1.2.	<i>Blurryface, l'album concept axé sur un personnage</i>	20
2.1.1.	<i>La negative capability pour teaser la suite de son univers narratif</i>	24
2.2.	Trench, ou quand le transmédia storytelling est au même rang que la musique.....	25
2.2.1.	<i>Histoire de l'album</i>	25
2.2.2.	<i>Déploiement de l'album</i>	27
Chapitre 3 : Dispositif méthodologique		30
3.	Problématique et questionnement	30
3.1.	Méthodologie	30
3.2.	Méthodes d'analyse.....	33
3.2.1.	<i>L'analyse réseau</i>	33
3.2.2.	<i>L'accessibilité des médias</i>	37
3.3.	Croisement des analyses.....	38
Chapitre 4 : Résultats des analyses		39
Partie 1.....		39
4.	La visualisation du réseau de l'album	39
4.1.	Le degré comme unité d'analyse d'un univers transmédia	40
4.2.	L'algorithme Fruchterman-Reingold	43
4.3.	Un réseau narratif coupé en 3 groupes	45
4.3.1.	<i>Les clips vidéo, des aimants intertextuels</i>	46
4.3.2.	<i>L'ARG dmaorg.info, un ensemble interconnecté</i>	47
4.3.3.	<i>L'album comme nœud-lien</i>	48
4.4.	Analyse d'accessibilité.....	49
4.4.1.	<i>L'album Trench</i>	49
4.4.2.	<i>Les clips vidéo</i>	52
4.4.3.	<i>Le Bandito Tour</i>	54
4.4.4.	<i>L'ARG dmaorg.info</i>	56
4.4.5.	<i>L'ARG Bandito Immersive experience</i>	58

Partie 2.....	60
5. Le croisement de nos 2 analyses	60
5.1. L’album Trench.....	60
5.2. Les clips vidéo.....	61
5.1. Le Bandito Tour	62
5.2. L’ARG <i>dmaorg.info</i>	62
5.3. L’ARG Bandito Immersive Experience	64
Conclusion.....	65

Bibliographie

Illustrations

Tableaux

Liste des figures

Figure 1 La scénographie de Jumpsuit pour le Bandito Tour	6
Figure 2 La franchise transmédia	11
Figure 3 Le jeu en réalité augmentée pour illustrer le transmédia portmanteau	12
Figure 4 Le transmédia complexe	12
Figure 5 Hiérarchie narrative au sein des récits transmédiatiques	14
Figure 6 Tyler et Joseph et Josh Dun dans Guns For Hands.....	20
Figure 7 Tyler Joseph et Josh Dun dans le clip Stressed Out	21
Figure 8 Tyler Joseph personnifiant Blurryface dans Stressed Out et Fairly Local	22
Figure 9 Blurryface leakant le titre des musiques de l'album à son nom.....	23
Figure 10 Logo de la "Skeleton Clique"	23
Figure 11 Blurryface like le tweet d'un fan cherchant à expliquer le mot DEMA.....	25
Figure 12 Le continent de Trench	26
Figure 13 Carte du réseau de l'album Trench.....	40
Figure 14 Graphique de distribution des degrés pour le réseau de l'album Trench	41
Figure 15 Graphique de distribution des degrés entrant pour le réseau de l'album Trench	42
Figure 16 Carte de l'album Trench avec l'algorithme Fruchterman-Reingold.....	43
Figure 17 Zoom sur le noyau de la carte de l'album Trench avec l'algorithme Fruchterman-Reingold	43
Figure 18 Carte de l'album Trench avec l'algorithme Force Atlas.....	45
Figure 19 Zoom sur l'ensemble des clips vidéo dans la carte de l'album Trench avec l'algorithme Force Atlas	46
Figure 20 Zoom sur l'ensemble de l'ARG dmaorg.info dans la carte de l'album Trench avec l'algorithme Force Atlas	47
Figure 21 Zoom sur l'ensemble de l'album dans la carte de l'album Trench avec l'algorithme Force Atlas	48

Liste des tableaux

Tableau 1 Déploiement de l'album Trench	29
Tableau 2 Exemple d'un tableau de nœuds à destination de Gephi	35
Tableau 3 Exemple d'un tableau de liens à destination de Gephi.....	35
Tableau 4 Grille d'analyse d'accessibilité et ses critères	38
Tableau 5 Exemple d'encodage d'un tableau de noeuds à destination de Gephi.....	39
Tableau 6 Exemple d'encodage d'un tableau de liens à destination de Gephi	39
Tableau 7 Tableau d'analyse d'accessibilité de l'album Trench	51
Tableau 8 Tableau d'analyse d'accessibilité des clips vidéo de l'album Trench.....	53
Tableau 9 Tableau d'analyse d'accessibilité du Bandito Tour.....	55
Tableau 10 Tableau d'analyse d'accessibilité de l'ARG dmaorg.info	57
Tableau 11 Tableau d'analyse d'accessibilité de l'ARG Bandito immersive experience	59
Tableau 12 Tableau complet des nœuds nodes.csv	32
Tableau 13 Tableau complet des liens edges.csv	35

Liste des illustrations

Illustration 1 La ville de DEMA dans le clip Nico And The Niners.....	9
Illustration 2 Trench dans le clip Jumpsuit	9
Illustration 3 Les Banditos	10
Illustration 4 Pochette de l'album Trench.....	10
Illustration 5 Lyric Booklet de l'album Trench	11
Illustration 6 Pochette de l'album Blurryface	14
Illustration 7 La bannière et la photo de profil de la page Twitter du groupe évoluant jusqu'à la fin de l'ère Blurryface.....	15
Illustration 8 Les évêques pratiquant une cérémonie du vialism	16
Illustration 9 Des Neon Gravetones pendant Leave The City au Bandito Tour	17
Illustration 10 Capsule de merchandising pour le lancement de l'album Trench.....	17
Illustration 11 Lettre cla_ncy-988-06MOON_18_-1 sur dmaorg.info.....	18
Illustration 12 Image ba_dge de dmaorg.info	19
Illustration 13 Image unnamed de dmaorg.info	19
Illustration 14 Image se__elf de dmaorg.info	20
Illustration 15 Image _ti_su_p sur dmaorg.info	21
Illustration 16 Lettre 017_07MOON_07 de dmaorg.info	22
Illustration 17 Image 3blurr sur dmaorg.info	22
Illustration 18 Image 2018_514_3_8 sur dmaorg.info.....	23
Illustration 19 Image i sur dmaorg.info.....	23
Illustration 20 Lettre _e_sr__eve_r_ sur dmaorg.info.....	24
Illustration 21 Image _o__ut_ sur dmaorg.info.....	25
Illustration 22 Lettre he_a_vy sur dmaorg.info.....	26
Illustration 23 Image _they_ca_ntseeFCE300 sur dmaorg.info.....	27
Illustration 24 Lettre _note sur dmaorg.info	27
Illustration 25 Image 2_1_2 sur dmaorg.info.....	28
Illustration 26 Lettre unalone sur dmaorg.info.....	29
Illustration 27 Lettre 17-35.4527 sur dmaorg.info.....	30
Illustration 28 Illustrations présentes sur la pochette de l'album Trench	31
Illustration 29 Le Smearing illustré dans le clip vidéo Jumpsuit	31

Introduction

La musique est un média qui tout au long de son histoire, a su profiter des différentes évolutions technologiques, celles-ci tout particulièrement ayant affecté sa consommation et sa communication. L'émergence des supports numériques a ouvert le champ des possibles en termes de storytelling, la convergence média a décuplé les possibilités pour la musique de se décliner sur différents médias. C'est ce qu'Henry Jenkins définit comme le transmédia storytelling, ce « procédé par lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée.. » (Jenkins, 2006).

Ce mémoire s'intéresse à la dynamique qu'entretient l'accessibilité avec la hiérarchisation des univers transmédiés. Cette dernière notion, dérivée de la narratologie, questionne la place d'un album dans un univers musical, si celui-ci reste central dans un album concept comme *Trench*, de *twenty one pilots*.

Twenty one pilots est un duo/groupe de musique alternative, originaire d'Ohio. Popularisé à l'échelle mondiale grâce à leur chanson *Stressed Out* en 2015, le groupe a établi un univers transmédia au travers de ces albums, établissant un univers narratif depuis 2015, comprenant les albums *Blurryface*, *Trench*, *Scaled And Icy* et *Clancy*, leur opus sorti dernièrement en mai 2024. Ce travail de recherche tente de comprendre comment le groupe hiérarchise narrativement le contenu transmédia de ses albums, en particulier *Trench*, sorti en 2018.

Ce mémoire prend source dans une passion pour la musique depuis mon plus jeune âge, mais plus encore, une soif de compréhension des stratégies de constructions d'univers transmédia complexes, une pratique rare dans la musique, mais encore plus rare dans une industrie musicale moderne poussant à la surconsommation.

Nous avons construit notre cadre théorique tout au long de notre recherche. Il est primordial d'aborder le concept du transmédia storytelling, de mettre en avant ses principes esthétiques et de voir comment ils s'appliquent à un univers musical. Il est aussi nécessaire de s'intéresser au concept de la hiérarchie des univers transmédiatique.

Afin de comprendre comment l'univers transmédia de *Trench* se hiérarchise, nous avons émis une problématique et de celle-ci en découle 2 hypothèses. Dans l'optique de vérifier nos hypothèse et d'éluder notre problématique, nous avons mis en place une méthodologie qualitative croisée. Tout d'abord, nous allons utiliser un logiciel de visualisation de réseau, afin de créer une carte nous indiquant quels médias sont les plus centraux d'un point de vue narratif. La deuxième partie consiste à analyser les groupes de médias au travers de leur accessibilité, reprenant des éléments théoriques clés du transmédia.

La structure de notre travail est divisée en 4 chapitres. Le premier chapitre s'intéresse au transmédia storytelling, commençant par une tentative de définition, essayant de mettre en avant ses principes esthétiques. Ce chapitre se termine par les rares cas d'études centrés sur un univers transmédia musical.

Le deuxième chapitre présente le groupe *twenty one pilots*, retraçant l'histoire du groupe, mettant en avant leurs premiers essais dans le domaine du transmédia pour finir par une présentation de notre objet d'analyse, l'album *Trench*.

Le troisième chapitre met en avant notre problématique et nos hypothèses, tout en proposant une méthodologie qualitative croisée, mélangeant la visualisation de réseau narratif et une grille d'analyse sur l'accessibilité, que nous avons créé pour ce mémoire.

Le quatrième chapitre comprends pour sa première partie, une reconstitution des résultats de nos analyses de manière indépendante. Primo, nous visualisons le réseau narratif de l'album *Trench*, mettant en avant les éléments narratifs centraux grâce à un algorithme de spatialisation, ensuite une deuxième cartographie via un algorithme de spatialisation différent, mettant, lui, en avant les réseaux internes au réseau narratif. Deuzio, nous analysons qualitativement l'accessibilité des groupes de médias de l'album. La deuxième partie consiste à un croisement des analyses, visant à faire ressortir le lien qu'il pourrait exister entre des médias de différentes hiérarchies narratives et leur accessibilité respective.

Nous rendons à la fin une conclusion de notre recherche. Dégageant des éléments de réponse en rapport à nos hypothèses, tout en exposant les limites de notre recherche, pour finir par une ébauche de perspectives pour des recherches futures.

Chapitre 1 : Le Transmédia storytelling

1. La Transmédialité

1.1. Tentative de définition

Afin de définir ce qu'est le transmédia, il est nécessaire de s'intéresser aux chercheurs ayant participé à cette définition. Henry Jenkins travaille dès 2003 dans *Democracy and New Media* sur les bases d'une définition d'application théorique. Il est considéré comme un pionnier dans les études des fans et des nouveaux médias et il est rare de trouver un travail scientifique sur ces sujets sans une source le concernant. Ce n'est néanmoins qu'en 2006 qu'il établira une définition de base sur le sujet : « Le transmédia (storytelling) est 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. Idéalement, chaque médium¹ apporte sa propre contribution pour le développement de l'histoire. » (Jenkins, 2006). Robert Pratten ajoute néanmoins une autre caractéristique du transmédia afin de replacer le public au cœur du transmédia storytelling, il ajoute alors que le transmédia storytelling peut être assimilé à 'taking the audience on an emotional journey that goes from moment-to-moment.' (Pratten, 2015). Un contrôle plus accru sur la consommation de l'œuvre est offert au spectateur, pouvant (en théorie) s'offrir une expérience narrative originale et singulière. Elizabeth Evans propose néanmoins de faire une différence entre le transmédia à vocation de distribution/engagement et le transmédia storytelling, qui lui, dispose d'un point de vue plus marketing. « La distribution/engagement transmédia est une forme de pratique transmédia utilisée par les entreprises pour projeter leurs produits à travers une gamme de médias et d'autres pratiques de consommation. L'accent est mis sur l'établissement d'un ensemble commun de motifs et de signifiants qui servent à séparer la franchise des autres marques et systèmes.... La constance de ces transitions est assurée par un ensemble de signifiants d'identification à valeur commerciale qui relie la marque entre elles. » (Evans, 2011).

On remarque 2 éléments fondamentaux pour établir une stratégie de transmédia (storytelling) mis en avant par Henry Jenkins. L'intertextualité radicale qui correspond au processus de dispersion et de lien essentiel dans le storytelling (Jenkins 2013) ou la relation explicite d'un texte à plusieurs autres textes (Letourneux, 2017 : 46). Elle peut se développer à

¹ Synonyme de média

l'intérieur d'un seul médium, ou bien, au travers de séries distinctes ou même au travers de formats différents. C'est un processus que l'on retrouve par exemple dans les productions cinématographiques des studios *Marvel*. Des personnages passent dans différents supports médias, et on retrouve même des intrigues qui vont se superposer (Jenkins in Baroni, 2020.). Henry Jenkins met aussi en avant l'élément de multimodalité. Il explique que quand différents médias se rencontrent, ils influencent leur relation communicationnelle, et plus encore, ils renforcent leur potentiel communicationnel (*Ibid.*). En plus de la connexion entre les textes, il est donc nécessaire de prendre en compte comment les différents médias sont connectés entre eux. En effet une œuvre transmédiatique doit aussi s'adapter aux spécificités des plateformes sur lesquelles elle étend ses éléments de storytelling (*Ibid.*).

Par ces 2 éléments nécessaires au transmédia storytelling, on peut comprendre qu'il ne s'agit non pas simplement d'une logique de récits mais bien d'étendre cette notion à des mondes (Letournoux, 2017 : 462), en créant des œuvres s'appelant « architextes » : des textes qui se déploient sur diverses plateformes médiatiques pour apporter des éléments narratifs dans un univers (*Ibid.*). On peut définir cela comme un des processus lié au *worldbuilding* (Jenkins, 2007), (Gambarato, 2020). A première vue, c'est surtout l'intertextualité qui semblerait plus complexe à mettre en place au niveau d'un projet musical transmédia. En effet, on peut considérer par son essence même qu'une musique est à forte tendance multimodale, à défaut d'être de la musique instrumentale, elle est associée à des paroles, pour former des chansons.

1.1.1. Les processus de transmédia storytelling propres à la musique

Cependant il existe bien des albums avec un processus intertextuel, mettant en place une variété d'éléments interconnectés comme des personnages, des lieux, des sonorités particulières, des textes, des thématiques ou encore des visuels. Nous établirons ce type de projet comme les successeurs légitimes des albums concepts, prenant son origine dans les années soixante pour atteindre leur pic dans les années nonante avec par exemple l'album *Ok Computer* de *Radiohead* (1997). "Radiohead's artistic vision is thoroughly transmedia. In other words, all elements, musical, linguistic and visual, must be taken into account." (Hugonnier, 2019). Ce concept vient à définir les albums créés avec l'intention de connecter les chansons au sein d'une histoire (Zebboudj, 2002). Si on regarde dans l'industrie musicale récente, l'album *Mylo Xyloto* (2011) de *Coldplay*, est un parfait exemple de l'évolution des albums concepts vers des albums transmédiatiques, jouant sur les dimensions textuelles, visuelles et

sonores, pour créer une expérience unique pour le public. L'album est aussi multimodal en dispersant son concept au travers de ses éléments paraphonographiques (fonction de médiation de la musique au-delà de la musique) (Lacasse, 2010.) comme les artworks, textes, la pochette de l'album, des comics, romans graphiques, booklets, des posters ou des encore vêtements, pour autant que ses éléments contiennent des éléments graphiques liés à l'album ou la tournée. En termes de production de contenus médias digitaux, on retrouve aussi les clips vidéo, chansons, documentaire de production, éléments de scènes, et son film concert *Coldplay : Live 2012*. (Burns, 2016).

Par cet exemple, on peut donc bien de manière déductive établir qu'un album s'inscrit comme un média à vocation transmédiate, il en respecte les critères établis par Henry Jenkins, il est même possible de mettre en avant des éléments propres à la musique qui viendraient composer une œuvre transmédiate. Tout d'abord, les clips vidéo, qui peuvent à la fois être utilisés pour juste mettre en image une chanson ou pour raconter une histoire. On peut prendre justement prendre une vidéo de notre objet d'analyse, à avoir *Nico And The Niners*² de *twenty one pilots*³, provenant de l'album concept *Trench* (2018). La vidéo met en scène le chanteur du groupe Tyler Joseph, s'échappant d'une ville dénommée DEMA (cf. Illustration 1) en direction du continent de Trench (cf. Illustration 2), assisté d'un groupe de rebelles, les banditos (cf. Illustration 3). Cette vidéo fait suite à celle précédemment sortie pour la promotion de l'album, *Jumpsuit*, reprenant narrativement où celle-ci s'est arrêtée. Qui plus est, la vidéo s'inscrit également dans le contexte de l'album, celle-ci abordant des éléments de l'univers narratif au travers de la vidéographie.

On peut aussi citer les concerts live comme pratique de transmédia storytelling unique à la musique, concerts, qui pour certains groupes, sont plus que des événements pour jouer les sons les plus populaires de l'artiste. Pour reprendre un exemple de notre objet d'analyse, nous pouvons citer la performance live de *Jumpsuit* durant la tournée associée à l'album *Trench*, le *Bandito Tour*. Pour leur mise en scène, le groupe a directement repris la carcasse de voiture calcinée visible dans le clip vidéo, au travers de cette référence, nous retrouvons l'application

²twenty one pilots - Nico And The Niners (Official Video), <https://www.youtube.com/watch?v=hMAPyGoqQVw&list=PLPdXc5TISce9-v2oKv17GMskymqlvgr7&index=3>, twenty one pilots, 26 juillet 2018.

³ Bien qu'il s'agisse du nom du groupe, par souci de facilité nous ne l'écrivons pas en italique dans ce travail.

d'un des principes transmédias que nous détaillerons plus loin dans ce travail, à savoir l'extraction. Les lumières utilisées font aussi référence à la couleur majeure de l'album, qu'on peut retrouver par exemple sur la pochette de l'album (cf. Illustration 4). On retrouve aussi dans la mise en scène, le 2 membres du groupe portant respectivement une tenue similaire aux personnages qu'il incarnent dans le clip vidéo. De même que la vidéo en arrière-plan lors de la performance, illustrant le continent *Trench* (avec des images pouvant directement provenir du clip vidéo).



Figure 1 La scénographie de Jumpsuit pour le Bandito Tour

Enfin, on peut aussi citer les paroles des musiques comme pratique transmédia storytelling au sein d'un album musical. Par leur essence à la multimodalité comme cité plus haut, les paroles vont de pair avec la musique pour en faire des chansons. Couplées aux autres éléments d'un univers transmédia, les paroles associées à la musique font tout autant partie du monde (trans)fictionnel. Les paroles étant pour beaucoup un sujet de discussion pour caractériser une chanson, avec parfois des sens et des significations qui sont partagés ou non (Heerkens in Scolari 2014). On peut citer comme exemple provenant de *Trench*, les paroles de *Nico And The Niners*. Durant l'introduction, on peut entendre une voix pitchée⁴ basse de 0:00 à 0:17, les paroles chantées ayant été inversée, prononçant ceci :

” Msilaiv ecnuoned ew. Tsae eurt daeh dna amed evael lliw uoy.
Sotidnab era ew.”⁵

⁴ Le « pitch » correspond à la hauteur de la voix.

⁵ Twenty one pilots, *Nico And The Niners*, *Trench*, 2018

Cependant si on lit à l'envers, on obtient ce texte : "we denounce vialism, you will leave Dema and head true East, we are Banditos.". Selon le savoir dont l'auditeur dispose sur l'univers de *Trench*, celui-ci comprendra ou non la signification de ces paroles qui font référence à des éléments de l'univers. A noter que ce passage n'est même pas mentionné dans le lyric booklet de la version physique de l'album (cf. Illustration 5), faisant office d'easter egg sonore.

1.2. Une bascule vers le transmédia storytelling

On peut alors se demander d'où vient le transmédia storytelling. Selon Melanie Bourdaa, il s'agit d'un mélange de mutations dans l'environnement médiatique, des pratiques de réception et de production de nouvelles convergences dont a profité le transmédia. (Bourdaa, 2013). Afin d'illustrer son propos, elle cite l'exemple de la télévision et ses convergences récentes : internet y a mis en place de l'interactivité via le SMS, des expériences de visionnage en groupe via *Twitter* (devenu X)⁶ et des temporalités de choix de visionnage pour le téléspectateur comme avec le streaming, et se faisant, d'écoute pour la musique.

De ce fait, elle appuie la définition d'Henry Jenkins. Il a lui-même étudié la stratégie de transmédia storytelling abordée dans la saga *The Matrix*, mettant en avant que des éléments narratifs nécessaires à la compréhension complète de l'histoire soient disséminés dans les 4 films (et plus encore par après, par le biais de nouvelles extensions comme des jeux-vidéos). Se faisant, le spectateur est naturellement poussé à regarder l'intégralité de la saga pour une compréhension de l'univers narratif de l'œuvre et donc pour avoir une compréhension globale de ce qu'il regarde (*Ibid.*). David Peyron détaille justement l'importance du transmédia dans la saga des autrices Wachowski⁷ dans *Quand les œuvres deviennent des mondes (2008)*, « Il n'est pas obligatoire de connaître tous ces éléments pour appréhender le film, mais on ne peut le comprendre manière véritablement exhaustive sans une approche transmédiatique très exigeante du public. ». Se faisant, il complète les propos repris d'Henry Jenkins dans *Le Transmedia Storytelling (2013)* de Mélanie Bourdaa, jouant bien sur le fait qu'il s'agit d'une question de compréhension, ne cloisonnant pas non plus le visionnage intégral de la saga et la consommation de l'intégralité des médias à une nécessité absolue pour apprécier un des films.

⁶ Dans un souci de compréhension, nous utiliserons l'appellation Twitter tout au long du travail.

⁷ Appellation du duo de réalisatrices de la saga *The Matrix*, Lana Wachowski et Lilly Wachowski, https://fr.wikipedia.org/wiki/Lana_et_Lilly_Wachowski .

Henry Jenkins analyse aussi les contenus participatifs liés à la saga *Star Wars*. Dans son livre *Convergence Culture* (2006), il montre à quel point la saga cinématographique a eu un impact dans la fan culture moderne. Il y a pour lui un « avant » et un « après » *Star Wars*, la sortie du premier film en 1977 coïncide pour lui avec « l'essor de la culture moderne des fans. » (Jenkins 2006). Les fans passionnés et dévoués de la saga ont établi de nouvelles façons de s'engager avec une œuvre avec des pratiques qui se sont établies comme des caractéristiques scientifiques sur le long terme : la mise en place de convention(s), la création de fan-content (contenu de fan), allant du fan-art jusqu'à même des fan-films. En se basant sur le concept d'intelligence collective (Lévy, 1994 in Bourdaa 2015), « une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences. » (Lévy, 2003). Les fans créent alors des wiki, véritable encyclopédie de l'univers narratif, agrégeant leurs découvertes sur une même plateforme collaborative (Mittell, 2009 in Bourdaa 2015). Le transmédia est donc un vrai phénomène médiatique qui profite de la convergence des médias, affectant les relations qu'entretiennent les producteurs de médias et les consommateurs, il répond au besoin d'habiter des mondes transfictionnels et d'y revenir encore et encore (Ryan, 2017).

1.3. Les 7 principes esthétiques qui forment le transmédia

Dans *La Licorne Origami contre-attaque* (2013), Henry Jenkins établit 7 principes esthétiques qui forment le transmédia. Selon lui, il espère que cela aide à identifier les rôles que les extensions transmédiatiques jouent dans leur relation avec les publics et les univers, mais aussi offrir des critères esthétiques valides pour évaluer l'efficacité des différentes stratégies d'expansion de franchises. (Jenkins, 2013).

Le premier principe va définir les contours de 2 modes d'engagement du public avec le récit, à savoir la circulation et le forage : « L'opposition entre la circulation et le forage ne doit pas être envisagée comme une hiérarchie, mais plutôt comme une opposition entre des vecteurs d'engagement. » (Millet in Jenkins, 2013). La circulation fait référence au public qui partage activement des contenus médiatiques, en élargissant leur intérêt, le tout en créant un savoir collectif et partagé à propos d'une œuvre avec par exemple la création de wiki, pouvant même parfois être considérés comme des ressources officielles d'informations à propos d'une œuvre. Nous sommes dans un processus horizontal, offrant au public la possibilité de s'engager avec une œuvre sur du long temps. Le forage encourage quant à lui un investissement temporel

beaucoup plus intense sur une courte durée, afin d'offrir une meilleure compréhension narrative. Il est évident qu'un tel processus ne convient qu'à une petite partie du public, prête à s'engager de manière plus forte (Jenkins, 2013). Ces 2 dimensions ne sont pas forcément antinomiques, mais peuvent être considérées comme des vecteurs d'engagement différents, pouvant être appliquées en même temps au sein d'une stratégie transmédia, en comprenant la dynamique entre ces 2 modes d'engagement du public et comment l'exploiter au mieux.

Pour la construction d'un univers fictif ou *worldbuilding* (Gambarto, 2020), celui-ci peut mettre en place 2 principes, avec par exemple, la continuité. On peut voir cela comme une récompense accordée au public pour l'investissement et le temps passé à restituer les pièces du puzzle transmédia dans lequel une œuvre se trouve. L'objectif est d'apporter une cohérence à l'univers proposé, avec des récits cohérents et entremêlés. Toujours selon Henry Jenkins, un autre principe vient s'ajouter, celui de la multiplicité : « La création de versions multiples et alternées de la même histoire et des mêmes personnages. » (Jenkins, 2013). Si l'on combine ces 2 méthodes, il est essentiel que le fan puisse comprendre facilement comment s'emboîtent les pièces du puzzle, mais aussi à quelle histoire correspond la version du média qu'il consomme, il doit avoir à sa disposition des moyens d'identifications clairs et précis. Les contenus que génèrent les fans peuvent s'inscrire dans cette démarche à différentes échelles, pouvant aller de la fanfiction non reconnue dans le canon ou même jusqu'à des textes reconnus comme faisant partie d'une des multiples versions d'une histoire (*Ibid.*)

Un média peut nouer une relation entre l'univers narratif (fictionnel) et l'univers de son récepteur (réel) par immersion. C'est lorsque du public entre dans un monde fictionnel, lorsqu'il est projeté au sein de celui-ci sans rappel du monde réel. On peut voir ce processus comme quand on est au cinéma, même si on n'est jamais totalement immergé dans une œuvre. L'extraction, quant à elle, concerne plutôt la réappropriation des éléments d'une histoire, en les intégrant à la vie quotidienne comme avec l'exemple des produits dérivés, où même des pratiques de fans qui adoptent des éléments d'un univers, où en agissant au sein d'une communauté comme si l'œuvre fictionnel était bien réelle. « Les extensions transmédiatiques remplissent un rôle : nous offrir une visite guidée dans un univers fictionnel. ». (Jenkins, 2013). Il est de plus en plus fréquent que les producteurs transmédiatiques imaginent le média au sein de leur monde fictionnel comme vecteur de messages sur celui-ci. Celui-ci a ses propres logiques, ses institutions ou bien encore ses us et coutumes. Renforcer son univers, c'est un travail offre

de plus larges possibilités de créations d'histoires sur différents médias. Cela rentre aussi dans cette logique d'immersion, en renforçant la persistance d'un univers fictionnel et lui apportant de la consistance.

