HAL
open science

Évaluer le “ pouvoir ” du design des interfaces web des ONG sur les formes et forces de l’engagement : entre éthique, esthésie et résistance

Sandra Mellot

To cite this version:

Sandra Mellot. Évaluer le “ pouvoir ” du design des interfaces web des ONG sur les formes et forces de l’engagement : entre éthique, esthésie et résistance. Sciences de l’information et de la communication. Université de Limoges, France, 2016. Français. NNT : . tel-01472634

HAL Id: tel-01472634

https://hal.science/tel-01472634

Submitted on 21 Feb 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Thèse de doctorat

Université de Limoges

École doctorale Cognition, Comportements, Langage(s)
iRaiser R&D – Centre de Recherches Sémiotiques

Thèse pour obtenir le titre de

Docteur de l'Université de Limoges

Sciences de l'Information et de la Communication – Sémiotique

Présentée et soutenue le 9 décembre 2016 par

Sandra Mellot

Évaluer le « pouvoir » du design des interfaces web des ONG sur les formes et forces de l'engagement : entre éthique, esthésie et résistance

Thèse dirigée par Mme Nicole Pignier

Membres du jury

Rapporteurs	M.	Didier Courbet	PR à l'Université d'Aix-en-Provence, IRSIC
	Mme	Valérie-Jeanne Perrier	PR au CELSA, Paris-Sorbonne, GRIPIC
Examinateurs	M.	Gérard Chandès	PR à l'Université de Limoges, CeReS
Directrice de thèse	Mme	Nicole Pignier	PR à l'Université de Limoges, CeReS

iRaiser

à Samson et Bérénice

Remerciements

Mes remerciements sont adressés avec une grande reconnaissance à Nicole Pignier, Directrice de cette thèse. La richesse de ses travaux et son regard critique m'ont orientée dans les subtilités d'une discipline exigeante et passionnante, la sémiotique.

Les analyses et conseils de Valérie Jeanne-Perrier et Didier Courbet, Rapporteurs de cette thèse et membres du jury, de Gérard Chandès, Président du jury, viennent ouvrir, enrichir la réflexion engagée. Je les en remercie très sincèrement, cet échange très constructif constituant une étape essentielle pour définir les prolongements de ma recherche.

iRaiser, l'entreprise avec laquelle j'ai accompli ce travail pendant ces trois années est le pilier de cette recherche. Merci à toute l'équipe ! Merci à Tony Bourdier, Directeur R&D pour avoir impulsé et porté ce projet de recherche, Antoine Martel, Directeur, pour avoir intégré ce projet de recherche dans le projet de l'entreprise, Yann Jacob, chercheur IA pour la richesse des échanges dans l'élaboration d'une recherche interdisciplinaire.

C'est encore toutes les rencontres qui donnent de l'épaisseur à une recherche. Je ne saurais citer toutes ses rencontres ici mais j'adresse tout particulièrement mes remerciements à Jacques Fontanille et Eleni Mitropoulou pour leurs conseils lors des colloques, des échanges qui ont sans aucun doute nourri ce travail.

Je remercie enfin chaleureusement les équipes accueillantes et stimulantes de l'Université de Nantes, de l'IUT Information-Communication de la Roche-sur-Yon, de l'Ecole de Design de Nantes Atlantique pour leurs conseils avisés : Claudine Paque, Olivier Ertzscheid , Laurent Neyssensas, Francis Mizio, Laurence Perrigault, Mathilde Miguet, Catherine Sellenet, Maryse Souchard, François Poupet, Delphine Lemaître, Eric Schaeffer, Samuel Jan.

Pour terminer, ce sont ceux qui ont vécu au plus près de moi cette aventure dévorante que je remercie !

Sommaire

Sommaire....4
Introduction....6
Partie I - « Tracer » l'engagement dans l'espace numérique....15
Chapitre I. [Concepts] La situation d'interaction numérique....17
I. Définition du design numérique....17
II. Scène d'interaction....24
III. L'expérience d'interaction....36
Chapitre II. L'expérience co-énonciative de l'engagement....46
I. [État de l'art] Orientations des recherches sur l'engagement....46
II. Notre conception de l'engagement comme processus sémiotique....62
Chapitre III. ethos énonciatifs de l'engagement....79
I. De l'actant stratégique vers l'actant source....80
II. De l'actant source vers l'actant cible....92
III. L'actant source face à l'actant cible....105
Chapitre IV. Modèles d'interaction et signes de l'engagement....119
I. Modèle d'interaction d'information....123
II. Modèle d'interaction d'analogie....146
III. Modèle d'interaction performatif....163
IV. Modèle d'interaction co-créatif....187
Chapitre V. Le tracé des ONG....200
I. L'inscription de la présence sociale énonciative....200
II. Méthode d'évaluation du tracé configuré par le Design numérique....216

Partie II - Tracer le geste de l'engagement....225
Chapitre I. Conception de la trace comme présence....226
I. Orientation des recherches sur les traces....226
II. La trace comme présence co-énonciative....235
Chapitre II. Anticipation de la présence « résistante »....242
I. Contre-figuration de l'autorité....244
II. Contre-figuration des symboles....252
III. Contre-figuration des modalités performatives....257
IV. Contre-figuration des sensations et des modalités de création....261
Chapitre III. Analyse des figurations et contre-figurations en situation d'interaction .265
I. Méthode d'analyse sur corpus de la trace comme présence co-énonciative....266
II. Dessins des formes de présence observées
(formes, forces et rythmes des styles d'interaction) 290
III. Conclusions de l'analyse située des parcours d'interaction sur le site de MSF..301
Conclusion....320
Références bibliographiques....329
Table des illustrations....346
Table des figures....349
Table des matières....352

Introduction

Les ONG, Organisations non gouvernementales, sont indépendantes des États et regroupent des personnes privées dans un but non lucratif (caractère associatif) au « nom de certaines valeurs, humanistes, universelles, en particulier au nom de la solidarité ».[1]

La mission solidaire d'une ONG visant à agir pour le « mieux vivre ensemble », pourrait entrer en contradiction avec l'objectif principal assigné à leur stratégie de communication en ligne : recruter des donateurs dans un secteur défini d' « hyper-concurrentiel »[2]. D'un côté, il s'agirait de considérer l'individu comme un citoyen responsable et acteur de la vie collective ; de l'autre, il serait une cible marketing.

1 Définition de l'ONG par l'UNESCO, in www.unesco.org/webworld/ica_sio/docs/29session/guide_ong.rtf (site consulté le 04/08/2016).

2 Rapport du CerPhi, Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie : « les financements innovants des associations et fondations », décembre 2013 in www.cerphi.org (site consulté le 02/08/2016).

L'expression de « citoyens-consommateurs-usagers »[3], utilisée par le Cerphi (Centre d'étude et de recherche sur la philanthropie) dans un rapport de 2013, montre l'ambiguïté de la situation de communication vis-à-vis d'un « destinataire » dont on ne sait plus très bien si on doit le considérer comme un individu qui contribue à la mobilisation, consomme une actualité « chaude »[4], ou fait une expérience sociale de l'engagement. Dans la situation d'interaction numérique d'un point de vue général (et non pas exclusivement liée à la communication des ONG), nous utilisons le terme d'usager, pour ne pas réduire l'action de l'individu à « la prise en main de l'interface, l'utilisation matérielle et l'action sur le système » (Pignier, 2009, p.101) mais en considérant « une manière de communiquer qui pose la question de la sensibilité, de l'agir et de l'être ... » (Ibid, p.102). D'un point de vue spécifique à la communication des ONG, la manière de « considérer » l'usager en situation d'interaction numérique avec un contenu, une expression créée par l'Organisation reste selon nous à définir. En effet, si les études sur l'utilisation d'Internet dans la stratégie des ONG se multiplient et montrent la diversité en jeu dans la manière de communiquer, la vision de l'usager est enfermée dans une conception marketing de la cible engendrant cette ambiguïté dans la façon de produire un message : la manière de communiquer emprunte-t-elle au registre de la publicité, de la démocratie participative, de l'information officielle ? Dans le secteur du « fundraising », (les acteurs de la levée de fond), l'usager est un donateur potentiel que l'on cherche à « transformer » en donateur ponctuel ou régulier. La collecte de fonds est un enjeu primordial pour le fonctionnement des ONG et le maintien de leur indépendance mais reste un moyen et pas une fin en soi. C'est pourquoi la gouvernance des Organisations pose avant tout la question de l'innovation sur le terrain et déconnecte cette créativité (qui consiste à trouver des solutions souvent en situation d'urgence) des objectifs assignés à la communication numérique. Dans cette acception d'Internet comme canal de recrutement des donateurs, la

3 Rapport CerPhi, *Ibid.*, 2013, p.15

4 Dans le registre journalistique, l'actualité chaude concerne la restitution d'événements en temps réel.

situation d'action de l'ONG est séparée très distinctement de la situation de communication avec les usagers.

La stratégie de communication numérique des ONG est alors pensée en fonction des nouveaux usages d'Internet pour les intégrer aux techniques de sollicitation.

Dans cette conception de la communication numérique comme canal de recrutement, la réflexion sur les usages du numérique est dissociée de l'action « solidaire ». La part de l'expérience numérique est envisagée en dehors de la part de l'expérience sociale de l'engagement dans le discours marketing prédominant. Dans ce cadre, Internet est un outil supplémentaire dont les acteurs des stratégies reconnaissent le caractère indispensable pour la collecte de fonds tout en le limitant à ce seul champ d'action.

La faible intégration de la communication numérique à la mission citoyenne de l'ONG est associée à cette définition de l'outil internet comme «recruteur» supplémentaire de donateurs ; un autre frein aux développements de solutions créatives dans ce domaine est étroitement lié à la crainte d'une perte d'indépendance. Le rapport du Cerphi pointe les réticences en ce sens : « Alors qu'Internet et les réseaux sociaux ont contribué à systématiser le dialogue entre les marques, les institutions et les citoyens-consommateurs-usagers, le dialogue des associations avec les donateurs est loin d'être une réalité, même si elles s'efforcent d'écouter ces derniers. Ce dialogue est limité au domaine du don, car il n'est pas pensable que les donateurs contribuent aux choix qui concernent les programmes, qu'ils interviennent sur la façon dont les associations conçoivent leurs missions.» (Rapport Cerphi, 2013, p.15). Selon ce même rapport « [...] ces réflexions traduisent une préoccupation plus profonde : celle de l'indépendance des associations, qui suppose nécessairement l'indépendance vis-à-vis de tous ses financeurs. » (*Ibid.*, p.48).

La citation d'un acteur d'une ONG révèle cette tension entre l'usager contributeur et l'indépendance d'une Organisation : « En fait, les donateurs veulent devenir le mouvement qui émerge, devenir actionnaires de l'association. Mais la démocratie

participative ne peut pas exister dans les associations. On n'invite pas tout un chacun à donner son avis sur quelles sont les populations à soutenir, les façons de le faire, ça remettrait en cause le système d'évaluation, d'affectation des fonds, d'indépendance même de l'association vis à vis de ses financeurs. » (*Ibid.*, p.49)

L'usager d'Internet est alors considéré comme indépendant, en capacité de construire son propre mode d'engagement, en dehors des institutions. Dans cette optique, la capacité d'*empowerment* développée par Internet devient une limite à l'action des Organisations dans l'espace numérique ; leur rôle consisterait ici à rejoindre les communautés en place plutôt qu'à impulser des situations d'engagement. Une telle appréciation de la place de la communication numérique engage un développement considérable des techniques dit du « social marketing » consistant à s'inscrire dans la dynamique des réseaux sociaux, à produire des contenus attractifs à fort potentiel « viral ». La stratégie des ONG réinvestit alors les procédés d'influence du secteur marchand vis-à-vis de leurs donateurs potentiels. Cependant, une prise de conscience d'une forme de contradiction entre stratégie d'influence et mission solidaire de la part de la gouvernance des ONG creuse encore le fossé entre communication et action sur le terrain.

Considérée exclusivement dans un objectif de «recrutement», la communication numérique pourrait venir, selon le discours de certaines Organisations, « désacraliser » le geste de solidarité. Ce qui motive les responsables des collectes ne réjouit pas la gouvernance des associations à en croire le rapport du Cerphi : « Quel donateur construit-on ? Va-t-il demain associer un don à un « like » ? ». Les auteurs du rapport traduisent, par ce questionnement, les inquiétudes du secteur associatif sur l'évolution de la collecte à l'ère du numérique. « Au-delà d'une simple résistance au changement, les questionnements des responsables associatifs autour des conséquences de l'utilisation massive de ces nouveaux outils relèvent d'une posture de responsabilité et d'une volonté de rester en phase avec ses convictions. » (Rapport Cerphi, 2013, p.46).

Cette manière de percevoir l'usager, soit ultra-libre et donc incontrôlable, soit hyper-consommateur et donc influençable, produit des messages uniformisés. L'utilisation du storytelling ou des réseaux sociaux marque une compréhension, de la part des acteurs de la stratégie, des usages d'Internet mais sépare fondamentalement l'individu en situation de communication, de l'individu engagé ou en train de construire son engagement.

Problématique

Ainsi, nous constatons que les ONG ont pris la mesure, au niveau des discours sur les stratégies, des bouleversements dans la façon d'interagir des usagers avec un ensemble d'outils numériques.

Subsiste une contradiction profonde dans la manière de se représenter d'une part, les pouvoirs d'internet et d'autre part, les pouvoirs des usagers dans ce secteur. Internet est en effet considéré dans son pouvoir mélioratif de la collecte en sollicitant différemment et plus largement des donateurs potentiels. Mais les usagers sont, dans le même temps, considérés comme de nouveaux acteurs incontrôlables car ayant le pouvoir d'agir en dehors de l'institution. L'équation ainsi posée semble difficilement soluble : comment collecter plus de fonds pour une instance officielle dans un espace numérique qui permet à l'usager de s'éloigner d'elle ?

Dans ce cadre, la communication numérique est contrainte par deux présupposés largement répandus : le premier présuppose l'usager comme une cible de la collecte en ligne, et de ce fait la manière d'évaluer l'efficience d'une communication numérique se situe exclusivement au niveau du taux de collecte. Le deuxième considère les usagers comme des acteurs « incontrôlables » car jouissant d'une certaine liberté d'action sur le web ; la limite de la communication de l'ONG est alors fixée aux possibles ingérences de l'usager dans le fonctionnement, dans les missions des Organisations.

Face à ce constat d'une communication numérique « bloquée » car maintenue entre deux pouvoirs présupposés, celui d'Internet comme recruteur de donateurs et celui de l'usager comme donateur potentiel hyper-indépendant, nous proposons de redéfinir la question des « pouvoirs » pour reconnecter l'objectif de la collecte en ligne aux missions de l'ONG : la construction d'un engagement collectif.

Ainsi, nous posons la problématique générale suivante :

> **Comment évaluer « les pouvoirs » de la situation de communication numérique des ONG dans le développement de l'engagement des usagers ? Quels indicateurs permettent alors de définir l'efficience d'une stratégie de communication dans le déploiement des formes et forces de l'engagement ?**

Objets de l'analyse

Interroger les pouvoirs de la communication numérique des ONG revient à considérer ce qui relie l'usager à l'ONG lors de la situation d'interaction en ligne.

P. Ouellet, sur un tout autre sujet, celui de la lecture, montre les limites d'une analyse focalisée soit sur l'auteur soit sur le lecteur. Étudier exclusivement le comportement du lecteur revient à considérer ses intentions, ses choix comme prédominants dans l'acte de lecture ; en tant que electio, « le lecteur élit : s'attarde sur tel passage, saute tel autre, sélectionne tel sens, refuse telle interprétation – il est libre : il arbitre le match entre le texte et lui ... » (Ouellet, 1994, p.320). Dans ce cas, les intentions du lecteur priment sur les intentions de l'auteur, ce qui s'apparente dans notre sujet à une perception de l'usager comme étant ce contributeur indépendant, unique « décideur » de ses prises de position, de ses engagements. L'auteur souligne cependant que les études psychologiques ont démontré depuis longtemps que diverses situations influaient sur ce « libre arbitre ».

De la même façon, la posture d'analyse consistant à considérer uniquement l'influence

du texte nie les possibilités de l'usager de sortir du cadre fixé pour lui et revient, dans notre sujet, à une conception de l'usager comme cible. P. Ouellet, dans le cas de la lecture, en conclut que « [...] l'objet de la lecture n'est ni le texte en soi, (...) ni le lecteur lui-même, comme on le croit trop souvent dans les approches psychologiques ou sociologiques, mais l'activité esthésique commune à l'énonciation et à la coénonciation » (Ouellet, 1994, p.321).

L'activité esthésique se définit par la relation sensible se créant dans le cours de l'interaction entre ce que l'auteur énonce et ce que le lecteur perçoit de cette énonciation et réinvestit dans un acte de co-énonciation. Ainsi, le lecteur fait vivre d'une voix singulière le texte de l'auteur. L'acte de lecture est alors « ambulatio » c'est à dire « [...] parcours, poursuite, marche » (Ouellet, 1994, p.320) dans le texte.

L'objet de notre étude, s'inspirant de cette démarche, est précisément la relation qui se tisse pendant la situation de communication. Il s'agit alors d'analyser la relation entre usagers et ONG dans le cours de l'interaction numérique.

Cadre de la recherche

Analyser le cours de l'interaction numérique en temps réel est l'objectif fixé à cette étude menée au sein d'une jeune entreprise innovante, iRaiser, dont le département recherche est spécialisé dans l'analyse des données sur le web. iRaiser, fondée en 2012 édite une suite logicielle de solutions en ligne pour la levée de fonds des ONG : pages de paiement (permettant aux donateurs de réaliser un don en ligne), pages de pétition, pages d'accueil des sites web, pages de sollicitation sur un événement en particulier, pages personnelles de collecte à destination des participants de manifestations sportives ou culturelles organisées par les ONG et permettant aux usagers de collecter des fonds au nom de l'association.

L'intégration, au sein de cette équipe de recherche spécialisée en statistique et intelligence artificielle, de ce projet de thèse en Science de l'information et communication relève d'une volonté d'ouvrir l'analyse quantitative des données issues du web à une meilleure connaissance des usagers des sites Internet des ONG. Ainsi, aux techniques de segmentation, de ciblage se substituent une analyse qualitative des expériences potentielles des usagers.

Notre conception de l'objectif de cette recherche s'éloigne des tentatives de séduction de l'usager en fonction d'une prédiction d'un profil psychologique particulier. Il s'agit de redéfinir la manière de qualifier l'usager en situation d'interaction avec le site web d'une ONG ; l'usager n'est pas une cible comportementale, mais son parcours témoigne d'une expérience éditoriale particulière liée à la situation d'énonciation proposée sur le site.

Les analyses comportementales sur le web servent majoritairement des systèmes de recommandation qui, dans l'état actuel des connaissances et développements technologiques, permettent de proposer des contenus similaires à ceux consultés précédemment par un usager mais n'engagent pas de véritables relations avec celui-ci en temps réel.

La possibilité de caractériser en temps réel l'expérience d'interaction ouvre la voie non pas à une personnalisation en fonction de profils types mais à un ajustement de l'espace d'interaction aux fluctuations de la relation co-énonciative.

L'analyse des expériences d'interaction dans le cadre de cette recherche initiée par iRaiser doit se réaliser :

- sans information préalable sur l'usager : aucune mémoire des données personnelles et aucune sollicitation directe sur ses préférences. Cet aspect relève de l'éthique de la recherche préservant l'anonymat des usagers.

- sans observation des réactions de l'usager et sans connaissance de son environnement contextuel. Il s'agit ici d'un objectif de détection en temps réel et non pas en situation reconstituée.

Ce travail repose sur l'hypothèse principale suivante : l'expérience d'interaction dans la situation de communication numérique peut jouer un rôle sur la construction de l'engagement de l'usager.