La sérialité dans la narration (audiovisuelle) est le processus de dispersion classique des éléments narratifs sur diverses plateformes pour captiver l'intérêt du public (*Ibid.*). Découper un récit en plusieurs épisodes est la base même des séries télévisées. Les stratégies de transmédia évoluent, en intégrant plus de contenus, et même, parfois, après la diffusion ou l'arrêt des séries. La sérialité dépasse la simple chronologie des épisodes en les diffusant sur divers supports médiatiques. « Ceci est techniquement vrai pour une série télévisée ; cependant, il serait pervers de regarder les épisodes de Game of Thrones dans le désordre. ». (*Ibid.*)

Un autre principe mis en avant par Henry Jenkins est celui de la subjectivité. Une des fonctions du transmédia consiste à multiplier les points de vue dans une même histoire ou un univers, et ce, au travers de l'expérience des différentes personnes impliquées. Offrir plus de points de vue au public, c'est aussi offrir plus de façon d'aborder un univers et par conséquent disperser ses éléments au sein de différents médias. Il voit même cela comme « un atout quand elle (la subjectivité) récompense le désir des publics d'explorer différents points de vue. » (*Ibid.*)

La performance peut être associée à la manière dont les fans interagissent avec le contenu médiatique et comment ils participent activement à la création et à l'évolution de ses histoires. Il s'agit de la manière dont la narration transmédia peut amener le public à participer à l'univers narratif. (Collard et Collignon, 2020). Dans ce principe de performance, on retrouve 2 rôles essentiels : « Les attracteurs culturels rassemblent une communauté de gens qui partagent les mêmes passions (...). Les activateurs culturels donnent quelque chose à faire à cette communauté. ». (*Ibid.*). On peut renvoyer ces 2 rôles à la culture participative et l'intelligence collective mises en avant par Pierre Levy. Les fans trouvent d'eux même des « sites de sites de performance potentielle à l'intérieur et autour des narrations transmédia pour y inclure leurs propres contributions. » (Jenkins 2013).

1.4. Les types de transmédia storytelling

1.4.1. La franchise

Robert Pratten suggère une typologie à 3 types de transmédia storytelling dans *Getting Started with Transmedia Storytelling a practical guide for beginners*. Dans l'imaginaire collectif, la notion la plus courante et la plus produite quand on pense au transmédia va faire référence au principe de franchise. On associe en toute logique ce terme à des œuvres culturelles produites pour de la consommation de masse. Des plateformes multiples permettent de créer une collection d'expériences individuelles sans une réelle interdépendance entre les différentes plateformes comme le montre la figure 2.

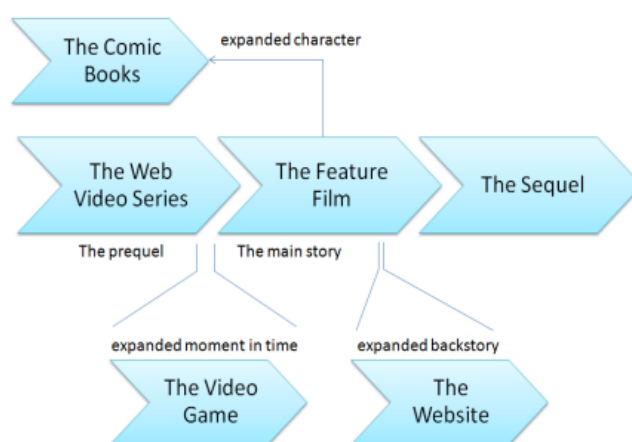


Figure 2 La franchise transmédia

Star Wars a appliqué ce principe depuis sa création. Néanmoins si on regarde d'un point de vue chronologique, la saga cinématographique s'est déclinée à travers de suites ainsi que des préquels (préludes). On peut aussi citer au travers de jeux-vidéos, des dessins animés ou bien encore des comics. Pourtant dès le premier film, c'est bien les jouets qui vont s'imposer comme un des premiers processus transmédia, avec une vraie notion de performance (Jenkins, 2013).

Si les histoires peuvent être différentes dans un seul et même univers, comme avec la série animée *The Clone Wars* qui explore l'histoire de personnages déjà établis dans une période déjà abordée dans les films, (Jenkins 2013). On peut aussi citer dernièrement la série *The Mandalorian*, avec de nouveaux personnages, qui a lancé la plateforme de streaming de Disney : Disney+ et a permis au studio américain d'étoffer la chronologie de son univers de la même manière que le géant américain le fait Marvel avec son MCU⁸ (Goudmand, 2023).

⁸ Abréviation du Marvel Cinematic Universe.

1.4.2. Le portmanteau

Un autre modèle de transmédia storytelling est celui du ‘portmanteau’ : une seule et même histoire qui est enrichie par plusieurs médias / plateformes. Pour que le récit fasse totalement sens et que le public l’apprécie, il est nécessaire au récepteur de faire sens de tous les médias qui la composent. Les différents éléments font sens uniquement dans leur ensemble. L’exemple le plus commun lié à ce type de transmédia est le jeu en réalité augmentée, montré en figure 3. Son rôle est d’apporter des éléments supplémentaires, se complétant avec les autres supports médiatiques le concernant (Pratten, 2015).

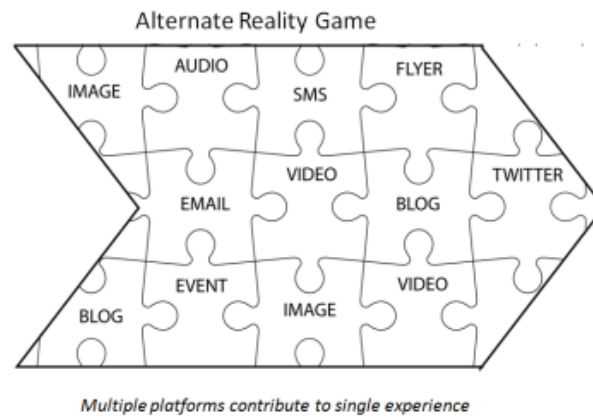


Figure 3 Le jeu en réalité augmentée pour illustrer le transmédia portmanteau

1.4.3. Le transmédia complexe

Si l’on fusionne ces 2 types de transmédia, nous obtenons l’expérience de transmédia complexe (Pratten, 2015). Cela signifie que les éléments de l’histoire peuvent être séparément vécus, comme dans une franchise, mais incluent aussi une multiplicité des plateformes. Cela offre alors une multiplicité des expériences à destination du public.

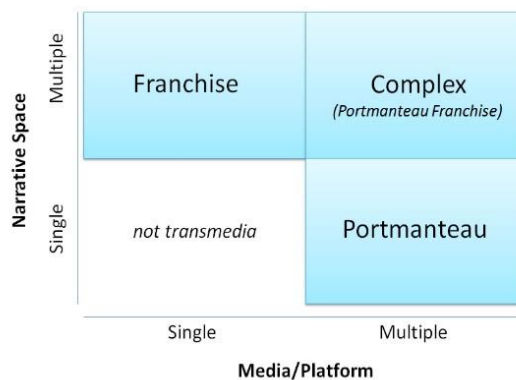


Figure 4 Le transmédia complexe

1.5. Vers une hiérarchie transmédia

Avec les schémas avancés par la typologie de Robert Pratten, on considèrerait chaque média d'un point de vue égal en termes de narration, cependant nous pourrions dès lors nous demander s'il existe une hiérarchie dans une « constellation » transmédia. Dans *Introduction à l'étude des cultures numériques* (Baroni, 2020.), Baroni pose un constat sur le sujet. Par exploration de différentes notions narratives, il en conclut que pour qu'un univers narratif soit accessible et compréhensible, il est nécessaire de garder une clarté dans la structure d'une intrigue principale, et qu'il se développe de manière organique. Qui plus, Sarah Sepulchre mais qui a mené un travail de recherche sur les constellations narratives, établis bien « Il demeure « ... » une hiérarchie entre les différents éléments. » (Sepulchre, 2013).

Nous pourrions prendre l'histoire de Star Wars par les 9 films « principaux » sortis au cinéma. Cependant si on inclut la très conséquente liste des extensions sorties dans l'univers canonique (ce qui réduit déjà considérablement la tâche, en omettant les histoires catégorisées comme légendes et décanonisée lors du rachat de la franchise par Disney), un néophyte pourrait se sentir perdu devant une complexité des informations (Baroni, 2020). L'arrivée d'une plateforme comme Disney+ a bousculé ces standards. Si on suit son exemple, les films seraient les plus centraux en termes de hiérarchie narrative. La plateforme de streaming a rabattu les cartes à ce niveau, octroyant aux séries un rôle bien plus central, avec des récits centraux parfois bimédiatiques (Goudmand, 2023) comme on a pu le voir avec la série *The Mandalorian*, comblant le vide temporel entre les films 6 et 7.

Ces extensions parfois presque innombrables représentent pourtant un atout indéniable en termes de storytelling, agissant en tant que points d'entrées différentes pour différents segments du public, ainsi, il est peu probable que quelqu'un ait connaissance de l'entièreté de l'univers, poussant indéniablement à la conversation sur le sujet avec autrui (Jenkins, in Baroni, 2020.). Les extensions comme le cite Jenkins feraient alors partie d'un ensemble, regroupant des éléments paratextuels, entourant le texte central (Genette, 1997) plus ou moins proche de l'archidiégèse. Pour établir une théorie claire sur la hiérarchisation narrative, il faudrait prendre en considération la notion d'archidiégèse (au sens des récits centraux) comme le cœur d'une intrigue transfictionnelle, avec le partage d'éléments, souvent des personnages, mais aussi des lieux, événements, voire des mondes fictionnels entiers, par plusieurs œuvres de fiction (Saint-

Gelais, 2011). La figure 5 illustre en théorie comment serait alors agencé un univers transmédiatique.

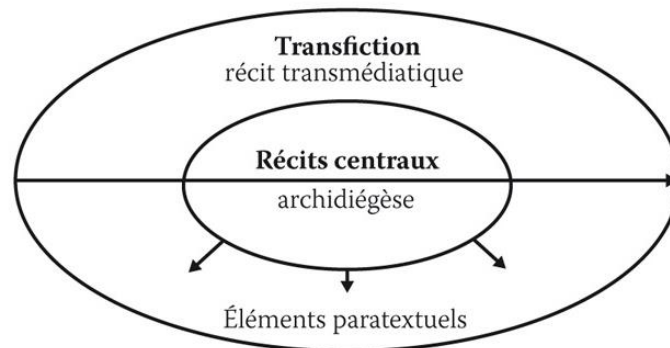


Figure 5 Hiérarchie narrative au sein des récits transmédiatiques

Il existerait plusieurs pistes pour évaluer les éléments au cœur du récit transmédia ou en sa périphérie. On peut d'abord s'appuyer sur le jugement établi par le fandom, à savoir des spectateurs qui participent, des consommateurs qui produisent et des lecteurs qui écrivent (Jenkins, 2006). Cependant la pertinence que ceux-ci produisent s'adresse majoritairement à des parties extrêmes d'un récit transfictionnel, pratique est plutôt orientée vers les fanfictions, souvent sujets à débat sur leur appartenance au canon de l'univers (Baroni, 2020). Vient ensuite le facteur économique, la valeur commerciale fait-elle la centralité d'un récit d'un support médiatique ? Par leur fonction plutôt marketing, la gratuité de ce genre de récit transmédiatique fait plutôt office de récompense aux fans engagés.

1.6. Le transmédia storytelling en musique, un domaine peu étudié

1.6.1. 2 études de cas de Bruce Springsteen

Dans la musique, on peut mettre en avant quelques études transmédia tout au plus, dont celle de Laura Watson en 2021 sur la sortie du livre de Bruce Springsteen *Born To Run*. Dans *Born to Run: The Transmedia Evolution of the Bruce Springsteen Memoir from Book to Stage and Screen* (2021), avec une analyse du genre de l'autobiographie, elle retrace l'histoire du style littéraire et son évolution. Elle met en avant la capacité à ancrer une autobiographie sur un nombre multiple de médias et se faisant, donnant un nouveau statut de storyteller au chanteur. Elle met en avant pour l'artiste 2 notions qui relèvent d'une certaine importance dans le transmédia d'un artiste : l'image et l'identité, tous deux autant important que le contrôle qu'il

peut avoir sur ces éléments (*Ibid.*). Afin d'analyser la stratégie transmédia du mémoire *Born To Run*, on nous propose une analyse de contenu transmédia d'un point de vue chronologique, exposant la stratégie appliquée par les concepts que chacune met en avant. On retrouve par exemple la remédiation avec la diffusion en 2021 sur Netflix de la captation de *Springsteen on Broadway*, jouée en 2018. Toujours pour le « Boss »⁹, le chercheur Daniel Cavicchi a mené en 1998 une étude sur l'univers narratif du chanteur dans *Tramps like us : music & meaning among Springsteen fans*.

Cette étude est largement considérée comme l'une des premières études sur le fandom d'un artiste musical tout en l'étudiant sous le prisme du transmédia storytelling, encore non défini sous une telle appellation à l'époque. « Comme l'ont fait remarquer les critiques de rock par le passé, les chansons de Bruce Springsteen existent dans un monde qui leur est propre - elles ont leurs propres décors, personnages, mots et images. C'est un monde que même ceux qui ne connaissent qu'une poignée de paroles de Springsteen peuvent reconnaître instantanément. » (Cavicchi, 1998). Pour mener son étude, il a axé sa recherche sur 7 aspects d'un fandom et surtout celle du « Boss ». Il étudie par exemple ce que cela représente de voir Bruce Springsteen en concert, la performance que font les fans dans le public ainsi que la politique participative de concert, et comment la communauté de fans se connecte entre eux pour s'unir. Afin d'étudier le storytelling mis en place par Bruce Springsteen, il s'intéresse donc à la communauté de fans qui le suit, et ses différentes pratiques et comportement vis-à-vis de l'artiste.

1.6.2. *BTS, une machine à storytelling*

Aleena Faisal a quant à elle exploré les notions de transmédia storytelling dans la musique et en utilisant le genre de la K-POP¹⁰, prenant en exemple le groupe populaire BTS et ses clips vidéo. « BTS a réussi à créer et à développer son récit transmédia au fil de ses clips et de ses courts-métrages. Grâce à des arcs de personnages cohérents, des motifs et d'autres images symboliques, le groupe a créé un récit global avec un début, un milieu et une fin, tout en développant le récit à l'aide de multiples stratégies d'expansion. » (Faisal, 2020). La méthodologie appliquée est exploratoire, s'axant sur une analyse de contenu transmédia du groupe sur plus de 7 ans. Le focus est sur la stratégie d'expansion narrative à travers des icônes,

⁹ Surnom donné à Bruce Springsteen.

¹⁰ Abréviation du terme Korean Pop, regroupant plusieurs genre musicaux originaires de Corée du Sud.

symboles et thèmes présents mais aussi comment ces éléments sont référencés et réinterprétés dans d'autres vidéos.

1.6.3. Gorillaz et le marketing haptique.

On retrouve aussi l'étude menée par Alex Jeffery pour le *Mediterranean Journal of Communication*, qui s'intéresse à l'album *Plastic Beach* (2010) du groupe anglais *Gorillaz*. Cette recherche propose d'abord une méthode netnographique pour récolter les données provenant des textes originaux issus du contenu produit par le groupe ainsi qu'une recherche ethnographique supplémentaire pour mesurer l'engagement des fans sur le fan site *Gorillaz-Unofficial*. La seconde phase de la recherche se fait par une récolte de donnée, se concentrant sur les artefacts produits par les fans. L'essai théorise au travers de ses résultats que l'invitation matérielle et haptique dans les visuels publiés va en contradiction avec la diminution des consommables physiques au sein de la culture de la musique populaire...

Il expose ensuite que les fans entrent au sein de ce gap physique avec leurs propres processus créatifs. « En jouant et créant des objets faits-maison inspiré par *Plastic Beach*, il y a une activation d'un potentiel marketing inexploité au sein de l'album. » (Jeffrey, 2017). L'essai précise aussi que néanmoins, il y a peu d'application de méthodes de recherches sur des cas d'études de transmédia dans la musique populaire. On peut alors émettre l'hypothèse qu'il y a donc un gap scientifique à combler avec notre recherche, qui plus est, celle-ci met grandement en avant l'implication des fans et l'importance d'une stratégie transmédia qui pourrait jouer un rôle important à la réception d'un univers narratif, le faisant alors exister au-delà de la musique.

Chapitre 2 : Twenty One Pilots

2. Le groupe

twenty one pilots¹¹ (aussi écrit *Twenty one pilots* ou stylisé *TWENTY ØNE PILØTS*), est un groupe¹² Américain originaire de Columbus, dans l'Ohio aux Etats-Unis. Créé en 2009, le groupe est actuellement composé du chanteur/pianiste/bassiste/compositeur et producteur Tyler Joseph ainsi que du batteur Josh Dun¹³, qui, lui, a rejoint le groupe en 2011. C'est cette transition vers un duo qui va véritablement changer la dimension du groupe, les faisant en quelques années seulement passer au stade d'artistes à renommée internationale. Fort d'une musique qui aborde des thèmes assez sombres comme l'anxiété, la dépression et surtout comment les affronter en créant une proximité avec sa communauté par les sujets abordés. Il est difficile de définir le genre musical du groupe, leur musique exerçant des influences allant du hip-hop, de l'électro, de la pop au rock en passant même par de la folk. Cependant, nous pouvons nous intéresser aux statistiques de nominations et d'awards remportés par twenty one pilots. Si on s'en réfère à la section *Awards and nominations* sur la page fandom du groupe¹⁴, celui-ci a reçu à ce jour 137 nominations pour 36 trophées remportés, ce qui en fait un des groupes les plus acclamés du XXI^{ème} siècle. Parmi ces trophées, 8 sont dans des catégories de genre « musique alternative », 10 sont dans le genre « pop/rock ; rock et pop rock ».

Nous allons donc dans cette recherche considérer que le groupe twenty one pilots peut se ranger dans le genre de musique alternative, le nouvel auditeur ne sachant pas avec certitude quel genre de chanson il va écouter quand il découvre le groupe. L'alternative est un sous-genre du genre pop-rock, il existe pour désigner ce qui n'est à la fois ni pop, ni rock, comme un entre deux, avec une volonté de s'affranchir de tout type de style. En effet le groupe se défend d'appartenir à seul genre musical, ne voulant pas être cantonné à une case et ne plus pouvoir en sortir.

¹¹ Dans un souci de mise en page, nous écrirons en non-italique le nom du groupe tout au long de notre travail.

¹² twenty one pilots un duo, dans un souci de compréhension nous utiliserons l'appellation groupe tout au long de notre travail.

¹³ Prénommé Joshua Dun, nous utiliserons tout au long de ce travail le nom de Josh Dun, son nom de scène.

¹⁴ twenty one pilots fandom, *Awards and nominations*, https://twentyonepilots.fandom.com/wiki/Awards_and_Nominations_e .

Ce qui semble résonner avec les fans du groupe si l'on regarde à un sondage posant la question « Dans quel genre de musique considérez-vous twenty one pilots appartenir ? »¹⁵ organisé le 16 janvier 2023 par un membre de la communauté du forum reddit r/twentyonepilots et ses 200.000 membres nous obtenons ce résultat : Pour 3 800 votes de fans, la réponse de genre la plus votée avec 1000 votes correspond à Autres (réponse en commentaire), 996 pour le genre Pop suivi de 971 pour le genre rock. Le commentaire le plus liké sur ce sondage est *Alternative for Sure* avec 371 likes. Le groupe a marqué l'histoire de l'industrie musicale de l'ère du streaming ainsi que celle de la RIAA¹⁶ en 2018. Ils ont été les premiers artistes dans l'industrie du streaming à avoir un album avec chaque son certifié au moins or, platine ou multi-platine¹⁷ grâce à leur album *Blurryface* (2015). Ils ont répété l'exploit en 2019, en devenant les premiers artistes à achever l'exploit de 2 albums certifiés au moins or grâce à l'album *Vessel* (2013), ou la piste *Truce*, a mis plus de 6 ans à passer la certification or.

Avant de signer dans le label *Fueled By Ramen LLC.*, le groupe a autopublié 2 albums : le premier album du groupe Twenty One Pilots aussi appelé par le groupe et la communauté de fans du groupe *Self-Titled* (comprenez album éponyme), est un album sorti en 2009 en autopublication et en autoproduction. Il s'agit du seule et unique album comprenant la formation originale du groupe avec Nick Thomas à la basse et Chris Salih à la batterie. L'album s'est écoulé à plus de 115.000 exemplaires digitaux et en CD aux Etats-Unis. Il n'est resté que 3 ans en vente physique, faute à un conflit concernant les droits de vente physique de l'œuvre après avoir signé chez *Fueled By Ramen LLC.* Le second album *Regional At Best* (2011) est le premier album où Josh Dun est crédité comme membre du groupe et jouant la batterie sur les 14 morceaux de l'album. Particularité de l'album, 5 pistes de celui-ci seront réenregistrées et intégrées à l'album suivant.

Depuis 2012, le groupe est signé au sein du label *Fueled By Ramen LLC* et n'a pas changé de label depuis. Il s'agit d'un label américain détenu à ce jour par *Warner Music Group* et celui-

¹⁵ twenty one pilots (Official Subreddit), *What type of music would you consider twenty one pilots to be?* https://www.reddit.com/r/twentyonepilots/comments/10dszvf/what_type_of_music_would_you_consider_twenty_one/, 16 janvier 2023.

¹⁶ Recording industry association of America.

¹⁷ Gradation de la RIAA, correspondant à 500 000 unités (en l'occurrence d'écoutes de streaming pour Twenty one pilots).

ci est distribué par *Atlantic Records*. Le label est catégorisé comme un lanceur de la nouvelle punk et alternative américaine, en ayant participé au succès de groupes tels qu'*All Time Low*, *Jimmy Eat World*, *Paramore*, *Fall Out Boy*, *Panic! At the Disco* ou bien encore *fun*'. A ce jour, le groupe a publié au sein du label 5 albums ainsi que 2 albums live.

2.1. Des albums ancrés dans le transmédia

2.1.1. *Vessel*, les débuts transmédiés du groupe

Le premier album du groupe chez un major s'intitule *Vessel*, sorti le 8 janvier 2013, l'album contient 12 pistes composées uniquement par Tyler Joseph, à l'exception de la piste 2 *Holding On To You*. En prévision de l'album, le groupe sortira l'été 2012 un EP *Three Songs* composé de *Guns For Hands*, *Migraine* et *Ode To Sleep*. *House of Gold* et *Fake You Out* qui feront aussi office de singles pour promouvoir l'album. Afin d'accompagner la sortie de *Vessel*, un « commentary » est publié sur la plateforme de streaming en ligne *Spotify* pendant une durée limitée. Tyler Joseph détaille piste par piste l'album pendant 10-8 minutes, expliquant ses inspirations, les significations des musiques ou bien encore le processus créatif. Par cette démarche, on retrouve du contenu transmédia unique proposé aux fans, ce qui va leur donner une opportunité de forage (Jenkins, 2013) pour approfondir leur expérience d'écoute musicale. Si on prend par exemple la première piste *Ode To Sleep*, Tyler Joseph explique ceci : ' ... I like putting this song first on the album, because it kinda puts the listener through kind of a song structure boot camp, if you will, when it comes to them being able to anticipate what the rest of the album is... '18.

Les différents clips vidéo apportent eux aussi déjà des éléments qui resteront dans l'identité visuelle du groupe au travers d'un processus transmédia. Le clip vidéo de *Guns For Hands* intègre un élément qui deviendra récurrent dans l'imagerie du groupe pour les années à venir, à savoir, la cagoule, portée à la fois par Tyler Joseph ainsi que Josh Dun comme montrée en figure 5. Dans une interview accordée à *AlternativePress* en 2014, le duo révèle qu'il s'agit d'un choix artistique et symbolique assumé : ' [We're] trying to create something that's a bit more faceless, that can represent a group of people or have people relate to it. '19 (*sic.*). Le batteur

¹⁸ twenty one pilots, *Vessel* (Commentary Version), Spotify, 08 Janvier 2013

¹⁹ twenty one pilots tell the story behind their masks, <https://www.youtube.com/watch?v=dDCYFvrw7DM>, *Alternative Press*, 16 octobre 2014

enlève son masque quand il commence à jouer, ainsi que le chanteur quand il commence alors à chanter, et on peut supposer avec déduction que tant qu'ils ont ce masque ils ne sont personne, ils sont comme tout le monde, ils deviennent enfin eux-mêmes au moment où ils enlèvent ce masque.

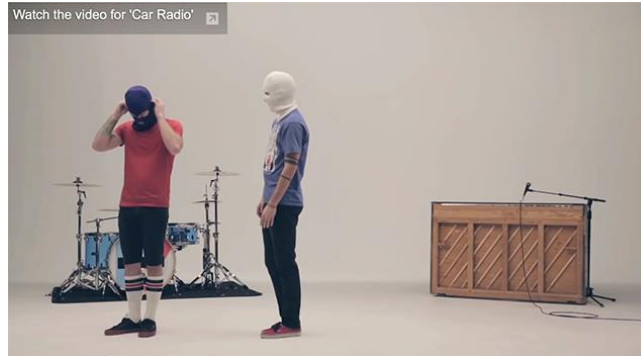


Figure 6 Tyler et Joseph et Josh Dun dans *Guns For Hands*

2.1.2. *Blurryface*, l'album concept axé sur un personnage.

Blurryface (stylisé **BLURRYFACE**) est le second album du groupe sous le label *Fueled By Ramen LLC*. Sorti le 19 mai 2015, cet album concept est composé de 14 musiques écrites par Tyler Joseph. *Fairly Local* fera office de premier single le 17 mars 2015, accompagné de son clip vidéo, s'en suit *Tear In My Heart* le 8 avril 2015 et peu après le 28 avril 2015 la chanson reconnue comme la plus populaire du groupe *Stressed Out*. Par la suite *Lane Boy* et *Ride* seront disponibles respectivement le 4 et le 12 mai 2015. Tyler Joseph explique que *Blurryface* est un personnage créé par le groupe pour pouvoir représenter les insécurités individuelles et celles des autres, au travers des musiques, représentées par exemple sur la pochette de l'album (cf. Illustration 6). Plus encore le personnage de *Blurryface*²⁰ sert à reconnaître ses insécurités et à comprendre comment les combattre. Josh Dun le reconnaît même dans une interview en 2016 : " *Blurryface* ' is kind of a character that we created... that sort of personifies thoses insecurities. " ²¹.

²⁰ Nous écrivons *Blurryface* en non-italique quand nous voulons mentionner le personnage.

²¹ Penn live, *Twenty One Pilots' Josh Dun talks insecurities about 'Blurryface' ahead of their Hershey show* https://www.pennlive.com/entertainment/2016/06/twenty_one_pilots_hershey.html, 16 juin 2016.

Une démarche qui se démarque des standards de l'industrie musicale populaire contemporaine, qui mise sur un contenu plutôt quantitatif, adapté au mode de consommation en streaming, sans réelle narration en dépit du message artistique. On retrouve ici non pas un album concept orienté vers du *worldbuilding*, mais bien sur un album centré sur un personnage de fiction. Tout au long des clips de la période de *Blurryface*, la couleur mise en avant dans les clips vidéo est le rouge.



Figure 7 Tyler Joseph et Josh Dun dans le clip *Stressed Out*

Par exemple dans *Stressed Out*²², Tyler Joseph arbore des vêtements teintés de rouge ainsi que des grimages noirs au cou et au bras pour représenter le personnage qu'il incarne, jouant toujours plus sur la puissance multimodale qu'offre un clip vidéo. L'artiste en dit lui-même "Very dramatic, I know, but it helps me get into that character."²³ Par ce processus, il crée une subjectivité via le personnage fictionnel qu'il incarne, brouillant la frontière entre la représentation physique et réelle de l'artiste avec ce qu'on peut apparenter à une incarnation. On retrouve même une personnification du personnage de *Blurryface*, dans la chanson *Stressed Out* au travers des paroles répétées plusieurs fois durant le morceau.:

« My name is Blurryface, and I care what you think »²⁴

Plus encore, on retrouve cette personnification dans le clip vidéo au travers du pitch de la voix de Tyler Joseph à partir de 3:12 jusqu'à la fin du morceau, celle-ci étant bien plus grave que sa voix normale. Ce changement sonore est associé à un changement visuel, Tyler Joseph apparaissant à l'écran avec des yeux colorés rouges, semblant indiquer qu'il n'est pas lui-même

²² twenty one pilots: *Stressed Out* [OFFICIAL VIDEO] <https://www.youtube.com/watch?v=pXRviuL6vMY>, Fueled By Ramen, 28 avril 2015.