À partir de cette hypothèse, nous posons la question des formes et forces de l'engagement qui se déploient dans l'espace numérique :

- **Comment les détecter, les analyser, les qualifier ?**

Comment se manifestent les formes de mobilisation des usagers dans l'espace numérique des ONG ?

Quels sont les « pouvoirs » de la communication numérique des ONG dans l'émergence, le déploiement de ces expressions de l'engagement ?

Deux parties dessinent notre méthode de travail :

- **la première partie vise à évaluer les stratégies mises en place par les ONG à partir des expériences d'interaction potentialisées par le design des interfaces en tant que mise en forme et en fonctionnalité du message de la communication numérique ;**
- **la deuxième partie consiste en une analyse des parcours des usagers à partir des traces collectées sur les sites web des ONG.**

Partie I - « Tracer » l'engagement dans l'espace numérique

L'objectif « appliqué » de cette recherche est d'interroger les potentialités du design numérique quant au développement de formes d'engagement en ligne et, in fine, à l'optimisation de la collecte de fonds des ONG. Cette dimension « appliquée » appelle un projet théorique sur une sémiotique de l'engagement dans l'espace numérique. L'élaboration d'un cadre d'analyse des signes de l'engagement se prolonge par la mise en pratique d'une méthode pour révéler et caractériser cette expérience entre usagers et ONG dans le cours de l'interaction.

Pour saisir comment le design peut participer à la concrétisation d'une forme de mobilisation, nous définissons, dans cette première partie, l'espace numérique construit par l'ONG, formant un « tracé » éditorial. Nous envisageons pour une part, le tracé dans sa dimension d' « acte d'inscription » comme le définit Y. Jeanneret. Il s'agit, selon l'auteur, « non d'un phénomène naturel d'empreinte, mais d'un construit culturel qui tient à une élaboration documentaire » (Jeanneret, 2011, p.72). Le chercheur utilise cependant le terme de tracé dans le temps long du devenir d'un texte qui échappe – au fil par exemple des rééditions, des changements de supports de lecture - à l'énonciateur initial. Pour nous, le tracé fait référence à « un espace tracé » par une instance énonciative, à un espace construit par l'ONG en fonction d'une certaine conception de l'engagement.

Il s'agit tout d'abord de poser les concepts de notre analyse, à partir desquels nous définissons une situation d'interaction numérique : des scènes, des dispositifs, des expériences (chapitre I) ainsi que les orientations de la recherche sur les nouvelles formes de mobilisation numérique (chapitre II).

L'entreprise principale de notre recherche restituée dans cette première partie, est l'analyse de ce construit culturel (*Ibid.*), moral et éthique des valeurs des ONG dans l'espace numérique (Chapitre III). Nous formulons l'hypothèse d'un déploiement de tracés éditoriaux singuliers configurant de multiples expériences de l'engagement (Chapitre IV). La définition d'une méthode d'analyse sémiotique des espaces d'engagement créés par les ONG engage notre réflexion et contribution sur les modes d'évaluation des stratégies du design numérique (Chapitre V).

Chapitre I. [Concepts] La situation d'interaction numérique

I. Définition du design numérique

I.1. Le processus créatif à visée stratégique

La définition du design est interrogée par de nombreux auteurs [5] qui tentent de cerner plus précisément ce que recouvre cette notion au delà de l'« objet design » voire jusqu'à l'« éclipse de l'objet comme centre d'intérêt des théories du projet en design » selon A. Findeli et R. Bousbaci (Findeli, R. Bousbaci, 2005, p.47).

C'est alors l'idée de processus qui est retenue dans la plupart des définitions : selon l'Alliance Française des Designers, « le design est un processus intellectuel, créatif,

5 Nous renvoyons notamment à la revue Communication et organisation, n°46, ed. Presses Universitaires de Bordeaux, 2014 : « Design et Projet », dossier coordonné par A. Piponnier, A. Beyaert-Geslin and S.Cardoso.

pluridisciplinaire et humaniste, dont le le but est de traiter et d'apporter des solutions aux problématiques de tous les jours, petites et grandes, liées aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux »[6] et selon S. Vial, il s'agit d'étudier le design « comme processus de création, c'est-à- dire comme «geste» d'un créateur. Ce geste peut être décomposé en deux dimensions qui, dans la réalité, sont intimement imbriquées et parfaitement indissociables : la dimension du geste de penser (design thinking) et la dimension du geste de faire (design doing) » (Vial, 2013 (2), p.4).

Le design est, pour ces auteurs, un processus de création réunissant la conceptualisation (manière de penser et de dire le monde) et la conception d'un ensemble d'artefacts de médiation[7] pour répondre à des objectifs dans une visée sociale et éthique, celle de « maintenir ou d'améliorer l'habitabilité du monde » selon l'expression de A. Findeli (2010, p.292).

L'aspect mélioratif du design[8] est cependant « relatif à une orientation stratégique »[9] définie par une instance énonciative tel que le signale N. Pignier notamment à propos des acteurs éducatifs : « la finalité de l'usage des textes par les enfants sur supports numériques peut être : « favoriser le bien-être des enfants et de l'environnement collectif en les rendant autonomes avec un ensemble de supports qui va lire les textes, en proposer une représentation animée » (Pignier, 2013, p.172). Un tel design « améliore » le « bien être » de l'usager relativement au cadre d'une certaine conception du bien être et peut, ne pas être perçu comme mélioratif par les usagers eux-mêmes. Si les objets de médiation (l'ensemble artefactuel) mais aussi les textes-contenus médiés sont élaborés en fonction d'une certaine orientation stratégique, ils

6 http://www.alliance-francaise-des-designers.org/definition-du-design.html, consulté en juillet 2016

7 Selon S.Vial il s'agit, dans le projet de design, de « concevoir un dispositif artéfactuel complexe qui donne forme à des usages autant qu'il produit des connaissances » in « De la spécificité du projet en design : une démonstration », *Communication & Organisation* 2/2014 (n° 46) , p.28.

8 « Intention méliorative » également soulignée par S.Vial : « Le design est donc une pratique de création orientée vers le futur et sous-tendue par une intention méliorative. Il s'agit de mettre la création au service de l'amélioration des conditions de vie [...] », *op.cit*, 2014, p.8.

9 N. Pignier, "De la vie des textes aux formes et forces de vie. Texte, sens et communication, entre esthésie et éthique.",HDR sous la dir. de J.J Boutaud, Université de Bourgogne, *AS-Actes Sémiotiques*, 2013,p.172.

sont cependant susceptibles d'être perçus différemment par les usagers.

Dans le cadre de médiations numériques proposées par Greenpeace (pétition et vidéo à partager) concernant « la présence de pesticides dans les fruits et légumes de l'enseigne »[10], la visée de l'ONG est d'alerter les usagers sur les dangers des pesticides. La conception du danger est alors associée à une dimension d'alerte en utilisant des objets de médiations appelant à l'action (la pétition) et un contenu recréant les conditions de l'alerte (la vidéo montrant « les conduites à tenir »). Ce dispositif de médiation peut-être perçu, par certains usagers, comme « alarmiste » et dans ce cas, ne pas être envisagé comme une source d' « amélioration » par ces derniers mais comme « inutile » voire «agressif ».

> **Ainsi, nous entendons par design un processus créatif (une pratique de conceptualisation et de conception faisant émerger des solutions nouvelles ou imaginatives) associant desseins (des objectifs et visées éthiques) et dessins (une mise en forme, en matière, en fonctionnalités qui ne sont pas forcément des objets mais plus largement des dispositifs de médiation)** [11] **.**

I.2. Le dispositif d'interaction

Quelles sont les caractéristiques sémiotiques de ce processus créatif dans le design numérique ou autrement dit quels en sont les plans de contenus et d'expressions ?

Le design des technologies numériques a pour première caractéristique de se fonder sur une conceptualisation et conception à base de calculs. Le matériau numérique est

10 http://agriculture.greenpeace.fr/jus-multi-pesticides-decouvrez-le-nouveau-spot-publicitaire-de-leclerc-obscur? Consulté le 10 juillet 2016

11 Le design comme dessein et dessin renvoie à la racine latine « Designare » sur laquelle se fonde le mot anglais « Design ». Nicole Pignier entend par design « l'association de ces deux entités : d'une part un ou des dessein(s) à savoir des objectifs tels que pouvoir communiquer, s'informer et informer [...] mais aussi des finalités [...] D'autre part, à ce(s) dessein(s) est (sont) associé(s) un (ou des) dessin(s) à savoir une conception des formes, des couleurs, des tailles mais aussi des fonctionnalités, de la performance, le choix d'un système technologique, le choix de matériaux plus ou moins écologiques. », in Nicole Pignier, op.cit., 2013, p.172.

alors employé « à la fois comme fin[12] et comme moyen » (Vial, 2013, p.275) dans le sens où le design numérique utilise la matière calculée pour créer et que le résultat de cette création se manifeste, se donne à percevoir et à vivre, par l'intermédiaire d'un dispositif technologique complexe. Celui-ci est composé d'un dispositif conceptuel lié à la programmation de la machine, d'un dispositif matériel et logiciel permettant la mise en réseau de cette programmation, d'une interface comme lieu de la mise en forme, mise en scène du processus créatif. L'interface que constitue la page-écran des sites-web est alors incluse dans un dispositif de médiation à partir duquel l'usager perçoit, commande et pratique l'univers ainsi créé (Pignier, 2013, p.117).

Chaque processus créatif, dans la pratique du design, est lié à une orientation stratégique spécifique : l'exemple du dispositif éducatif qui a pour finalité l'amélioration des conditions de lecture, ou du dispositif d'une ONG comme Greenpeace qui a pour finalité d'alerter les usagers sur les dangers des pesticides. Il est cependant une visée commune au design numérique : la création d'une situation d'interaction c'est à dire d'un rapport fondé sur l'implication et l'échange dans une situation de communication.

Nous souscrivons ici à la proposition de N. Pignier d'envisager la situation d'interaction dans l'espace numérique comme une relation entre sujets et non entre sujet et objet. N. Pignier considère en effet avec E. Landowski (2005, p.41) que le concept d'interaction « désigne les actions réciproques dans les relations avec les objets aussi bien qu'avec autrui, [...] Évidemment, pour que cette acception fonctionne (objet pris comme partenaire de l'interaction), il faut que l'on considère le partenaire non pas exclusivement comme un objet au comportement strictement programmé mais comme un sujet doué d'une sensibilité réactive, pas perceptive bien sûr. Erik Landowski définit la sensibilité réactive d'un objet comme sa capacité (prévue lors de sa conception) à réagir très exactement aux impulsions auxquelles nous les soumettons. » (Pignier, 2012, p.131).

Les partenaires sont « l'usager et l'interface-machine mais aussi l'interface que

12 Il ne s'agit pas ici de la finalité comme visée mais de la fin d'un processus créatif comme mise en forme au sein d'un dispositif numérique.

constitue la page écran » qui interagissent par un « échange gestuel, sensible et intelligible » (Pignier, Drouillat, 2008, p.31).

Selon N. Pignier et T. Gobert, la création de cette situation d'interaction dans le cadre du design numérique, comprend différents moments du faire sens fondés sur une pluralité d'esthésies, c'est à dire sur « des manières de vivre l'information et la communication de façon spécifique » (Pignier, Gobert, 2014, p.2). Les auteurs reprennent, à la suite de Goffman (1973) et Boutaud (2005), les étapes de préfiguration, configuration et figuration d'une situation d'interaction, pour mettre à jour les effets de sens du design numérique :

- La préfiguration des effets de l'interactivité est liée à la programmation de la machine (« alliant mathématiques, électronique, informatique, cybernétique, télécommunications » (Pignier, Gobert, 2014, p.4)).
- La configuration de scènes d'interaction[13] intervient au moment du design des supports matériels et logiciels (le choix des supports matériels de l'interaction (un écran), de supports logiciels (un logiciel libre), de dispositifs permettant la mise en relation (le cloud). La configuration est ensuite « dessinée » par le design éditorial c'est à dire par l'orchestration multimodale et la mise en fonctionnalités de l'espace d'interaction au sein de la page-écran.

Il s'agit de donner corps (dans le dispositif), de mettre en scène et en fonctionnalité une scène d'interaction. Ces moments de la préfiguration et de la configuration caractérisent le dispositif, c'est à dire l'ensemble des processus et acteurs intervenant dans la définition/conception d'un projet d'interactivité et d'interaction.

- Le moment de la figuration ou contre/figuration du projet d'interaction se fonde sur « une esthésie liée au geste de l'usage d'un support numérique, éditorial, médiatique, matériel, logiciel. » (Pignier, Gobert, 2014, p.7).

13 Nous reprenons ici la distinction opérée par Nicole Pignier et Benoît Drouillat entre l'interactivité qui désigne « les animations cinétiques des médias informatisés et leurs capacités à calculer l'intervention de l'utilisateur » et l'interaction qui concerne « l'échange gestuel, sensible et intelligible entre l'usager et l'interface-machine mais aussi l'interface que constitue la « page-écran » (2008, p.31).

Nous reprenons la définition de N. Pignier du geste de l'usage comme « un geste perceptif engageant le corps et le mental tout à la fois, un geste éthique engageant l'usager dans une finalité, une manière de vivre, d'être à l'autre, au-delà d'un simple objectif de pratique informationnelle, communicationnelle » (Pignier, 2013, p.160). En effet, l'usager intervient par un geste corporel en appuyant sur des objets de commande, en effleurant une zone tactile, en pressant les touches d'un clavier, etc. Il ouvre ainsi différents espaces contemplatifs, ludiques, informationnels, etc. qu'il perçoit, ressent de manière particulière et sur-lesquels il agit. Ce geste se concrétise sur l'interface qui est l'espace visible du projet d'interaction (la page-écran) et à partir duquel l'usager construit son point de vue et intervient, avec sa sensibilité perceptive, sur la scène d'interaction.

Le projet d'interaction préfiguré et configuré par le design numérique interroge, tout au long du processus créatif, l'usage qui va pouvoir être fait du dispositif sans pouvoir le prévoir entièrement. Le design numérique conçoit alors un véritable espace co-énonciatif au sein duquel l'usager en tant que co-énonciateur est invité « à jouer des rôles, à vivre une pratique de communication plus ou moins singulière. » (Pignier, 2013, p.127).[14]

L'implication de l'usager dans l'énoncé est également analysé par V. Mabillot dans l'univers des jeux interactifs (Mabillot, 2003). L'auteur identifie l'acte de modification de l'énoncé contenu dans l'espace médiatique par l'usager au moment de l'interaction, une modification qui implique une perméabilité entre ce qu'il nomme « la sphère symbolique » (la scène d'interaction) et la sphère de l'expérience « les lieux d'opérationnalité de l'énonciation » (V. Mabillot, 2003, p.109). L'auteur explique qu'en effet « [...] si on reprend le déroulement d'une séquence interactive, il faut que l'utilisateur fasse comme s'il pouvait agir sur et dans le symbolique. Et par réversibilité, le symbolique doit être ouvert à une initiative externe. Tant que

14 Pour définir l'usager comme coénonciateur dans la situation d'interaction numérique N. Pignier fait appel à la définition proposée par D. Mainguenau : « Employé au pluriel et sans trait d'union, coénonciateurs désignera les [différents] partenaires du discours. », in D. Maingueneau, *Analyser les textes de communication*, coll. « Lettres sup », Dunod, Paris, 1998, p. 40.

l'utilisateur ne fait pas valoir ses " pouvoirs interactifs ", l'interactivité n'existe pas. » (Mabillot, 2003, p.110).

Ainsi, V. Mabillot définit l'énonciation dans une « communication interactive comme étant la construction d'un dispositif où des acteurs co-construisent un énoncé » (Mabillot, 2003, p.107). La construction de l'énoncé est dépendante de la «perméabilité sémiotique » que V. Mabillot définit de dynamique, relative, multimodale et impliquante.

En effet, la situation d'interaction évolue au cours de l'implication de l'usager et est donc dépendante (relative à) des configurations du dispositif. L'interaction configurée par différentes modalités d'écriture, visualisation, manipulation permet une implication de l'usager.

Dans le domaine applicatif du jeu vidéo, on comprend la pertinence de cette conception de l'usager comme co-énonciateur par l'intermédiaire d'un dispositif qui institue l'usager en personnage. Plus rares sont les analyses envisageant l'usager comme co-énonciateur lorsqu'il s'agit de dispositifs sans prétentions ludiques, comme le proposent N. Pignier et B. Drouillat en 2004 dans *Penser le webdesign. Modèles sémiotiques pour les projets multimédias*. Pour ces auteurs, la participation active de l'usager, à travers sa gestualité perceptive, lui confère le rôle de co-énonciateur.

Ainsi, nous définissons le design numérique comme un processus de conceptualisation et conception à base de calculs lié à des orientations stratégiques spécifiques et visant la création d'une situation d'interaction. Celle-ci est créée par la préfiguration technologique des effets de l'interactivité et la configuration matérielle, logicielle, éditoriale et fonctionnelle d'un espace co-énonciatif.

Nous utiliserons tout au long de notre analyse les termes de :

- *Dispositif numérique* pour qualifier l'environnement technologique et les acteurs intervenant dans le processus de préfiguration et configuration d'une

scène d'interaction en fonction d'orientations stratégiques spécifiques.

- *Scène énonciative* pour caractériser la mise en forme et en fonctionnalités d'un espace d'interaction sur la page-écran (l'interface) par le design éditorial et d'usage.
- *Espace co-énonciatif* pour qualifier le lieu de la situation d'interaction lorsque l'usager s'implique, par une gestualité perceptive et éthique, dans la scène configurée.

II. Scène d'interaction

II.1. Visée de l'interaction et stratégies co-énonciatives

Le design d'un objet logiciel et/ou matériel et/ou éditorial est le dessein d'un projet d'interaction lié aux objectifs et à la visée éthique d'une instance énonciative. Il est aussi le dessin c'est à dire la mise en énoncés de cette scène d'interaction.

La réalisation de la situation d'énonciation telle que préfigurée et configurée dans le dispositif est confrontée au geste éthique et perceptif de l'usager, et relève ainsi d'une esthésie c'est à dire d'une manière de vivre et de faire l'expérience de l'interaction. Il s'agit d'une *manière sensible* au sens donné par E. Landowski, liée à la « compétence esthésique » (Landowski, 2005, p.43) de l'usager, sa capacité à percevoir, ressentir, de manière singulière, un espace signifiant. N. Pignier (2013, p.154) à la suite de P. Ouellet (2000, p.251) précise que l'esthésie caractérise la sensibilité collective et *l'esthèsis* « la sensibilité individuelle, les qualités sensibles que l'énonciateur vit en énonçant, que le sujet vit lors de l'acte perceptif » (Pignier, 2013, *Ibid.*).

L'utilisation du terme de design déborde la définition stricte d'un acte de conception pour désigner l'ensemble du processus d'énonciation d'un projet d'interaction. Les différentes strates technologiques, matérielles, éditoriales, d'usages sont des strates

énonciatives « différentes, inter-reliées » qui au lieu de « se succéder tout au long de la vie des produits numériques » vont être réénoncées « par le design en tant que dessin et dessein qui ne sont pas neutres. » (Pignier, Gobert, 2014, p.9). Ces desseins et dessins sont en effet liés aux orientations stratégiques d'une instance énonciative qui appellent la configuration d'une scène d'interaction spécifique.

La manière de conceptualiser et de concevoir cette scène peut conduire à des situations d'interaction opposées. B. Stiegler met en avant la visée éthique initiale d'Internet qu'il définit comme un « milieu » associé c'est à dire s'enrichissant de la contribution des acteurs de ce milieu. Nous le définissons comme un espace co-énonciatif. Selon le philosophe, c'est parce qu'internet est « un milieu associé, participatif et dialogique qu'il a permis le développement d'un nouveau modèle industriel de production de logiciels à partir d'un système d'exploitation informatique en libre accès, Linux. » (Stiegler, 2006, p.7). Les usagers étant les «praticiens », ils font « évoluer les logiciels eux-mêmes, dans la mesure où les praticiens des logiciels en sont aussi les développeurs : ils mettent en œuvre un savoir qu'ils forment par ces pratiques mêmes. » (Ibid, p.7). L'auteur y oppose un milieu dissocié, pour nous un espace qui «contraint» la co-énonciation, que le modèle classique industriel avait jusqu'ici imposé, en séparant les producteurs des consommateurs. La dissociation se produit lorsque la situation d'interaction n'est plus le résultat de la contribution des usagers pour sa concrétisation, mais que ces derniers, assurant pourtant son fonctionnement par leurs usages, sont dissociés des connaissances concernant leur propre espace.

L'orientation stratégique sur Internet peut également produire des formes de dissociation, en « verrouillant » la situation d'interaction lors du processus inter-reliant les différentes strates énonciatives du dispositif numérique. Par exemple, les systèmes de « recommandation » de produits sur un mode prédictif ou prescriptif (prescrire un ouvrage en fonction de que l'on « connaît » de l'usager ou de sa communauté ; ou prédire ce que fera l'usager si on lui propose tel ouvrage) se révèle souvent un facteur de dissociation et ceci, en fonction de la visée stratégique des

concepteurs de la situation d'interaction. Si la configuration du dispositif (l'algorithme de recommandation) définit que les ouvrages sont recommandés en fonction de leurs notoriétés, le best-seller du moment apparaîtra alors dans les suggestions de tous les usagers.[15]

La scène d'interaction est de ce fait « verrouillée » et produit ce que O. Ertzscheid repère comme étant des enclosures[16], c'est à dire le fait de clore, de fermer, d'entraver le processus de libre circulation de l'information. Dans notre cadre d'analyse, l'enclosure concerne le maintien en circuit fermé de la situation d'interaction, le blocage de la relation co-énonciative.

Dans le cas de ce type d'algorithme de recommandation, ce ne sont pas les pratiques de recherche des usagers qui «influent» sur la recommandation et qui permettent l'enrichissement de la relation co-énonciative mais une stratégie uniformisante qui fige la scène comme l'usage qui peut-être fait à partir de cette scène : il y a là, manifestement, une enclosure de la situation d'interaction.

Cependant, nous pensons que ce même dispositif peut permettre, en se fondant sur la diversité des usages, une ouverture des relations. En effet, si le système de recommandation est configuré en fonction de la diversité éditoriale et de la thématique traversant la recherche de l'usager, ou encore s'il est alimenté par l'usager lui même,[17] il peut faire émerger des références d'ouvrages d'auteurs moins connus et

15 O. Ertzscheid, D'un numérique l'autre : des moteurs, des libraires, et des usages, cahiers de la librairie, 2006, pp.33-42.

16 « À l'échelle des usages de l'information numérique, nous définirons une enclosure comme un élément d'information ou de connaissance dont la libre circulation documentaire est entravée, et/ou qui ne peut-être documenté, qui ne peut rentrer dans un processus documentaire (de conservation, d'archivage, de diffusion, etc.) qu'en circuit fermé ou dans des conditions d'appropriation en contradiction avec la capacité d'une gestion collective et définies par le site hôte et non par le producteur ou le créateur de la ressource. »
O.Ertzscheid, « Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer », in Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication, [En ligne], 6 | 2015, mis en ligne le 29 janvier 2015, http://rfsic.revues.org/1425

17 « À l'inverse, un usager appliquant aux ressources qu'il produit des licences creative commons fonctionnant comme autant de métadonnées, ou bien encore une bibliothèque « documentant » des ressources web à l'aide de métadonnées comme le Dublin Core, vont permettre et faciliter l'émancipation des ressources et permettre, indépendamment d'une

de maisons d'éditions plus petites. Dans ce cadre, le dispositif permettrait l'exercice d'une véritable relation co-énonciative, l'usager comme co-énonciateur et le dispositif s'enrichissant d'une nouvelle référence.

Ces deux modes de configuration se fondent donc sur des stratégies co-énonciatives différentes, des manières particulières de faire vivre la situation d'interaction (une stratégie d'ouverture ou de fermeture de la relation dans nos exemples), et sont dessinés par des strates énonciatives inter-reliées.

La collecte des données intervient pendant l'interaction de l'usager, c'est donc le geste de l'usage qui alimente la strate des technologies programmée pour réagir à celui-ci. Une fois la première boucle du projet accomplie, la strate technologique des données s'intercale dans les différentes phases. En fonction des données collectées sur les préférences de l'usager, le design éditorial se personnalise automatiquement, en affichant par exemple une pétition liée à une thématique précédemment consultée par l'usager, car le design technologique aura intégré ces données dans l'algorithme préfigurant l'espace d'interactivité.

L'usage lui même est impacté à plusieurs niveaux : l'espace personnalisé conduit l'usager à d'autres actions configurées pour lui. C'est aussi, comme le souligne N. Pignier et T. Gobert, la connaissance, par l'usager, de ce traçage qui peut influer sur son comportement et, peut-être, entamer une certaine sérénité dans l'usage du dispositif (op.cit, p.7).

Le design numérique, par ce processus créatif relié à une visée stratégique, configure des expériences d'information et de communication via une co-énonciation.

L'expérience co-énonciative propose ainsi à l'usager une médiation avec le milieu perçu, interprété via des processus techno-symboliques.

Les manières d'être au monde configurées par le design numérique constituent selon nous des formes de médiation avec le milieu qui ne se confondent pas avec le milieu

captation ou d'un hébergement par un site « prédateur » de rendre possible la déportation ou le retour dans un cycle documentaire vertueux de la ressource documentaire concernée. » in O. Ertzscheid, op.cit., 2015.

réel. S. Vial nomme l'ontophanie numérique (Vial, 2013, p.185) les nouvelles relations au monde impliquées par l'interactivité, la simulation, la versatilité, la réticularité, la reproductibilité, la réversibilité, le caractère auto-destructrible, fluide et ludogène de l'espace numérique (Vial, 2013, pp. 185-246). Nous opérons quant à nous une distinction entre médiation et milieu. L'ontophanie numérique décrite par S.Vial offre la vision d'un « Faire-monde » « enchanté »[18] par les dispositifs numériques tout autant qu' « incontournable ». Si l'auteur précise des aspects qu'il caractérise de « secousses phénoménologiques » comme la « possibilité effective de l'annulation » d'actions réalisées par les usagers, il n'entrevoit pas de contournements possibles car, selon lui, « quelque soit le vertige que procure l'ontophanie numérique, il s'accomplira comme les autres et l'humanité assimilera la culture ontophanique de la réversibilité » (Vial, 2013, p. 231). Or, nous considérons que ces nouvelles configurations de notre rapport au monde, et parce qu'elles ne sont pas issues d'un phénomène naturel mais proviennent d'une visée stratégique mise en œuvre par l'Homme, peuvent faire l'objet de résistances, de contournements, de détournements et sont, à ce titre, des médiations au milieu. Ces configurations énonciatives sont sans cesse interrogées par des usages quotidiens qui peuvent influer, à plus ou moins long terme, sur les caractéristiques de l'espace numérique, tout comme les recherches visant à permettre une meilleure connaissance de cet espace et des manières d'être qu'il fait naître[19].

Par ailleurs, les stratégies co-énonciatives peuvent être source de désenchantement ou de déplaisir comme le montrent les récentes analyses de T. Gobert (2013). Selon l'auteur, « le déplaisir numérique » témoignent d'une forme de surinvestissement des effets de cet univers numérique lorsque celui ci est considéré comme une sorte de remède à la morosité.

Les stratégies co-énonciatives configurent des possibles manières d'être au

18 L'auteur parle d'enchantement factitif du design numérique, op.cit, 2013, p.249.

19 Nous renvoyons par exemple à l'article de O. Ertzscheid, « Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer », in *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 6 | 2015, mis en ligne le 29 janvier 2015.

monde plutôt qu'une fusion avec ce monde (Pignier, 2013, p.42) via un dispositif de médiation numérique qui relève de choix et de sensibilités d'usages multiples, entre esthésie (sensibilité collective) et esthèsis (sensibilité individuelle).

II.2. La mise en scène de l'interaction : l'univers référentiel

Les caractéristiques du dispositif numérique configurent des modes de relation à l'espace co-énonciatif. Cette orientation stratégique donnée à la scène d'interaction est également dépendante des valeurs morales, éthiques et imaginaires de l'instance énonciative (qui pour nous est l'ONG), c'est à dire son *ethos*. D. Maingueneau a réinvesti ce concept au delà de la dimension d'oralité qui caractérise l'*ethos* dans la rhétorique d'Aristote. L'*ethos*, selon l'auteur, articule « corps et discours au-delà d'une opposition empirique entre oral et écrit » ; il caractérise « un monde éthique » mis en œuvre par « la voix » d'un énonciateur (Maingueneau, 2002, p.63).

N. Pignier propose l'analyse de la portée « morale mais non moralisante » des situations d'énonciations numériques à partir de la mise en scène de l'*ethos* au sein de la page-écran au sens d' « un faire social, une représentation morale et imaginaire » que les ONG « nous invitent à adopter. » (Pignier, Drouillat, 2008, p.50).

L'ONG produit des énonciations, dans lesquelles s'exprime, se construit un *ethos* particulier c'est à dire une vision éthique de l'engagement qui peut-être une approche active et transgressive au cœur de l'espace social ou au contraire une approche contemplative et créative, etc.

Comment le design éditorial des interfaces vient configurer le dessein éthique de l'instance énonciative ? Quels sont les signes de cet *ethos* dans l'espace numérique configuré ? sont les questionnements principaux de cette première partie de l'analyse.

Le design comme processus créatif conçoit un univers particulier qui apparaît à

l'usager par l'intermédiaire d'une interface, une page-écran comme support de l'interaction (sur laquelle il peut agir). Les signes plastiques (forme, couleur, matière, composition) et iconiques (faisant référence à une forme de réel) organisés au sein de cette page-écran constituent l'univers référentiel à partir duquel l'usager peut, dans un processus d'interprétation, de co-énonciation, figurer ou contre-figurer la situation d'interaction.

Cet univers établit ainsi une promesse d'énonciation « [...] visant à décrire le réseau des références non seulement à l'intérieur de l'énoncé, mais aussi entre celui-ci et l'instance de l'énonciation » (Greimas, Courtès, 1993, p.312). Ce réseau de références est composé des signes issus de la mise en scène des énoncés (exprimant un *ethos*), et des signes de la mise en scène de la relation co-énonciative. Cette mise en scène issue de la stratégie co-énonciative met en relation l'*ethos* de l'instance énonciative et le geste perceptif de l'usager comme co-énonciateur dans le tracé[20] de l'*ethos* proposé. Ce geste plus ou moins impliqué dans l'espace créé par l'instance énonciative relève d'une esthésie et esthèsis particulières.

Au sein de l'interface sont agencés les différents signes structurant un espace co-énonciatif. Les travaux de L. Marin montrent de quelle manière dans l'espace de l'œuvre picturale, par le truchement énonciatif (en re-présentant quelque-chose, c'est à dire en présentant de nouveau[21]), se configure un mode relationnel entre l'énonciation elle-même (se présentant comme une forme de la réalité) et l'usager co-énonçant.

Bien que l'objet d'analyse de l'auteur soit différent du nôtre et limite l'espace co-énonciatif à un espace contemplatif, (celui du tableau), cette approche nous permet d'envisager l'univers référentiel énoncé sous formes de signes plastiques et iconiques communiqués dans la relation énoncé / co-énonciateur. Pour L. Marin, l'expression du

20 Nous avons proposé dans l'introduction de notre première partie le terme de tracé comme caractérisant « l'espace tracé » par l'ONG en fonction des valeurs morales et éthiques, c'est à dire en fonction de l'*ethos*.

21 Re-présenter au sens de « présenter de nouveau » ne suppose pas le caractère figuratif dans le cas d'une représentation picturale mais bien un acte d'énonciation d'une forme de réalité perçue.

pouvoir (dans les œuvres du XVIIème siècle) réside dans l'énonciation de ce pouvoir se présentant comme réel à la surface du tableau (Marin, 1994, p.305). Ce ne sont pas les mêmes types d'actes de langage convoqués dans une stratégie de communication que dans le geste artistique. Cependant, le processus de mise en scène de la relation décrit par L. Marin éclaire, selon nous, le processus de co-énonciation à l'œuvre dans un dispositif de médiation.

À la suite de l'auteur nous pensons que ces énoncés ne se confondent pas avec la réalité mais présentent à nouveau une forme de réalité énoncée prise comme référence par le co-énonciateur. Les signes de l'univers référentiel forment un énoncé (par exemple, la guerre en Syrie énoncée par un reportage vidéo, des textes, des liens hypertextuels renvoyant à des diaporamas) et une forme de réalité présentée par l'instance énonciative (l'impossibilité pour les acteurs de MSF d'accomplir leur mission dans les conditions de « la terreur et l'exil » : les signes textuels, cinétiques, visuels traduisent ici toute la violence de la situation pour la population de Syrie).[22]

La définition du signe comme énoncé et présentation d'une forme de réalité-vérité proposée dans les travaux de L.Marin s'inscrit dans la théorie sur la logique de Port Royal (Arnaud, Nicole, 1662) : « Nous jugeons les choses, non par ce qu'elles sont en elles-mêmes, mais par ce qu'elles sont à notre égard; et la vérité et l'utilité ne sont pour nous qu'une même chose. » (1662, p.261). Ainsi, dans notre exemple, la réalité de la guerre en Syrie énoncée par l'ONG sera perçue (pour le co-énonciateur qui partage l'univers référentiel de l'ONG) en fonction de la présentation de « l'exil et la terreur ».

Notre conception d'un univers référentiel se fonde sur l'idée que la forme de réalité issue du processus co-énonciatif à visée stratégique n'est que la réalité signifiante d'un monde et pas la réalité du monde au sens de la nature. A. Berque, en tant que géographe et philosophe, propose une distinction éclairante entre la réalité d'un monde et la réalité de la Terre : « En se dressant vers le ciel, l'être devenant humain acquit la faculté de parler ; c'est-à-dire de prédiquer *la* Terre en *un* monde, celui-là

22 Article du 24 juin 2016 in http://www.msf.fr/actualite/dossiers/urgence-syrie

même qu'il construisait en même temps par ses techniques. Notre monde en effet n'a pas l'universalité de la nature ; il n'est autre que la manière singulière que nous avons de sentir, de dire, de penser et de faire des choses à la surface de la Terre [...] Chaque monde est ainsi le prédicat singulier d'un sujet universel : la nature. Mais la réalité, qui se produit historiquement dans ce rapport, ne nous apparaît jamais qu'en deçà de l'horizon de notre propre monde. C'est pourquoi, confondant le sujet dans le prédicat, l'humain est porté à dire *le* Monde (comme s'il n'y avait pas d'autre prédication possible) et *la* Réalité (comme si la réalité des autres n'était qu'illusion). Nous posons faussement l'équation S (sujet) = P (prédicat), alors que la réalité n'est que S/P : un rapport de prédication entre *la* Terre et *un* certain monde. ». (A.Bercque, 2002, p.49).

Ainsi, l'espace numérique co-énonciatif des ONG n'est que la relation entre une situation dans le monde (crise environnementale, faim dans le monde ...) et le monde de l'ONG (son analyse, son ressenti, son vécu par rapport à cette situation). Ces formes d'expression ne sont pas la situation mais une relation perceptive et co-énonciative à la situation. L'usager percevra ensuite celle-ci en fonction d'une sensibilité propre et d'une disposition à entrer dans le jeu co-énonciatif, l'*ethos* proposé. C'est cette forme de réalité que nous définissons par « univers référentiel énoncé », celle d'un espace de l'énonciation faisant sens pour les co-énonciateurs.

> **L'univers référentiel énoncé est : l'organisation au sein du support formel de la page-écran, de signes iconiques et plastiques exprimant l'*ethos* de l'instance énonciative et la mise en scène de la relation du co-énonciateur à une forme de réalité énoncée.**

La mise en scène des énoncés et des relations co-énonciatives s'effectue au sein des supports matériels et formels. Nous faisons référence aux travaux de E. Souchier sur l'énonciation éditoriale (1998) et sur les écrits d'écran (1996). Pour l'auteur, comme pour Y. Jeanneret qui poursuivra cette voie, l'interface est le lieu où les « signes trouvent leur forme et leur organisation » (Jeanneret, Souchier, 2005, p.6).

Ainsi, l'énonciation éditoriale inscrit dans le support une « trace objective de l'énonciation » qui « relève de la pratique des métiers et plus généralement de la pratique sociale » (Davallon et al, 2003, p.20). Nous définissons cette énonciation comme étant la mise en scène de l'*ethos* et de la relation co-énonciative : « la trace objective» de la « pratique sociale » dont parle J. Davallon est, pour nous, la mise en scène d'une forme de réalité partagée par les co-énonciateurs dans l'espace numérique.

Cette mise en scène procède d'une part, de « l'orchestration multimodale » c'est à dire l'agencement spécifique entre signes textuels, linguistiques, visuels, sonores et cinétiques ; d'autre part, elle relève de la configuration de modes de gestualités particuliers.

N. Pignier fait en effet l'hypothèse que chaque mode d'interaction gestuelle, au cours de l'action, peut constituer « des formes iconiques qui génèrent du sens dans leur relation avec le corps de l'usager » (Pignier, 2012, p.1). En plus de la fonction de support matériel et formel de l'interface, N. Pignier définit une fonction de support erghodique couvrant les modes d'interaction gestuelle, les fonctionnalités. » (Pignier, 2014, p.7 ; 2008, p.17).

L'auteur emprunte le terme ergodique à Espen J. Aarseth (1997) afin de mettre en évidence la notion de parcours de travail de l'usager au sein de l'interface. « Le concept de principe erghodique nous paraît plus pertinent que celui de principe de navigation, ce dernier renvoyant métaphoriquement à une pratique et à un imaginaire d'exploration [...] pas forcément adéquats à la représentation de tous les dispositifs proposés pour parcourir un texte » (Pignier, 2012, p.3).

II.3. La potentialisation des expériences

Une telle conception de la dimension iconique et expérientielle du geste dépasse les dimensions opérationnelles assignées à l'usage de dispositifs numériques qui reposent sur le fait que « le lecteur devient manipulateur et doit «agir» la machine à des fins purement fonctionnelles. » (Jeanneret et Souchier, 1999, pp.98-

99).

Cette approche « fonctionnelle » du dispositif numérique envisage les actions des usagers comme des opérations. A. Zinna distingue, par exemple, les actions directes ou indirectes de l'usager sur la machine : par la souris, le clavier, par l'écran tactile ou encore par transparence (le regard, le souffle, la voix) (Zinna, 2005).

L'auteur nomme « interface sujet-sujet » pour définir cette dernière catégorie par distinction à l'interface objet-sujet plus répandue selon lui. Pour A. Zinna cette relation sujet/objet est liée aux caractéristiques matérielles du dispositif avec « une partie qui se dirige vers d'autres objets et une partie prévue pour l'intervention active de l'usager » (Zinna, 2005, p.15). Il pose ainsi le cadre d'une analyse fonctionnelle en précisant les modalités d'actions de l'usager : « Grâce à la modalité de figuration iconique et par l'intervention au moyen d'un pointeur virtuel, les interfaces graphiques nous indiquent les fonctions et les gestes nécessaires pour organiser les données. » (Zinna, 2005, p.19). Si l'usager ne comprend pas immédiatement ce langage, il pourra alors procéder « par tâtonnement » (Ibid). Or, nous avons précisé que, pour nous, la situation d'interaction numérique relevait de la situation de co-énonciation entre sujets avec, en jeu, la sensibilité perceptive de l'usager et la sensibilité réactive du dispositif. Nous pensons avec N. Pignier qu'en agissant, l'usager ne fait pas que constater la matérialité ou les fonctionnalités de son support. L'usager est relié au support matériel, formel et erghodique pour accéder à une situation d'interaction et engager une relation co-énonciative (Pignier, 2014, p.3).