²³ Twenty One Pilots Explain Why Their Album Is Called "Blurry Face" | MTV New (2015), <https://www.youtube.com/watch?v=yx44NMDN0ws>, MTV, 28 avril 2015.

²⁴ Twenty one pilots, *Stressed Out*, Blurryface, 2015.

à ce moment de la musique. Ce processus est par exemple présent dans le clip vidéo de *Fairly Local*²⁵ à partir de 1:46 jusqu'à 2:02 comme visible en figure 8.

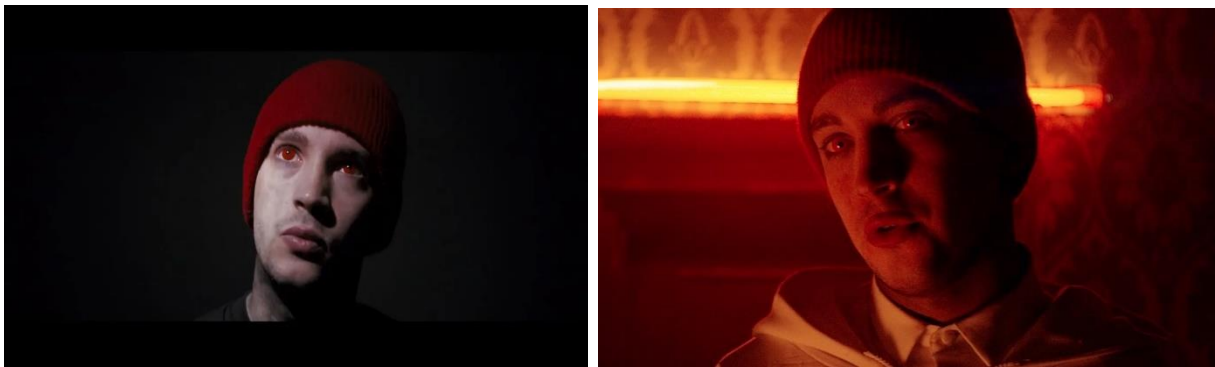


Figure 8 Tyler Joseph personnifiant *Blurryface* dans *Stressed Out* et *Fairly Local*

Durant toute la période de l'album éponyme, un compte *Twitter* nommé @blurryface²⁶ a alimenté du contenu à destination des fans à des fins promotionnelles, sous forme d'une sorte d'expérience en réalité augmentée liée à cette période d'album. Chose curieuse, le groupe n'a jamais reconnu ni même mentionné l'existence de ce compte *Twitter* dans aucune interview, ni aucune performance en live. Par cette intention, on comprend qu'il était donc créé pour les fans dédiés du groupe, comme une sorte de récompense accessible uniquement si on en a la connaissance. On peut donc y voir là une sorte de stratégie transmédia de forage (Jenkins, 2013), le personnage de *Blurryface*, auparavant vivant pour ainsi dire, uniquement à travers les chansons du groupe ou les clips vidéo, donc, de manière fictionnelle, a pris vie avec un ancrage dans le monde réel via le réseau social *Twitter*.

Si on adopte une posture d'analyse un peu plus sémiotique, les tweets de *Blurryface* sont caractérisés par des photos prises à l'improviste, comme un observateur qui suit la vie du groupe à leur insu et ses messages sont tout autant synonyme d'une certaine insécurité. Parfois en majuscules, sans espaces entre les mots et même souvent supprimés peu de temps après leur publication, il semble douter et avoir même peur de ce qu'il raconte. Il aura même, par exemple, posté une photo volée d'une partie de la liste des chansons de l'album sur un ordinateur,

²⁵ twenty one pilots: Fairly Local [OFFICIAL VIDEO], <https://www.youtube.com/watch?v=Pmv8aQKO6k0>, Fueled By Ramen , 17 mars 2015.

²⁶ <https://x.com/blurryface>.

divulguant une information alors secrète à ce moment-là, dont seuls les fans engagés étaient alors en possession.



Figure 9 Blurryface leakant le titre des musiques de l'album à son nom

C'est lors de cette période que les fans auront droit à leur propre logo, cette communauté autodénommée 'Skeleton Clique' prend son nom dans les tenues de squelettes arborées par le groupe dès les concerts de *Regional At Best*. Brandon Rike, le directeur créatif du groupe, expliquera que "Affectionately labeled the "Skeleton Clique" the fans of Twenty One Pilots dig into every element of this group, and leave no stone unturned. ... So, in addition to a new logotype and a new symbol, I created a new icon set including marks for Skeleton Clique."²⁷

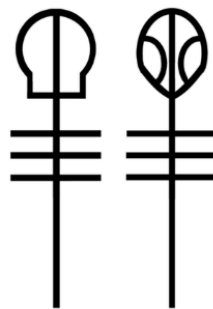


Figure 10 Logo de la "Skeleton Clique"

C'est précisément vers le 6 juillet 2017 qu'on peut établir la fin de « l'ère » *Blurryface*, soit 2 semaines après la fin de leur tournée locale comprenant 5 dates à Columbus. Dès cette date, le groupe a utilisé leurs profils de leurs réseaux sociaux pour amorcer la transition vers leur futur album tout en questionnant les fans du groupe. Tous les 2 jours, la photo de profil

²⁷ Behind Blurryface, <https://archive.brandonrike.com/behind-blurryface>, Brandon Rike, 2017.

(*Instagram, Twitter, Facebook*) représentant un œil, l'iris rempli de rouge (la couleur principale de l'album *Blurryface*) et comprenant le logo du groupe, se ferme peu à peu. En même temps, la bannière (*Facebook et Twitter*) du groupe se ferme elle aussi tel un œil. Celle-ci contenant à chaque fois des extraits de paroles de l'album *Blurryface*, jusqu'à simplement se terminer par le mot *SILËNCE* (cf. illustration 7).

2.1.1. *La negative capability pour teaser la suite de son univers narratif*

Cet évènement mène alors à la dernière apparition publique du groupe : la cérémonie des trophées d'*Alternative Press Awards* le 18 juillet 2017. Josh Dun monte alors seul sur scène pour récupérer un prix de la meilleure communauté de fans. Ce qui est surprenant, Tyler Joseph étant plutôt le porte-parole du groupe en tant que chanteur. Le batteur s'explique alors sur l'absence remarquée de Tyler en disant : "Tyler wishes he could be here, he's actually off, severing ties with DEMA."²⁸. Sans donner plus de contexte, difficile à ce moment de comprendre ce qu'est vraiment DEMA. Se faisant, le groupe a déjà commencé à établir son univers narratif envers ses fans en se servant d'une sorte d'interview pour disperser ses éléments narratifs.

Pour donner plus de contexte et en même temps épaissir le mystère sur DEMA, le groupe utilise alors le compte twitter du personnage de @Blurryface. Le jour même de la publication de la vidéo de la remise du trophée à la cérémonie *Alternative Press*, il likera un tweet de fan, cherchant des définitions à ce à quoi pourrait correspondre DEMA comme le montre la figure 11.

²⁸ APMA's 2017 Most Dedicated Fan Base: TWENTY ONE PILOTS , https://www.youtube.com/watch?v=OHcgbe_ZYYY , Alternative Press, 18 juillet 2017.



Figure 11 Blurryface like le tweet d'un fan cherchant à expliquer le mot DEMA

Pendant une année, le groupe restera silencieux sur ses différents réseaux sociaux et aucune apparition publique du groupe ne sera à noter. On voit que le groupe utilise dans ce cas présent la ‘negative capability’, ou comprenez la capacité à établir des gaps stratégiques dans le récit pour provoquer un sentiment d’incertitude et de mystère pour le public (Long, 2007 : 53-59 in Gambarato et al., 2020).

2.2. Trench, ou quand le transmédia storytelling est au même rang que la musique

2.2.1. Histoire de l’album

Trench est un album concept sorti le 5 octobre 2018, composé de 14 musiques produites et écrites par Tyler Joseph, assisté par Paul Meany à la production et au mixage. Faisant suite au succès de *Blurryface*, celui-ci a déjà été ‘teasé’ prêt d’un an avant sa sortie. En effet le discours de Josh Dun à la cérémonie des *Alternative Press Awards*, en plus de servir à attirer la curiosité des fans, et sans qu’ils le sachent, disperse les premiers éléments de l’univers narratif de l’album. L’album *Trench* aborde sous sa forme d’album concept, comme le précédent du groupe, des thèmes sensibles tels que la dépression, l’anxiété, tout en gardant un message d’espoir et de lutte contre ses démons.

Par sa narration centrée sur le *worldbuilding*, l'album est une allégorie à la fois visuelle et auditive de la santé mentale pour Tyler Joseph, l'expliquant dans une interview de lancement de l'album, 'Trench is a journey between one place and whatever comes next, which mirrors how mental illness is an ongoing struggle that one needs to keep working at.'²⁹. D'un point de vue visuel, le continent de Trench³⁰ est représenté dans les différents supports visuels tel un vaste continent à l'état presque sauvage. Dans la partie inférieure du continent on y trouve la ville fictive de DEMA ('Sacred municipality of DEMA'). On peut obtenir une vue globale du continent en figure 12, illustrant d'un point de vue géographique comment est agencé le continent Trench. La ville est divisée en 9 districts qui sont chacun dirigé par un évêque vêtu de rouge, les bordures extérieures de la ville formant une nécropole remplies de tombes lumineuses (en référence à la piste 7, *Neon Gravestones*).

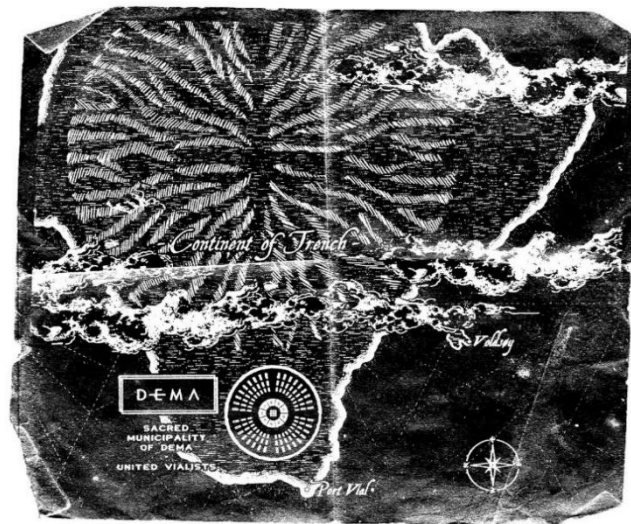


Figure 12 Le continent de Trench

L'autorité de ces évêques, dirigeant DEMA, passe par une religion détournée, le vialism. Au travers de celle-ci, on retrouve un mécanisme de glorification de la mort, les évêques s'efforçant de faire se manifester les plus sombres pensées en chacun de ses habitants. Répandre la négativité est leur façon de ne faire croire que la seule issue à la vie est de commettre l'acte du Vialism à savoir de s'ôter la vie, et par cet acte avoir un impact sur le plus de personnes possible pour les pousser eux aussi à bout. Les personnes passant à l'acte sont alors glorifiées lors d'une cérémonie ouverte aux habitants (cf. Illustration 8), la cérémonie se terminant par l'attribution

²⁹ twenty one pilots: 'Trench,' Overcoming Insecurities, and What's Next | Apple Music, <https://youtu.be/s4CLo1gpHyQ?si=LzZvHgdc2mfX9loI>, Apple Music, 5 septembre 2018

³⁰ Nous écrivons Trench en non-italique quand nous volons mentionner le continent géographique.

d'une *Neon Gravestones* (cf. Illustration 9) dans la nécropole entourant la ville en guise de consécration. On retrouve comme opposants aux évêques un groupe se faisant appeler les banditos (en référence à la piste 11, *Bandito*), ceux-ci sont dirigés par Josh Dun, surnommé le 'Torchbearer'³¹, ils arborent la couleur jaune que les évêques ne voient pas, leur objectif étant d'aider les habitants de DEMA à se libérer de l'emprise de ses dirigeants et de s'enfuir en direction du continent de Trench.

2.2.2. Déploiement de l'album

On établit le début du déploiement de l'album à la découverte du jeu en réalité augmentée *dmaorg.info* par un membre du subreddit *r/twentyonepilots* dénommé *u/JakeDello*, le 21 avril 2018³², débutant le cycle de l'album environ douze semaines avant la sortie du premier single. Pendant ces 12 semaines, le site internet *dmaorg.info/found* a été alimenté en contenu 8 fois. A chaque fois, on retrouve un ajout soit d'images ou de lettres (digitales, mais avec une esthétique manuscrite) écrites par un dénommé Clancy, un habitant nous racontant sa vie et sa fuite de la ville DEMA, ville dans laquelle il a grandi. Avec un ARG, le groupe est parvenu à créer de l'attente autour de son futur projet, impliquant les fans les plus assidus avec des énigmes, en les récompensant à l'aide d'éléments narratifs de l'univers de *Trench*. Cette attente se construira jusqu'à la sortie le 11 juillet du single *Jumpsuit* accompagné de son clip vidéo ainsi que la chanson *Nico And The Niners*. Ce clip met en scène Tyler Joseph en tant que protagoniste principal, tout en y reprenant des éléments narratifs déjà dévoilés lors de l'ARG *dmaorg.info*. Celui-ci se prolongeant plus tard encore, avec une nouvelle lettre le 18 juillet, relatant les événements du clip vidéo du point de vue de Clancy. Jouant sur les points de vue des différents protagonistes, la subjectivité apportée implique de manière plus intense le public, offrant différentes façon d'appréhender l'univers.

Le 26 juillet sort la suite directe narrative du premier clip avec *Nico And The Niners*, la chanson étant déjà disponible. S'en suit le 8 août, la sortie du dernier clip de la « trilogie de Trench » comme dénommée par les fans, *Levitate*. Les sorties de singles sont évidemment accompagnées

³¹ Le porteur de torche

³² NEW HIDDEN MESSAGE ON TWENTY ONE PILOTS SITE, https://www.reddit.com/r/twentyonepilots/comments/8dygc3/new_hidden_message_on_twenty_one_pilots_site_read/, *u/jakedello*, 21 avril 2021.

de capsules de merchandising. Celles-ci des visuels liés à l'esthétique de l'album (cf. Illustration 10). Voici un tableau récapitulatif de la stratégie transmédia pour l'album *Trench* :

21 avril 2018	Découverte de l'ARG <i>dmaorg.info</i> avec une lettre de Clancy et 4 images (cf. Illustrations 11,12,13,14,15)
9 mai	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec une lettre de Clancy (cf. Illustration 16)
31 mai	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec un gif (cf. Illustration 17)
29 juin	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec une image donnant un code de violation menant à un extrait audio inversé de <i>Nico And The Niners</i> (cf. Illustration 18)
1 juillet	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec une lettre de Clancy à décoder et un gif (cf. Illustrations 19,20)
5 juillet	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec image et une lettre manuscrite (cf. Illustrations 21,22)
6 juillet	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec un gif (cf. Illustration 23)
8 juillet	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec image et une lettre manuscrite (cf. Illustrations 24,25)
10 juillet	Découverte ARG nicoandtheniners.com/jumpsuit , révélant la durée de la chanson <i>Jumpsuit</i>
11 juillet	Musique + clip vidéo <i>Jumpsuit</i> , musique <i>Nico And The Niners</i> , pochette d'album dévoilée et annonce du <i>Bandito Tour</i>
18 juillet	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec une lettre manuscrite de Clancy détaillant les événements de <i>Jumpsuit</i> (cf. Illustration 26)
26 juillet	Musique + clip video <i>Nico And The Niners</i>
8 aout	Musique + clip video <i>Levitate</i> , annonce tracklist
27 aout	Musique + clip video <i>My Blood</i>

12 7embre	Concert <i>A Complete Diversion</i> à Londres, les singles sortis sont joués
5 octobre	Sortie de l'album <i>Trench</i> + ARG <i>Banditø immersive experience</i> sur Spotify
15 octobre	Vinyle 10' édition limitée <i>Jumpsuit, Levitate, Nico And The Niners</i>
16 octobre	Début <i>Bandio Tour</i>
26 octobre	Début de la série de 7 vidéos <i>YouTube</i> des coulisses <i>Bandito Tour</i>
22 janvier 2019	Entrée sur <i>dmaorg.info</i> avec une lettre de Clancy (cf. Illustration 27) + Vidéo <i>Chlorine</i>
28 Juin – 30 Juin	Pop-Up Store de merch exclusif <i>Ned Bayou</i> à Columbus
23 juillet	Video <i>The Hype</i>
13 décembre	Dernier concert <i>Bandito Tour</i> après 115 dates

Tableau 1 Déploiement de l'album *Trench*

Chapitre 3 : Dispositif méthodologique

3. Problématique et questionnement

Nous avons vu que pour l'album *Trench*, twenty one pilots a établi une stratégie transmédia tout au long du cycle de vie de l'album, multipliant les médias proposés afin d'y disperser ses éléments fictionnels. Cependant, on peut se demander comment ce contenu transmédia s'inscrit dans une hiérarchisation de l'univers, car il est évident que tout ne peut pas être central d'un point de vue narratif, avec un certain nombre d'éléments paratextuels. Qui plus est, le groupe inscrit ses albums dans un univers narratif en sérialité, ne surfant pas sur les standards de l'industrie musicale actuelle quand il s'agit d'accéder à l'ensemble des éléments de l'album. Avec cette réflexion, nous nous posons alors cette question :

- « En quoi y'a-t-il une dynamique entre accessibilité et hiérarchie transmédia au sein de l'album *Trench* ? »

Afin de répondre à cette question, il serait nécessaire de comprendre comment les médias sont hiérarchisés d'un point de vue narratif dans l'univers de *Trench*. Cependant, nous n'aurions qu'une moitié des éléments pour répondre à notre question, dès lors il est nécessaire d'analyser nos différents médias selon leur accessibilité au travers d'une grille d'analyse. Les hypothèses de travail sont les suivantes :

- i. Le contenu transmédia du récit central adopte une stratégie de circulation par une haute accessibilité
- ii. Le contenu transmédia paratextuel adopte une stratégie de forage mise en avant par une basse accessibilité.

3.1.Méthodologie

L'univers des albums de twenty one pilots s'inscrivant dans un principe de sérialité appliqué sur 4 albums, nous avons dû faire des choix pour notre corpus de données. Notre choix s'est porté sur l'album *Trench*, sorti en 2018, celui-ci étant considéré comme le premier point d'entrée, débutant réellement l'intrigue de l'univers narratif. L'album précédent *Blurryface*, sorti en 2015, dépeint, quant à lui, le personnage éponyme présent dans le même univers narratif. Son propos est de personnifier les insécurités au travers d'un personnage fictif qui va les représenter au travers des chansons de l'album. Le troisième album de cet univers *Scaled And Icy*, sorti en 2021, est un album qui s'inscrit lui aussi dans l'univers narratif du groupe. Il

se contextualise par un album que le groupe a été forcé de faire par les antagonistes de l’histoire afin de faire la propagande de leur régime autoritaire. Contrairement aux œuvres précédentes du groupe, on y trouve des sonorités beaucoup plus positives, avec une musique plus orienté pop. Pour pouvoir comprendre pleinement son contexte et l’essence même de son message, il était nécessaire d’avoir les éléments narratifs de l’album précédent, à savoir, *Trench*, celui-ci étant antérieur dans l’univers narratif. Le dernier album, intitulé *Clancy*, sorti en mai 2024, est quant à lui l’itération de l’univers la plus récente, ce qui laisse encore ouverte la porte à de nouvelles extensions narratives proposées par l’album et ne procurerait donc pas une analyse complète de son cycle de vie et des médias qui le composent. Ça serait comme analyser une saison de série en début de diffusion, avec par exemple la tournée débutant seulement le 15 août 2024.

Justement, pour l’album *Trench*, nos données s’étalent d’avril 2018 jusqu’à décembre 2019, s’inspirant du cycle de vie de l’album comme illustré dans le tableau 1. Dans ce corpus, nous allons retrouver tout d’abord les 14 musiques qui composent l’album, *Jumpsuit*, *Levitate*, *Morph*, *My Blood*, *Chlorine*, *Smithereens*, *Neon Gravestones*, *The Hype*, *Nico And The Niners*, *Cut My Lip*, *Bandito*, *Pet Cheetah*, *Legend* et *Leave The City*. Ensuite nous sélectionnons une des médias vidéo : les 6 clips vidéo originalement postés sur la plateforme *YouTube* ; à savoir la trilogie *Jumpsuit*, *Nico And The Niners*, *Levitate*, ainsi que les clips vidéo *My Blood*, *Chlorine* et *The Hype* (les deux derniers, étant sorti après l’album). Nous avons sélectionné les vidéos dites ‘ visualizers ‘ postées sur *YouTube*. Ces vidéos contiennent l’audio musical, et un fond visuel se répétant tout le long de la vidéo. Nous les sélectionnons pour les musiques *Neon Gravestones*, *Legend*, *Leave The City*, *Morph*, *Pet Cheetah*, *Bandito*, *Cut My Lip*, *Smithereens* et *The Hype*. Leur intérêt est purement pour le média visuel en arrière-plan, la musique associée étant considérée comme un autre média dans notre corpus.

En plus de cela, nous allons prendre des vidéos prises par les fans postés sur *YouTube*, des vidéos de concerts pour le *Bandito Tour* pour *Jumpsuit*, *Levitate*, *The Hype*, *Nico And The Niners*, *Neon Gravestones*, *Bandito*, *Cut My Lip*, *Pet Cheetah*, *My Blood*, *Morph*, *Chlorine* et *Leave The City*. Afin de ne rester que dans le contenu de l’album *Trench*, nous avons omis de prendre les vidéos des chansons jouées qui ne provenaient pas de l’album afin de nous concentrer sur celui-ci. De plus, nous nous concentrerons uniquement sur le dispositif scénique que nous procure ces vidéos, nous apportant une nouvelle source de média créée par le groupe

et diffusée en live. Nous omettons le côté de production ‘bottom-up’³³ qu’elles nous communiquent.

S'en suivent 2 ARG. En premier lieu, nous utilisons *dmaorg.info* qui a été utilisé pour amorcer la transition entre l'album *Blurryface* et *Trench* pour créer de l'attente avec le nouvel album. Durant le cycle de vie de l'album, on trouvera 8 lettres postées par un personnage fictionnel de l'univers narratif dénommé Clancy, ainsi qu'une série de 9 images postées sur le site internet. En plus de leur but promotionnel, ces images sont liées à des éléments de l'univers narratif de l'album par allusions, citations, mentions ou visualisation. Nous avons aussi l'ARG *Bandito Immersive Experience*. Lancé pour accompagner la sortie de l'album, le jeu nous propose de revivre les événements du clip vidéo de *Nico and the Niners* et permet aussi au joueur de chercher après des objets de l'univers narratif ainsi que leur signification (Vos, 2019). C'est originellement le seul endroit où le groupe a créé du contenu pour contextualiser ces dits-objets (mentionnés plus bas). Nous retrouvons aussi comme support la pochette de l'album, en y incluant dans notre analyse le ‘lyric booklet’³⁴.

Ensuite, nous avons une liste reprenant les personnages présents dans l'univers de *Trench*. On retrouve tout d'abord les membres du groupe avec Tyler Joseph. Il incarne son propre personnage dans ce monde fictif, un habitant la ville de DEMA pratiquant de la musique rebelle à l'encontre des dirigeants de la ville. Nous retrouvons le batteur Josh Dun, leader du groupe rebelle se surnommant les banditos. Par la suite, nous avons identifié le personnage de Clancy, un habitant de la ville qui poste des lettres sur l'ARG *dmaorg.info* pour expliquer la vie dans la ville, jusqu'à y raconter comment il s'est échappé pour finalement y revenir. Nous avons aussi les 9 évêques, qui sont les principaux antagonistes de l'univers narratif, avec à leur tête Nico, et un dénommé Keons. Les 7 autres évêques ont leur noms révélés au sein de l'ARG *dmaorg.info*, en faisant référence à des paroles au sein de musiques de l'album *Blurryface*. Nous avons aussi les banditos, un groupe de rebelles vivant dans les plaines du continent de Trench, leur membres sont des évadés de DEMA, ayant résisté à l'influence des évêques. Nous retrouvons aussi les vautours, présents sur la pochette de l'album, ils surveillent les abords de la ville pour prévenir de toute tentative d'évasion, et finalement, nous avons les habitants de DEMA. On retrouve

³³ Une dynamique de production allant du public vers le producteur.

³⁴ Comprenez carnet de paroles.

justement au niveau des lieux la ville de DEMA, une ville totalitaire dirigée par les 9 évêques et Trench, le continent qui donne son nom à l'album ainsi que le camp bandito où ceux-ci vivent. On retrouve une série d'objets qui sont mentionnés, montrés, ou expliqués au travers des différents médias. Le 'jumpsuit', la germine jaune, les pétales jaunes et les 'neons gravestones'. On retrouve des éléments repris de la pochette comme le médaillon Trench, le 'compass PSI', le logo ||-//, le collant jaune et le symbole vautour (cf. Illustration 28). On retrouve 4 événements significatifs de l'univers, à savoir le 'smearing' représentant un pouvoir dont disposent les évêques, celui-ci leur permettant de contrôler les actions d'une personne en les prenant par le cou, leur infligeant des marques noires, synonyme d'une entité contrôlée (cf. Illustration 29) ; le Vialism, un rite spécifique à la religion prônée par les évêques au sein de la ville de DEMA qui glorifie le suicide (cf. Illustration 8). On retrouve aussi le rite de passage bandito lorsqu'un nouvel évadé les rejoint dans Trench, et la diversion des banditos qui offre une porte de sortie aux habitants de DEMA désireux de s'évader.

3.2.Méthodes d'analyse

3.2.1. *L'analyse réseau*

Notre méthodologie comporte une analyse qualitative croisée en 2 étapes. Le premier axe d'analyse va être celui de la hiérarchie narrative de l'univers de l'album *Trench*. Nous avons vu qu'il était possible de d'établir une cartographie des éléments provenant d'un univers narratif selon leur centralité, en s'inspirant des notions du paratexte et de l'archidiégèse. L'objectif de l'analyse est de faire ressortir les médias qui sont les plus centraux au sein de l'univers et de voir lesquels se situeraient en périphérie.. Pour se faire, nous allons utiliser le principe d'analyse des réseaux. De base, cette méthode est imaginée pour analyser des réseaux sociaux et les interactions qu'on trouve au sein de ce réseau et de ses utilisateurs. Elle permet d'établir différentes caractéristiques qui peuvent concerner les comptes mais aussi concernant les interactions entre les comptes d'un réseau. Cette méthode peut aussi tout à fait fonctionner pour analyser un réseau d'un point de vue narratif.

Pour se faire, il est donc nécessaire que l'on considère les différents éléments dispersés au sein de notre univers narratif comme des s'ils étaient alors des éléments qui interagissent entre eux au sein d'un réseau qui représenterait alors notre univers narratif. Cette méthode a été testée dans *How to Tell Stories with Networks: Exploring the Narrative Affordances of Graphs with the Iliad* (Venturini et al.,2017). Cette étude ayant servi à analyser les rapports entre les

différents personnages et les entités inanimées de l'Illiade en analysant l'œuvre comme un réseau de personnages en interactions. Dans le cadre de ce travail, nous allons prendre cette méthodologie comme base de notre analyse, en l'adaptant pour nos besoins et pour répondre à notre question de recherche, nous allons mélanger des médias et des éléments narratifs, mais derrière une logique de réseau, mettant en avant les médias. Afin donc d'effectuer cette analyse, nous allons utiliser un outil qui s'appelle Gephi. C'est un outil d'analyse de réseaux qui répond aux prérequis de notre méthodologie. Cet outil permet de visualiser un réseau et d'en faire une carte spatialisée. On peut comprendre par exemple comment les éléments du réseau interagissent entre eux, on peut aussi comprendre quels éléments font office de pont dans un réseau. Ce qui nous intéresse ici, c'est de comprendre quels médias vont être centraux en termes de narration, et donc les plus prépondérants en termes d'interactions basées sur le principe de l'intertextualité. Avec cette méthode, nous n'allons pas nous intéresser à cette donnée à propos des personnages, des lieux, des objets. Ceux-ci vont aider à comprendre, justement, la centralité des différents supports dans le réseau par l'interaction qu'ils entretiennent avec ceux-ci. On va donc chercher à trouver les médias avec le degré le plus élevé dans le réseau.

Le degré comportant 2 composantes établies telles que :

- Le degré sortant : Le nœud interagit avec un autre nœud.
- Le degré entrant ; Le nœud reçoit alors l'interaction venant d'un autre nœud.

Ce qui va nous intéresser dans notre analyse, ça va être la statistique du degré sortant pour voir quels médias sont à la fois les plus porteurs d'éléments à dimension intertextuelle. Nous devons enregistrer chaque élément composant notre corpus dans un tableau Excel au format csv., le format approprié pour enregistrer des nœuds dans Gephi afin d'obtenir une spatialisation de notre réseau. Nous l'appellerons Nodes.csv. Pour chaque élément et média de notre univers transmédia, nous avons procédé comme suit : nous lui avons donné un ID numéral, la formalisation standard prévue par Gephi, permettant un encodage plus optimal. Le label correspond à l'appellation du nœud, ce qui permet de visualiser avec plus d'aisance la position de chaque nœud sur notre spatialisation, et enfin son type se caractérise comme la nature du nœud, nous aidant à clarifier notre visualisation. Le tableau se structure donc de la manière suivante :

Id	Label	Type
...

Tableau 2 Exemple d'un tableau de nœuds à destination de Gephi

Après ce premier encodage, il est nécessaire que nous établissions les différents liens entre les éléments et médias de l'univers transmédia, et ce, encore, à l'aide d'un tableau Excel. Nous créons un tableau différent que nous nommons Edges.csv. On y retrouve la source, qui correspond au nœud de départ du lien, la target sera la cible de ce lien. Le type établit la nature du lien qui unit 2 nœuds. Nous avons établi une typologie afin de clarifier notre encodage, inspiré des théories de de l'intertextualité avec ses types d'interactions, nous avons convenu de la typologie suivante :

- *AppearsIn* : Un média / élément narratif apparaît dans un média.
- *DepictedIn* : Un média / élément narratif est dépeint dans un média.
- *FeaturedIn* : Un média / élément narratif figure dans un média.
- *MentionnedIn* : Un média / élément narratif est mentionné dans un média.
- *PerformsActions* : Un élément narratif performe une action dans un média.

Le tableau se structure de la manière suivante :

Source	Target	Type
...

Tableau 3 Exemple d'un tableau de liens à destination de Gephi

Avec ces 2 tableaux, nous allons pouvoir dans créer un graphe dans notre application Gephi, qui va alors offrir différentes possibilités de spatialisation pour l'univers transmédia de l'album Trench. Une fois ces deux tableaux importés dans notre logiciel, nous allons obtenir une spatialisation vierge de toute modification. Se faisant, nous pouvons l'adapter à notre guise d'un point de vue de la mise en forme, nous offrant différentes statistiques sous forme de graphiques pour compléter notre analyse. Cependant avant l'étape des spatialisations, nous allons sortir un

graphique nous montrant la répartition des degrés au sein de notre réseau, nous pourrions alors avoir une vue statistique pour comprendre comment les éléments se dispersent au sein de l'univers transmédia. Cependant, un deuxième graphique concentré sur le degré entrant est nécessaire, celui-ci ne prenant en considération que les éléments porteurs d'interaction dans le réseau, excluant les éléments narratifs du graphique. Avec ce dernier, nous allons voir comment sont répartis les médias selon la quantité d'éléments dispersés de l'univers qu'ils contiennent.

Une coloration des différents nœuds est la prochaine étape, de sorte à pouvoir différencier facilement les types de nœuds dans notre graphe. Cela aide aussi, de cette manière, à mettre en avant les médias qui nous intéressent dans notre analyse. Et dernière étape concernant notre cartographie visuelle, nous devons appliquer un tri de la taille des nœuds en fonction de leur degré. D'une telle façon, nous pouvons déjà mettre en exergue les médias avec une certaine proximité du noyau de l'univers transmédia.

Pour notre première spatialisation, nous allons appliquer l'algorithme de *Fruchterman-Reingold*. Il s'agit d'un type d'algorithme basé sur le système des masses de particule et dirigé par la force des nœuds, « .. » où les sommets sont attirés les uns vers les autres par des arêtes fonctionnant comme des ressorts, repoussé par une force centrale. (Hansen et al., 2020). Nous pensons qu'avec cet algorithme, nous verrons au centre du réseau les nœuds attirant le plus les autres, et en bord du réseau ceux ayant la plus petite force d'attraction, pouvant s'inscrire dans une logique correspondant aux récits centraux et aux éléments paratextuels.

Il est nécessaire de comprendre comment et de quelles manières les nœuds les plus centraux agissent sur l'ensemble du réseau. Pour cela, une deuxième spatialisation est nécessaire. Nous allons utiliser l'algorithme *Force Atlas* sur Gephi. C'est l'algorithme de spatialisation standard pour visualiser un réseau. Il concentre son réseau sur la qualité, pour permettre une interprétation scientifique avec le moins de biais possibles³⁵. Cette étape permettra de pouvoir identifier s'il y a des ensembles qui se créent autour de certains nœuds et comment-ceux-ci interagissent.

³⁵ Gephi, *Gephi Layout Tutorials*, <https://gephi.org/tutorials/gephi-tutorial-layouts.pdf>, 2011.

3.2.2. L'accessibilité des médias

La seconde partie de notre analyse va porter sur l'accessibilité des médias de l'univers transmédia de l'album. De manière qualitative, nous étudions l'accessibilité de ces différents médias avec une grille d'analyse qui va comporter différents critères d'accessibilité. Nous avons regroupé en catégories nos médias analysés, facilitant à la fois l'encodage dans notre grille d'analyse, mais aussi pour établir une typologie correcte dans notre analyse croisée. Nous nous retrouvons alors avec :

- L'album ;
- Les clips vidéo ;
- Le concert live Bandito Tour ;
- Le contenu digital de l'ARG *dmaorg.info* ;
- L'ARG Bandito Experience ;

A partir de nos connaissances empiriques, croisées avec des éléments de notre cadre théorique, nous avons élaboré une grille d'analyse en 6 critères d'accessibilité. Pour se faire, nous nous sommes aidés d'une intelligence artificielle telle que *ChatGPT* afin de cadrer de manière plus précise les questions à se poser pour établir si notre média aux questions du critère d'accessibilité concerné de manière qualitative.

Type d'accessibilité	Questions à se poser
Accessibilité	En quoi le support est accessible de manière facile pour tout public ? Quelles restrictions de l'accès au support sont à noter ?
Accessibilité d'identification	Quels éléments rendent le support bien visible et identifiable par le public ?
Accessibilité cognitive	En quoi le support demande un certain nombre de connaissances nécessaires pour sa compréhension ? Est-ce que le média dispose de références intertextuelles ?

Accessibilité temporelle	Est-ce que le support peut être consommé en asynchrone ? Est-ce que le support a une durée de vie programmée ?
Accessibilité physique	Est-ce que le support est disponible sur une multitude de plateformes et adaptables sur différents formats?
Accessibilité économique	Est-ce que le support requiert un coût d'accès ?

Tableau 4 Grille d'analyse d'accessibilité et ses critères

3.3. Croisement des analyses

Afin de pouvoir répondre à notre question de recherche, il est nécessaire de croiser nos 2 analyses qualitatives pour voir et comprendre la dynamique entre hiérarchie narrative et accessibilité au sein de l'univers narratif de l'album. Nous allons donc essayer d'identifier des ensembles et en sélectionner les médias qui sont les plus importants en termes de degré entrant.

L'intérêt de prendre cette donnée en particulier est de mettre en avant les supports médiatiques qui sont à la fois les plus intertextuels (référençant des éléments diégétiques) et multimodaux (référençant d'autres médias). Ensuite nous allons croiser ces résultats avec ceux obtenus dans notre deuxième partie de l'analyse, à savoir l'accessibilité des médias afin d'établir une typologie des de l'univers narratif de l'album *Trench*, axée sur l'accessibilité et la hiérarchie narrative.

Chapitre 4 : Résultats des analyses

Partie 1

4. La visualisation du réseau de l'album

Après avoir créé notre fichier Excel `nodes.csv` (afin qu'il soit compatible avec Gephi), nous avons dû encoder la totalité des données de notre corpus dans notre tableur Excel. Au total, nous nous retrouvons avec 89 entrées dans notre tableau, avec 28 éléments narratifs et 61 médias. Nous avons donc un tableau qui est représenté tel que³⁶ :

Id	Label	Type
1	Tyler Joseph	Character
22	Nico And The Niners (Official Video)	Video Clip
41	cla_ncy-988-06MOON_18_- 1	<i>dmaorg.info</i> Letter
84	FPE Badge	Object
...

Tableau 5 Exemple d'encodage d'un tableau de noeuds à destination de Gephi

L'étape suivante a consisté à encoder les différents liens entre nos nœuds. Nous avons obtenu 231 liens au total dans notre tableau. Notre encodage s'est pratiqué dans l'ordre numéral de nos nœuds encodés. Celui-ci étant représenté tel que³⁷ :

Source	Target	Type
1	22	AppearsIn
41	79	AppearsIn
84	20	DepictedIn
...

Tableau 6 Exemple d'encodage d'un tableau de liens à destination de Gephi

³⁶ Le tableau complet est disponible dans la liste des tableaux, au Tableau 12

³⁷ Le tableau complet est disponible dans la liste des tableaux, au Tableau 13

4.1. Le degré comme unité d'analyse d'un univers transmédia

Nous avons procédé à l'importation des 2 tableaux sur l'application Gephi. Nous allons suivre la méthodologie précédemment établie pour obtenir un affichage nous donnant des résultats utiles à notre recherche. A partir de notre carte vierge nous avons d'abord partitionné avec des couleurs les différents types de données puis différencié les nœuds par la taille en prenant la statistique de degré entrant total. Nous avons obtenu une visualisation qui est maintenant légendée, et des nœuds triés comme suit :

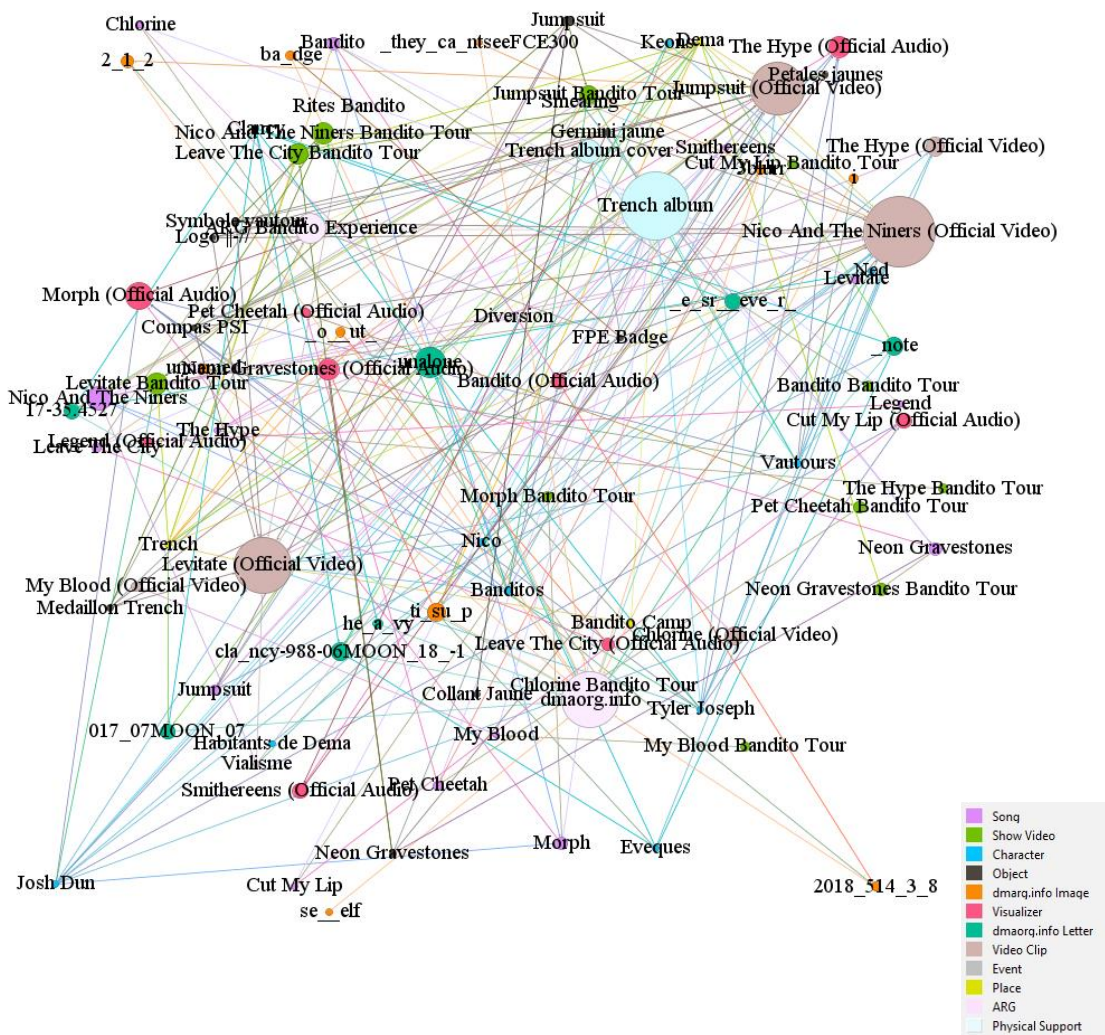


Figure 13 Carte du réseau de l'album Trench

Mais avant d'analyser la carte du réseau narratif et d'effectuer une spatialisation, nous avons demandé à Gephi de nous calculer la moyenne de degré de notre réseau, afin de comprendre mieux comment fonctionne l'intertextualité des nœuds au sein de ce réseau. Nous avons obtenu

une moyenne de 2,596 de degré. Ce qui veut dire qu'en moyenne, chaque média de l'univers *Trench* contient 2,596 liens entrant ou sortant.

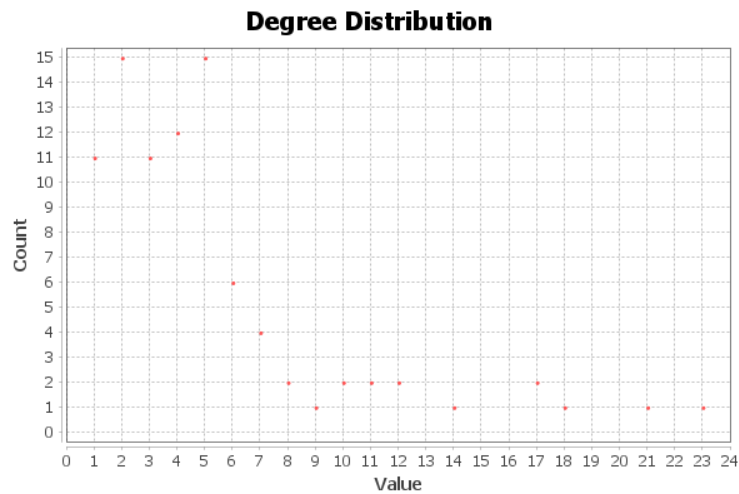


Figure 14 Graphique de distribution des degrés pour le réseau de l'album *Trench*

Nous le voyons bien avec ce graphique, 26 nœuds étant égaux ou inférieurs à 3 en termes de degré, avec une courbe qui semble se dessiner, nous indiquant bien que peu d'éléments sont hautement intertextuels dans l'univers, seulement 8 nœuds sont à plus de 12 degrés (entrants et sortant compris). Il est nécessaire de préciser que nos liens sont dirigés uniquement vers des médias, ce graphique prend en compte les éléments narratifs et leur lien sortant, on ne peut pour l'instant pas voir avec précision la répartition des médias selon leur degré sortant.

Cependant, quand on analyse un graphique qui se concentre sur le degré entrant, à savoir quand un média est porteur de contenu intertextuel avec un média ou un élément narratif, on trouve 8 nœuds sur nos 89 qui ont un degré entrant inférieur à 3. Si pour la donnée *value*, à savoir notre nombre de médias, nous coupons en 2 le graphique, on remarque que seulement 5 nœuds restent, et seulement à partir d'une valeur de plus de 16 éléments intertextuels par média. Il y a donc bien une petite quantité de médias hautement intertextuels dans l'univers, ceux-ci probablement choisis avec soin pour distribuer les éléments de l'univers narratif.

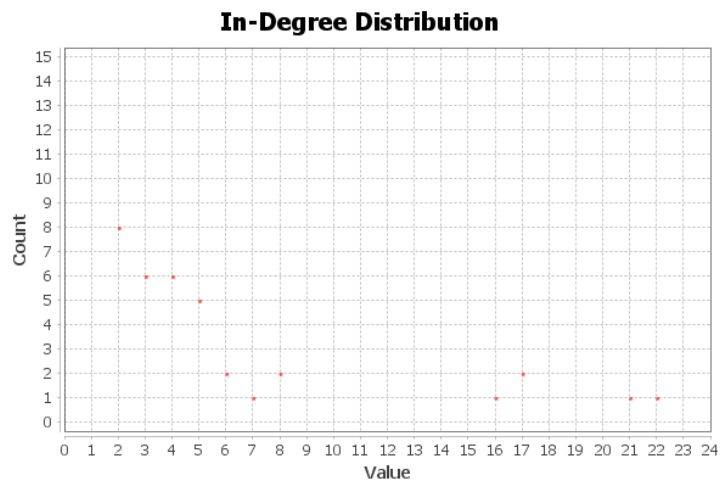


Figure 15 Graphique de distribution des degrés entrant pour le réseau de l'album Trench

Pour pouvoir identifier ces médias et comprendre leur importante intertextuelle, il est nécessaire de pouvoir mettre un nom sur ces différents éléments et le type de média auxquels ils se réfèrent. Pour se faire, nous avons donc suivi notre méthodologie établie, à savoir la spatialisation *Fruchterman-Reingold*. Avec cela, nous pourrions voir directement, quels sont ces médias les plus intertextuels, « attirant » le plus d'éléments de l'univers. Nous avons donc obtenu la cartographie suivante, disponible à la page suivante.

4 médias ressortent donc pour leur position centrale dans le noyau :

- *Nico And The Niners (Official Video)* 22 degrés entrant.
- *Jumpsuit (Official Video)* 16 degrés entrant ;
- *Levitate (Official Video)* 17 degrés entrant ;
- *Trench Album* 21 degrés entrant ;
- *Dmaorg.info* 17 degrés entrant.

On retrouve un peu en plus périphérie nos 2 ARG, mais explicable par la nature de ces 2 ARG. La *Bandito Immersive Experience* offre une plongée dans le clip vidéo de *Nico And The Niners*, reprenant donc des éléments existant déjà dans le réseau, et comme les objets de la pochette de l'album. On est dans une logique de transmédia portmanteau, apportant des explications aux éléments de l'univers, n'en apportant pas de nouveau. Contrairement à *dmaorg.info*, qui lui apporte de nouveaux éléments en se trouvant lui aussi décentré du noyau.

Les éléments qu'il apporte sont pour la plupart des récompenses pour approfondir l'univers narratif via les lettres de Clancy, ceux-ci étant liés à d'autres médias par des références. Les nouveaux éléments narratifs apportés sont rarement illustrés de manière directe dans d'autres médias.

4.3. Un réseau narratif coupé en 3 groupes

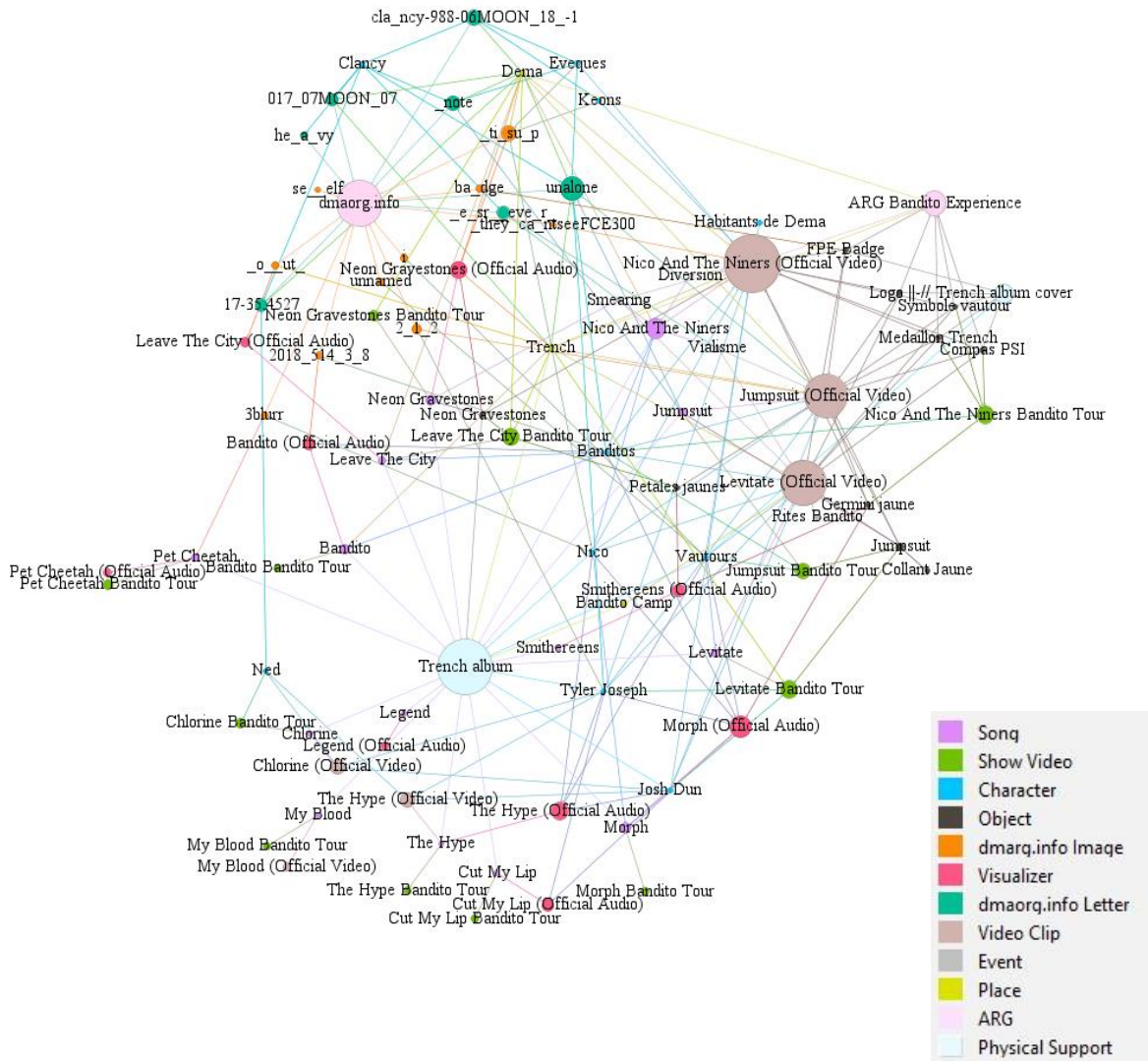


Figure 18 Carte de l'album Trench avec l'algorithme Force Atlas

Avec cette cartographie, on décèle déjà une série de médias se distinguant du reste de la carte. On retrouve en haut à gauche l'arg *dmaorg.info*, entouré des images et lettres qui le composent.. Sur la droite on retrouve le trio de clips vidéo *Jumpsuit- Nico And The Niners – Levitate* et les éléments intertextuels à ces 3 médias. Enfin sur la partie inférieure nous retrouvons l'album *Trench*. Maintenant, nous allons découper notre cartes en 3 ensembles, en servant de ces 3 données citées comme point d'ancrage pour établir une analyser en détail notre carte réseau³⁸.

³⁸ Il est impossible d'obtenir une répartition exacte, celle-ci se basant sur les frontières créées naturellement par la dispersion des éléments dans la carte réseau.

4.3.1. Les clips vidéo, des aimants intertextuels

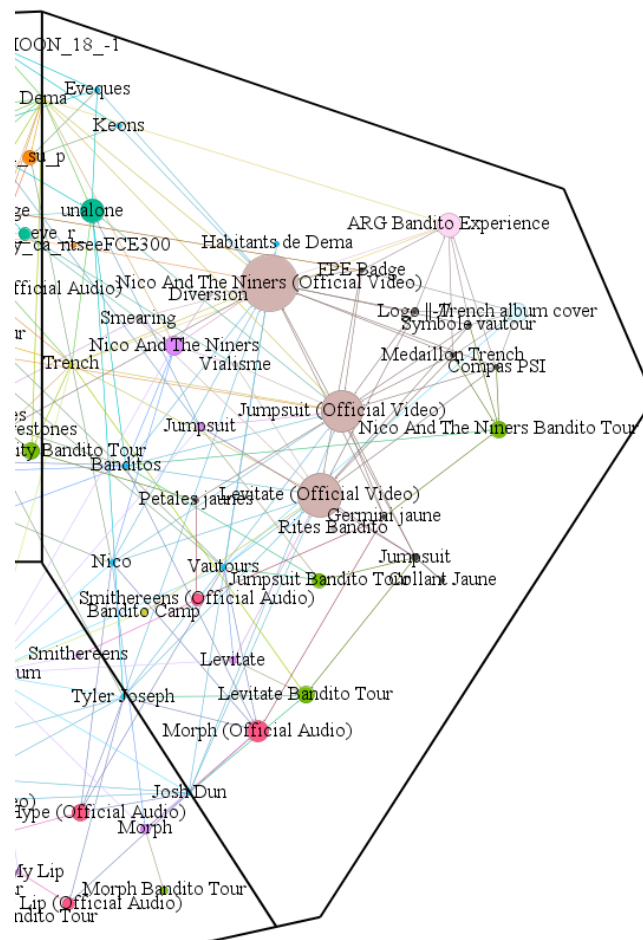


Figure 19 Zoom sur l'ensemble des clips vidéo dans la carte de l'album Trench avec l'algorithme Force Atlas

Nous retrouvons ici nos 3 clips vidéo *Jumpsuit – Nico And The Niners - Levitate*, répartis au centre de l'ensemble en servant de points d'ancrage aux différents éléments narratifs visibles sur la carte. On remarque dans cet ensemble de 36 nœuds qu'une majorité des éléments apparaissent dans les clips ainsi que ceux de la pochette de l'album. On voit donc ici un ensemble avec une portée transfictionnelle importante, les nœuds sont proches, indiquant que les vidéos sont fortes en termes d'intertextualité visuelle et avec une portée narrative accrue. On y retrouve une variété conséquente de médias visuels dans l'ensemble avec à la fois des personnages, des lieux ou des objets ou encore des événements ainsi que des musiques, des 'visualizer' ou bien des vidéos du *Bandito Tour* pour les musiques concernées par les 3 clips vidéo. On note aussi le lieu que constitue continent Trench, chevauchant cet ensemble et celui de gauche, reprenant l'ARG *dmaorg.info*. De même que par exemple la lettre *unalone* (cf. figure 26), illustrant les événements du clip *Jumpsuit* du point de vue de Clancy. On peut expliquer la

présence de l'ARG *Bandito Experience* et sa position en bordure d'ensemble par le fait qu'elle reprend les lieux de la vidéo *Nico And The Niners*, tout en apportant des explications sur les éléments qu'on retrouve sur la pochette, elle les détaille sans en apporter de nouveaux, en somme, nous y trouvons la même explication que dans la figure 16.