En effet, la « manipulabilité » des contenus interactifs permet la création d'un univers référentiel « impliquant » (Saemmer, 2011, p.48). L'objectif poursuivi par A. Saemmer d'établir une véritable « rhétorique de la réception du discours numérique » (Saemmer, 2016) s'inscrit également dans une approche du design numérique comme générateur d' « expériences (de lecture) inédites » (Ibid, p.28) à laquelle nous souscrivons.

Y. Jeanneret a souligné, dans plusieurs analyses, l'anticipation des pratiques au moment de la conception du dispositif : « La création du logiciel et ces

perfectionnements successifs procèdent en permanence d'une écriture des pratiques » (Jeanneret, 2007, p.328). Une telle conception des signes de l'énonciation éditoriale renvoie à la notion de « configuration de scènes pratiques par le design » pour N. Pignier (2015) ou encore à « la figuration de l'anticipation des pratiques » au sein du dispositif pour A. Saemmer (2016). En effet, ces signes présentent l'*ethos* de l'instance énonciative tout comme ils contiennent les expériences prévues pour l'usager.

La strate énonciative du design éditorial, en configurant le sens de la scène d'interaction par l'orchestration multimodale et les modes d'interaction gestuelle, interroge les possibles usages du dispositif, son potentiel de factivité.

Nous entendons par potentiel de factivité, la capacité du design à « faire être », « faire faire » ou « faire croire » telle que le définit A. Beyaert Geslin. L'analyse de l'auteur sur les chaises en diverses époques montre que la pratique réalise « certaines propriétés de l'objet et en potentialise d'autres » (Beyaert Geslin, 2012, p.100). L'objet ne se résume plus à sa fonction (permettre de s'asseoir dans l'exemple de l'auteur) mais à la potentialisation d'une manière de l'être ensemble (proximité, échange, distanciation, ...). Cette potentialisation ne résiste pas à l'usage des objets « en leur laissant toujours le dernier mot » (Ibid). Ce sont en effet les processus d'ajustement au cours des pratiques qui donneront différentes valeurs à l'objet factitif : ce qu'il se révèle être pour l'usager le pratiquant à un moment donné.

C'est également ce que suggère M. Deni lorsqu'elle dessine les contours d'une sémiotique factitive (Deni, 2005). La sémiotique factitive analyse la pratique et les actions « sur lesquelles se fonde le projet, en identifiant les niveaux de pertinence adéquats. ». L'étude du potentiel de factivité revient à prévoir « les pratiques d'actions caractérisant la relation » (Deni, 2015, p.139).

Le design numérique potentialise une « expérience énonciative éditoriale » telle que définie par N. Pignier comme mise à l'épreuve des « co-énonciateurs en les réunissant dans une scène qui propose un vivre ensemble avec des valeurs et un ancrage culturel spécifiques. » (Pignier, 2013, p.129).

Nous parlerons de « modèle » d'interaction car l'espace co-énonciatif constitue un espace de référence pour l'expérience potentielle. C'est à partir de celui-ci que l'usager est invité à partager et à faire l'expérience d'un univers référentiel exprimant un *ethos* particulier.

Le modèle d'interaction caractérise la configuration d'une scène d'interaction fondée sur une manière spécifique de faire vivre la communication numérique en fonction d'une visée éthique (l'*ethos* de l'instance énonciative) et de la potentialisation d'expériences (l'expérience énonciative éditoriale).

III. L'expérience d'interaction

III.1. *ethos* co-énonciatif

L'expérience énonciative éditoriale est l'expérience potentialisée par le dispositif : elle peut donc s'analyser à partir des signes de l'*ethos* de l'instance énonciative et les différentes strates de sens configurées par le design des dispositifs.

Elle ne caractérise cependant pas l'expérience de l'en acte, c'est à dire l'expérience vivante et vécue au moment de la pratique (Fontanille, 2008). C'est dans le cours de l'interaction que se révèle la plus ou moins forte adhésion de l'usager à l'espace co-énonciatif configuré.

Ce cours de l'interaction est considéré, depuis les études de l'École de Palo Alto et de l'Interactionnisme Symbolique, comme étant de nature mouvante, changeante. L'apport principal de ces courants de pensée fut de mettre en évidence que les interactions impactent autant le particulier (chaque personne dans un processus relationnel) que le général (la vie sociale), engageant les modes relationnels sur de multiples voies et issues. Un modèle figé et systématique d'analyse du mode

d'interaction se heurte aux différentes variations du cours de la communication. Chaque personne agissant sur des scènes changeantes, et participant à la variation de ces scènes, c'est l'approche systémique qui est alors retenue pour l'analyse de la situation de communication. Avec l'Interactionnisme Symbolique, on admet la capacité de l'individu à se reconnaître à l'intérieur de la scène de communication, possédant un « self » (Mead, 1933) agissant à l'intérieur du processus social.

L. Quéré (1988) emploie le terme de « contrôle réflexif » qui résume ce processus intersubjectif, assurant la liaison entre une prise de conscience de soi-même comme objet en situation de communication et le schéma voire la stratégie de communication de l'Autre. Il fait référence à la théorie de Mead qui rend compte du :

"contrôle réflexif des comportements et de la conscience de soi en se passant de la théorie du sujet construite par la philosophie de la conscience. Dans une interaction Ego peut susciter un comportement déterminé de la part d'Alter dans la mesure où, ayant anticipé la réaction prévisible de celui-ci à son acte, il accomplit celui-ci de façon à susciter précisément cette réaction. Cette capacité d'anticipation n'est pas une capacité de calculer mentalement la probabilité d'occurrence d'un comportement, de la pronostiquer, mais une capacité de prévoir qui est étayée par une organisation sociale ou intersubjective de la prédictibilité des gens. Cette prévisibilité socialement organisée repose sur deux éléments essentiellement : des symboles signifiants et des attentes normatives de comportement. » (Quéré, 1988, p.85)

En définissant la vie sociale par les éléments symboliques la composant, l'Interactionnisme Symbolique « assigne une importance énorme à la capacité de l'acteur à interpréter le monde social pour agir sur lui » (Rizo Garcia, 2008, p.5). Cette capacité est celle d'anticiper un mode de communication grâce à la compréhension des signes produits par les individus et une forme d'appropriation des symboles propres à la situation d'interaction en cours.

Nous souhaitons ici préciser notre approche de l'accomplissement d'une situation d'interaction en nuançant, avec E. Landowski, ces notions appropriation et d'anticipation .

Que ce soit face à des objets ou des individus, nous dit l'auteur, « nous sommes en relation avec quelques occurrences particulières du « monde », ou, ce qui revient au même, de l'Autre. ». Réfléchir en termes d'appropriation du monde suppose alors de « regarder le monde sur un mode instrumental et lire le comportement manifeste de notre interlocuteur (mais aussi le texte, le paysage, etc., bref la positivité qui nous fait face) en le réduisant à ceux de ses éléments susceptibles de correspondre [...] à nos propres visées ou centres d'intérêt. » (Landowski, 2004, p.27). Sans nier cette possibilité, l'auteur propose de lire la relation par des modes d'ajustement « entre nos dispositions, nos curiosités ou nos propres projets, et ceux de l'instance qui nous fait face... » (*Ibid.*). C'est de ce point de vue que « l'interaction est véritablement créatrice de sens » permettant une « construction réciproque des deux partenaires en relation » (op.cit., p.28), un accomplissement de la situation d'interaction.

E. Landowski décrit, par exemple, cet accomplissement dans l'acte de la lecture (en dehors du dispositif numérique) : « [...] l'énonciation c'est aussi ce qu'il y a probablement de plus substantiel – de plus charnel même – dans tout le procès de la production du sens : c'est la prise en charge du texte par une voix, celle de l'énonciateur précisément (en l'occurrence celle du lecteur), qui, en lisant le texte, lui donne corps. (...) l'énonciation apparaît à la fois comme une mise à l'épreuve de soi - comment jouer le texte pour l'accomplir ? - et si cette épreuve est heureusement vécue, comme une incarnation de l'autre, c'est à dire du texte : double et réciproque accomplissement. » (Landowski, 2004, p.35).

Ces formes d'accomplissement sont liées, dans le cadre de la situation d'interaction numérique, au geste perceptif et éthique de l'usager. L'usager manifeste, dans le temps de l'interaction, sa présence sociale et sensible au sens d'*ethos énonciatif*.

P. Ouellet appelle *ethos* énonciatif « cette posture intersubjective par laquelle on se situe en tant qu'auteur ou lecteur – co-énonciateurs – par rapport à la tonalité affective ou sensitive du discours, grâce à quoi on peut faire voir ou entendre une autre mesure que la « commune mesure », comme on dirait un autre sens que le « sens commun » (Ouellet, 2002, p.12).

Lorsque l'usager s'implique dans la situation d'interaction configurée invitant à une progression gestuelle et perceptive, il ajoute aux signes configurés par l'instance énonciative, les signes de sa propre présence. La théorie développée par E. Landowski sur les procédures d'ajustement, définissant une « construction dynamique et réciproque » de l'interaction entre les sujets (Landowski, 2002, p.42), nous invite à explorer la dimension créative de cette présence co-énonciative.

Ainsi, l'*ethos* co-énonciatif caractérise les signes de la présence de l'usager en situation d'interaction avec la mise en scène de l'*ethos* de l'instance énonciative.

III.2. formes de vie et styles d'interaction

Ces signes de la présence co-énonciative sont liés aux potentialités expérientielles ouvertes par la scène d'interaction configurée.

J. Fontanille définit la présence, « qualité *sensible* par excellence » comme « une première articulation sémiotique de la perception. L'affect qui nous touche, cette intensité qui caractérise notre relation avec le monde, cette tension en *direction* du monde » est, pour l'auteur, « ... l'affaire de la *visée intentionnelle* ; la position, l'étendue et la quantité caractérisent en revanche les limites et le contenu du domaine de pertinence, c'est-à-dire la *saisie*. La présence engage donc les deux opérations sémiotiques élémentaires [...] : la *visée*, plus ou moins intense, et la *saisie*, plus ou moins étendue » (Fontanille, 1998, p. 38).

L'analyse de J. Fontanille permet de dépasser le cadre stricte de la séquence modale et d'envisager la dynamique de l'interaction sous l'angle des variations d'intensités perceptives. La visée intentionnelle, c'est à dire les projections du sujet sur le monde, constitue, dans le cadre d'analyse de l'auteur, les préconditions à la signification de l'interaction.

Nous pensons cependant que dans le cours de l'interaction numérique, l'intensité de la

présence co-énonciative est dépendante de la saisie, c'est à dire de la perception de l'*ethos* de l'énonciation éditoriale par l'usager. L'usager en tant que co-énonciateur, en fonction de l'intensité avec laquelle il se saisit des énoncés, produit lui même un énoncé qui révèle sa présence au moment de la situation d'interaction.

Ainsi, notre approche de la présence de l'usager se limite à une scène d'interaction particulière à un moment particulier. Cette présence ne qualifie pas un style permanent des usagers mais une manifestation de leur interaction dans l'espace co-énonciatif. Nous faisons ici référence aux analyses de P. Ouellet (2002) sur la relation co-énonciative.

Selon l'auteur, les actes de communication donnent lieu aux sujets, les font co-exister *dans* et *par* la *re-présentation*. La présence de l'usager dans l'espace numérique est celle qu'il énonce par son geste perceptif et éthique. En cela, cette présence n'est pas une réalité stable. C'est la scène d'interaction sur laquelle agissent les usagers « qui fait advenir une co-présence du soi et de l'autre sinon dans le réel, qui ne cesse de nous « manquer », du moins dans l'espace énonciatif propre à tout acte discursif. » (Ouellet, 2002, p.14)[23].

Cet aspect est déterminant dans notre conception de l'observation des interactions. En effet, nous considérerons qu'un style d'interaction qualifie une présence à un instant donné. Le même sujet figurant une scène d'interaction sur le site d'une autre ONG donnera lieu à l'identification d'une nouvelle présence co-construite, par sa manière d'interagir et par la situation configurée dans le modèle d'interaction.

Comme l'a démontré J.M. Floch dans son analyse des usages d'objets techniques comme l'opinel, la diversité des « styles » d'action « témoignent *de la diversité des*

23 Citation complète : « La communauté se bâtit autour d'une forme « lacunaire » de coexistence, à laquelle seules la parole et la communication au sens fort peuvent prétendre pallier ou parer, dans la mesure où elles donnent lieu à l'autre dans et par l'adresse ou la demande, autant que dans et par le don et la faveur, en quoi consiste tout acte de parole, qui pallie l'absence par la re-présentation, qui fait advenir une co-présence du soi et de l'autre sinon dans le réel, qui ne cesse de nous « manquer », du moins dans l'espace énonciatif propre à tout acte discursif. » in Pierre Ouellet, « Une esthétique de l'énonciation. La communauté des singularités », *Tangence* n°69, 2002.

cultures et des modes de présence au monde » (2010, p.4), et « d'un *mode particulier de contact entre soi et le monde* » (Op.cit, p. 183). Pour saisir la diversité des manifestations des formes de présence co-énonciatives (des formes de vie), nous fondons notre analyse sur l'intensité avec laquelle l'usager valorise la profondeur énonciative.

N. Pignier invite à la reconnaissance de la forme de vie en devenir car « en fonction des valorisations affectives et perceptives qu'il va faire à chaque parcours, l'usager ne va pas forcément valoriser de la même manière les zones critiques, il ne va pas répéter forcément mécaniquement, sous prétexte d'être stratégique, la même vitesse de l'allure, la même continuité ou discontinuité du parcours» (Pignier, 2013, p.29).

Ainsi, l'auteur définit « le style comme l'expression d'une forme de vie fondée sur le mouvement processuel dans lequel s'inscrit la relation du sujet au monde entre régularités schématisantes et évolutions imprévisibles. » (*Ibid.*). N. Pignier cite les travaux de F. Laplantine qui décrit la forme de vie comme : « pensée de ce qui se forme, se déforme, se transforme et appelle, par conséquent, un mode de connaissance qui est celui du devenir» (Laplantine, 2005, p.32).

Une telle approche de la forme de vie nous invite à considérer la présence co-énonciative à partir du rythme de la relation qui se forme, se déforme, se réinvente et dont la complexité n'est pas complètement saisissable.

Les possibles devenirs de ces formes « surprennent » parfois le parcours prévu pour l'usager comme l'usager lui même en certaines circonstances. N Pignier illustre ces effets non recherchés par l'usager en ces termes : « Un usager parcourant un site web dans le cadre d'une pratique informative ne peut-il pas se laisser absorber par une scène prédicative artistique ouvrant une expérience d'immersion contemplative ? Considérant l'occurrence d'un parcours comme une occasion chaque fois possiblement nouvelle, nous invitons à penser l'attitude et son expression rythmique comme variable sur fond certes d'une permanence mais souvent modulée par des imprévisibilités, ou plus précisément par des irrégularités imprévisibles. » (Pignier, 2013, p.30).

Nous nommons style d'interaction l'intensité avec laquelle l'usager figure ou contre-figure l'expérience énonciative configurée par le modèle d'interaction. Un style d'interaction ne qualifie pas un usager mais une manière d'interagir à un moment donné et fluctuant au cours de la relation co-énonciative.

III.3. Cadre d'analyse de l'expérience d'interaction

Nous proposons de mettre en perspective les modèles d'interaction – la relation co-énonciative dans l'espace numérique - avec des styles d'interaction, la manière avec laquelle l'usager figure ou contre-figure l'expérience énonciative potentialisée.

L'objectif est ici de formuler une grille de lecture du processus d'interaction en mettant en perspective constante l'instance énonciative et l'usager. Les approches usuelles privilégient, en lien avec la spécialisation de l'équipe analysant le phénomène, soit le comportement de l'usager soit l'étude du lieu (le web). Les mises en relation sont ensuite dirigées de l'un vers l'autre. Le cadre que nous proposons, lié à la spécificité de l'approche sémiotique, consiste à considérer l'un et l'autre dans leur rapport simultané, dans leur relation co-énonciative. À savoir, l'usager est considéré dans son action – interaction avec l'objet, donc agissant sur, avec, ou en fonction du parcours proposé - et l'interface est envisagée dans les configurations d'expériences.

Nous analysons le modèle d'interaction à partir des stratégies de l'énonciateur en direction du co-énonciateur : ce que l'énonciateur cible de l'attente de l'usager. Le style est quant à lui défini à partir de l'intensité des gestes perceptifs du co-énonciateur en direction de l'énonciateur : quelle réponse (co-énonciative et non pas liée à une réaction à un stimulus) l'usager peut mettre en place à partir de sa perception du modèle. L'analyse croisée modèle/style met à jour la relation co-énonciative qui se décline en expériences de l'en acte (Fontanille, 2008).

L'expérience d'interaction est l'expérience de l'en acte, activité vécue à un moment donné et fluctuant au cours de la relation co-énonciative. Elle naît de la rencontre d'un style et d'un modèle, et situe ainsi l'enjeu de l'analyse au

niveau de l'espace de médiation.

Nous revenons ici brièvement sur les propositions de P. Flichy, pour analyser l'espace de médiation de l'innovation, par l'alliance de cadres de fonctionnement et de cadres d'usage. Le cadre de fonctionnement est le cadre technique du dispositif et le cadre d'usage, celui de son appréhension sociale. La réunion de ces deux cadres, dans la théorie de P. Flichy, forme le cadre sociotechnique. Celui-ci permet de réfléchir simultanément l'innovation technique et le sens donné à cette innovation par l'appropriation sociale. Il est un nouvel espace dont les enjeux méritent d'être analysés, non pas comme l'accumulation des connaissances sur l'aspect technique puis sur l'approche sociale, mais bien comme un nouveau référent méthodologique.

Cette approche correspond à notre volonté de saisir simultanément les configurations par le dispositif et les figurations par l'usager de l'interaction, en corrélant deux espaces. P. Flichy résume ainsi : « L'innovation ne devient stable que si les acteurs techniques ont réussi à créer un alliage entre le cadre de fonctionnement et le cadre d'usage. Comme dans tout alliage, la force d'articulation est telle qu'on ne peut plus retrouver les composantes initiales dans le produit final. Le cadre socio-technique n'est pas la somme du cadre de fonctionnement et du cadre d'usage mais une nouvelle entité » (Flichy, 2003, p.256).

Notre analyse diffère de la proposition de P. Flichy car elle se fonde sur les expressions signifiantes au sein des différentes strates de l'énonciation et de l'expérience. Néanmoins, nous souscrivons à l'approche simultanée de l'analyse. Ainsi, le cadre de fonctionnement est, pour nous, le dispositif intégrant différentes strates énonciatives (l'espace numérique co-énonciatif) ; le cadre d'usage est le cadre perceptif et le cadre socio-technique correspond à un cadre techno-sémiotique de la relation co-énonciative.

Le cadre techno-sémiotique résulte, en croisant cette approche avec celle de J. Fontanille, de la situation sémiotique. En effet, la strate du dispositif (qui compose le modèle d'interaction) et la strate d'usage (qui est celle du style d'interaction) réunissent « tous les éléments nécessaires à la production et à l'interprétation de la

signification d'une interaction communicative » (Fontanille, 2008, p.25).

Les combinaisons entre modèles et styles relèvent de l'expérience de l'en acte, comme déploiement des formes de présence co-énonciatives. Stratégies du modèle d'interaction et formes de vie du style d'interaction sont en situation de réponses dans la grille de lecture que nous proposons, révélant la relation co-énonciative, créatrice d'expériences.