4.3.2. L'ARG *dmaorg.info*, un ensemble interconnecté

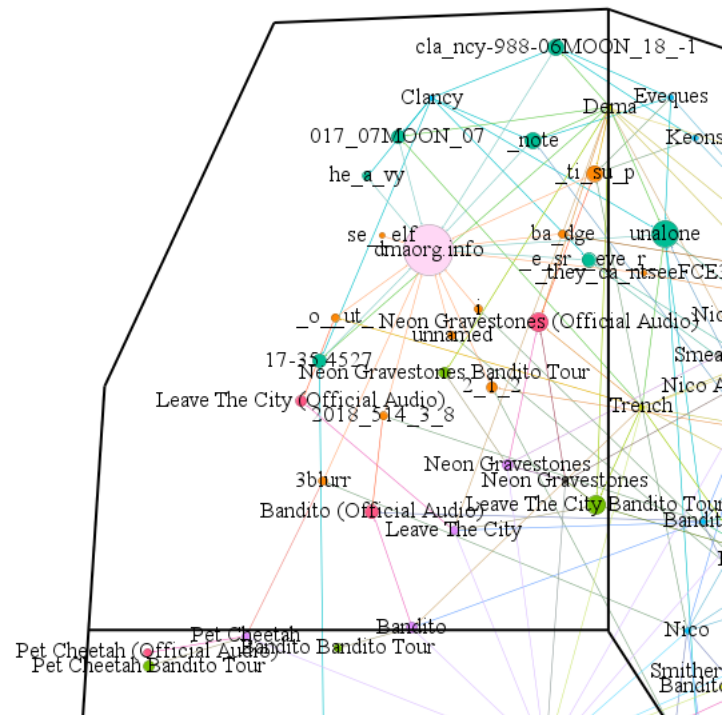


Figure 20 Zoom sur l'ensemble de l'ARG *dmaorg.info* dans la carte de l'album *Trench* avec l'algorithme Force Atlas

L'ensemble de 26 nœuds centré sur *dmaorg.info* va regrouper une majorité des éléments se retrouvant dans l'ARG éponyme. On y retrouve aussi une liste de médias intertextuels ne faisant pas partie du jeu en réalité augmentée, mais qui référencent des éléments intertextuels présents au sein du jeu. Les éléments sonores et visuels comme *_o__ut_* (cf. figure 21), *Leave The City (Bandito Tour)* que l'on retrouve sont liés aux musiques présentes dans cet ensemble, à savoir *Neon Gravestones* et *Leave The City*, 2 chansons avec une forte intertextualité au travers de leur paroles et des éléments narratifs de l'univers leur étant associés. Ceci pourrait être une explication sur le fait qu'elles ne se retrouvent pas dans l'ensemble de l'album. On retrouve une majorité d'éléments et de médias s'inscrivant dans la logique transfictionnelle pour construire un univers transmédia.

4.4. Analyse d'accessibilité

4.4.1. L'album *Trench*

L'album <i>Trench</i>	
Type d'accessibilité	
Accessibilité	Les seules restrictions à noter pour le média sont d'ordre physique avec la nécessité de l'ouïe. Il est aussi nécessaire d'être équipé d'un système sonore adapté au support d'écoute. <i>Trench</i> est facile d'accès, favorisé par sa multitude de supports et de déclinaisons sur les plateformes de streaming ou en format physique.
Accessibilité d'identification	<i>Trench</i> est identifiable comme un album, c'est sa dénomination prioritairement employée dans les supports promotionnels et sur les plateformes de streaming. Par sa composition, à savoir, une compilation de chansons, on comprend aisément sa nature. La pochette de l'album distincte par sa couleur dominante jaune, est aussi un moyen de l'identifier. Etant unique au média qu'est l'album, celle-ci prend sa signification en les associant. La liste des pistes, visible sur la pochette, est un autre élément permettant d'identifier un album.
Accessibilité cognitive	<i>Trench</i> ne nécessite aucune connaissance préalable pour être écouté. Cependant, pour en comprendre pleinement sa narration, il est essentiel de saisir ses thèmes et symboliques liées à la dépression et à la lutte contre celle-ci. Ces thèmes sont parfois abordés à travers des éléments fictionnels présents dans

	<p>d'autres médias du groupe. L'album contient notamment des références intertextuelles avec l'album précédent, <i>Blurryface</i>. Ainsi, une certaine connaissance de l'univers du groupe est nécessaire pour en saisir toutes les nuances.</p>
Accessibilité temporelle	<p>Indépendamment de la plateforme où on le consomme, <i>Trench</i> peut être consommé à n'importe quelle temporalité. Sa durée de vie digitale va quant à elle dépendre de l'obsolescence des supports nécessaires à la consommation du média ainsi que la durée de vie des plateformes qui le proposent.</p>
Accessibilité physique	<p>L'album est disponible sur différents supports physiques tels que le CD, le vinyle avec plusieurs éditions ou encore en cassette. L'édition vinyle contient par exemple un code de téléchargement digital, permettant de télécharger les chansons, offrant une expérience d'écoute digitale, prônant une meilleure qualité qu'en streaming. Il est aussi disponible de manière digitale sur différentes plateformes de streaming comme Spotify, Apple Music, Deezer, <i>YouTube Music</i>.</p>
Accessibilité économique	<p>Dépendant de la plateforme sur laquelle on accède au support, le coût varie. Si on consomme le média de manière physique, alors son coût est régi par l'achat du dit support. En revanche, si on consomme le média sur les plateformes digitales, son coût est dépendant de la formule 'freemium' appliquée par ce genre de plateformes. On peut l'écouter gratuitement avec des</p>

	<p>limitations imposées pour pousser à l'achat. Il est impossible de lire dans l'ordre qu'on souhaite l'album, on ne peut l'écouter dans son entièreté sans devoir écouter d'autres chansons imposées par les plateformes ou des publicités. Le coût d'écoute de l'album est compris dans la formule d'abonnement imposée par les plateformes telles que Spotify. On paie pour accéder à une bibliothèque contenant le média, et non pour le média en lui-même.</p>
--	---

Tableau 7 Tableau d'analyse d'accessibilité de l'album Trench

4.4.2. Les clips vidéo

Clips vidéo	
Type d'accessibilité	
Accessibilité	Les restrictions d'accès aux clips vidéo sont la nécessité d'une connexion internet. L'accès au média n'est bloqué derrière aucune barrière.
Accessibilité d'identification	La dénomination dans les titres (Official Video) permet d'identifier le média, de même que la mention <i>official video</i> dans la description ainsi que <i>from the album 'TRENCH'</i> . On retrouve aussi ces mentions en début de vidéo. La publication sur la chaîne <i>twenty one pilots</i> , avec la dénomination <i>twenty one pilots</i> dans le titre favorisent l'identification du média.
Accessibilité cognitive	Pour la trilogie <i>Jumpsuit – Nico And The Niners – Levitate</i> , il est nécessaire d'avoir vu le clip vidéo précédent chronologiquement celui que l'on consomme pour en comprendre l'intrigue. En effet, les 3 clips cités appliquent le principe de sérialité. La compréhension est également favorisée par la connaissance des éléments de l'ARG <i>dmaorg.info</i> , détaillant l'univers dans lequel se déroule l'album et les clips vidéo. Les 3 autres clips <i>My Blood – Chlorine – The Hype</i> ne demandent aucune connaissance préalables pour les comprendre. On retrouve dans les clips de <i>Trench</i> un bon nombre de références intertextuelles, comme les lieux de Trench, DEMA, se retrouvant dans plusieurs vidéos, comme les personnages des Banditos,

	des évêques, de Tylor Joseph ou encore de Josh Dun.
Accessibilité temporelle	Une clip vidéo uploadé sur <i>YouTube</i> peut être consommée de manière libre d'un point de vue temporel et un nombre de fois illimité. La durée de vie du média dépend de la suppression de la chaîne <i>YouTube</i> sur lequel il est hébergé. Il est possible que le support soit archivé et donc qu'il soit toujours disponible après suppression de la chaîne.
Accessibilité physique	Originellement posté sur <i>YouTube</i> , le média est adaptable sur toute plateforme digitale supportant l'hébergement et la lecture de vidéos <i>YouTube</i> . On peut donc le retrouver par partage sur une multitude de plateformes digitales. Le support n'est néanmoins pas accessible de manière physique.
Accessibilité économique	L'accès à une vidéo hébergée sur <i>YouTube</i> est gratuit.

Tableau 8 Tableau d'analyse d'accessibilité des clips vidéo de l'album Trench

4.4.3. Le Bandito Tour

Bandito Tour	
Type d'accessibilité	
Accessibilité	On ne dénote pas de restrictions d'accès à une tournée de concerts, hormis si les salles requièrent un âge minimal à l'entrée, ce qui est rare, sur que les concerts de twenty one pilots sont tout public.
Accessibilité d'identification	On identifie qu'il s'agit de concert par l'appellation <i>tour</i> , employée de manière commune pour identifier une tournée de concerts. De même que par ses caractéristiques, le média proposant une série de date dans des salles adaptées à la performance de concerts, et ce dans le monde.
Accessibilité cognitive	Disséminées au travers de plusieurs musiques, on retrouve des représentations visuelles et auditives d'éléments visibles dans les différentes musiques de l'album, et, ou, clips vidéo. Elles rentrent dans le dispositif scénique sans pour autant en requérir une connaissance au préalable pour assister au concert.
Accessibilité temporelle	Le concert à une durée limitée préétablie en production, se déroulant pendant un certain nombre de minutes avec un certain nombre de chansons jouées. La durée de vie du concert dépend de la durée de la tournée dans laquelle il se joue. Par sa nature performative, le <i>Bandito Tour</i> n'a donc été disponible que de la première date de la tournée jusqu'à la dernière prestation pendant chaque

	représentation. Des archives vidéo, ou photos sont toutes fois disponibles, mais l'expérience en tant que telle ne l'a été que durant période donnée. Tout comme sa consommation, en direct, pendant la performance.
Accessibilité physique	On peut établir que le concert est disponible sur plusieurs plateformes, si on prend en compte qu'on diffuse un concert sur une plateforme de diffusion comme une salle de concert. Sa nature est néanmoins altérée, devenant une captation d'un concert et non la performance originale. Il est donc disponible un nombre de fois préétabli en production, à savoir le nombre total de dates de concert. Il est toujours possible de l'adapter au format vidéo par une captation professionnelle pour être par exemple diffusé en cinéma.
Accessibilité économique	Le coût d'accès au <i>Bandito Tour</i> est déterminé par le prix du ticket de concert. Le prix moyen d'une place sur l'ensemble des 116 concerts de la tournée est à 63,95€ ³⁹⁴⁰ .

Tableau 9 Tableau d'analyse d'accessibilité du Bandito Tour

³⁹ \$69.81 convertis en EURO sur le taux de 0.9160.

⁴⁰ Twenty One Pilots – The Bandito Tour <https://touringdata.wordpress.com/2019/11/06/twenty-one-pilots-the-bandito-tour/>, Touring Data, 2019.

4.4.4. L'ARG *dmaorg.info*

L'ARG <i>dmaorg.info</i>	
Type d'accessibilité	
Accessibilité	L'accès à l'ARG était de base derrière un certain nombre de barrières. Il fallait tout d'abord trouver l'accès, étant sur un gif promotionnel de l'album <i>Vessel</i> sur le store officiel du groupe. Plus encore, il y avait une énigme à résoudre pour pouvoir accéder au lien contenant l'ARG. Par le partage du lien, l'accès a été facilité, restant néanmoins dans un cercle restreint de personnes ayant connaissance de quelqu'un qui avait connaissance du lien, ou d'un groupe de personnes disposant du lien.
Accessibilité d'identification	Composé d'images et de lettres, aucune indication nominative n'indique clairement qu'il s'agit d'un ARG. Par cet absence de rappel à la nature du média, on ne l'identifie pas forcément tel quel, même s'il répond aux critères d'un ARG. On peut difficilement identifier qu'il s'agit d'un contenu de <i>twenty one pilots</i> , hormis en accédant à l'ARG via le site du groupe. Sur l'ARG en lui-même, on ne trouve aucune mention du groupe, ni de mentions légales pouvant lier le jeu au groupe ou à son label.
Accessibilité cognitive	Participant au <i>worldbuilding</i> du groupe de manière approfondie, il est nécessaire d'avoir une connaissance assez accrue de l'univers de <i>twenty one pilots</i> pour comprendre les éléments dispersés au travers du jeu. Etant créé à destination des fans assidus du groupe,

	<p>on retrouve des références intertextuelles directe. Par la même occasion l'ARG est utilisé pour la promotion de médias du groupe au sein d'une communauté de fans engagés, tout en offrant des jeux sous forme d'énigmes avec les lettres et images postées.</p>
<p>Accessibilité temporelle</p>	<p>Il est possible d'accéder à l'ARG quand on le souhaite, tant que le site internet est encore disponible. Sa durée de vie n'est pas connue, mais l'ARG a été exploité depuis 2018 jusqu'à nos jours, le groupe ayant utilisé ce jeu pour étendre son univers narratif sur 3 albums.</p>
<p>Accessibilité physique</p>	<p>Initialement disponible uniquement via le lien caché par une énigme, le contenu de <i>dmaorg.info</i> a été partagé au sein de la communauté de fans. Le partage du contenu du jeu est facilité par le type de fichier, étant pour la plupart des fichiers des images au format .jpeg ou encore .gif. Par leur moyen à disposition comme le wiki, le fandom, le serveur discord ou encore le reddit du groupe, la communauté a fait preuve d'intelligence collective pour pouvoir partager leur savoir commun et essayer d'impliquer un maximum de fans du groupe.</p>
<p>Accessibilité économique</p>	<p>L'accès à l'ARG et son contenu est totalement gratuit.</p>

Tableau 10 Tableau d'analyse d'accessibilité de l'ARG *dmaorg.info*

4.4.5. L'ARG Bandito Immersive experience

L'ARG Bandito immersive experience	
Type d'accessibilité	
Accessibilité	Nous n'avons pas noter de restrictions à l'accès de l'application, même si le jeu est pensé pour faire la promotion de l'album en collaboration avec Spotify. Il est surtout pensé à destination des fans du groupe comme récompense, et pour rediriger vers l'album sur la plateforme de streaming.
Accessibilité d'identification	L'appellation <i>immersive experience</i> , connote avec l'univers des jeux en réalité augmentée, on peut même y avoir un synonyme anglais avec la déclinaison d'expérience immersive.
Accessibilité cognitive	Si on a la connaissance du mot Bandito, on associe directement cette application à l'album <i>Trench</i> . Le jeu ne demande pas de connaissance pour pouvoir y jouer et le comprendre, seulement la vision des clips vidéo <i>Jumpsuit – Nico And The Niners</i> et <i>Levitare</i> augmente l'expérience du joueur. En effet, des lieux, ainsi que des évènements des 3 clips font partie intégrante du déroulé du jeu.
Accessibilité temporelle	L'ARG a été disponible dans un temps limité. Déployé pour faire la promotion de l'album, celui-ci est resté disponible jusqu'à décembre 2019. La rejouabilité était pour ainsi dire infinie, laissant la liberté au joueur d'explorer le jeu autant de fois qu'il le voulait quand il le voulait.
Accessibilité physique	L'accès à l'application était limité, celle-ci étant en partenariat avec Spotify, donc

	accessible via la plateforme de streaming renvoyant sur le site internet du jeu. Ou y accéder via le site internet directement, à condition d'avoir le lien.
Accessibilité économique	Le jeu a été gratuit durant toute sa durée de disponibilité.

Tableau 11 Tableau d'analyse d'accessibilité de l'ARG Bandito immersive experience

5. Le croisement de nos 2 analyses

5.1. L'album Trench

Comme démontré avec la spatialisation de l'univers transmédia, l'album est une pièce centrale de l'univers. Il n'en est pas pour autant le plus important en termes d'intertextualité quand on regarde les statistiques concernant les degrés entrant, mais on pourrait le définir comme le catalyseur de l'univers. En effet, tout élément de l'univers est produit dans une logique de consommation de l'album comme finalité (transmédia). *Trench* est presque toujours dans une position d'intermédiaire dans notre réseau, affirmant sa position en étant, en général, un lien entre une musique et ses différents éléments intertextuels. Néanmoins, sa position dans la hiérarchie ne veut pas dire que l'on peut affirmer qu'il s'agit du média le plus central d'un point de vue narratif. En revanche, l'importance de la dimension textuelle et auditive qu'apporte l'album est la plus significative de nos médias mis en avant. Le *Bandito Tour*, est basé sur l'album, prenant même son nom d'un des titres, *Bandito*. Les clips vidéo servent in fine à promouvoir l'album, au travers des clips vidéo proposés. Il est nécessaire de se rendre compte que c'est le média idéal sur lequel centrer sa stratégie transmédia storytelling en musique.

Néanmoins, il nous semble important de mentionner que cet album est produit dans une logique de sérialité, il s'inscrit dans une série d'albums liés par la transfiction au travers de personnages récurrents, de lieux ou bien d'intrigues, et pour en saisir pleinement les nuances, il est nécessaire d'avoir connaissance de ceux-ci. Les seules barrières d'accès sont la connaissance de celui-ci, et l'accès à des supports compatibles pour son écoute. C'est un média optimisé pour la consommation de masse avec une vraie profondeur narrative, profitant de la convergence des médias pour être facilement partagé, sur une multitudes de plateformes avec une mode de consommation propre à chaque individu. C'est un média pouvant se consommer de manière gratuite et payante. Si on paye pour un vinyle, un abonnement Spotify ou qu'on l'écoute gratuitement sur *YouTube*, nous avons des expériences qui sont totalement différentes les unes des autres. On peut l'associer à un principe de circulation dans le transmédia, même si, naturellement, le média pousse vers une stratégie de forage, renvoyant à d'autres éléments ou médias avec sa tendance à l'intertextualité. Ce média semble répondre à notre première hypothèse.

5.2. Les clips vidéo

Notre visualisation de l'univers transmédia nous a permis de constater qu'il s'agit des médias les plus centraux dans la hiérarchie narrative de l'album d'un point de vue du degré entrant. On peut expliquer cette affirmation par la propension à la transmédiabilité axée sur les éléments visuels qu'offre le clip vidéo. Il est important de garder à l'esprit que celui-ci est produit dans un processus promotionnel, il n'existe que parce qu'il est associé à une telle musique, produite dans un tel cadre qui est celui d'un album (en général, il existe quand même des musiques ne s'inscrivant pas dans le cadre d'album ou encore d'EP, dépendant du contexte de production). Le clip vidéo est, comme nous l'avons vu, un élément unique au transmédia storytelling musical, mais ce n'est pas pour autant qu'il répond toujours aux logiques des mondes transfictionnels. Et c'est pourtant ce qui est fait avec les clips de cet album, on pourrait y voir une explication par les niveaux de lecture que proposent les clips.

Un premier niveau de lecture est proposé, misant sur la facilité d'accès et le peu de barrières d'un clip vidéo uploadé sur *YouTube*, avec un objectif de viralité et de partage. Ce qui est cohérent dans une industrie musicale toujours plus disputée, toujours plus digitale et influencée par les dynamiques de consommation de contenu qu'imposent les réseaux sociaux. Si on s'en tient à ce niveau de lecture, un clip vidéo vise le tout public ainsi que les fans intéressés par le groupe, rentrant alors dans une mécanique de circulation comme processus de transmédia storytelling. En revanche, l'abondance d'éléments narratifs de l'univers mis en image au sein des clips vidéo de notre corpus nous propose un deuxième niveau de lecture, offrant des plus grandes possibilités d'engagement au sein d'une communauté de fans engagés. La trilogie *Jumpsuit – Nico And The Niners – Levitate* instaure une vraie narration en exploitant le principe de sérialité, avec un début et une fin, mettant en scène le chanteur principal en tant que protagoniste principal. Tyler Joseph passe alors au statut de personnage transmédiatique dans ces vidéos, accentuant aussi l'engagement par les thèmes de l'album qui sont mis en image, à savoir les questions de santé mentale et la lutte constantes qu'elles représentent, symbolisé par la lutte contre les évêques et l'évasion de DEMA pour rejoindre Trench. C'est là où réside l'intérêt de ce deuxième niveau de lecture, miser sur le niveau d'engagement du fandom pour faire mieux circuler son message à travers les éléments narratifs mis en avant. On peut donc établir que les clips vidéo sont à haute accessibilité et à hiérarchie narrative variable selon le niveau d'engagement du public pour le groupe. Ce média semble répondre partiellement à notre hypothèse.

5.1. Le Bandito Tour

Un concert est une expérience à part entière des autres médias de notre analyse, c'est le seul média requérant un déplacement physique pour qu'il puisse être consommé, changer le cadre d'une expérience transmédia en impacte notre rapport à celle-ci. D'un point de vue transmédia, c'est aussi celui qui met en action la plus grande multimodalité, on y trouve à la fois de l'image, de la musique et une performance en direct, le tout dans un dispositif scénique pensé et réfléchi pour chaque musique jouée par le groupe. L'intertextualité que l'on retrouve en concert va être axée sur le dispositif scénique. On va pour certaines chansons, retrouver des éléments visuels illustrés dans les clips vidéo, les couleurs des lumières pouvant faire référence à des éléments de l'album ou bien aux 'visualizers' associés. En somme, il serait difficile d'affirmer que le *Bandito Tour* relève d'une centralité hiérarchique en termes de narration, mais plutôt d'un certain intérêt économique en termes de production, le plaçant hors de l'univers narratif de l'album, mais dans le même univers transmédia, constituant un récit parallèle à l'album. L'intérêt réel de ce genre de média passe par son caractère performatif, presque détaché des éléments narratifs de l'album, ceux-ci servant la mise en scène et la performance. Cette démarche peut se comprendre, il est nécessaire que les tournées soient le plus accessible possible pour vendre le plus de tickets. Tickets, qui justement, font de ce média le seul média uniquement consommable de manière payante. On pourrait donc établir que le *Bandito Tour* n'est pas un média central d'un point de vue narratif, mais bien central d'un point de vue économique pour le producteur, avec une haute accessibilité. Ce média semble répondre partiellement à notre première hypothèse.

5.2. L'ARG *dmaorg.info*

Avec ce jeu en réalité augmentée de *Trench*, nous rentrons totalement dans la logique du transmédia portmanteau, en jouant sur la multimodalité. En effet on retrouve différents médias exploités comme les lettres ou les photographies. On retrouve aussi des références aux autres médias du groupe, comme l'utilisation détournée de la pochette de l'album *Blurryface* pour expliquer les noms des antagonistes de l'univers. L'ARG *dmaorg.info* est dans une position floue dans la hiérarchie narrative. On retrouve le jeu à la fois comme moyen promotionnel utilisé pendant plusieurs mois pour tenir en haleine les fans du groupe. Fort d'une stratégie marketing temporelle contrôlée, tout le contenu du jeu n'a pas été disponible immédiatement, il était même parfois nécessaire de le débloquent à travers d'énigmes au sein du jeu pour en comprendre les éléments postés. Le groupe a mis en place avec cet ARG un

processus impliquant directement le fandom pour disperser les éléments de son univers en jouant sur l'engagement et la curiosité de la communauté de fans les plus engagés, les impliquant directement dans l'univers du jeu et donc de l'album. De plus, on retrouve une subjectivité intéressante et bien exploitée avec le personnage de Clancy, au travers de son récit, l'univers et ses éléments prennent vie, les fans pouvant s'attacher et s'identifier à celui-ci.

Les différentes lettres qu'il poste peuvent s'assimiler à des épisodes d'une série, nous introduisant des personnages, nous expliquant des lieux ou encore des us et coutumes de DEMA. En termes d'accessibilité, on ne retrouve pas de mentions directes d'implication du groupe, ni de moyen d'identification pour les associer au jeu. Ce sont bien les éléments narratifs dispersés au sein du jeu et des diverses énigmes qui permettent de faire le lien entre le groupe et le jeu. On retrouve des mentions, des illustrations, des allusions ou encore des descriptions d'éléments qu'on peut retrouver directement dans des autres médias du groupe, insinuant qu'il est nécessaire d'avoir une bonne connaissance du groupe pour comprendre pleinement le jeu. De plus l'accès à *dmaorg.info* a été volontairement caché derrière plusieurs barrières, il fallait le trouver sur le site du groupe, dans une page bien spécifique sur le magasin. Ce n'est pas un hasard qu'il y ait tant d'étapes, mais bien un moyen pour diffuser le jeu de manière restreinte, même si par après, la communauté de fans a partagé sur de nombreuses plateformes les éléments du jeu pour impliquer un maximum de joueurs, jouant sur le principe d'intelligence collective.

On retrouve donc un vrai processus de forage transmédia mis en place pour un média à vocation marketing, l'ARG nous donnant des éléments narratifs de l'univers pour l'approfondir, il l'abreuve en substance et lui donne de la consistance. On peut même établir les principes de performance et de subjectivités mis en avant par la narration transmédia proposée par l'histoire de Clancy. En effet, ces lettres peuvent s'apparenter à un contenu interdit dans la ville de DEMA, distribué de manière cachée comme il est dans la réalité, impliquant directement les fans dans la lutte contre l'oppression des évêques. On peut rejoindre la symbolique de l'album *Trench*, prônant la lutte contre la dépression et les idées sombres. On pourrait établir qu'il s'agit alors d'un média avec une accessibilité faible mais disposant d'une forte paratextualité, nous donnant en abondance des éléments narratifs de l'univers. Ce média semble répondre positivement à notre deuxième hypothèse.

5.3.L'ARG Bandito Immersive Experience

On retrouve un contenu à vocation promotionnelle qui va lui aussi jouer sur le principe de transmédia portmanteau. Il nous apporte des précisions sur des éléments de l'univers, sans en relever d'une nécessité absolue pour la compréhension. Pensé à destination des fans familiers au groupe, celui-ci est conçu pour être le plus facilement accessible où ils consomment le contenu du groupe. Ce n'est pas un hasard que ce jeu en réalité augmentée ait été élaboré en collaboration avec Spotify. Le précédent album *Blurryface* a été le premier album de l'ère du streaming musical à surpasser les 100 millions d'écoutes pour toutes ses pistes. Il semble donc cohérent de proposer ce genre de jeu en réalité augmentée à partir d'une telle plateforme, la partie du fandom du groupe l'utilisant étant fortement engagé avec le groupe. Et par sa nature d'ARG, celle-ci propose d'enrichir l'univers narratif proposé par *Trench*, en reprenant des éléments esthétiques que ceux-ci connaissent déjà (les lieux du clip vidéo *Nico And The Niners*) et en les récompensant avec des informations uniques concernant des éléments de l'univers. On rentre là dans une dynamique de forage, beaucoup moins complexe d'accès que pour *dmaorg.inf* mais offrant moins de récompenses significatives, avec un engagement moins important, le jeu durant la durée de la musique *Bandito*, à savoir 5:30.

On rentre tout de même dans le cadre d'un contenu transmédia à vocation marketing. Le jeu se passe uniquement en ligne, avec peu de barrières à son accessibilité et avec comme pour finalité une redirection pour écouter l'album (uniquement sur Spotify). On peut établir qu'il s'agit d'un élément paratextuel au récit central de l'album, avec une vocation marketing, offrant une petite série d'éléments narratifs en guise de récompense.

Conclusion

A l'issue de notre analyse concernant l'album l'univers transmédia du groupe twenty one pilots en mettant le focus sur l'album *Trench*, nous avons pu remarquer une vraie stratégie transmédia complexe étalée toute la durée de vie de l'œuvre.

Nous avons construit notre recherche autour de la problématique de la hiérarchie et de l'accessibilité dans un univers transmédia. Afin de la contextualiser nous avons abordé les origines de transmédia et sa bascule vers le transmédia storytelling. Ensuite nous avons mis en avant de quelle manière la convergence des médias bénéficie au transmédia. Nous avons établi les stratégies transmédias uniques à la musique et comment ils peuvent s'appliquer, et surtout, comment l'album *Trench* les applique, objet d'étude de notre mémoire.

Dans notre cadre théorique, nous avons exploré des concepts clés tels que les principes esthétiques du transmédia storytelling. Nous avons établi qu'il existait bel et bien dans un univers transmédia des récits centraux. Nous avons vu que ces récits centraux, appelés archidiégèses, étaient soutenus d'éléments paratextuels pouvant exister au sein d'une multitude de médias au travers du concept de l'intertextualité.