		Strates du dispositif		
Strates d'usage	**Strate techno-sémiotique**	**Stratégies**		
		Modèle A	*Modèle B*	*Modèle C*
	Style A	Relation AA : Expériences AA1 ; AA2 ; AA3 ...	R. BA EXP. BA1 ...	R. CA EXP. CA1...
	Style B	Relation BA : expériences BA1 BA 2 BA3 ...	R. BB EXP. BB1 ...	....
	Style C	Relation CA : expériences CA1 CA2	R. BC EXP BC1 ...	...
	Formes de vie			

Figure 1 : Grille d'analyse des expériences de l'usager médiées par les interfaces

Nous prolongeons la réflexion de G.P. Caprettini (2003) (qui analyse le paysage, sémiotique du monde naturel, en s'inspirant des théories de J. Fontanille), en proposant l'étude sémiotique d'un monde (pas que) virtuel considérant :

1. Le modèle d'interaction « comme une sémiotique-objet résultant d'une segmentation du monde comportant lui-même, en tant que macro-sémiotique,

au moins un principe d'interaction » entre « les énergies » (les actions configurées) « et les matières » (les orchestrations multimodales).

2. Les styles d'interaction qui résultent « d'un effet de champ perceptif (la prise de position d'un observateur (ici, un usager) qui impose à une portion (de l'interface) un centre de référence, une profondeur, des horizons ;»
3. La relation sémiotique (la relation co-énonciative) qui « résulte d'une activité perceptive, et d'une co-présence entre un corps percevant et une portion du monde sensible. » (Caprettini, 2003, pp.6-7).

La relation naît de la « tension entre les modes d'existence (virtuel, actuel, potentiel et réel) projetés sur les prédicats d'expérience » et « les modes d'expérience (devoir, vouloir, croire, savoir, pouvoir) projetés sur les prédicats d'existence » (Caprettini, 2003, p.3). Ainsi, l'existence virtuelle de l'expérience (contenue dans la configuration du modèle d'interaction) confrontée à l'existence sensible de l'expérience (définie par les styles d'interaction) nous renseigne sur la valorisation ou la dévalorisation de la promesse d'énonciation.

Nous interrogeons aux chapitres suivants les formes de relations co-énonciatives qui se jouent dans la situation d'engagement au sein de l'espace numérique créé par les ONG.

Chapitre II. L'expérience co-énonciative de l'engagement

I. [État de l'art] Orientations des recherches sur l'engagement

I.1. Le processus pragmatique et identitaire de l'engagement

Avant de proposer notre définition de l'engagement comme processus sémiotique, nous abordons l'état de l'art sur cette notion. La littérature qui se développe dans les années 80 définit une approche de l'engagement essentiellement liée à un acte décisionnel pragmatique.

La réalisation de la relation (ou sa traduction en actes) a été étudiée, depuis les analyses de M. Olson, sous l'angle du coût (ce qui l'en coûte à l'individu de s'engager) et donc des bénéfices ou de l'efficacité que l'on en attend en retour. Cette approche

conduit à s'interroger sur « les incitations sélectives » (Olson, 1965) dont a besoin l'individu pour réaliser la relation. L'engagement est alors considéré comme un acte orienté par des choix rationnels à partir d'incitations de type matériel. L'individu « rationalise » son engagement en fonction des bénéfices qu'il suppose pouvoir en attendre.

Cette approche dite rationnelle de l'engagement est réinvestie dans le design des sites web des ONG par la mise en valeur de l'information d'une défiscalisation du don, mention présente sur l'ensemble des sites analysés. Il s'agit d'influencer les actions et décisions de l'usager en lui permettant notamment de visualiser le « coût réel » de son engagement, par le biais de calcul automatique du montant du don défiscalisé.

Si l'approche uniquement rationnelle et intéressée de l'engagement conduit à des mesures incitatives dont on reconnaît un certain impact [24], elle ne permet pas de saisir le processus relationnel qui s'instaure entre l'individu et l'ONG, le rapprochement de l'un vers l'autre fondé sur la volonté d'agir pour un mieux vivre ensemble.

Les auteurs cherchant à élargir le modèle d'analyse d'Olson ont mis en avant la complexité des attentes individuelles qui peuvent être statutaires, relationnelles ou morales (Passy, 98 ; McAdam, Tarrow, Tilly, 1998).

Cet élargissement permet, par exemple, de considérer d'autres formes d'engagements que celui du don en ligne. Un engagement de type médiateur (l'individu relaie les informations de l'ONG sur les réseaux sociaux) peut-être, dans ce cadre d'analyse, compris à partir d'une forme d'attente statutaire de l'individu (l'individu, par cette action, attend d'être perçu par sa communauté comme une personnalité « altruiste »). Cependant, F. Passy fait remarquer que ce modèle rationnel de l'engagement considère les choix de l'individu comme stables ; et comme le note O.

24 Par exemple, le nombre de dons effectué depuis les pages de collecte d'iRaiser connaît, en fin d'année, une croissance très importante, croissance qui peut être imputée, pour une part certaine, à la déclaration d'impôt.
De nombreux auteurs se sont penchés sur la défiscalisation considérée comme un des facteurs impactant la collecte : D.Eaton and M.Milkman. « An empirical examinations of the factors that influence the mix of cash and non-cash giving to charity », in *Public Finance Revue*, n°32, 2004, p.610 à 630.

Fillieule, ce cadre d'analyse « postule que tous les agents ont la même perception de leur situation, une évaluation similaire des coûts et des avantages de l'action » (Fillieule, 2000, p.203).

Or, si les théories héritées du modèle de M. Olson nous semblent importantes pour intégrer le processus pragmatique et, ainsi, envisager des formes de réalisation rationnelles de l'engagement, nous pensons que d'autres formes de mobilisations se construisent dans un processus individuel et dynamique.

Nous cherchons donc à définir plus largement le processus d'engagement et les formes concrètes qu'il prend dans l'espace numérique, sans contraindre notre cadre d'analyse aux seuls choix instrumentalisés. Chaque individu dans son rôle de co-énonciateur, réalise, selon nous, l'engagement en fonction du sens que prend pour lui son geste, de la forme qu'il va donner à son engagement et de la force avec laquelle il va s'engager.

Sens, formes et forces définissent autant de signes de l'engagement différencié que d'individus s'investissant dans une relation avec l'ONG. Il s'agit non pas de prédire des attentes pragmatiques d'un groupe mais de définir le processus sémiotique de l'engagement dans une co-énonciation. En différenciant l'Organisation et son rôle énonciatif, en dédoublant l'usager et son rôle co-énonciatif (comme on différencie l'auteur de son rôle en tant que narrateur), l'analyse sémiotique permet d'identifier la relation co-énonciative, le lien tissé entre l'*ethos* exprimé dans l'interface et le co-énonciateur qui se prend ou pas au jeu.

L'analyse des *cadres de l'expérience* depuis E. Goffman (1974) ou les approches interactionnistes héritées de G. Bateson (1988) ont ouvert une lecture de l'engagement considérant les « trajectoires » de l'individu, leur rapport à l'environnement social.

J. Nizet et N. Rigaux résument ainsi la méthodologie apportée par le sociologue Goffman, au niveau micro de l'analyse des expériences : « En premier lieu, toute « expérience », toute « activité », toute « situation » sociale peut se prêter à plusieurs « versions », à plusieurs « cadrages » ; ceux-ci entretiennent des rapports

les uns avec les autres, renvoient les uns aux autres, servent de « modèle » les uns pour les autres [...]. En second lieu, cette organisation de l'expérience faite d'une multiplicité de cadres entretient des rapports étroits avec les perceptions des personnes impliquées dans la situation » (Nizet et Rigaux, p.64).

Plus précisément, le sociologue installe, pour l'analyse, des cadres primaires qui renvoient, selon qu'ils soient cadres naturels aux significations de la nature, ou cadres sociaux aux significations des intentions d'un sujet. Et les cadres transformés sont ceux dont la signification est modifiée par une intention connue de tous (« la modalisation » concerne des actions comme jouer à se battre, répéter une scène de théâtre ....) ou par une intention cachée à certain (« la fabrication » a lieu quand, par exemple, un enfant pense recevoir une récompense type friandise et qu'il participe en réalité à un test marketing pour un nouveau produit). Un cadre peut-être défaillant s'il ne remplit pas ces objectifs d'orientation de la perception de l'autre. Il peut également y avoir rupture ou erreur de cadrages. Une telle approche sociologique permet d'observer des états à l'intérieur de la structure sociale et ainsi rendre compte du processus. Or, notre démarche est d'observer des processus pour en déduire de possibles états individuels dont la rencontre participe à la création et l'évolution d' un système de valeurs.

Ces modèles sociologiques ne se concentrent plus sur les attentes mais sur « les projections » conscientes de l'individu à l'intérieur d'un cadre social : l'individu réalise et construit son engagement en fonction de données personnelles (son appréciation du mouvement collectif ou son parcours de vie).

Cette approche sociale de l'engagement permet d'envisager le positionnement identitaire de l'individu face à la communication persuasive de l'institution[25]. La construction de l'engagement admet, dans le modèle rationnel, *une direction* qui part de l'organisation *agissant* sur la décision de l'individu (sous influence voire sous contrainte). Dans le modèle social, c'est la direction inverse : c'est l'individu qui

25 Nous faisons référence ici à la suite d'O.Fillieule (2000, p.204) aux travaux de Myra.M Ferree, Frederick D.Miller, « Mobilization and Meaning : Toward an integration of social psychological and ressources perspectives on social movements », *Sociological Inquiry* , 55, 1985, pp.36-61.

projette sur l'organisation des intentionnalités conscientes (Husserl,1950)[26].

Ce deuxième modèle d'analyse a permis à de nombreux auteurs de corréler les conditions structurelles de l'engagement aux attentes individuelles (McAdam, Tarrow, Tilly, 1998) en analysant des trajectoires sociales (Dubar, 2015) et en prenant en compte la modification des identités en cours de processus (Strauss, 1992).

Pour F. Passy, c'est en fonction « de leurs prédispositions socioculturelles, du type d'interactions qu'ils entretiennent avec leur environnement social et de l'évaluation des paramètres de la décision » que « les individus vont joindre [...] un mouvement social. » (Passy, 1998, p.21). Ces études, construites à partir de récits de vie pour « rendre compte du réseau continu d'interprétation subjective » (Fillieule, 2001, p.15) pendant l'acte d'engagement, cherchent à définir les projections d'un individu en direction d'un mouvement social.

Ces analyses sont décisives pour apporter des éléments de compréhension quant aux motivations pour s'engager et aux changements « conscients » de trajectoires (opérés par modalisation ou fabrication, pour reprendre les termes de Goffman) pendant l'engagement. Une littérature sur l'acte de don, à partir de l'analyse d' « expériences » et de « trajectoires » reliées à la structure sociale, a permis de mettre à jour différents éléments motivant la générosité : motif altruiste ou égoïste, satisfaction personnelle ou pression communautaire, confiance en l'Organisation, sentiment d'injustice ou culpabilité, etc. [27]

I.2. Le processus « interactionnel » et formes de mobilisation numérique

Nous pensons cependant que l'engagement ne se réalise pas dans une unique direction (de l'Organisation vers l'individu, l'usager dans le cadre de sa pratique sur Internet, ou vice et versa) mais bien plutôt dans un mouvement de co-construction de sens, dans une médiation énonciative.

26 In *Idées directrices pour une phénoménologie,* 1950, traduit par Paul Ricoeur.

27 Nous renvoyons au Rapport de recherche 2014-01, T. Bourdier, A. Gerbaud, *Revue de la littérature : pourquoi donne-t-on aux associations ?*, document interne iRaiser, Nantes, 2014.

Notre analyse ne prend pas comme objet les motivations de l'usager mais le processus relationnel créant les conditions et l'évolution de l'engagement. Nous motivons cet axe de lecture par la nécessité de saisir la dynamique de l'engagement au moment de la relation co-énonciative s'instaurant sur le web entre l'ONG et l'usager - la progression, les changements, les ruptures des formes d'engagement au cours de la relation - et ainsi déterminer le rôle du design dans l'enchaînement de ce mouvement.

Cette dynamique s'observe dans le temps de l'action à partir des interactions de l'usager avec l'espace énonciatif, l'*ethos* mis en scène. Si nous considérons les apports des analyses identitaires de l'engagement comme fondamentaux pour saisir les éléments personnels motivant l'engagement de chaque individu, nous souhaitons cependant, dans le cadre de cette analyse, nous détacher des récits de vie pour observer dans le temps de l'action, en dehors de l'appréciation individuelle, l'évolution sémiotique des formes d'engagement.

Le recours à l'approche interactionniste pour définir l'engagement, notamment politique, se retranscrit par une définition des « trajectoires » des individus dans un contexte social qui agit sur l'individu autant que l'individu agit sur lui. Cette interaction entre réalité sociale et parcours individuel « permet d'appréhender l'action, les prises de décisions en incertitude, au travers de leurs modalités concrètes et comme le fruit d'une succession d'étapes (de « séquences ») qui infléchissent la trajectoire de l'Organisation et celles des militants » (Johsua, 2014, p.10).

Ces études introduisent différentes échelles d'observation de l'engagement et inscrivent l'individu dans une interaction permanente avec ces différents niveaux : l'individu, le groupe, l'Organisation (fig.2). L'approche identitaire y est forte, puisqu'à la source de ces réflexions se trouvent les théories de A.L. Strauss (1978) sur l'identité renégociée en fonction du contexte social. Les trajectoires construisent et font évoluer des identités socialement définies. Le cours de l'action pour le sociologue est cette trajectoire sociale que l'on peut décrire comme une structure mouvante et sensible aux différentes actions de l'un sur l'autre.

Formes de mobilisation numérique

Le niveau macro de ces analyses nourrit les théories sur les comportements collectifs (Neveu, 2015, p.37) et interroge le potentiel de mobilisation d'un groupe (Tilly, 1978), aujourd'hui fortement relié aux réseaux sociaux numériques.

N. Mathieu et de nombreux auteurs interrogent l'impact de ces mobilisations numériques dans l'espace social : « De plus en plus d'associations et de réseaux sociaux (Facebook en particulier) appellent les individus et les peuples à s'engager dans des actions qui ne se traduisent parfois que par des pétitions mais aussi par de grandes manifestations dirigées vers les « gouvernements ». Plus on s'approche de la COP 21, plus les appels se font pressants. Il s'agit donc bien de « mouvements sociaux » au sens de mouvements collectifs ou, comme ils se nomment, de « mouvements citoyens » (Mathieu, 2015, p.3).

Ces études considèrent le poids des structures sociales, des variables institutionnelles pour répondre à la question du « pourquoi on s'engage ? » (Sawicki, 2003, p.123). Les formes de l'engagement correspondraient alors à des « manières socialement définies de s'engager » (Sawicki, 2003, p.125), des « codes de mobilisation collective » (Ollitrault, 2015, p.80). S. Ollitrault, dans son analyse de la mobilisation par le biais des médias numériques, met en avant le poids du contexte politique dans lequel s'inscrit l'engagement : ainsi, il convient de rappeler avec l'auteur, « ...que dans certains régimes (Chine, Iran, par exemple), des individus encourent des peines de prison, voire pire, pour avoir été cyber activistes tout autant que pour avoir manifesté dans les rues. ». Cependant, la conclusion de l'auteur qui stipule que « le risque de l'engagement doit être mesuré moins à l'aulne des types de pratiques qu'en regard du contexte politique dans lequel il s'exprime » (Ollitrault, 2015 , p.83, 2015) nous semble ne pas suffisamment prendre en compte la dimension signifiante des pratiques.

Ces études considèrent en effet les paramètres extérieures à la relation entre l'usager d'un dispositif numérique et les Organisations, comme éléments premiers de l'analyse pour évaluer les trajectoires mêmes des individus engagés. Ainsi, contexte politique

mais aussi contexte social sont, dans ce cadre, les marqueurs déterminants des formes que prennent l'engagement. Les « attendus » socialement installés de ce que représente l'engagement - « la french touch de l'engagement » par exemple, comme la nomme S. Ollitrault - orientent les formes de mobilisation : « Les ONG françaises ont en effet une image de marque qu'elles veulent conserver, à base d'engagement intense et désintéressé, bref le profil du bénévole de la loi sur les associations de 1901. Or, ces nouvelles manières de s'engager dans les communautés virtuelles, de s'organiser en réseau pour répondre à une injustice criante peuvent bouleverser les ONG qui ont leur propre réseaux d'acteurs, leurs grammaires d'action qui d'ailleurs demandent au sens propre de « mouiller la chemise » » (Ollitrault, 2015, p.84).

Cette « grammaire d'action » de terrain à base d'effort viendrait se confronter à une grammaire d'action « virtuelle » plus volatile, moins contraignante. Ce qui fait dire à l'auteur que le terme de mobilisation conviendrait probablement mieux aux médiations numériques impliquant moins cet effort dans la longueur véhiculé historiquement par la notion d'engagement de terrain. En effet, derrière son écran, l'individu n'est pas soumis de la même façon à la pression, à l'autorité du groupe.

Pour autant, nous pensons que les actions des usagers des sites web ne relèvent pas d'un déterminisme figé mais d'une appréhension sensible de la manière dont est médiée l'engagement par l'Organisation.

La majeure partie des études consacrées à des formes de mobilisation numérique mettent en avant les nouvelles capacités d'action de l'individu par le biais des dispositifs. C'est pourquoi les auteurs ont orienté leurs analyses sur les actions des citoyens via les réseaux sociaux ou les plate-formes de types pétitions[28] pour comprendre la mobilisation des individus, en comparaison (voire en contradiction) avec les formes plus traditionnelles de l'engagement de terrain.

Ces analyses concluent à la nécessité, pour les Organisations, de « rejoindre » les nouveaux modes d'expression des usagers (au sens quasi exclusif d'installer leurs

28 Nous renvoyons au dossier « Les mobilisations horizontales peuvent-elles s'étendre à l'humanitaire », in Revue Humanitaire, enjeux, pratiques, débats n°41, 2015. http://humanitaire.revues.org/3176

présences sur les médias sociaux) et ainsi, de favoriser et de créer des types de communication horizontaux.

Cette conclusion est en cohérence avec leur postulat de départ, celui d'un contexte social déterminant les formes de l'engagement, ce qui nous semble être une vue partielle des relations possibles médiées par le dispositif numérique entre l'ONG et l'usager.

En effet, dans ce cadre d'analyse, on observe deux mouvements historiques : depuis la naissance des Organisations, le groupe social (les citoyens) doit se relier au groupe institutionnel (l'Organisation) pour développer des actions collectives ; depuis la révolution numérique, on observe le mouvement inverse : le groupe institutionnel rejoint le groupe social nouvellement constitué et que l'on définit, dans sa forme politique, sous l'expression « citoyenneté du monde » et dans sa forme techno-symbolique sous les termes d' « humanité numérique ».

Cette lecture se fonde sur un rapport de force : qui influence et qui domine qui, lors du processus de communication? Bien que la littérature fasse état de nouveaux rapports « horizontaux » liés à l'émergence des réseaux sociaux invitant à repenser la place des acteurs, la tentative décrite est bien plutôt celle d'une volonté de faire fléchir l'autre quant aux modes d'actions et d'expressions utilisés.

Cette approche ne permet pas, selon nous, de considérer les capacités de l'Organisation comme de l'individu en tant que co-énonciateur, à développer des formes signifiantes de l'engagement, c'est à dire de placer dans leur « geste » d'engagement une sensibilité ainsi qu'une responsabilité qui leur seraient propres. Les processus décrits relèvent ici d'un certain déterminisme social et de formes de réactions mécaniques contre ou avec ce contexte.

Sur le sujet des ONG, une littérature fournie existe pour comprendre la notion d'engagement, d'un point de vue de l'histoire de l'Organisation avec les citoyens, ou de l'histoire des individus au sein de l'Organisation. Cependant, dès qu'il s'agit de mobilisation au sein de l'espace numérique, les analyses se concentrent sur les

capacités de chacun à s'organiser en dehors du contexte institutionnel.

Les conditions d'empowerment des citoyens déployées par Internet, particulièrement depuis les révolutions arabes, a mobilisé les études sur les réseaux sociaux. En effet, de nouvelles formes, de nouvelles possibilités, de nouveaux pouvoirs issus des médias numériques sont observables et modifient largement notre perception de l'engagement. Les réseaux sociaux apparaissent, sous cet angle, comme le point d'enjeu pour rétablir le lien entre Organisation et citoyen. Cependant comme le constatent des spécialistes du monde arabe les mobilisations numériques bien qu'intenses dans le temps de la contestation n'ont pas inscrit des effets durables sur la situation des ces pays. Selon Y. Gonzalez-Quijano (2015, &23) : « il est ainsi apparu que les formes d'action associées, d'une manière ou d'une autre, au numérique résistaient peu, ou mal, à un retour à la compétition politique traditionnelle. Que celle-ci se passe dans un cadre démocratique ou non, à l'occasion d'une consultation électorale ou bien au prix d'affrontements armés, le capital acquis, grâce à leurs luttes, par les militants de l'internet s'évaporait aussi soudainement qu'il avait été révélé : quand ils s'étaient vus confier des responsabilités, l'expérience avait rapidement tourné court (le blogueur Slim Amanou devenu un éphémère ministre tunisien de la Jeunesse par exemple) ; lorsqu'ils s'étaient présentés aux élections, ils avaient été balayés par les partis politiques traditionnels. Avec le temps et le vieillissement de la première génération militante, la blogosphère arabe, avec ses aspects individualistes sinon narcissiques, a révélé combien elle était hiérarchisée par une sorte d'économie de la réputation plus efficace en définitive dans le temps de la contestation que dans celui de la structuration. »

L'analyse des usages sur les médias sociaux a ainsi pris une place croissante dans les études sur la communication numérique tant du côté de la recherche technologique que celle des analyses développées par les sciences humaines et sociales[29].

29 À titre d'exemple et parmi de nombreuses publications nous pouvons citer l'article de A.Breuer, Todd Landman, D.Farquhar, « Social media and protest mobilization : envidence from the Tunisian revolution », in *Democratization*, volume 22, 2015, p. 764-792. Nous renvoyons également à C. Mabi, A. Theviot, « Présentation du dossier. S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques», *Politiques de communication* 2/2014 (N° 3), p. 5-24.

La littérature sur les réseaux sociaux numériques permet de prendre acte de l'évolution des nouvelles formes de mobilisation mais dont l'efficience concrète, dans la durée, ne se révèle pas aujourd'hui. Pour autant, comme le souligne B. Bimber « les organisations continuent à être des acteurs incontournables du paysage de l'action collective » et sont pourtant, selon l'auteur, « largement négligés dans la littérature sur les médias numériques dans la vie civique et politique » (Bimber et al, 2012, p.15)[30]. Il précise l'importance des « interactions horizontales » et le rôle des réseaux pour la mobilisation citoyenne mais propose de réfléchir à la manière dont les individus peuvent établir des relations entre eux, au sein même de l'espace numérique des Organisations, en établissant un focus sur la diversité des formes et des degrés d'engagement.

Il semble en effet évident que les Organisations humanitaires ne peuvent pas passer à côté, comme le souligne S. Olllitrault, de « cette modification morphologique de l'engagement d'individus. S'il est citoyen avant d'être militant, s'il n'est pas au format des idéaux types de l'action collective (notamment en termes de durée), il est porteur de prises de positions, y compris émotionnelles, que les ONG peuvent canaliser puis reprendre à leur profit. » (Ollitrault, 2015, p.87).

Nous pensons qu'une autre voie serait d'explorer non pas comment l'Organisation investit les réseaux sociaux pour « reprendre à leur profit » les nouveaux formats de l'engagement mais comment chaque support médiatique sur Internet (réseaux sociaux, site institutionnel, campagne numérique) et comment chaque parcours de l'usager au sein de ces supports participent de la co-construction d'espaces signifiants de l'engagement.

Cette approche est directement liée à la définition du design numérique comme configurateur de nouvelles formes énonciatives.

Nous ne nions pas les spécificités de la mobilisation numérique, quant à son caractère notamment spontané, et donc la nécessité, pour les Organisations, de s'emparer de ces modes d'expression. Pour S. Olitrault : « Si ce n'est un défi, une nouvelle et réelle

30 Notre traduction de l'anglais

opportunité démocratique s'ouvre aux ONG pour penser leurs nouvelles grammaires «citoyennes» en les acclimatant aux leurs. Il ne s'agit ni de les dénaturer ou de les instrumentaliser, mais de soutenir certaines initiatives qui correspondent à leurs valeurs et d'intégrer dans leurs registres d'action, ces mille et une manières « spontanées » de se sentir citoyen au XXIe siècle. » (Ollitrault, 2015, p.87).

Au delà de cette spontanéité, nous souhaitons définir le processus de construction de sens de l'engagement, qui ne serait pas seulement une capacité d'adaptation d'un groupe vers l'autre, mais l'affirmation d'une présence sociale et sensible via un éthos co-énonciatif.

Notre approche établit un focus sur les parcours des usagers au sein des mises en scène d'un espace co-énonciatif numérique configurées par les ONG. Ce niveau micro de l'analyse est proposé en sciences sociales principalement à partir des récits des individus considérant ainsi, comme le souligne F. Bernard, que «les acteurs sont engagés aux yeux des observateurs bien souvent lorsqu'ils déclarent l'être. » (Bernard, 2013, p.18).

En dehors de cette approche déclarative et identitaire, nous pouvons nous intéresser aux analyses dans le champ des sciences cognitives convoquées par des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication comme F. Bernard.

Les théories de l'engagement (Joule et Beauvois, 2002) admettent les interactions comme des séquences soient préparant l'acte d'engagement, soient révélant le degré d'identification, par l'individu, du niveau d'engagement attendu : « La théorie de l'identification de l'action (Vallacher et Wegner, 1987), élément central de la théorie de l'engagement, postule qu'une action est identifiée à différents niveaux allant d'un niveau faible (e.g. Arrêter de fumer pour économiser de l'argent) à un niveau élevé (e.g. arrêter de fumer pour préserver sa santé et celle de son entourage). » (Courbet et al, 2013, p.9).

La « communication engageante » s'appuie sur ces théories pour démontrer que cette identification peut-être accentuée lorsque l'on propose à l'individu de réaliser des mini

actes préparatoires avant l'acte d'engagement. Une expérience menée sur des étudiants en situation de consultation de sites web avait pour objectif de déterminer l'impact de la communication engageante sur leur comportement vis-à-vis du préservatif (Marchioli et Courbet, 2010). Une partie des étudiants ont alors reçu, lors de leur navigation sur le site web, une question concernant la nécessité de se protéger du sida (la réponse se réalisait par un clic et représentait l'acte préparatoire). Les étudiants ayant eu à réaliser cet acte préparatoire ont été plus nombreux, un moment après l'expérience, à prendre des préservatifs laissés en libre service dans un espace discret.

La traduction en acte semblerait plus probable après avoir réalisé un acte préparatoire car les individus « engagés dans un cours d'action, accepteront-ils, ensuite, plus facilement de réaliser -ou réaliseront par eux mêmes- d'autres actes plus « coûteux » dans le sens de l'action promue. » (Bernard, 2013, p.7).

Le processus de cette communication engageante consiste en un ajustement des comportements de l'usager en fonction de ce qu'il a lui même identifié comme étant la bonne « conduite à tenir » lors de l'acte préparatoire. « Les chercheurs montrent ainsi que c'est la situation sociale et communicationnelle qui engage et non pas les caractéristiques liées à la personnalité. » (Bernard, 2013, p.7).

Ce point nous semble très important, car permet un changement de paradigme épistémologique en déplaçant le questionnement sur l'identité de l'individu vers la question de la communication établie avec l'individu. Cependant, la nature de la relation, dans le cadre de ces recherches, est fondée sur le schéma stimuli-réponse et non sur la capacité de l'individu à s'*approprier* pleinement la situation d'interaction en cours.

Que ce soit au niveau de l'analyse des récits ou de l'observation de comportements, la littérature sur l'engagement considère la notion d'interaction comme centrale, car pose d'emblée le cadre de l'analyse d'une relation systémique, dépendante du poids des réalités sociales pour certains ou de l'identification de ces réalités par l'individu pour d'autres (en bref, des négociations avec le contexte pour les sociologues, des

négociations avec soi et ce que représente l'autre pour soi en psychologie).

Or, nous cherchons à définir une troisième voie, celle de l'analyse de la relation d'engagement au cours d'un processus sémiotique. Il ne s'agit pas de se poser la question de l'identité sociale d'un groupe ou des réponses d'un individu aux stimuli mais d'envisager à partir de quelles mises en scène énonciatives se fondent et évoluent la relation d'engagement. Nous proposons ainsi de définir le rythme de l'engagement à partir des signes qui émergent d'un cours de l'action.

I.3. Le cours de l'action

Nous recherchons en effet à observer les formes signifiantes de l'engagement émanant de l'Organisation et de l'usager dans le temps de l'interaction sur le web.

Le constat de L. Mondada illustre les efforts méthodologiques des différentes disciplines pour rendre compte de l'action :

« Dans de nombreux domaines des sciences humaines, un certain nombre de théories ont affirmé plus ou moins récemment l'intérêt de se pencher sur l'action : on pourrait même parler d'un tournant praxéologique qui a marqué le XXème siècle, inauguré par les philosophie du langage comme Wittgenstein ou Austin, prolongé par la théorie sociale, avec l'action sociale de Parsons, l'agir communicationnel de Habermas, la double structuration de Giddens, la pratique de Bourdieu, la microsociologie de Goffman, les accomplissements pratiques et méthodiques de Garfinkel, l'action située de Suchman ; en sciences du langage par la fortune des actes de langage et par la linguistique de l'énonciation ; en psychologie sociale et en sciences cognitives par des notions d'activité chez Engeström, de cognition située chez Lave, de cognition distribuée chez Hutchins ; en ergonomie par celles de cours de l'action chez Theureau... » (Mondada, 2004, p.269).

Ces recherches témoignent de l'importance de l'interaction comme descripteur de la relation de l'individu à son environnement, entendu comme toute forme de réalités

sociales comme peut l'être l'engagement. Ces analyses, nous l'avons détaillé précédemment, reposent sur différents cadres épistémologiques. Elle sont fondées soit sur l'identité de celui qui agit, sur ses intentions, sur ses prédispositions socio-culturelles ou psychologiques. D'autres études se fondent sur les déterminismes, sur les cadres sociaux ou encore sur les incitations.

L'approche de J. Theureau sur l'ergonomie installe une notion importante, pour notre hypothèse d'un engagement observable à partir de la structure mouvante des interactions entre l'usager et l'ONG, celle de « cours de l'action ».

Il la définit « [...] dans un entre deux, entre l'acteur et la situation, dont font partie les autres acteurs » (Theureau, 2004, p. 14). En référence au « monde propre » de la philosophie, J. Theureau identifie que chaque « acteur interagit à chaque instant avec un environnement signifiant à l'émergence duquel il a lui-même contribué, à partir de sa constitution physiologique, de sa personnalité, de sa compétence, de son histoire et de ses propres interactions avec cet environnement à l'instant précédent » (2004, p.11).

L'identification du caractère mouvant et autonome des « mondes propres », c'est à dire spécifique à chaque sujet, permet selon l'auteur, « d'analyser la perception comme active, l'action comme produisant à la fois des effets pratiques et du savoir, l'apprentissage comme une transformation, non seulement de l'individu, mais aussi du couplage entre lui et l'environnement, la communication comme une construction commune de l'information plutôt que comme un échange d'information, etc...» (2004, p.12).

Pour J. Theureau, le cours de l'action est le « montrable, racontable et commentable à chaque instant dans des conditions favorables à un observateur interlocuteur » et peut se coupler à la compréhension d'un cours d'expérience qui traduit « le point de vue de l'organisation interne de cet acteur à cet instant » (2004, p.14). Il associe alors le cours de l'action au ressenti, vécu du sujet.

Si nous nous inscrivons également dans une démarche de définition du cours de

l'action pour rendre compte d'un processus tel que l'engagement, nous abordons celui-ci en fonction de son rythme et de son intensité et non en fonction des déclarations du sujet.

Nous restituons , sous forme de schéma (fig.2), le niveau d'observation de l'engagement tel que proposée par cette revue de littératures :

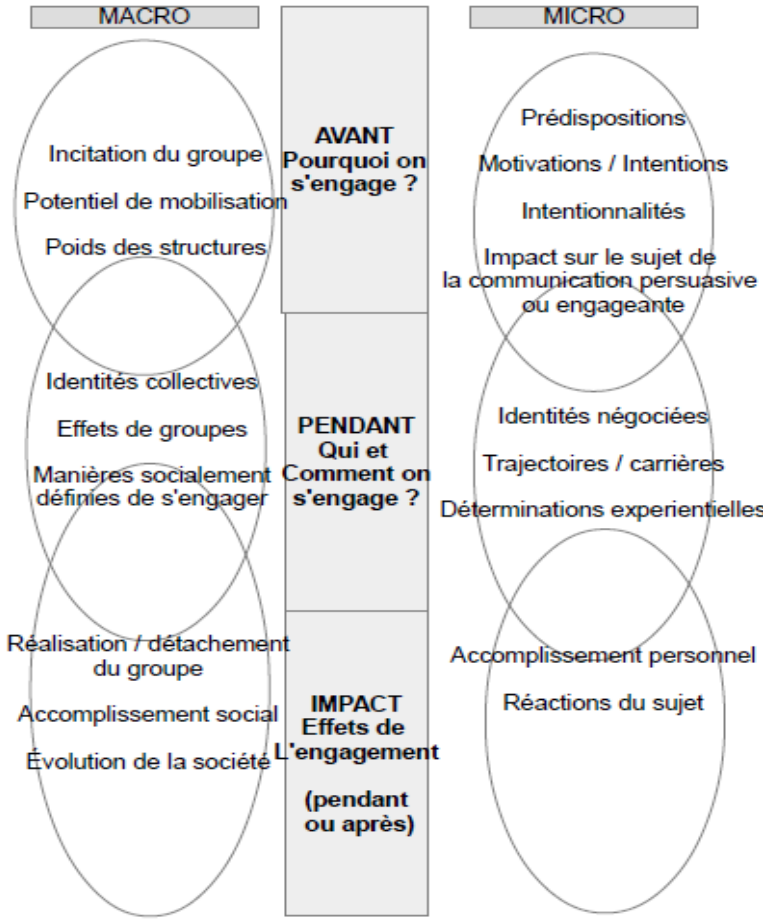


Figure 2 : Niveaux macro et micro des analyses sur l'engagement.

La prédisposition à l'engagement est analysée sous l'angle du potentiel de mobilisation hérité du groupe (la famille, l'environnement socio-professionnel qui appelle une éthique particulière) les mesures incitatives mises en place par le groupe et le poids de ces structures dans l'orientation décisionnelle des individus. Dans cette perspective macro, les mobilisations individuelles sont considérées à l'intérieur d'identités collectives déterminant des manières sociales de s'engager. Les formes d'engagement

sont alors sensibles aux effets de groupes. L'engagement se comprend, dans le cadre de ces analyses, en fonction des grandes phases d'évolution de la société.

Une approche micro resserre l'analyse au niveau des motivations, prédispositions individuelles. L'influence de chacun sur la communication est étudiée du point de vue de l'impact cognitif, de la réaction à des stimuli. La sociologie envisage le parcours de l'individu en fonction de trajectoires, de carrières, déterminant des formes d'expériences en fonction des étapes identitaires. Les effets de l'engagement sont alors évalués en fonction de phases de changements, de ruptures dans le parcours global d'un individu.

Notre approche de l'engagement reconnaît les voies ouvertes par la sociologie sur l'impact des groupes socialement définis, des sciences cognitives sur l'impact des communications persuasives ou engageantes, des recherches sur le cours de l'action sur l'impact de la situation d'interaction.

Notre focus ne se fait cependant pas sur les cadres sociaux, les processus identitaires et les récits de vie mais sur les significations possibles de l'engagement dans le cours de l'action, c'est à dire au moment de la relation co-énonciative médiée par le dispositif numérique. Il s'agit de considérer les multiples expériences énonciatives de l'engagement ouvertes par les dispositifs et les figurations ou contre-figurations de celles-ci par l'usager.

II. Notre conception de l'engagement comme processus sémiotique

II.1. La séquence : attachement / détachement

Nous proposons donc d'investir une autre approche par une définition sémiotique de la relation d'engagement afin d'observer le processus par lequel les pratiques « transforment aussi les compétences et le « répertoire d'expériences » du

sujet » (Fontanille, Gonzalez, 2010, p.6). La notion de « répertoire d'expériences » nous permet ici de qualifier les possibles effets de sens d'une situation d'interaction numérique pour l'usager.

En effet, pour reprendre les termes de J. Fontanille : « Le sémioticien ne s'intéresse pas aux pratiques en général, mais en tant qu'elles produisent du sens, et plus particulièrement à la manière dont elles produisent chacune leur propre signification ; la spécificité de l'approche sémiotique, au sein des sciences humaines et sociales, implique que toute tentative de compréhension et d'interprétation de quelque objet d'étude que ce soit réponde implicitement, ou explicitement, à ces deux questions préliminaires : en quoi la compréhension de l'objet d'étude implique-t-elle une dimension spécifique de « signification », qui en fait un « objet sémiotique » ? Quel est le *modus operandi* de la production ou de la génération de cette signification ? En réponse à ces deux questions, l'interprète se mettra en quête à la fois de la forme de la relation sémiotique, et du processus de constitution de cette signification. ». (Fontanille, 2010, p.2)

Notre premier questionnement se formule ainsi : en quoi les interactions entre l'usager et l'organisation au sein de l'espace numérique relèvent d'une relation sémiotique ? Comment se construisent et évoluent les significations de l'engagement au cours de la situation d'interaction numérique ?

Pour résumé l'apport de l'état de l'art, nous admettons avec les théories « rationnelles » et sociales qu'une part de l'acte d'engagement est liée :

- à une décision pragmatique : les différentes attentes des individus (de l'estime de soi à la déduction fiscale) sont des paramètres qui peuvent influer la prise de décision pour s'engager.
- à un facteur d'*ethos* : les prédispositions de l'individu, liées par exemple à une transmission générationnelle de la pratique du don, mais aussi les parcours personnels révèlent différents motifs de la générosité comme l'empathie,

l'altruisme, le sentiment d'injustice, la crainte pour l'avenir, etc.

- à la structure sociale : l'individu agit à l'intérieur d'un cadre social qui est un facteur de motivation, de frein, de transformation de l'engagement.

Ces aspects concernent « les motivations » de l'individu sous formes d'objectifs ou de projections et permettent de considérer que chaque individu a des « prédispositions » personnelles à l'engagement.

Nous cherchons à définir cette diversité de l'engagement au delà des motivations pour saisir un processus au cours duquel les formes de l'engagement sont susceptibles de se modifier. En ce sens, nous nous intéressons à l'approche cognitive qui interroge l'impact de la communication sur l'engagement en fonction notamment :

- de l'émotion de l'individu au moment de la réception d'un message, d'une image.
- du niveau d'identification du risque qui suscite une prise de conscience.

Ces études permettent de définir l'engagement en fonction d'une situation de communication et non plus en fonction de prédispositions. Nous pensons cependant que la situation de communication ne peut pas se réduire à une réaction à des stimuli. Nous proposons d'aborder plus spécifiquement la construction d'une relation co-énonciative. Les sciences de l'information et de la communication contribuent à cette réflexion en analysant les nouvelles capacités de mobilisation de l'usager ouvertes par les dispositifs médiatiques. L'engagement dépend alors :

- d'une nouvelle grammaire d'actions potentialisées dans le dispositif démultipliant les pratiques : lanceur d'alertes, appel à la mobilisation, pétitions, ...
- d'une modification des « forces » dans la mobilisation : l'engagement est facilité par la co-énonciation au sein d'un dispositif médiatique particulier.

Ces différentes études révélant l'importance de la pratique, nous souhaitons interroger la capacité de l'usager d'appréhender et de renouveler les formes et forces de

l'engagement à partir du lien co-énonciatif, au delà d'une définition spontanée et volatile de la mobilisation numérique.