Nous avons établi comme première hypothèse que le contenu transmédia du récit central adopte une stratégie de circulation et une haute accessibilité. Notre deuxième hypothèse établie était que le contenu transmédia paratextuel adopte une stratégie de forage mise en avant par une basse accessibilité.

Avec ce mémoire, nous avons pu atteindre nos objectifs, à savoir comprendre comment se construit une dynamique de l'accessibilité média avec une hiérarchie transmédia. Nous avons remarqué que l'univers transmédia de l'album *Trench* proposait un récit central dans la hiérarchie avec une accessibilité haute basée sur la circulation avec son album et ses clips vidéo. Nous avons aussi vu qu'il était entouré d'éléments paratextuels tels que *dmaorg.info*, proposant une plongée dans l'univers narratif avec le principe de forage, jouant sur la notion de récompense d'un savoir unique et partagé au sein d'une communauté. Ces éléments paratextuels procurent des informations nécessaires pour profiter complètement de l'expérience de l'album *Trench*.

Nous pouvons donc dorénavant répondre à notre problématique : « En quoi y'a-t-il une dynamique entre accessibilité et hiérarchie transmédia au sein de l'album *Trench* ? »

Durant nos recherches pour établir notre cadre théorique, nous avons éprouvés des difficultés à trouver des sources se rattachant au transmédia d'un point de vue musical. Peu de littérature avec un focus sur le sujet existe, contrairement à une quantité certaine de ressources scientifiques centrées sur les œuvres cinématographiques. Nous avons dû fonctionner de manière déductive pour un certain nombre d'exemples afin d'illustrer nos propos, d'ailleurs la plupart des recherches ayant été faites sur le sujet se basent sur cette méthode, en reprenant des sources, qui comme nous, sont centrées sur les séries et films.

Comme cité lors de l'élaboration de notre corpus, l'univers transmédia du groupe s'étend sur plusieurs albums. Non pas uniquement par des éléments intertextuels, mais bien par une continuité narrative, fort de récits centraux s'enchaînant entre chaque album par le principe de sérialité. Analyser l'univers complet, dispensé sur les 4 albums *Blurryface*, *Trench*, *Scaled And Icy* et *Clancy* aurait apporté plus de pertinence et de précision pour comprendre la hiérarchisation mise en place en production par le groupe. Cependant il aurait été difficile de respecter le nombre de pages imposées avec tout le contenu média disponible, mais on aurait alors pu s'intéresser uniquement à la relation entre les médias, sans devoir impliquer les éléments narratifs dans notre méthodologie.

Notre méthodologie concernant l'analyse réseau pourrait être approfondie et affinée, son approche jouant sur l'intertextualité, peut aussi s'avérer à double tranchant et être son défaut. A l'avenir si l'utilisation de l'analyse réseau pour analyser un univers narratif doit être reconduite, il est nécessaire d'envisager l'intégration notion du poids pour nos liens, donnant une échelle par rapport à leur importance dans la narration. Mais, elle reste selon nous un point d'entrée original et nouveau dans une discipline d'analyse peu exhaustive comme le transmédia musical.

Bibliographie

Ouvrages :

Baroni, R., & Gunti, C. (2020). Introduction à l'étude des cultures numériques. *Introduction à l'étude Des Cultures Numériques*. <https://doi.org/10.3917/ARCO.BARON.2020.01>.

Cavicchi, D. (1998). *Tramps like us : music & meaning among Springsteen fans*.

Collard, A.-S., & Collignon, S. (2020). Le transmédia, ses contours et ses enjeux Sous la direction de Anne-Sophie Collard et Stéphane Collignon. *Presses Universitaires de Namur*. <https://www.pun.be/html/WYSIWYGfiles/files/101475-PUN-Herfurth-Transmedia-C1-INT-C4-WEB.pdf>.

Evans, E. (2011). *Transmedia television: Audiences, new media, and daily life*. 1–207. .

Genette, G. (1997). *Paratexts Thresholds of interpretation*. Cambridge University Press.

Hansen, D. L., Schneiderman, B., & Smith, M. A. (2020). Analyzing Social Media Networks with NodeXL. *Analyzing Social Media Networks with NodeXL*. <https://doi.org/10.1016/C2018-0-01348-1>.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture*. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.10262>.

Jenkins, H., & Thorburn, D. (2003). *Democracy and New Media*.

Letourneux, M. (2017). *Fictions à la chaîne - Littératures sérielles et culture médiatique*. France: Editions du Seuil.

Pratten, R. (2015). *Getting Started with Transmedia Storytelling by Robert Pratten*.

Saint-Gelais, R. (2011). *Fictions transfuges : la transfictionnalité et ses enjeux*. . [Paris] : Seuil, 2011.

Ressources scientifiques :

Bis, L. R., & Lacasse, S. (2010). Une introduction à la transphonographie. *Http://Journals.Openedition.Org/Volume, 7 : 2*, 31–57. <https://doi.org/10.4000/VOLUME.692>.

Bourdaa, M. (2015). *Les fans studies en question : perspectives et enjeux*. *Revue Française Des Sciences de l'information et de La Communication*, 7. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1644>.

Bourdaa, M. (2013). *Le transmedia storytelling*. *Terminal*, 112, 7–10. <https://doi.org/10.4000/terminal.447>.

Burns, L. A. (2016). The Concept Album as Visual—Sonic—Textual Spectacle: The Transmedial Storyworld of Coldplay's Mylo Xyloto. *IASPM Journal* , 6(2). https://iaspmjournal.net/index.php/IASPM_Journal/article/view/783.

Faisal, A. (2020). Examining Transmedia Storytelling in BTS's Music Videos and Short Films. *SSRN Electronic Journal*. <https://ssrn.com/abstract=3665643>.

Gambarato, R. R., Alzamora, G. C., & Tárzia, L. (2020). Theory, Development, and Strategy in Transmedia Storytelling. *Theory, Development, and Strategy in Transmedia Storytelling*. <https://doi.org/10.4324/9780367343057>.

Goudmand, & Anaïs. (2023). Conséquences narratives de la platformisation des franchises cinématographiques : le cas de Disney+. *Http://Journals.Openedition.Org/Narratologie*, 43. <https://doi.org/10.4000/NARRATOLOGIE.14441>.

Hugonnier, & François. (2019). “aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaambition makes you look [pretty] ugly”: Mass consumption and computer-generated art in Radiohead's OK Computer. *Http://Journals.Openedition.Org/Lisa*, vol. XVII-n°1. <https://doi.org/10.4000/LISA.10715>.

Jeffery, A.-D. (2017). *Marketing and materiality in the popular music transmedia of Gorillaz' Plastic Beach*. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 8(2), 67. <https://doi.org/10.14198/medcom2017.8.2.5>.

Jenkins, H. (2013). *La licorne origami contre-attaque*. *Http://Journals.Openedition.Org/Terminal*, 112, 11–28. <https://doi.org/10.4000/TERMINAL.455>.

Lévy, P. (2003). *Le jeu de l'intelligence collective*. *Sociétés*, no79, 105-122. <https://doi.org/10.3917/soc.079.0105>.

Peyron, D. (2008). *Quand les œuvres deviennent des mondes: Une réflexion sur la culture de genre contemporaine à partir du concept de convergence culturelle*. *Réseaux*, 148-149, 335-368. <https://www.cairn.info/revue--2008-2-page-335.htm>.

Ryan, & Marie-Laure. (2017). *Le transmedia storytelling comme pratique narrative*. *Http://Journals.Openedition.Org/Rfsic*, 10. <https://doi.org/10.4000/RFSIC.2548>.

Sepulchre, S. (2013). *Les constellations narratives. Que font les téléspectateurs des adaptations multimédiatiques des séries télévisées ?* *Http://Journals.Openedition.Org/Tvseries*, 3. <https://doi.org/10.4000/TVSERIES.729>.

Venturini, T., Bounegru, L., Jacomy, M., & Gray, J. (2017). *How to Tell Stories with Networks: Exploring the Narrative Affordances of Graphs with the Iliad*. 9789462987173. <https://hal.science/hal-01672295>.

Watson, L. (2021). *Born to Run: The Transmedia Evolution of the Bruce Springsteen Memoir from Book to Stage and Screen*. *Popular Music and Society*, 45(3), 279–299. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/03007766.2021.2010308>.

Zebboudj, & Idir. (2005). *Le concept album : une vaste « escroquerie » ?* *Http://Journals.Openedition.Org/Volume*, 4 : 2, 107–117. <https://doi.org/10.4000/VOLUME.1397>.

Ressources internet :

Bellamy. S. (2018). Twenty One Pilots On The Meaning Behind New Album 'Trench' & Blurryface's Real Name, En Ligne in MusicFeeds, <https://musicfeeds.com.au/features/twenty-one-pilots-meaning-new-album-trench-blurryface-real-name/>.

Campbell. R. (2018). Here's what we learned from twenty one pilots' Bandito experience, En Ligne in Alternative Press, <https://www.altpress.com/twenty-one-pilots-bandito-experience-dema-trench-reveals/>.

Dmaorg.info, <https://twentyonepilots.fandom.com/wiki/Dmaorg.info>, twenty one pilots fandom.

Penn live, Twenty One Pilots' Josh Dun talks insecurities about 'Blurryface' ahead of their Hershey show, https://www.pennlive.com/entertainment/2016/06/twenty_one_pilots_hershey.html, 16 juin 2016.

Rike. B. (2017)., Behind Blurryface, Medium, <https://medium.com/@brandonrike/behind-blurryface-f561771315a>.

Scolari, C. A. (2014). *Más allá del pentagrama: transmedia y música*. HIPERMEDIACIONES. <https://hipermediaciones.com/2014/01/19/transmedia-y-musica/>.

Vos, J. (2019), Banditø immersive experience, <https://medium.com/resn/bandit%C3%B8-immersive-experience-f258361dead3>, Resn, in Medium.

APMAs 2017 Most Dedicated Fan Base: TWENTY ONE PILOTS, https://www.youtube.com/watch?v=OHcgbe_ZYYY, Alternative Press, 18 juillet 2017.

Jumpsuit, Levitate, Heavydirtysoul Live Twenty One Pilots Pechanga Arena San Diego California 11/5/19, <https://www.youtube.com/watch?v=KZDiHlrUJvM>, Ryan Horacek, 6 novembre 2019.

My Blood Live Twenty One Pilots Lollapalooza Chile 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=Bcjj0KXNVVc>, Cøward, 31 mars 2019.

Twenty One Pilots Explain Why Their Album Is Called "Blurry Face" | MTV New (2015), <https://www.youtube.com/watch?v=yx44NMDN0ws>, MTV, 28 avril 2015.

twenty one pilots "Leave the City" Bandito Tour Live Jacksonville Florida 6/14/19, <https://www.youtube.com/watch?v=vKaU2Porvpc>, kbriemx, 19 juin 2019.

twenty one pilots "Morph" Bandito Tour Live Jacksonville Florida 6/14/19, <https://www.youtube.com/watch?v=prZEMn6MV-Q>, kbriemx, 19 juin 2019.

twenty one pilots tell the story behind their masks, <https://www.youtube.com/watch?v=dDCYFvrw7DM>, Alternative Press, 16 octobre 2014.

Twenty One Pilots TØP - Neon Gravestones - Bandito |-/ Live @ VTB Arena , Moscow 2019|2|2, <https://www.youtube.com/watch?v=PX5h1QhkFY4>, Den BO, 3 février 2019.

twenty one pilots: Fairly Local [OFFICIAL VIDEO], <https://www.youtube.com/watch?v=Pmv8aQKO6k0>, Fueled By Ramen , 17 mars 2015.

twenty one pilots: Guns For Hands [OFFICIAL VIDEO], <https://www.youtube.com/watch?v=Pmv8aQKO6k0>, Fueled By Ramen , 8 janvier 2013.

twenty one pilots: Stressed Out [OFFICIAL VIDEO] <https://www.youtube.com/watch?v=pXRviuL6vMY>, Fueled By Ramen , 28 avril 2015.

twenty one pilots : 'Trench,' Overcoming Insecurities, and What's Next | Apple Music,
<https://www.youtube.com/watch?v=s4CLo1gpHyQ>, 5 septembre 2018.

twenty one pilots: Pet Cheetah | Grand Rapids, MI [Bandito Tour],
<https://www.youtube.com/watch?v=bBr5S7oHzBc>, Matt Bourdon, 2 juin 2019.

twenty one pilots – Bandito (Official Audio),
<https://www.youtube.com/watch?v=VQHTRoo0S8E>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots – Chlorine (Official Video),
<https://www.youtube.com/watch?v=eJnQBxmZ7Ek>, twenty one pilots, 23 janvier 2019

twenty one pilots – Cut My Lip (Official Audio),
<https://www.youtube.com/watch?v=iRwXUzHpHlc>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots – Jumpsuit (Official Video),
<https://www.youtube.com/watch?v=UOUBW8bkjQ4>, twenty one pilots, 11 juillet 2018

twenty one pilots – The Hype (Official Audio),
<https://www.youtube.com/watch?v=frFdisA68Lo>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots – The Hype (Official Video),
<https://www.youtube.com/watch?v=Io2hbcrAYBw>, twenty one pilots, 26 juillet 2019

twenty one pilots – Leave The City (Official Audio),
<https://www.youtube.com/watch?v=zDktApy8Sn0>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots – Legend (Official Audio),
<https://www.youtube.com/watch?v=f3bzqzspXPI>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots – Levitate (Official Video),
https://www.youtube.com/watch?v=uv_1AKKKJnk, twenty one pilots, 8 aout 2018

twenty one pilots – Morph (Official Audio), <https://www.youtube.com/watch?v=OmL9TqTFIAc>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots – My Blood (Official Video), <https://www.youtube.com/watch?v=8mn-FFjIbo8>, twenty one pilots, 5 octobre 2018

twenty one pilots - Nico and the Niners (Live in Oakland), <https://www.youtube.com/watch?v=ZIJ3F8vHVxc>, Adriel Pineda, 13 novembre 2018.

twenty one pilots - Nico And The Niners (Official Video), <https://www.youtube.com/watch?v=hMAPyGoqQVw> , twenty one pilots, 26 juillet 2018

twenty one pilots - Neon Gravestones (Official Audio), <https://www.youtube.com/watch?v=5MeQ9rA2Ifg>, twenty one pilots, 5 octobre 2018.

twenty one pilots – Pet Cheetah (Official Audio), <https://www.youtube.com/watch?v=VGMmSOsNAdc>, twenty one pilots, 5 octobre 2018.

twenty one pilots – Smithereens (Official Audio), https://www.youtube.com/watch?v=v8GwUos_Mtw, twenty one pilots, 5 octobre 2018.

Discographie :

Coldplay, (2011), *Mylo Xyloto*, Capitol/Parlophone.

Radiohead, (1997), *Ok Computer*, XL Recordings.

Twenty one pilots, (2015), *Blurryface*, Fueled By Ramen LLC.

Twenty one pilots, (2024), *Clancy*, Fueled By Ramen LLC.

Twenty one pilots, (2011), *Regional At Best*, Twenty one pilots.

Twenty one pilots, (2021), *Scaled And Icy*, Fueled By Ramen LLC.

Twenty one pilots, (2009), *Self-Titled*, Twenty one pilots.

Twenty one pilots, (2018), *Trench*, Fueled By Ramen LLC.

Twenty one pilots, (2012), *Three Songs*, EP, Fueled By Ramen LLC.

Twenty one pilots, (2013), *Vessel*, Fueled By Ramen LLC.

Autres ressources :

twenty one pilots official discord, <https://discord.gg/twentyonepilots>.

twenty one pilots (Official Subreddit), <https://www.reddit.com/r/twentyonepilots/>, reddit, r/twentyonepilots,

Illustrations

Illustration 1 La ville de DEMA dans le clip Nico And The Niners



Illustration 2 Trench dans le clip Jumpsuit



Illustration 3 Les Banditos



Illustration 4 Pochette de l'album Trench





CHLORINE

BURN ON STRAIGHT CHLORINE. LET THE VIBE SLIDE OVER ME. THIS BEAT IS A CHEMICAL. BEAT IS A CHEMICAL. WHEN I LEAVE DON'T SAVE MY BEAT, I'LL BE BACK WHEN IT'S ALL COMPLETE. THE MOMENT IS MEDICAL. MOMENT IS MEDICAL. // LOVING WHAT I'M TASTING, VENDOR ON MY TONGUE. DEPENDENT AT TIMES. BOMBING VIBRATIONS. HELP MY BODY RUN, I'M RUNNING FOR MY LIFE. // FALL OUT OF FORMATION, I PLAN MY ESCAPE. FROM WALLS THEY CONFINE. REBEL RED CARNATION, GROWS WHILE I DECAY. I'M RUNNING FOR MY LIFE. // HIDE YOU IN MY COAT ROCKET, WHERE I KEPT MY REBEL RED. I FELT I WAS INVINCIBLE. YOU WHISPERED AROUND MY HEAD. NOW DIFFERENT LIVES I LEAD. MY BODY LIVES ON LEAD. THE LAST TWO LINES MAY READ, INCORRECT UNTIL SAID. THE LEAD IS TERRIBLE IN FLAVOR. BUT NOW YOU DOUBLE AS A PAPER MAKER. I DESPISE YOU SOMETIMES. I LOVE TO HATE THE RIGHT. AND YOU IN MY LIFE IS LIKE... I'M SO BORED. I FORGOT YOU. LET ME CATCH YOU UP TO SPEED. I'VE BEEN TESTED LIKE THE END OF A WEATHERED FLAG THAT'S BY THE SEA. CAN YOU BUILD MY HOUSE WITH PIECES? I'M JUST A CHEMICAL.

SMITHEREENS

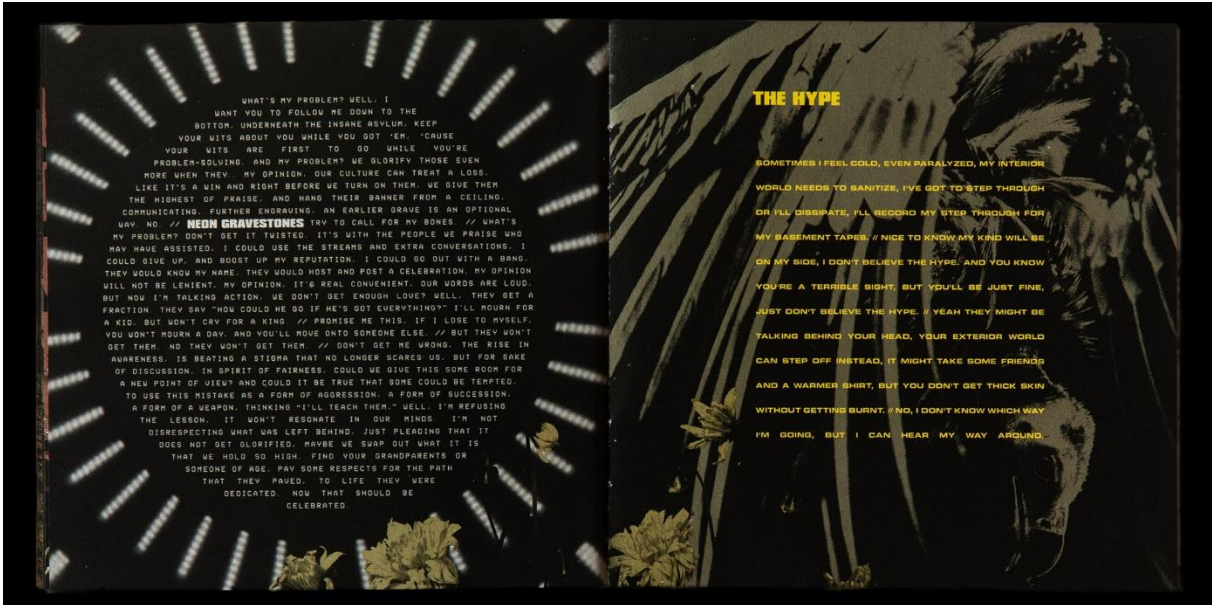
YOU KNOW I'VE ALWAYS BEEN COLLECTED, CALM AND CHILL. AND YOU KNOW I NEVER LOOK FOR COMPLOT FOR THE THRILL. BUT IF I'M FEELING SOMEONE STEPPING TOWARDS YOU, CAN'T DESCRIBE JUST WHAT I'M FEELING.

FOR YOU, I'D GO STEP TO A DANCE MUCH BIGGER THAN ME. FOR YOU, I KNOW I WOULD GET MESSED UP, WEIGH 183. FOR YOU I WOULD GET BEAT TO SMITHEREENS.

YOU KNOW I'LL BE IN THE CORNER TAKING NOTES, AND YOU KNOW I GOT YOUR SIX WHILE YOU'RE WORKING VOTES. BUT IF I'M FEELING SOMEONE STEPPING TOWARDS YOU, CAN'T DESCRIBE JUST WHAT I'M FEELING.

YOU KNOW I HAD TO DO ONE ON THE RECORD FOR HER LIKE THIS.

FOR YOU, I'D GO WRITE A BLICK BOMB JUST TO SHOW YOU THE WORLD. FOR YOU I KNOW THEY THINK IT'S MESSED UP TO BELL OUT FOR YOUR GIRL.



WHAT'S MY PROBLEM? WELL, I WANT YOU TO FOLLOW ME DOWN TO THE BOTTOM. UNDERNEATH THE INSANE REVOLUTION. KEEP YOUR EYES ABOUT YOU WHILE YOU DOT 'EM. 'CAUSE YOUR VITS ARE FIRST TO GO WHILE YOU'RE PROBLEM-SOLVING AND MY PROBLEM? WE GLORIFY THOSE EVEN MORE WHEN THEY. MY OPINION. OUR CULTURE CAN TREAT A LOSS. LIKE IT'S A WIN AND RIGHT BEFORE WE TURN ON THEM. WE GIVE THEM THE HIGHEST OF PRAISE. AND HANG THEIR BANNER FROM A CEILING. COMMUNICATING. FURTHER ENGRAVINGS. AN EARLIER GRAVE IS AN OPTIONAL VAV. NO. // NEON GRAVESTONES TRY TO CALL FOR MY BONES. // WHAT'S MY PROBLEM? DON'T GET IT TWISTED. IT'S WITH THE PEOPLE WE PRAISE WHO MAY HAVE ASSISTED. I COULD USE THE STRENGTH AND ENTER CONVERSATIONS. I COULD GIVE UP. AND BOOST UP MY REPUTATION. I COULD GO OUT WITH A BANG. THEY WOULD KNOW MY NAME. THEY WOULD HOST AND POST A CELEBRATION. MY OPINION WILL NOT BE LENIENT. MY OPINION. IT'S REAL CONVENIENT. OUR WORDS ARE LOUD. BUT NOW I'M TALKING ACTION. WE DON'T GET ENOUGH LOVE? WELL, THEY GET A FRACTION. THEY SAY "HOW COULD HE DO IF HE'S GOT EVERYTHING?" I'LL MOURN FOR A KID. BUT WON'T CRV FOR A KING. // PROMISE ME THIS. IF I LOSE TO MYSELF, YOU WON'T MOURN A DAY. AND YOU'LL MOVE ONTO SOMEONE ELSE. // BUT THEY WON'T GET THEM. NO THEY WON'T GET THEM. // DON'T GET ME WRONG. THE RISE IN AWARENESS. IS BEATING A STITCH THAT NO LONGER SCARES US. BUT FOR SAKE OF DISCUSSION. IN SPIRIT OF FAIRNESS. COULD WE GIVE THIS SOME ROOM FOR A NEW POINT OF VIEW? AND COULD IT BE TRUE THAT SOME COULD BE TEMPTED. TO USE THIS MISTAKE AS A FORM OF AGGRESSION. A FORM OF SUGGESTION. A FORM OF A WEAPON. THINKING "I'LL TEACH THEM." WELL, IT'S REFUSING THE LESSON. IT WON'T RESONATE IN OUR MINDS. I'M NOT DISRESPECTING WHAT WAS LEFT BEHIND. JUST PLEADING THAT IT DOES NOT GET GLORIFIED. MAYBE WE SWAP OUT WHAT IT IS THAT WE HOLD SO HIGH. FIND YOUR GRANDPARENTS OR SOMEONE OF AGE. PAY SOME RESPECTS FOR THE PATH THAT THEY PAVED. TO LIFE THEY WERE DEDICATED. NOW THAT SHOULD BE CELEBRATED.

THE HYPE

SOMETIMES I FEEL COLD, EVEN PARALYZED. MY INTERIOR WORLD NEEDS TO SANITIZE. I'VE GOT TO STEP THROUGH OR I'LL DISSIPATE. I'LL RECORD MY STEP THROUGH FOR MY BASEMENT TAPES. // NICE TO KNOW MY KIND WILL BE ON MY SIDE. I DON'T BELIEVE THE HYPE. AND YOU KNOW YOU'RE A TERRIBLE SIGHT. BUT YOU'LL BE JUST FINE. JUST DON'T BELIEVE THE HYPE. // YEAH THEY MIGHT BE TALKING BEHIND YOUR HEAD. YOUR EXTERIOR WORLD CAN STEP OFF INSTEAD. IT MIGHT TAKE SOME FRIENDS AND A WARMER SHIRT. BUT YOU DON'T GET THICK SKIN WITHOUT GETTING BURNT. // NO, I DON'T KNOW WHICH WAY I'M GOING. BUT I CAN HEAR MY WAY AROUND.





**DEMA DON'T CONTROL US
DEMA DON'T CONTROL US
DEMA DON'T CONTROL US
DEMA DON'T CONTROL US**

NICO AND THE MINNERS

EAST IS UP

EAST IS UP, I'M FEARLESS WHEN I HEAR THIS ON THE LOW, EAST IS UP, I'M CARELESS WHEN I WEAR MY REBEL CLOTHES, EAST IS UP, WHEN DISCORD COME TOGETHER WE'LL KNOW THAT OHM DON'T CONTROL US, OHM DON'T CONTROL, EAST IS UP, // THEY WANT TO MAKE YOU FORGET THE WANT TO MAKE YOU FORGET, REBELS ARE FIGHTING FOR YOU, NO, I'M HERE, MY JERSEY IS ON STEADY, I'M LIGHTER WHEN I'M LONGER, I'M HIGHER WHEN I'M HEAVY, I'M SO HIGH, MY JUMPSTUTT TAKES ME SO HIGH, I'M FLYING FROM A FLEE, FROM NICO AND THE MINNERS, // WHAT I SAW WHEN I WANT TO BE ENOUGH, WHAT A BEAUTIFUL DAY FOR MAKING A BREAK FOR IT, WE'LL FIND A WAY TO PAY FOR IT, HAVE FROM ALL THE MONEY WE MADE RECONSTRUCT STORES, RENT A RACE HORSE AND FORCE A SPOONER, AND START A CONCERT, A COMPLETE DIVERSION, START A JOB AND YOU CAN BE QUITE CERTAIN WE'LL WIN BUT NOT EVERYONE WILL GET OUT.



CUT MY LIP

I'LL KEEP ON TRYING, MIGHT AS WELL, IF YOU DECIDE, ALL IS WELL, // THOUGH I AM BRUISED, FACE OF CONTRIBUTIONS, KNOW I'LL KEEP MOVING, // RUST AROUND THE RIM, DRINK IT ANYWAY, I CUT MY LIP, BENT, WHAT I WANT, BLOOD IS ON MY TONGUE, I CUT MY LIP, // I KEEP ON GOING BACK, EVEN THOUGH IT'S ME I ABUSE, I'LL KEEP ON GOING BACK, EVEN THOUGH IT'S ME I ABUSE, // I DON'T KNOW AT ALL, LEAN ON MY PRIDE, LEAN ON MY PRIDE, I'M A LION.




BANDITO

I COULD TAKE THE HIGH ROAD, BUT I KNOW THAT I'M GOING LOW, I'M A BANDIT, // THIS IS THE SOUND WE MAKE, WHEN I'M BETWEEN THE PLACES, WHERE WE USED TO BLEND, AND WHERE OUR BLOOD NEEDS TO BE, // IN CITY I FEEL MY BIRTH IS CONTAINED, LIKE NEON INSIDE THE GLASS, THEY FORM MY BRAIN, BUT I RECENTLY DISCOVERED IT'S A HEATLESS FIRE, LIKE INCENSES THEY DIVE THROUGH LIES TO UPHOLD, BEGAN WITH MULLY, NOW SOO FINE TO THE BRIDG, BUT I'M STILL NOT SURE IF FEARS A RIVAL OR CLOSE RELATIVE TO TRUTH, EITHER WAY IT HELPS TO HEAR THESE WORDS BOUNCE OFF OF YOU, THE SOFTEST ECHO COULD BE ENOUGH FOR ME TO MAKE IT THROUGH // BOLD FOLIA, // I CREATED THIS WORLD, TO FEEL SOME CONTROL, DESTROY IT IF I WANT, SO I BIRD EARS FOLIA.

PET CHEETAH

I AM ON AN ISLAND, NO ONE TO CONFIDE, EIGHT DAYS STRAIGHT, EIGHT HOURS EACH AND NOT ONE LINE, I CAN FEEL PRESSURE START TO ROBBER MY MIND, SO I'LL TAKE THIS BEAT I SHOULD DELITE TO EXERCISE, // NO, I MOVE SLOW, I WANT TO STOP TIME, I'LL GET HERE TALKING THE PROBLEM, // I'VE GOT A PET CHEETAH DOWN IN MY BASEMENT, I'VE RAISED HIM, AND BATHED HIM, AND NAMED HIM JASON STATHAM, I'VE TRAINED HIM TO MAKE ME THESE BEATS, NOW MY PET CHEETAH'S SUGGEST IN THE STUDIO THAN ON HIS FEET, // MMA, GET ANGE AND GET DOWN, I'M SHOWING MY FACE IN A JUST ENOUGH PLACE, I'M DONE WITH TROUBLE, I'LL STAY IN MY ROOM, MY HOUSE IS THE ONE WHERE THE VULTURES ARE PERCHED ON THE ROOF, SET BEHIND ME, // BY THIS NERVOUS MINDSET, WILL HELP US GET OURS AS WHITE BROWNS, THIS CLUB HEARS SO MUCH TO THIS DUNE, IT COULD MAKE HIM AFRAID OF HIS MUSIC, AND BE SCARED TO DEATH HE COULD LOSE IT, // PET CHEETAH, PET CHEETAH.

CONTRIBUTION



LEGEND

YOU WERE ONE OF THOSE CLASSIC ONES, TRAVELING AROUND THIS SUN, YOU WERE ONE OF THOSE CLASSIC ONES, I WISH SHE KNEW YOU, YOU WERE ONE OF THOSE CLASSIC ONES, NOW EVERYBODY KNOWS, YOU WERE ONE OF THOSE CLASSIC ONES, // ALRIGHT, YOU'RE A LEGEND IN MY OWN MIND, MY MIDDLE NAME, MY GOODBYE, // YOU WERE HERE WHEN I WROTE THIS, BUT THE MASTERS AND MIXERS, WILL TAKE TOO LONG TO FINISH, TO SHOW YOU, I'M SORRY I DID NOT VISIT, DID NOT KNOW HOW TO TALK IT, WHEN YOUR EYES DID NOT KNOW ME, LIKE I KNOW YOU, // THEN THE DAY THAT IT HAPPENED, I RECORDED THIS LAST BIT, I LOOK FORWARD TO HAVING, A LUNCH WITH YOU AGAIN.

LEAVE THE CITY

I'M TIRED OF TRAVEL TO THE FIRE, I'VE USED UP ALL I'VE COLLECTED, I HAVE SINGED MY HANDS, IT'S SLOWING, EMBERS BARELY SHOWING, PROOF OF LIFE IN THE SHADOWS, DANCING ON MY PLANS, THEY KNOW THAT IT'S ALMOST, THEY KNOW THAT IT'S ALMOST OVER, THE BURNING IS SO LOW ITS CONCERNING, 'CAUSE THEY KNOW THAT WHEN IT GOES OUT, IT'S A GLORIOUS GONE, IT'S ONLY TIME BEFORE THEY SHOW ME, WHY NO ONE EVER COMES BACK WITH DETAILS FROM BEYOND, IN TIME, I WILL LEAVE THE CITY, FOR NOW I WILL STAY ALIVE, LAST YEAR I NEEDED CHANGE OF PACE, COULDN'T TAKE THE PACE OF CHANGE MOVING HASTLY, BUT THIS YEAR, THOUGH I'M FAR FROM HOME, IN TRENCH I'M NOT ALONE, THESE FACES FACING ME... THEY KNOW... THEY KNOW WHAT I MEAN.

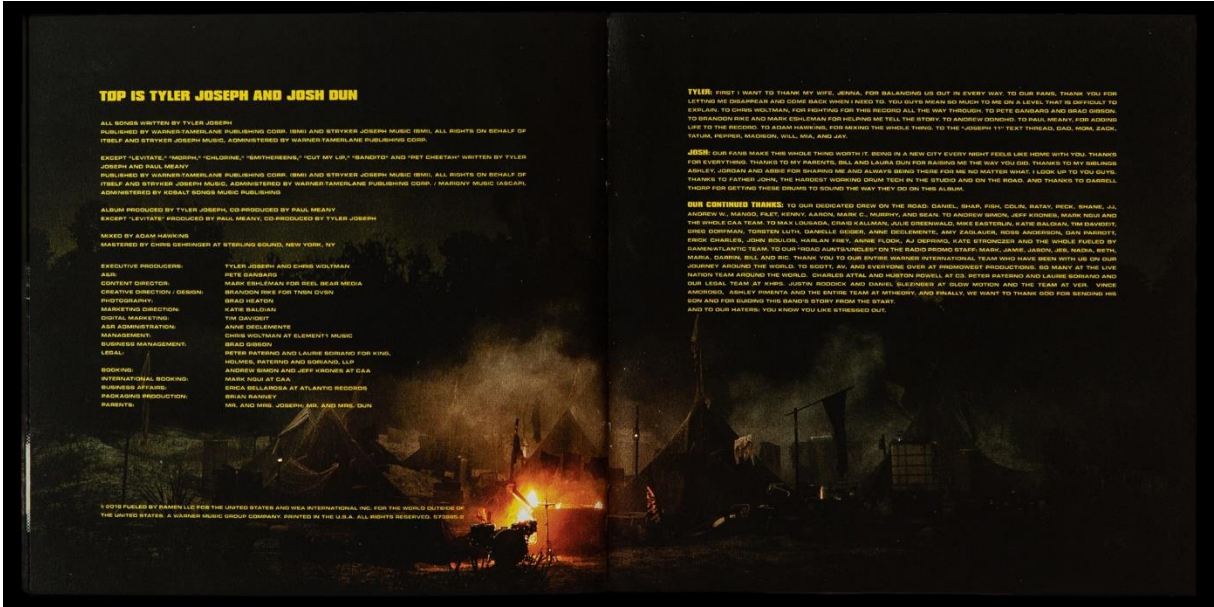


Illustration 6 Pochette de l'album Blurryface



Illustration 7 La bannière et la photo de profil de la page Twitter du groupe évoluant jusqu'à la fin de l'ère Blurryface





Illustration 8 Les évêques pratiquant une cérémonie du vialism



Illustration 9 Des Neon Gravetones pendant Leave The City au Bandito Tour



Illustration 10 Capsule de merchandising pour le lancement de l'album Trench



CLANCY_S JOURNAL

The perplexities of the Dema horizon didn't occur to me until my ninth year. It was then that I began to contemplate the existential, and decide what type of impression I wanted my life to make. Naturally, to fuel my hope, I looked out upon the distance of the land that had cultivated me, only this time with a new awareness of the obstruction that my youthful ignorance had allowed me to overlook. *Was it there the whole time? How had I not seen something so obvious?* I am reminded of the moment daily, as the realization directly collides with a unique hope for my own future. As a child, I looked upon Dema with wonder, today, I am wrought with frustration, as I spend each day squinting for a glimpse of the top of the looming wall that has kept us here. It was upon my ninth year that I learned that Dema wasn't my home. This village, after all of this time, was my trap.

Before I became realized, I had deep affection for Dema. There was a wonderful structure to the city that put my cares to rest. Streets and locations were dependable, and the responsibilities of the day seemed to be accomplished with minimal effort. Once a task was taught and understood, we delighted in our ability to complete our obligations timely, and felt secure in knowing tomorrow's duties would be accomplished with the same efficiency. We all worked to represent our bishop with honor, and knew that each inhabitant of our region had a like-minded dedication to consistency.

Keons embodied the spirit of this dedication. Of Dema's nine bishops, Keons was revered as unwavering and forthright, possessing the ability to achieve focus that was rare for most in our region. We all admired him, and felt honored to be inhabitants his region. While we had heard legend of the ruthlessness of other bishops, Keons possessed a stoic demeanor unlike anyone I had ever met, and we were all proud to serve.

- Clancy

I wish wall blocked
FAST

Illustration 12 Image ba_dge de dmaorg.info



IDENTIFIED AS
FAILED PERIMETER ESCAPE
BY DENA COUNCIL
VIOLATION OF SECTION 15388642 14
OF VIALIST CODE OF CONDUCT

Illustration 13 Image unnamed de dmaorg.info

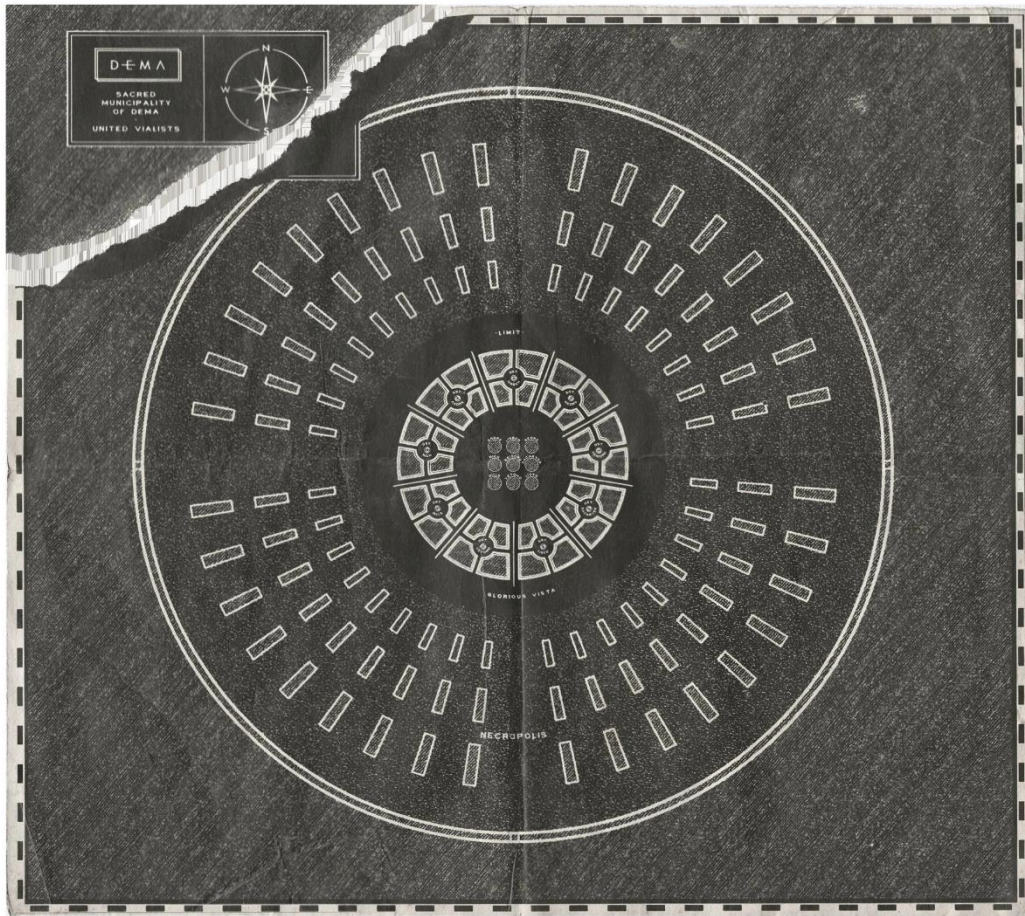


La photo a été postée avec la mention d_e_ath_eat_E_rz.

Illustration 14 Image se__elf de dmaorg.info



Illustration 15 Image _ti_su_p sur dmaorg.info



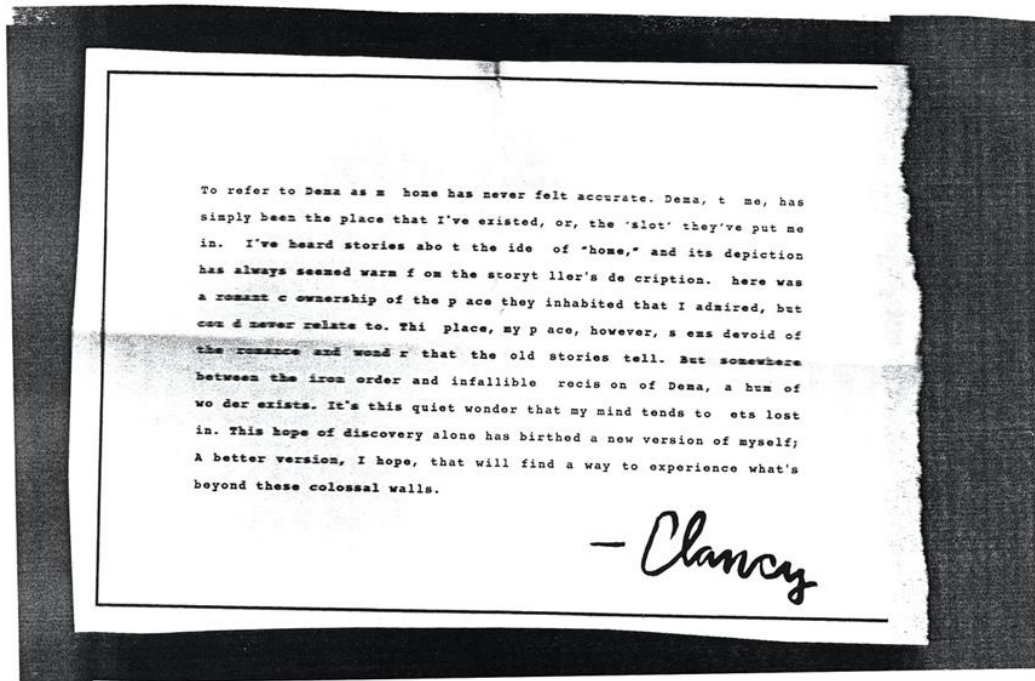
Sur le site dmaorg.info, la photo contient la légende suivante : *sev_ering_tiez* (en référence au discours de Josh Dun aux *Alternative Press Music Awards* datant de 2017. On y retrouve aussi un texte :

‘gEt out. the compAss lies. they don't control you. get out. the compaSs lies. They don't control you. get out. the compass lieS. they don't control yoU.get out. the comPass lies. they don't control you.’

Le texte met en majuscule la phrase ‘EAST IS UP’.

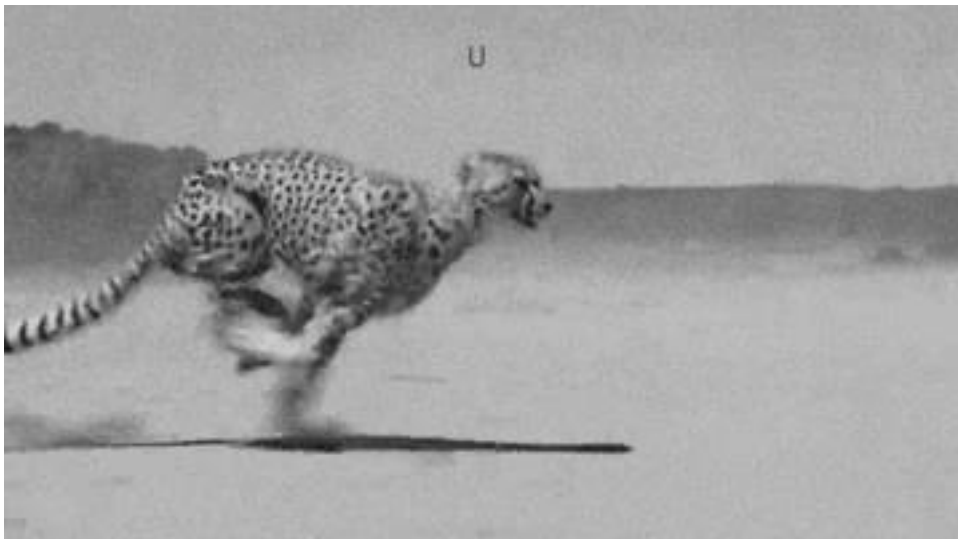
Le coin supérieur gauche de la carte contient une boussole transparente qui a dû être révélée par les joueurs en recolorant l’espace vide de l’image. L’image encore présente sur le site est celle sans la boussole.

Illustration 16 Lettre 017_07MOON_07 de dmaorg.info



Des lettres ont été effacées de manière volontaires pour former le message 'You are still sleeping.'

Illustration 17 Image 3blurr sur dmaorg.info



Le gif épelle les lettres *UNSTILLIDONTCKNOWOHISNREALINAMECDOOU?*. On trouve le message 'U STILL DONT KNOW HIS REAL NAME DO U?' en enlevant les lettres NICONICO.

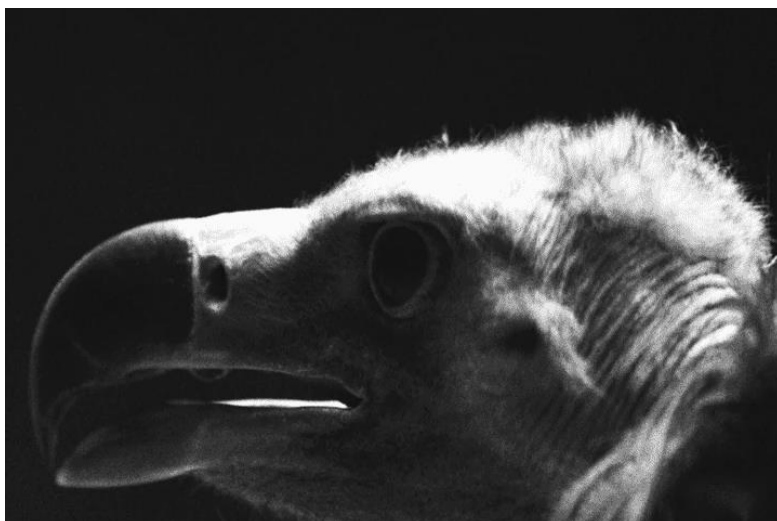
Illustration 18 Image 2018_514_3_8 sur dmaorg.info

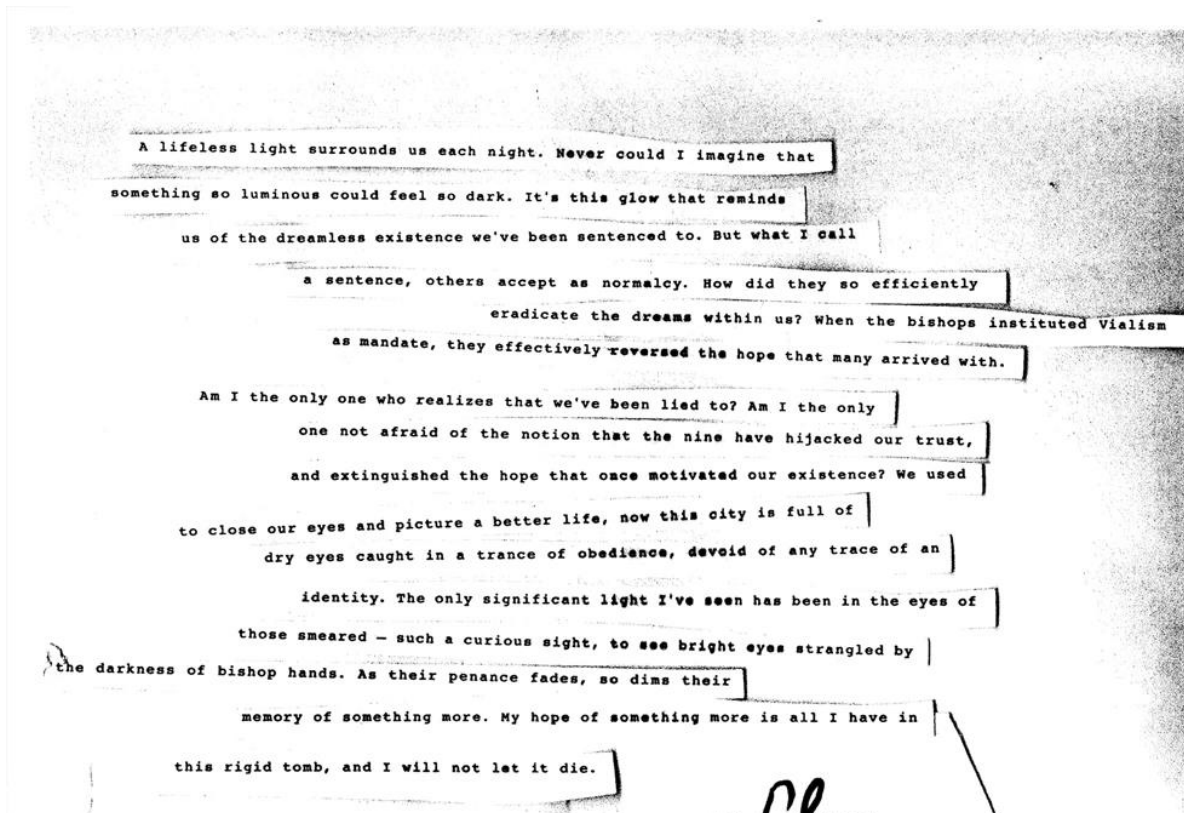


La photo a la légende `__n_ot_myo_nly_fri_en d`. Le nom du fichier peut se traduire tel que `t_r_e_n_c_h` (20=T, 18=r, 5=e, 14=n, 3=c, 8=h).

En rentrant le lien http://dmaorg.info/found/2018_514_3_8/clancy.html on pouvait trouver un fichier audio de 8 secondes, avec une voix distordue, prononçant à l'envers la phrase 'We are banditos'.

Illustration 19 Image i sur dmaorg.info





Afin de pouvoir comprendre la lettre, une autre image accompagnait l'entrée :



Si on superpose le collant jaune à la lettre, nous obtenons la mention 'We are Banditos' mise en avant.

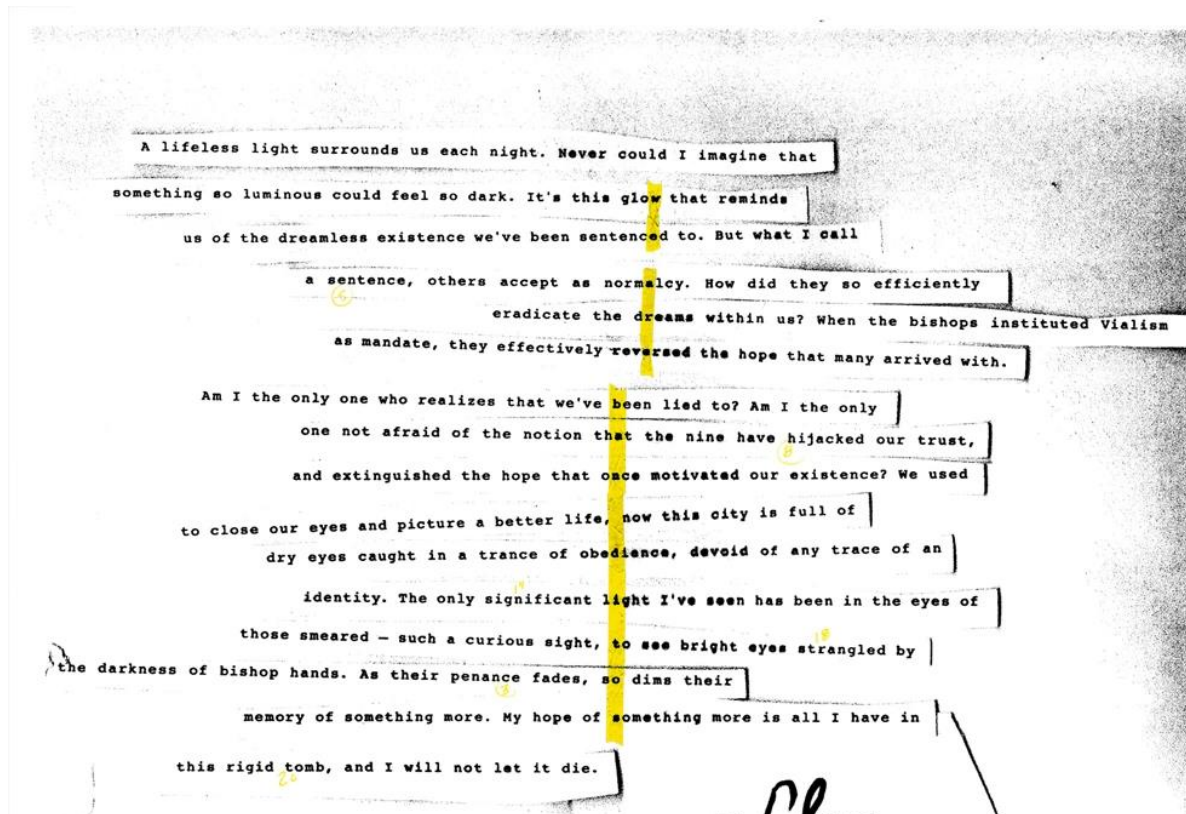
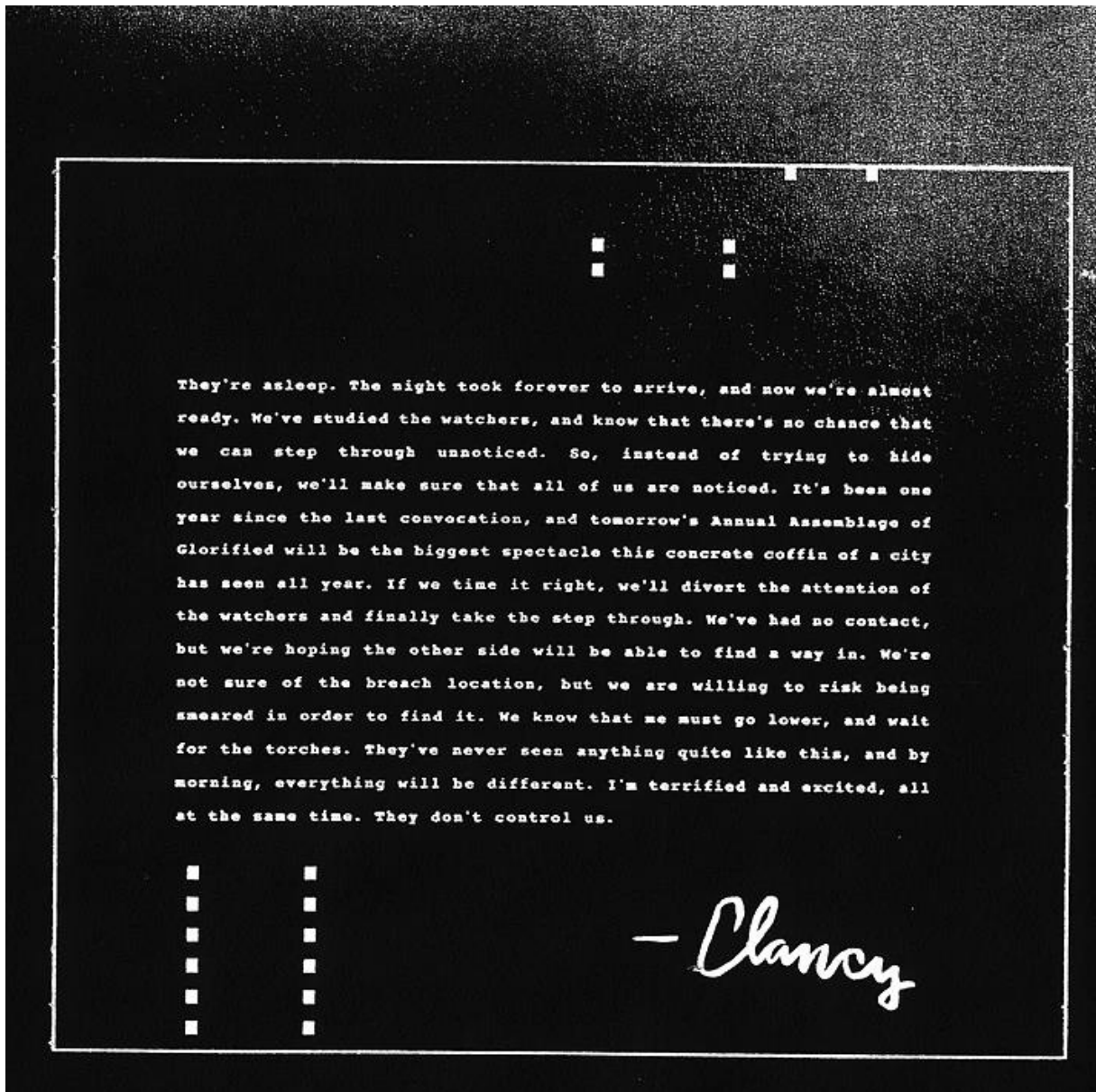