Nous engageons en effet une lecture du processus sémiotique de l'engagement à partir de la relation co-énonciative qui s'instaure et évolue entre l'ONG et l'usager au sein de l'espace médiatique en fonction :

- des *éthos*, esthésies et expériences énonciatives que construisent les ONG au sein d'un modèle d'interaction.
- des significations et expressions individuelles que produisent les usagers à partir de ces « Faire-monde » relevant de styles d'interaction dans l'espace co-énonciatif.

Ces « Faire-monde » et manières d'être au monde ne sont pas seulement liés, selon nous, à l'intention des sujets, au sens d'objectifs à accomplir, mais à une manière d'envisager le monde ; ce que Courtès et Greimas convoquent au sein du terme « intentionnalité » :

« En refusant le concept d'intention (par lequel certain essaie de fonder l'acte de communication, celui-ci reposant sur « une intention de communiquer ») - ne serait-ce que parce qu'il réduit la signification à la seule dimension consciente (que devient alors, par exemple, le discours onirique?) - nous lui préférons celui d'intentionnalité que nous interprétons comme « une visée du monde », comme une relation orientée, transitive, grâce à laquelle le sujet construit le monde en tant qu'objet tout en se construisant ainsi lui même » (Courtès, Greimas, 1979, p.127).

Une certaine visée du monde est selon nous perceptible dans l'énoncé produit par l'ONG. À partir de différentes saisies possibles de l'énoncé, les usagers, en tant que co-énonciateurs, construisent leurs propres expressions signifiantes de l'engagement.

Pour expliciter notre approche sémiotique de la relation d'engagement nous revenons sur les concepts développés dans *Sémiotique des Passions* (Greimas, Fontanille, 1991) pour l'observation des séquences dans la construction du sujet passionné. Cette introduction nous permet de définir les valeurs en jeux lors de la construction du sujet

comme sujet engagé.

Ces valeurs « stables » dans l'analyse de la séquence modale seront ensuite interrogées (et déstabilisées) en fonction « des variations de l'intensité et de l'étendue perceptives » (Fontanille, 1998, p.102), pour nous du geste perceptif dans l'espace numérique, engageant le corps et le mental. Ces fluctuations sont, dans notre cadre d'analyse, issues des tensions entre l'étendue de la mise en scène de l'*ethos* de l'engagement et de l'intensité perceptive de l'usager vis-à-vis de ces « Faire-monde ». En effet, la sémiotique des passions nous permet de construire les bases d'une grille de lecture. Pertinente sur le plan modal, cette analyse doit ensuite être recoupée avec les nuances complexes de l'évolution émotionnelle et sensible d'un sujet.

Dans l'observation de la séquence passionnelle, le parcours du sujet est décomposé en différentes modalités d'existence : la virtualisation, l'actualisation, la potentialisation et la réalisation. L'énonciation permet, dans l'enchaînement des séquences, de passer de la compétence (la capacité à s'engager) à la performance (l'engagement effectif). Si nous considérons la réalisation d'une forme d'engagement par l'usager à partir de ce cadre d'analyse, il s'agit de s'interroger sur le parcours au sein duquel les compétences de l'usager sont d'abord virtualisées (elles sont un vouloir faire ou un devoir faire : vouloir s'engager ou devoir s'engager). Ces compétences sont ensuite actualisées par un savoir faire ou un pouvoir faire (les compétences permettant à l'usager de s'engager). La potentialisation de l'acte revient ensuite à considérer les possibles voies et/ou accidents du potentiel engagement. À partir des concepts de A.-J. Greimas et J. Fontanille (1991), J. Courtès résume ainsi la praxis énonciative : « C'est donc seulement l'acte d'énonciation qui, concrètement, fait passer l'énonciateur de la position de virtualisation (instauration du sujet), à celle de l'actualisation (qualification du sujet), puis à celle de la potentialisation, enfin à celle de la réalisation (qui produit l'objet sémiotique comme tel et, du même coup permet l'accomplissement du sujet). » (Courtès, 1998, p.24).

A.-J. Greimas et J. Fontanille analysent le « processus de construction de l'acteur passionné » dans sa disposition à la générosité (Greimas et Fontanille, 1991, p. l29)

en fonction de la séquence modale suivante :

attachement/détachement ► disposition ► attitude/conduite

La première séquence porte sur une manière d'être au monde de l'individu (comprenant son intentionnalité ou sa visée définie par le couple « attaché » vs « détaché »). La deuxième séquence porte sur « la disposition » ou les potentialités du dispositif modal : les possibles du faire et de l'être. La troisième séquence concerne les formes « du passage à l'acte » (op.cit. p.131).

Le couple attaché vs détaché (op.cit., fig. carré sémiotique, à propos de l'avarice, p. 132) permet de définir le degré d'aliénation ou de liberté de l'individu dans sa relation aux objets quels qu'ils soient, vis-a-vis d'un certain confort personnel que l'on ne résumera pas à un confort matériel mais à l'ensemble des dispositions de l'homme pour «mieux-être». L'objet peut, dans ce cas, être l'argent comme l'empathie. L'attachement aux objets se concrétise du côté des « états du faire » par le fait de prendre ou de garder (ne pas donner) et traduit les figures de l'excès que sont l'avarice, la pingrerie. Le sujet attaché est l'accumulateur, celui qui garde pour son bien-être sans chercher le bien-être de l'autre. Il garde l'amour ou le trésor sans redonner une part d'amour ou du trésor en partage. La relation détachée aux objets se traduit par le fait de donner ou de ne pas prendre (laisser) et ce sont là les figures de la générosité ou du désintéressement qui s'épanouissent. La prédisposition à l'engagement est, dans ce sens, du côté du détachement que la figure du donateur incarne.

Du point de vue de l'analyse de la séquence modale, l'engagement admet comme préalable une capacité de détachement par rapport aux objets de son confort individuel. L'usager est alors considéré en fonction de ses prédispositions à acquérir une valeur, à son rapport sensible au monde (ou autrement dit en fonction de ses valences comme « préalable à la fixation des valeurs » (Bertrand, 2000, [en ligne]). Le dispositif modal est, dans notre cas d'étude, configuré par les différentes strates énonciatives du design des dispositifs. Ce que l'usager va pouvoir être et pouvoir faire au sein de l'expérience énonciative proposée par l'ONG. Cette deuxième séquence

revient, selon nous, à interroger l'engagement comme attachement aux expressions de l'*ethos* de l'instance énonciative. La troisième étape permet la réalisation de la situation d'énonciation, de signifier effectivement l'engagement différencié de l'usager par « le passage à l'acte », par sa figuration ou contre-figuration des « Faire-monde ».

La deuxième séquence modale porte sur les formes d'attachement de l'usager comme co-énonciateur, à l'*ethos* de l'ONG. Ces valeurs morales, éthiques mises en scène constituent un « Faire-monde » de référence pour la relation co-énonciative, en procédant d'un « effet de réel » (Barthes, 1968), c'est à dire d'une re-présentation d'une forme de réalité. Cet effet de réel est installé au sein d'un univers référentiel par l'instance énonciative, univers perçu comme étant une part de la « réalité » sur laquelle se fonde la « vérité » de l'engagement ou tout du moins sa sincérité.

L'*ethos* de l'engagement, lorsqu'il est partagé par les co-énonciateurs, est une forme de la réalité sociale signifiante pour un groupe d'individus sensible à cet effet de réel. C'est le projet suivi par R. Barthes (en cohérence avec le projet saussurrien « d'analyser la vie des signes au sein de la vie sociale ») lorsqu'il propose l'étude des expressions collectives : « Je venais de lire Saussure » nous dit-il « et j'en ai retiré la conviction qu'en traitant les 'représentations collectives' comme des systèmes de signes on pouvait espérer sortir de la dénonciation pieuse et rendre compte *en détail* de la mystification petite-bourgeoise en nature universelle ». (Barthes, 1957, p.7). L'idéologie sur laquelle se fonde l'analyse de l'auteur est à inscrire dans une époque de remise en question de la norme bourgeoise. Nous comprenons dans cette introduction de R. Barthes, l'importance de mettre à jour le système de signes régissant ces normes ou ces construits culturels pour décrire les « Faire-monde » sur lesquels s'appuient les formes d'engagement des co-énonciateurs.

La troisième séquence, celle du « passage à l'acte » introduit une logique performative. Le co-énonciateur concrétise l'engagement, en effectuant un don, en signant une pétition, en participant à une manifestation, etc. Pour reprendre les propos de John Austin (1970) qui a forgé cette notion au sein des actes de langage,

l'énoncé est performatif quand il suggère que « dire c'est déjà faire ». Dans ce cadre, nous pouvons qualifier de performatif un énoncé chaque fois qu'il satisfait au questionnement suivant : l'énoncé se comprend-il en fonction de l'acte qu'il suppose dans sa dimension illocutoire (sa force) et sa dimension perlocutoire (ses effets) ? « Donner » serait un énoncé performatif car suggère une force à l'engagement (le détachement de l'usager d'une partie de son bien) et suppose les effets de l'engagement (l'amélioration des conditions du bénéficiaire de l'engagement). Cependant, il faut ajouter que l'énoncé est véritablement performatif à la condition d'une réalisation de l'action par l'usager ; sans celle-ci et en fonction de l'orientation que prendra cette action, l'énoncé peut échouer. La co-construction du « pouvoir faire » établie par la relation co-énonciative est au centre de la question de la performativité de notre cadre d'analyse : d'un côté, « [...] la magie performative du pouvoir d'instituer, de faire voir et de faire croire ou, en un mot, de faire reconnaître » (Bourdieu, 1979, p.5) dont les ONG sont investies. De l'autre coté, la figuration ou contre-figuration de l'énoncé performatif par l'usager.

II.2. Fluctuation de la relation co-énonciative

Le couple attachement/détachement nous semble pertinent pour déterminer le cadre général du déploiement des valeurs de l'engagement : s'engager vers l'autre et à plus forte raison « donner » impose de se détacher de son « monde » pour s'attacher au « monde » de l'autre et ainsi, partager le même univers référentiel. Cependant, l'expression de l'engagement ne peut-être séparée des modulations sensibles dans un acte de perception et d'action, en fonction de choix éthiques, de valeurs morales (l'*ethos*), et d'une sensibilité collective et individuelle (le jeu entre esthésie et esthèsis).

Le processus de l'engagement ne se présente pas, selon nous, sous la forme d'une séquence stabilisée. Le préalable *détachement* puis la disposition *attachement* n'interviennent pas comme des étapes successives de « transformation » d'un sujet.

Au contraire, nous faisons l'hypothèse qu'au cours du processus d'interaction, l'aptitude de l'usager à rejoindre l'univers référentiel de l'ONG fluctue en fonction de l'intensité avec laquelle il perçoit (par un geste corporel et éthique) l'*ethos* de l'engagement mis en scène dans l'espace médiatique.

L'usager perçoit-il intensément la nécessité de s'engager (au point de se détacher d'un certain « confort » individuel qui peut-être simplement le confort de rester dans un entre-soi sans chercher à perturber l'équilibre de son monde en rencontrant l'Autre) ? La profondeur de l'*ethos* énonciatif (la diversité des expressions de l'engagement potentialisée dans l'espace numérique) oriente également les possibilités d'attachement de l'usager à ce « Faire-monde ». Nous reprenons ici les méthodes d'analyse de la sémiotique tensive consistant à mettre en perspective l'intensité et l'étendue qui sont pour nous :

- l'étendue des formes d'expressions de l'*ethos* de l'engagement configurée dans l'espace médiatique.
- l'intensité avec laquelle l'usager, dans un geste perceptif, rencontre l'*ethos* de l'ONG.

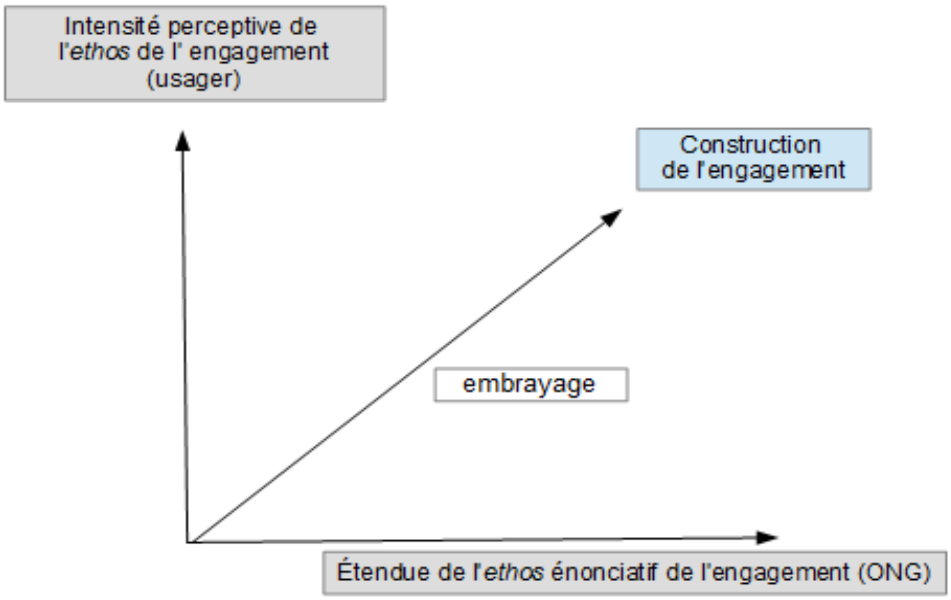


Figure 3 : Schéma tensif de la construction de l'engagement

Pour J. Fontanille : «[...] la qualité intensive et extensive des perceptions et impressions de l'opérateur [...] donne accès aux valeurs en construction » (Fontanille, 2011, p.131-156). L'intensité d'un geste perceptif associée à la profondeur énonciative de l'*ethos* favoriserait ainsi la construction de l'engagement (fig.3).

II.3. Définition de l'engagement, hypothèse et méthode

Définition : nous abordons l'engagement sous l'angle de la conversion d'une empathie en une action (Passy, 1998, p.7). Nous analysons un processus de co-construction du sens de l'engagement, consistant en un passage d'une forme perceptive (l'usager comme co-énonciateur, par un geste corporel et moral, rencontre l'*ethos* de l'ONG) à une forme performative (l'usager concrétise son engagement par une action, exprimant son attachement aux valeurs morales et éthiques de l'Organisation).

De nombreux auteurs mettent en avant les formes plurielles de l'*action engagée* ouvertes par les potentialités du web (Norris, 2010 ; Boéri, 2014) en fonction des choix, des préférences, des valeurs (Rodriguez, 2014 ; Ion, 2012) de l'usager du site internet. Si cette conversion se réalise en effet, dans l'espace numérique des ONG, par le biais de différentes fonctionnalités (signer une pétition, publier dans les réseaux sociaux, effectuer un don en ligne) elle ne peut se résumer, selon nous, à une prédisposition ou à une réaction à un stimuli.

L'espace énonciatif configure l'expérience de l'engagement mais c'est dans sa figuration on contre-figuration que l'usager, en tant que citoyen, se construit un *ethos*. Dans le cours de l'interaction énonciative, l'usager adhère plus ou moins avec l'*ethos* configuré.

Hypothèse : Nous formulons comme hypothèse principale, dans cette première partie, que le tracé des ONG dans l'espace numérique fait émerger une pluralité d'expériences co-énonciatives de l'engagement. Le design numérique dans sa visée créative et éthique joue, selon nous, un rôle essentiel dans le cours de la relation co-énonciative.

La deuxième partie de notre analyse envisagera comme deuxième hypothèse le déploiement de formes de vie de l'engagement singulières et en devenir, en fonction de l'intensité avec laquelle l'usager « s'attache » (plus ou moins, ou pas du tout) aux « Faire-monde » énoncés par les ONG.

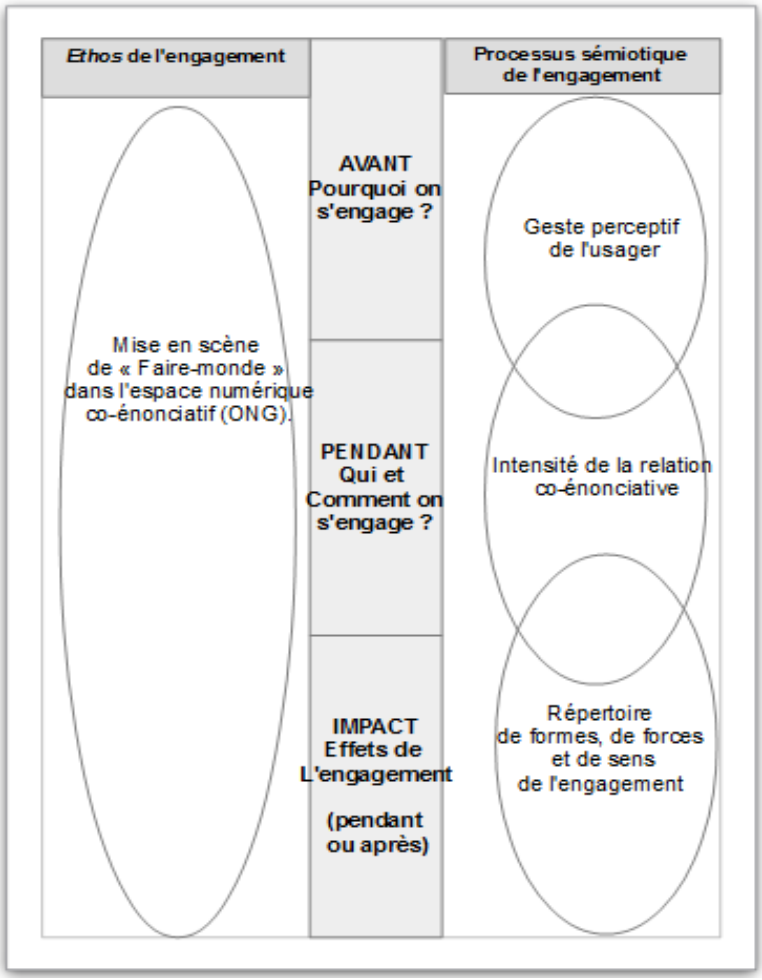


Figure 4 : Niveaux d'analyse du processus sémiotique de l'engagement dans l'espace numérique co-énonciatif des ONG.

Nous synthétisons notre conception de l'engagement dans la figure ci-dessus reliant les

différents moments du *faire sens* de l'engagement pour l'usager : le geste perceptif établissant la rencontre avec l'*ethos* de l'engagement mis en scène par l'ONG permet le déploiement d'une relation co-énonciative plus ou moins intense.

L'intensité de la relation co-énonciative peut également impacter sur le geste perceptif de l'usager (qui souhaitera, par exemple, aller plus loin dans la rencontre de l'*ethos* de l'ONG). L'intensité de cette relation co-énonciative engage l'usager dans un acte de réception et d'interprétation singulier de l'engagement démultipliant les possibles formes, forces et sens de l'expression de la mobilisation de l'usager. Ce répertoire de l'engagement peut construire de nouveaux gestes et influer sur l'intensité de la relation co-énonciative.

Méthode : Nous proposons l'analyse sémiotique de la relation co-énonciative de l'engagement mise en scène dans l'espace situationnel et expérientiel créé par les ONG.

La mise en scène de la relation co-énonciative potentialise, selon nous, la présence sociale des co-énonciateurs, c'est à dire une présence signifiante dans un ancrage culturel spécifique.

La présence sociale du donateur peut-être analysée à l'aune des théories de Mauss sur le don, s'agissant pour Marcel Mauss d'une incursion dans les différentes significations sociales du don (l'*ethos* du don) qu'il soit Potlach, échange de cadeaux entre tribus comme une « lutte de générosité », ou Kula, pratique cérémonielle assurant un lien avec un partenaire prestigieux.