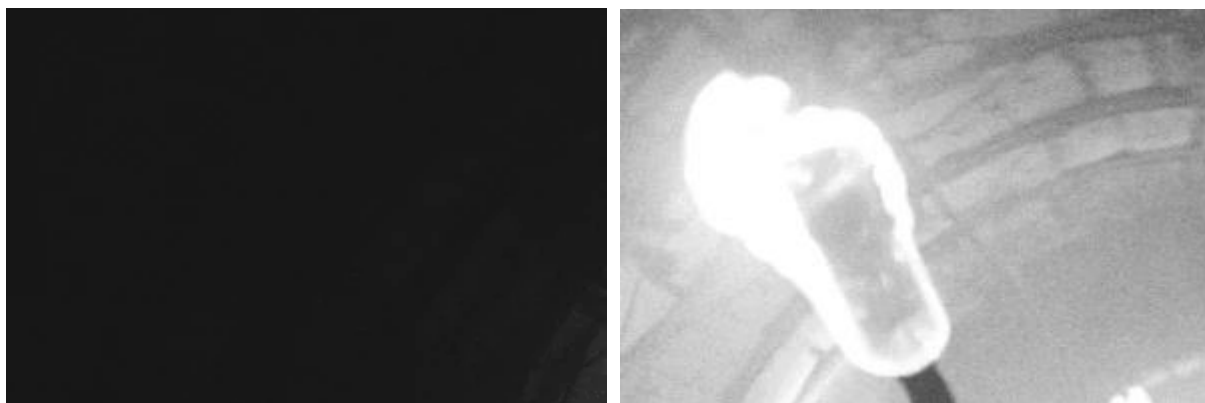
Illustration 21 Image_o__ut_sur dmaorg.info





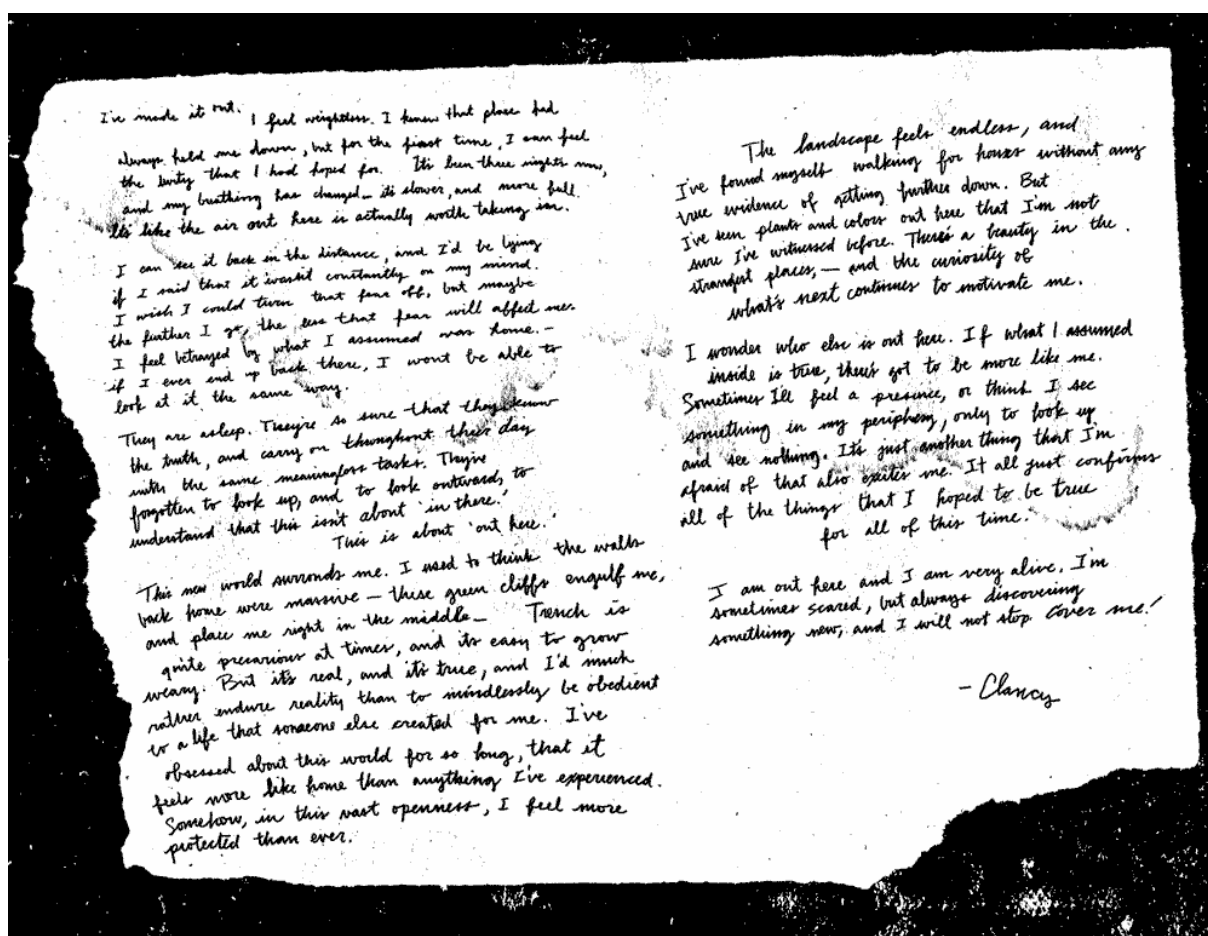
3 paires de carrés blancs pointent verticalement vers six lettres placées au-dessus ou en dessous des carrés. Le nombre de carrés indiquant le nombre de lignes à compter vers le haut ou le bas. Les lettres forment le message 'wake up'.

Illustration 23 Image _they_ca_ntseeFCE300 sur dmaorg.info



'FCE300' est le code hexadécimal d'une nuance de jaune. Le nom du fichier, ainsi que l'entrée précédente, suggèrent qu'un groupe de personnes est incapable de voir le jaune. Il s'agit des évêques et des 'watchers'.

Illustration 24 Lettre _note sur dmaorg.info



I've made it out. I feel weightless. I know that place had always held me down, but for the first time, I can feel the lurch that I had hoped for. It's been three nights now, and my breathing has changed— it's slower, and more full. It's like the air out here is actually worth taking in.

I can see it back on the distance, and I'd be lying if I said that it wasn't constantly on my mind. I wish I could turn that fear off, but maybe the further I go, the less that fear will affect me. I feel betrayed by what I assumed was home. — if I ever end up back there, I won't be able to look at it the same way.

They are asleep. They're so sure that they know the truth, and carry on throughout their day with the same meaningless tasks. They've forgotten to look up, and to look outward, to understand that this isn't about 'in there.'

This is about 'out here.'

This new world surrounds me. I used to think the walls back home were massive — these green cliffs engulf me, and place me right in the middle — Trench is quite precarious at times, and it's easy to grow weary. But it's real, and it's true, and I'd much rather endure reality than to mindlessly be obedient to a life that someone else created for me. I've obsessed about this world for so long, that it feels more like home than anything I've experienced. Somehow, in this vast openness, I feel more protected than ever.

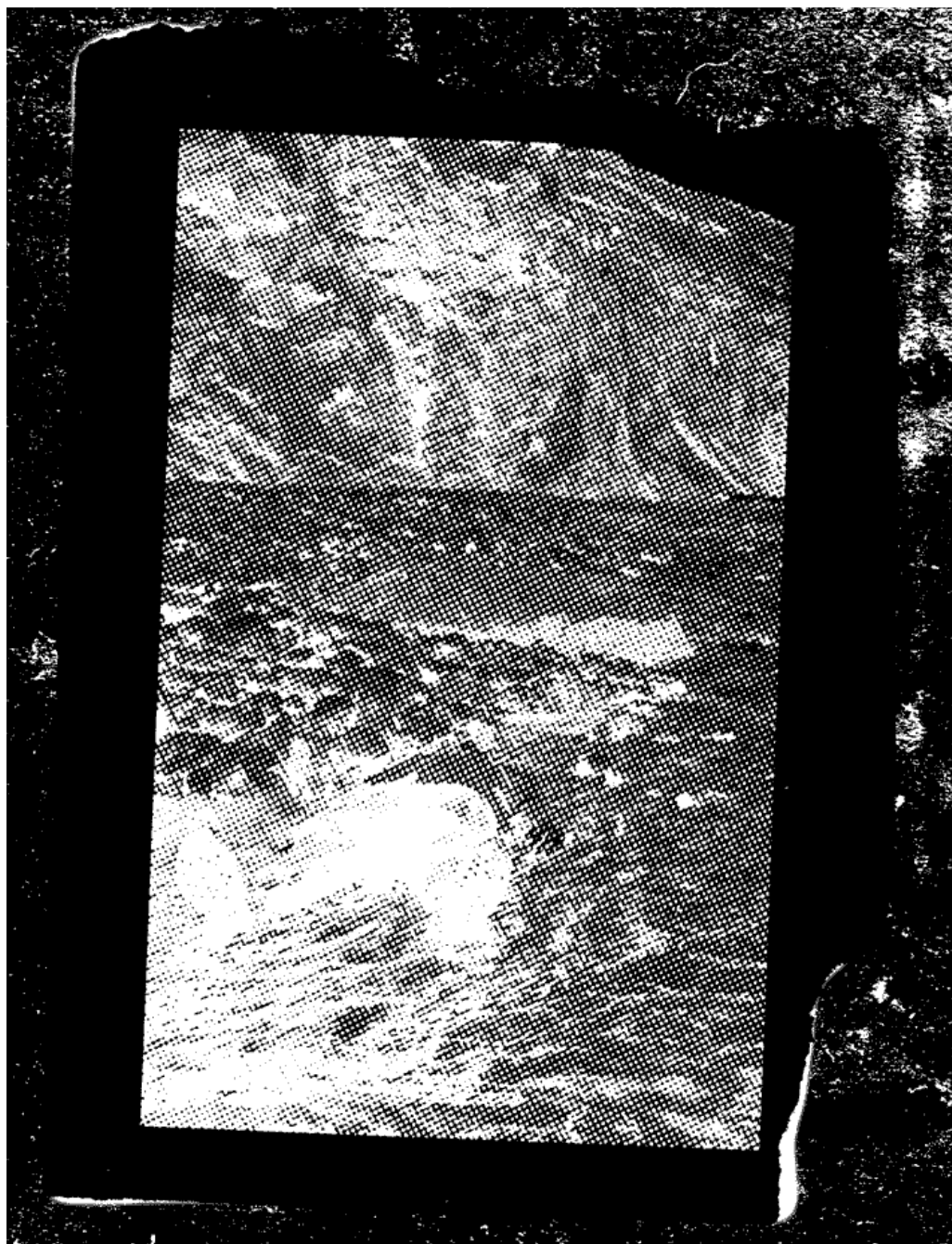
The landscape feels endless, and I've found myself walking for hours without any true evidence of getting further down. But I've seen plants and colors out here that I'm not sure I've witnessed before. There's a beauty in the strangest places — and the curiosity of what's next continues to motivate me.

I wonder who else is out here. If what I assumed inside is true, they've got to be more like me. Sometimes I'll feel a presence, or think I see something in my periphery, only to look up and see nothing. It's just another thing that I'm afraid of that also excites me. It all just confuses all of the things that I hoped to be true for all of this time.

I am out here and I am very alive. I'm sometimes scared, but always discovering something new, and I will not stop over me.

— Clancy

Illustration 25 Image 2_1_2 sur dmaorg.info



I can't believe what I just saw. I'm still trying to understand. This whole time I was sure that I was all alone - a single soul in this vast unknown world. But a few days into this trek, I looked down to see a figure headed the same way I was. I've tucked myself in these caves and crevices, trying my best to keep hidden, but he was out in the open, making his exhausted journey right down the middle of Trench. I was curious enough to follow alongside the path with him. He seemed unaffected by the fear of the unknown - the fear that tends to cripple me. To him, the terrain seemed familiar, as if he had been out here before.

While lost in my curiosity, they appeared. I had heard about them back in Dema, but to my knowledge, the stories were merely myth. Ten, twenty, and then what seemed to be a hundred Banditos appeared upon the cliffs, all looking down at him. He only stopped for a moment to look back up at them, and then continued on his way. His energy changed, and I wasn't sure if he was frightened or encouraged by their ominous presence.

They warned him of what was about to come.

It was a blur. First seeing the figure, then the Banditos, only to now have my eyes opened to the oncoming Bishop upon a white horse drawing closer in the distance.

The figure halted, and waited. When the Bishop stopped, I was sure he looked up, directly at me, so I hid deeper back in a cave. The presence of the robed rider seemed to paralyze the man. He stood still as he was approached, powerless as the outstretched hands smeared his neck. I had never seen a Bishop possess power like this. Keons had always seemed gentle and warm - this Bishop, at least out here, seemed like something else.

So I ran, and I've been running for as long as my legs and lungs can handle. Maybe this note will be my proof that what I witnessed was not a dream. A million questions race through my brain. Am I not the only one traveling through Trench?

I'll travel a little further, and maybe I'll get a moment of rest tonight. I may have made a mistake, leaving. This spot, between two places, is beginning to feel like an endless and hopeless abyss. At least Dema is a place that I know, and at times like this, I miss a lot about what I know. This will all be much tougher than I imagined. Nothing out here is familiar. I've witnessed the presence of others for the first time today, and I feel more alone than ever. Cover me.

- Clancy

I can't face this page for long enough to write what I'm truly feeling. I am only wrought with more questions: Questions about what I assumed to be true, questions about what my own path is, and the question that has plagued me every night that I lie here, back in city: Did I give up?

The force I saw between him and his bishop seemed tense to me, and frightening. But the memory of that exchange has had time to fester and replay in my mind long enough that I'm questioning if I even remembered it correctly. I assumed the bishop was forcefully retrieving his subject, but I now wonder if the bishop was actually trying to save him, and he refused.

I stayed out there for five days after I watched it happen. I haven't seen him since. Maybe he got away, and was still out in Trench with me. Maybe the bishop chased him down, and brought him home.

Home?

Did I just call this place 'home?'

After all of the endless beauty that I saw out there, am I now convincing myself that I'm actually better off within these confines?

I admit, it was more difficult than I expected. Nothing could have prepared me for how much the 'unknown' can consume me. Vast landscapes and endless possibilities, yet coupled with endless danger. I became anxious. I became tired. I became hungry. Every step I took became harder than the last, jumping from jagged rocky step to step, or pulling myself through thick forest - it all became debilitating, and I was sure that I couldn't go on.

Keons approached as the sun rose one morning. I wasn't scared. I was relieved. After all that he had taught me, his presence was the most comforting moment that I had in days, and I couldn't help but be happy to see him. In true Keons fashion, he wrapped his arms around me, then put his hands under my face, looked me in the eyes, and said "Clancy, child, let's go home."

I've been here for a few weeks now, and while the routines of this world are comforting, and certainly easier than life out there, my mind keeps bouncing between the two places.

Which one is home? Are the bishops protecting me, and the torches upon the hilltops dangerous? Or is it the other way around? My dreams pull me from world to world, and I feel lost in between all of it.

There is still so much I do not understand.

- Clancy

⁴¹ Le titre du fichier référence les propriétés atomiques du Chlore. Il a en effet le nombre atomique 17 pour une masse moléculaire de 37.4527. La lettre a été publiée le même jour que la vidéo *Chlorine*.



Illustration 29 Le Smearing illustré dans le clip vidéo Jumpsuit



⁴² Ces mêmes illustrations sont celles qui ont leur symbolique révélée dans l'ARG *Bandito Immersive Experience*.

Tableaux

Tableau 12 Tableau complet des nœuds nodes.csv

Id,Label,Type
1,Tyler Joseph,Character
2,Nico,Character
3,Clancy,Character
4,Josh Dun,Character
5,Keons,Character
6,Eveques,Character
7,Vautours,Character
8,Ned,Character
9,Banditos,Character
10,Habitants de Dema,Character
11,Dema,Place
12,Bandito Camp,Place
13,Trench,Place
15,Smearing,Event
16,Vialism,Event
17,Diversion,Event
18,Rites Bandito,Event
19,Trench album,Physical Support
20,Trench album cover,Physical Support
21,Jumpsuit (Official Video),Video Clip
22,Nico And The Niners (Official Video),Video Clip
23,Levitate (Official Video),Video Clip
24,My Blood (Official Video),Video Clip
25,Chlorine (Official Video),Video Clip
26,The Hype (Official Video),Video Clip
27,Jumpsuit,Song
28,Levitate,Song
29,Morph,Song

30,My Blood,Song
31,Chlorine,Song
32,Smithereens,Song
33,Neon Gravestones,Song
34,The Hype,Song
35,Nico And The Niners,Song
36,Cut My Lip,Song
37,Bandito,Song
38,Pet Cheetah,Song
39,Legend,Song
40,Leave The City,Song
41,cla_ncy-988-06MOON_18_-1,dmaorg.info Letter
42,017_07MOON_07,dmaorg.info Letter
43,_e_sr__eve_r_,dmaorg.info Letter
44,he_a_vy,dmaorg.info Letter
45,_note,dmaorg.info Letter
46,unalone,dmaorg.info Letter
47,17-35.4527,dmaorg.info Letter
48,ba_dge,dmarg.info Image
49,unnamed,dmarg.info Image
50,se__elf,dmarg.info Image
51,_ti_su_p,dmarg.info Image
52,3blurr,dmarg.info Image
53,2018_514_3_8,dmarg.info Image
54,i,dmarg.info Image
55,_o__ut_,dmarg.info Image
56,_they_ca_ntseeFCE300,dmarg.info Image
57,2_1_2,dmarg.info Image
58,Neon Gravestones (Official Audio),Visualizer
59,Legend (Official Audio),Visualizer
60,Leave The City (Official Audio),Visualizer
61,Morph (Official Audio),Visualizer

62,Pet Cheetah (Official Audio),Visualizer
63,Bandito (Official Audio),Visualizer
64,Cut My Lip (Official Audio),Visualizer
65,Smithereens (Official Audio),Visualizer
66,The Hype (Official Audio),Visualizer
67,Jumpsuit Bandito Tour,Show Video
68,Levitate Bandito Tour,Show Video
69,The Hype Bandito Tour,Show Video
70,Nico And The Niners Bandito Tour,Show Video
71,Neon Gravestones Bandito Tour,Show Video
72,Bandito Bandito Tour,Show Video
73,Cut My Lip Bandito Tour,Show Video
74,Pet Cheetah Bandito Tour,Show Video
75,My Blood Bandito Tour,Show Video
76,Morph Bandito Tour,Show Video
77,Chlorine Bandito Tour,Show Video
78,Leave The City Bandito Tour,Show Video
79,dmaorg.info,ARG
80,ARG Bandito Experience,ARG
81,Medaillon Trench,Object
82,Compas PSI,Object
83,Logo -//,Object
84,FPE Badge,Object
85,Jumpsuit,Object
86,Germini jaune,Object
87,Petales jaunes,Object
88,Neon Gravestones,Object
89,Collant Jaune,Object
90,Symbole vautour,Object

Tableau 13 Tableau complet des liens edges.csv

Source,Target,Type
1,19,AppearsIn
1,21,PerformsActions
1,22,PerformsActions
1,23,PerformsActions
1,25,PerformsActions
1,26,PerformsActions
1,46,MentionnedIn
1,57,AppearsIn
1,61,AppearsIn
1,64,AppearsIn
1,66,AppearsIn
1,68,AppearsIn
2,19,AppearsIn
2,21,AppearsIn
2,22,PerformsActions
2,23,PerformsActionsIn
2,29,MentionnedIn
2,35,MentionnedIn
2,51,MentionnedIn
2,52,MentionnedIn
2,61,AppearsIn
2,66,AppearsIn
3,41,MentionnedIn
3,42,MentionnedIn
3,43,MentionnedIn
3,44,MentionnedIn
3,45,MentionnedIn
3,46,MentionnedIn
3,47,MentionnedIn
4,19,AppearsIn

4,21,AppearsIn
4,22,PeformsActionsIn
4,23,PerformsActionsIn
4,25,PerformsActions
4,26,PerformsActions
4,29,MentionnedIn
4,61,AppearsIn
4,64,AppearsIn
4,66,AppearsIn
4,68,AppearsIn
5,41,MentionnedIn
5,51,MentionnedIn
5,22,PerformsActions
6,22,PerformsActions
6,41,MentionnedIn
6,45,MentionnedIn
6,46,MentionnedIn
6,46,MentionnedIn
6,51,MentionnedIn
7,19,AppearsIn
7,20,AppearsIn
7,22,AppearsIn
7,23,AppearsIn
7,28,MentionnedIn
7,49,AppearsIn
7,54,DepictedIn
7,54,MentionnedIn
7,61,AppearsIn
7,66,AppearsIn
7,67,AppearsIn
8,25,AppearsIn
8,26,AppearsIn

8,47,MentionnedIn
8,77,AppearsIn
9,21,PeformsActions
9,22,PeformsActions
9,23,PerformsActionsIn
9,35,MentionnedIn
9,37,MentionnedIn
9,46,MentionnedIn
9,53,DepictedIn
9,61,AppearsIn
9,63,DepictedIn
9,67,AppearsIn
9,70,AppearsIn
10,22,AppearsIn
11,21,AppearsIn
11,22,AppearsIn
11,35,MentionnedIn
11,40,MentionnedIn
11,41,MentionnedIn
11,42,MentionnedIn
11,45,DepictedIn
11,45,MentionnedIn
11,46,MentionnedIn
11,47,MentionnedIn
11,51,DepictedIn
11,58,DepictedIn
11,71,DepictedIn
11,78,AppearsIn
11,80,AppearsIn
12,19,AppearsIn
12,23,DepictedIn
13,19,AppearsIn

13,21,AppearsIn
13,22,AppearsIn
13,23,AppearsIn
13,37,MentionnedIn
13,42,MentionnedIn
13,46,MentionnedIn
13,55,DepictedIn
13,58,DepictedIn
13,68,AppearsIn
13,78,AppearsIn
13,80,AppearsIn
15,22,DepictedIn
15,23,DepictedIn
15,33,MentionnedIn
15,35,MentionnedIn
15,43,MentionnedIn
16,21,DepictedIn
16,23,DepictedIn
16,35,MentionnedIn
16,43,DepictedIn
17,35,MentionnedIn
17,22,DepictedIn
18,23,DepictedIn
21,46,DepictedIn
21,57,DepictedIn
22,80,DepictedIn
27,19,DepictedIn
27,21,FeaturedIn
27,45,MentionnedIn
27,46,MentionnedIn
27,67,FeaturedIn
28,19,DepictedIn

28,23,FeaturedIn
28,68,FeaturedIn
29,19,DepictedIn
29,61,FeaturedIn
29,76,FeaturedIn
30,19,DepictedIn
30,24,FeaturedIn
30,75,FeaturedIn
31,19,DepictedIn
31,25,FeaturedIn
31,77,FeaturedIn
32,19,DepictedIn
32,65,FeaturedIn
33,19,DepictedIn
33,58,FeaturedIn
33,71,FeaturedIn
34,19,DepictedIn
34,26,FeaturedIn
34,66,FeaturedIn
34,69,FeaturedIn
35,19,DepictedIn
35,22,FeaturedIn
36,19,DepictedIn
36,64,FeaturedIn
36,73,FeaturedIn
37,19,DepictedIn
37,63,FeaturedIn
37,72,FeaturedIn
38,19,DepictedIn
38,62,FeaturedIn
38,74,FeaturedIn
39,19,DepictedIn

39,59,FeaturedIn
40,19,DepictedIn
40,60,FeaturedIn
40,78,FeaturedIn
41,79,AppearsIn
42,79,AppearsIn
43,79,AppearsIn
44,79,AppearsIn
45,79,AppearsIn
46,79,AppearsIn
47,79,AppearsIn
48,79,AppearsIn
49,79,AppearsIn
50,79,AppearsIn
50,79,AppearsIn
51,58,AppearsIn
51,79,AppearsIn
52,38,MentionnedIn
52,79,AppearsIn
53,63,AppearsIn
53,79,AppearsIn
54,79,AppearsIn
55,60,AppearsIn
55,79,AppearsIn
56,22,AppearsIn
56,79,AppearsIn
57,79,AppearsIn
62,74,AppearsIn
81,80,DepictedIn
81,20,AppearsIn
81,21,AppearsIn
81,22,AppearsIn

81,23,AppearsIn
81,70,AppearsIn
82,80,DepictedIn
82,20,AppearsIn
82,21,AppearsIn
82,22,AppearsIn
82,70,AppearsIn
82,23,AppearsIn
83,80,DepictedIn
83,20,AppearsIn
83,21,AppearsIn
83,22,AppearsIn
83,23,AppearsIn
84,80,DepictedIn
84,20,AppearsIn
84,21,AppearsIn
84,22,AppearsIn
84,23,AppearsIn
84,48,DepictedIn
85,21,AppearsIn
85,22,AppearsIn
85,23,AppearsIn
85,27,MentionnedIn
85,67,AppearsIn
85,68,AppearsIn
86,21,AppearsIn
86,22,AppearsIn
86,61,AppearsIn
86,65,AppearsIn
86,70,AppearsIn
87,21,AppearsIn
87,65,AppearsIn

87,78,AppearsIn
88,19,AppearsIn
88,22,MentionnedIn
88,33,MentionnedIn
88,58,AppearsIn
88,78,AppearsIn
89,85,AppearsIn
90,80,DepictedIn
90,20,AppearsIn
90,21,AppearsIn
90,22,AppearsIn
90,23,AppearsIn
90,70,AppearsIn

La production d'un univers transmédia storytelling répond à une série de principes esthétiques établis par Henry Jenkins. Bien que de nombreuses recherches à ce sujet sont, ou, ont été menées sur les œuvres cinématographiques, les œuvres musicales transmédia obéissent elles aussi à ces principes, tout en développant leurs propres pratiques transmédia uniques.

L'objectif de ce mémoire est de mettre en avant comment une hiérarchie narrative se crée au sein de l'univers transmédia de l'album *Trench*, (2018) grâce à une dynamique avec l'accessibilité du contenu transmédia. Avec cette question : « Comment l'album *Trench* met en avant une dynamique entre accessibilité et hiérarchie transmédia ? ».

Par le biais d'une analyse des éléments narratifs et les médias de *Trench*. Ce travail tente de confronter deux hypothèses. Le contenu transmédia du récit central adopte une stratégie de circulation par une haute accessibilité ; le contenu transmédia paratextuel adopte une stratégie de forage mise en avant par une basse accessibilité.

Au travers des résultats obtenus, cette recherche vise à comprendre comment les différents médias de l'album *Trench* varient leur accessibilité, impactant leur hiérarchie dans l'univers transmédia. Ils tendent à montrer qu'il y a bien une dynamique établie en production, dérivée des principes de forage et circulation du transmédia storytelling.

Mots clés : transmedia storytelling, hiérarchie narrative, twenty one pilots