La pratique du don assigne alors un rôle et une attente socialement définis aux acteurs de la distribution, de l'échange ou du transfert de biens. Les ONG ont d'ailleurs intégré depuis longtemps, dans leur pratique, la notion de contre-don, c'est à dire le fait de « rendre » symboliquement au donateur une part de sa contribution, en proposant des formes de contre-parties (de la lettre de remerciement aux petits cadeaux, de l'invitation à des débats à l'organisation de cérémonies pour les grands

donateurs). Pour l'exprimer simplement, Marcel Mauss proposait par le contre-don, de rééquilibrer les statuts du donateur et du donataire pour rompre avec une signification du don comme domination du riche sur le pauvre. F. Weber revient sur la logique de repositionnement des bénéficiaires au sein de la société dans le développement des théories de Mauss :

« Il n'est pas exagéré de dire que, au-delà de la critique implicite de la théorie économique de l'échange, la critique de l'aumône, tout à fait explicite, constitue le principal enjeu politique de l'*Essai sur le don*. L'aumône est le type même du don sans retour, humiliant dès lors que les pauvres acceptent de recevoir sans pouvoir rendre. « La charité est encore blessante pour celui qui l'accepte, et tout l'effort de notre morale tend à supprimer le patronage inconscient et injurieux du riche 'aumônier' » (ED : 258). Sortir les politiques sociales de leur genèse charitable, pour les rendre acceptables et non humiliantes, c'est d'abord en transformer la signification. L'effort conceptuel de Mauss tend à présenter les politiques sociales alors en cours de construction non pas comme des dons faits aux pauvres, mais comme des contre-dons rendus aux travailleurs en échange du don initial qu'ils ont fait de leur travail et dont le salaire ne représente pas un contre-don suffisant. » (Weber, 2007, p.11)

Il s'agit alors, dans les conceptions héritées de Mauss, de redéfinir l'*ethos* du don et par là même de permettre aux acteurs du don d'affirmer une présence socialement « digne ».

La configuration de la scène d'interaction dans l'espace numérique co-énonciatif implique également de « mettre en situation » les différents « acteurs » de la communication dans un ancrage culturel spécifique, celui de l'engagement.

J.J Boutaud envisage pour une part le « système de communication conçu d'abord dans sa dimension énonciative qui mobilise certes des acteurs réels, mais plus encore des figures énonciatives construites, idéalement, par le discours au sein de ces univers sociaux et culturels. » (Boutaud, 2011, p.31). Entendons par « idéalement », les projections de l'instance énonciative pour que la situation d'interaction se déroule dans le sens de la visée stratégique. L'espace co-énonciatif créé par l'ONG met en présence

plusieurs actants[31] (au sens de plusieurs rôles discursifs) : l'actant source de la situation de communication, l'usager « entre en relation cognitive et extensive, voire quantitative, avec la cible » (Fontanille, 1998, p.161). L'actant cible est dans notre analyse le bénéficiaire. L'actant stratégique configure les relations possibles de l'un vers l'autre dans une situation d'interaction spécifique.

- l'actant stratégique (l'ONG) déploie une visée particulière dans la conception et la médiation d'un espace co-énonciatif de l'engagement. Il est un actant collectif réunissant les différents acteurs, concepteurs, instances de l'engagement.
- l'actant source (l'usager) qui est un actant individuel, tout à la fois positionnel et transformationnel, au sens où il adopte un point de vue sur la relation co-énonciative et agit sur la situation d'interaction en cours. Il est à la source de l'interaction car dirige son action vers l'actant collectif et/ou vers l'actant cible (le bénéficiaire du don par exemple).
- l'actant cible (le bénéficiaire) qui est l'actant individuel ou collectif de l'énoncé : il peut représenter un enfant en situation de détresse comme toute une population, une espèce en voie de disparition, un environnement à sauvegarder, un contexte politique, etc. Il n'agit pas directement dans la situation d'interaction mais constitue l'objet (la cible) de l'engagement.

La configuration de l'espace numérique co-énonciatif implique le dessin sur l'interface page-écran d'un espace situationnel comme mise en scène de la présence sociale des actants. L'espace situationnel s'élabore à partir des opérations de débrayage et d'embrayage énonciatifs : le débrayage de la situation d'énonciation tel que défini par A.-J. Greimas et J. Courtès (1993, p.79) consiste en la projection des actants en dehors du discours, de l'espace ou du temps du projet de l'instance énonciative. L'embrayage suppose ensuite une opération de repositionnement de ces actants à l'intérieur de la situation d'énonciation. Ainsi, l'interface ne prolonge pas seulement le

31 Nous réinterprétons la définition des actants proposée par Jacques Fontanille dans *Sémiotique du discours*, 1998.

corps comme une prothèse (Eco, 1999) mais contient sa propre réalité « configurée », ses propres références comme dispositif social à visée stratégique.

Nous précisons cependant que cet univers référentiel (à l'intérieur duquel les actants ont une position, un rôle à jouer dans la situation d'interaction) peut échapper à la stratégie même de l'instance énonciative. En effet, la mise en scène de l'*ethos* de l'actant stratégique relève d'un acte de conceptualisation et de conception qui impliquent diverses équipes dont les idées créatives peuvent déborder le cadre exclusivement stratégique. C'est aussi l'utilisation de pré-modèles disponibles sur le web (template) qui pré-dessine l'espace situationnel. C'est encore une part du monde éthique de l'ONG qui se manifeste dans le choix des contenus médiés, échappant pour une part à l'unique visée stratégique.

Nous analysons l'espace situationnel comme la manifestation d'une présence sociale via les différentes fonctions de supports de l'interface, les orchestrations multimodales, les énoncés médiés.

Corpus :

Notre analyse se fonde sur un corpus d'interfaces issues des sites web de plusieurs ONG. Notre objectif n'étant pas de définir précisément le « réel » de leur engagement mais la manière dont elle présente une certaine réalité de l'engagement, nous définissons tout d'abord notre corpus à partir d'une brève présentation que ces Organisations font d'elles-mêmes sur leurs sites institutionnels.

WWF France : « Adepte d'une action fondée sur le dialogue et le respect de l'autre, le WWF œuvre au quotidien pour construire un avenir où l'Homme vit en harmonie avec la nature.»[32] Organisation non gouvernementale internationale de protection de l'environnement, WWF (Fonds mondial pour la nature) est créée dans les années 60 et est aujourd'hui un acteur reconnu et sollicité par les instances de décision sur la question de l'environnement. Présente dans une centaine de pays, l'Organisation est

32 http://www.wwf.fr/nos_priorites/qui_sommes_nous/

reconnue d'utilité publique en 2004.

RSF (Reporters sans frontières) : « La liberté d'expression et d'information est la première des libertés. Comment lutter contre le massacre des civils, le fléau des enfants soldats et défendre les droits des femmes, comment préserver notre environnement si les journalistes ne sont pas libres de rapporter les faits, de dénoncer des abus et d'interpeller la conscience générale ? ».[33] Reporters sans Frontières est une Organisation née en France en 1985 et a développé un réseau dans 130 pays pour garantir la liberté de l'information. Elle est également un organe consultatif auprès des Nations Unies et de l'Unesco notamment.

MSF France (Médecins sans frontières) : « Depuis plus de quarante ans, Médecins Sans Frontières apporte une assistance médicale à des populations dont la vie ou la santé est menacée ». Créée en 1971 à Paris, MSF est une association médicale humanitaire internationale. Prix Nobel de la Paix en 1999, l'Organisation se revendique indépendante de tous pouvoirs politiques, militaires ou religieux pour agir en toute impartialité. [34]

Solidarités Internationales : « Depuis 35 ans, l'association d'aide humanitaire Solidarités International est engagée sur le terrain des conflits et des catastrophes naturelles. Notre mission est de secourir le plus rapidement et le plus efficacement les personnes dont la vie est menacée, en couvrant leurs besoins vitaux : boire, manger, s'abriter. »[35] L'Organisation intervenant dans 19 pays a particulièrement développé une expertise dans le domaine de l'accès à l'eau potable et l'assainissement.

Action Enfance : « En France, depuis plus de 50 ans, Action Enfance accueille, protège et éduque des frères et sœurs en danger, de la petite enfance à la vie adulte. Elle offre à ces enfants, séparés de leur famille sur décision du juge des enfants, un cadre, stable, éducatif et protecteur, afin de les aider à mieux grandir et s'insérer dans la société. »[36] L'association a développé des villages d'enfants, des foyers et des

33 https://rsf.org/fr/presentation-0
34 http://www.msf.fr/page/association
35 http://www.solidarites.org/fr/qui-sommes-nous
36 http://www.actionenfance.org/nous-connaitre

systèmes de parrainages pour répondre aux situations d'insécurité rencontrées par les enfants.

Greenpeace France : « Depuis plus de quarante ans, Greenpeace et ses bureaux nationaux et régionaux ont ainsi contribué à d'importants changements à travers le monde et remporté de nombreux succès. » « La méthode Greenpeace, c'est l'action pour informer sur les enjeux écologiques et faire pression sur les dirigeants. En évoquant la mobilisation des « combattants de l'arc-en-ciel », on pense immédiatement aux zodiacs vrombissants, aux activistes suspendus aux cheminées d'usines ou enchaînés aux grilles des entreprises polluantes. On imagine moins le travail de longue haleine dans lequel s'insèrent ces actions de confrontation. Ce travail est indispensable pour obtenir des avancées significatives dans le domaine de l'environnement. »[37]. Le bureau français de Greenpeace ouvre en 1977.

La capacité de ces ONG à produire des campagnes numériques, la volumétrie suffisante des dons produits en ligne par ces ONG, la pluralité de leurs thématiques et formes d'engagement et enfin, leur relation avec l'entreprise porteuse de ce projet d'analyse, iRaiser, ont motivé notre sélection.

Nous n'engageons pas d'études approfondies sur ces ONG quant à leurs organisations, missions, performances, mais nous considérons l'univers de sens mis en scènes par le design au sein de leur communication numérique. L'analyse des interfaces de leurs sites web institutionnels et de leurs campagnes numériques réalisées entre 2013 et 2015 vise à mettre en évidence les différents « Faire-monde » configurés.

37 http://www.greenpeace.org/france/fr/connaitre-greenpeace/historique/

Chapitre III. *ethos* énonciatifs de l'engagement

L'espace situationnel, ce tracé[38] éditorial de l'*ethos* de l'ONG, dessine ainsi l'espace de mise en scène des valeurs à l'intérieur duquel l'usager est invité à se « situer » mais aussi à « agir ». C'est l'espace expérientiel configuré par diverses fonctionnalités qui permet ainsi à l'usager de se confronter, par le geste, à l'*ethos* mis en scène. Nous décrivons les directions possibles du geste d'engagement de l'usager vers le bénéficiaire en fonction de ces espaces situationnels et expérientiels configurés. Nous analysons notre corpus d'interfaces en trois temps :

- l'espace situationnel, c'est à dire les énoncés textuels, linguistiques, visuels, cinétiques et leurs orchestrations multimodales. Cette première analyse nous renseigne sur la configuration dans laquelle l'usager est invité à se situer dans l'expérience d'engagement.

38 Pour Y. Jeanneret (2011, p.72), le tracé est « un acte d'inscription » : « Il s'agit, non d'un phénomène naturel d'empreinte, mais d'un construit culturel qui tient à une élaboration documentaire »

- L'espace expérientiel c'est à dire les fonctions de support formel et erghodique de l'interface. Cette approche décrit les parcours configurés à partir des fonctionnalités.
- L'*ethos* émergeant de ce tracé des présences sociales des différents actants au sein de l'univers référentiel des ONG.

L'analyse de l'espace situationnel et expérientiel vise en effet à révéler les relations co-énonciatives configurées dans le dispositif de médiation et exprimant une pluralité d'*ethos* de l'engagement.

I. De l'actant stratégique vers l'actant source

I.1. *ethos* de l'engagement fondé sur l'expertise

L'espace situationnel du site web Agir avec MSF :

Sur le site web Agir avec MSF (Médecin sans frontière) la présence des bénéficiaires est installée dans un paysage qui s'étend comme une bande annonce mais qui est obstruée, masquée par les blocs textes, vidéos et images présentant l'action de MSF. La situation de l'actant stratégique se superpose donc à celle de l'actant cible.

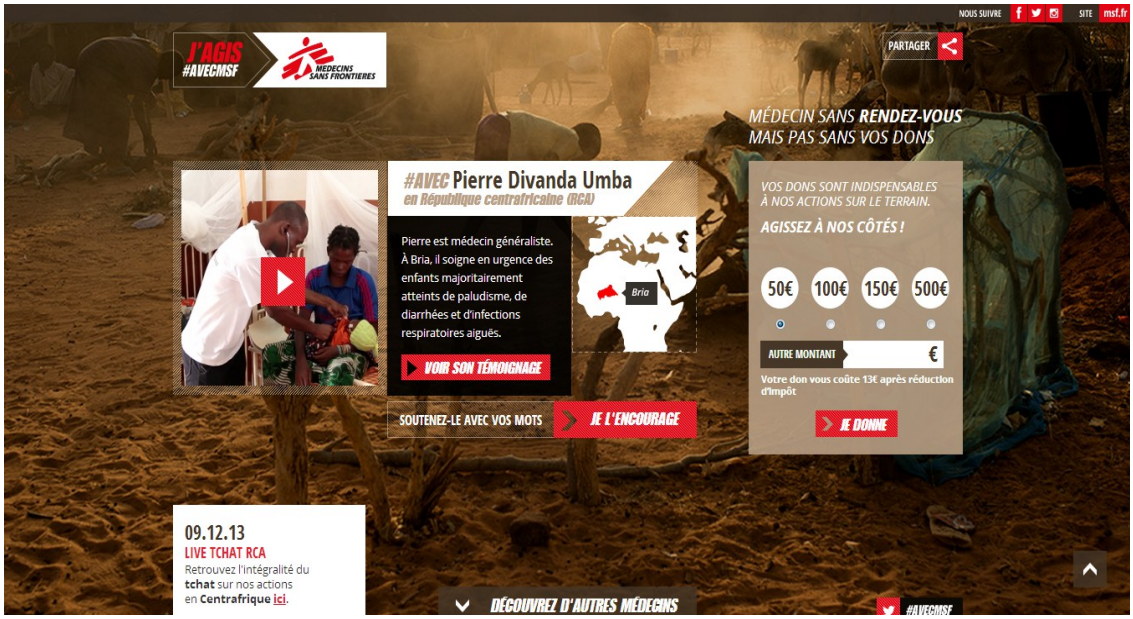


Illustration 1 : Capture d'écran de la page d'accueil du site « j'agis#avecmsf », www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013

La présence des bénéficiaires, si elle investit l'intégralité de la page-écran (l'interface qui s'affiche sur l'écran), elle n'est pourtant pas en contact avec l'usager. En effet, la déclinaison du signifiant « paysage » en référent «lieu » / « contexte » renvoie ici, par relation afférente, au signifié « dépaysant ». L'usager est placé face à « un paysage » qui « dépayse » par les niveaux plastiques et iconiques de sa représentation et dont la connotation est celui de « l'éloignement ».

« L'éloignement » est signifié :

- dans ses propriétés « objectives » par l'éloignement géographique : l'image d'un paysage dont les caractéristiques physiques l'éloignent des images de paysages occidentaux.
- dans ses propriétés symboliques par le principe d'incommunicabilité : l'image présente des personnes non tournées vers l'usager (symbole d'une communication rendue impossible par des différences socioculturelles : « paysage étranger» devient ici un « paysage étrange »).
- dans ses propriétés esthétiques créées par le rapport analogique avec le cinéma (la représentation d'un arrière plan) et par la manipulation graphique (les blocs

textes et images s'inscrivant en avant du paysage).

Le premier bloc (vidéo) présente l'image d'un médecin qui, dans le même principe d'incommunicabilité que les personnages du paysage, est tourné vers son action.

L'entourage hachuré de la vidéo et la taille réduite de ce bloc par rapport aux deux autres éloigne cet élément de l'espace de l'usager par effet d'optique. Le signifié « éloignement » est repris ici dans son rapport avec l'usager.

C'est l'installation même de l'association au sein du paysage, lieu de l'action, qui est révélée par cette distorsion graphique.

Le deuxième bloc établit la liaison entre l'actant source et l'actant cible : - symboliquement, par le témoignage du médecin ; - graphiquement, par un rapprochement visuel du bloc vers l'espace de l'usager, et par intégration des contours de la carte au paysage. La présence sociale de l'ONG comme intermédiaire est personnifiée en la figure du médecin. Le deuxième bloc offre une identité à l'ONG (et plus seulement une présence) en nommant le médecin « #avec Pierre Divanda Umba ».

La présence sociale de l'usager n'est, quant à elle, pas signifiée au niveau figuratif mais définie par son pouvoir de donateur : le troisième bloc, la grille de dons, est visuellement plus proche de notre espace par une taille plus grande et l'absence de ce contour hachuré.

Ce bandeau central positionne l'ensemble des actants en fonction de leur niveau de contribution dans la mise en scène de l'engagement : plus éloignés de notre espace, les actants cibles. Entre les actants cibles et les actants sources (l'usager) figure la présence incontournable du médecin qui lui seul peut effectuer le lien. L'usager est en retrait par rapport au lieu de l'action et est invité à agir dans l'espace numérique pour signifier sa présence.

Ce sont en effet les signes manipulables potentialisant l'action de l'usager dans le dispositif qui indiquent la présence de ce dernier et configurent des directions possibles à la situation d'interaction. On observe une déclinaison rouge et blanche des signes

activables associée à un niveau d'action. Les boutons rouges, choisis comme accroches visuelles, correspondent aux interventions possibles de l'usager en ligne sur l'interface par l'écriture ou par la médiation : « partager », « suivre dans les réseaux sociaux ». Le dimensionnement est moindre pour ces aspects qui vont du numérique vers le numérique. Il n'y a pas de sorties proposées, à ce niveau, vers l'espace hors ligne, le « réel ».

Trois boutons d'égales tailles, mots blancs sur fonds rouges, invitent à une progression de l'investissement du donateur potentiel : s'informer, prendre conscience, soutenir. « Voir son témoignage » correspond au niveau d'information. « Je l'encourage » associé à « Soutenez-le avec vos mots » définit la prise de conscience avec un investissement symbolique qui ne sort pas de l'espace en ligne. Le dernier bouton « je donne » opère le passage de l'espace numérique à l'espace réel. C'est ensuite la grille de don et le champ laissé libre qui définiront le niveau d'implication « j'agis ». Un niveau d'informations et d'actions symboliques supplémentaires est proposé avec « Le live tchat : en direct avec l'action », et la suggestion « découvrez d'autres médecins ».

Les accroches visuelles et le zoning choisis permettent de rythmer l'interface et de positionner l'usager dans ce rythme par des effets d'éloignement et de rapprochement (plus ou moins proche du terrain d'action de MSF).

L'espace situationnel présente MSF dans un rapport d'intermédiation incontournable entre l'usager et le lieu « éloigné » de l'action. Le paysage n'est accessible que par l'intermédiaire de MSF personnifié par le médecin.

Il y a là, en effet, un jeu de placement des actants dans la situation de communication révélant tout à la fois le niveau d'engagement et de légitimité des acteurs de terrain.

Espace expérientiel :

Les différentes actions de l'usager en ligne vont se jouer autour de ces notions d'éloignement et de rapprochement configurées par la combinatoire du mode d'organisation du contenu dans l'espace de l'écran et des potentialités d'actions sur cet espace. Cette configuration vient exprimer un *ethos* particulier de l'énonciateur : l'usager rentre en effet en contact par l'intermédiaire du Médecin sans frontière, censé exprimer tout à la fois confiance et autorité.

Cette scène pratique proposée à l'usager se rejoue à différents niveaux du site. Si l'usager visionne la vidéo, le même processus d'intermédiation est à l'œuvre permettant une graduation dans l'expérience émotionnelle attendue.

Le clic assure l'ouverture du rideau. Le rideau s'ouvre sur le quotidien du médecin.

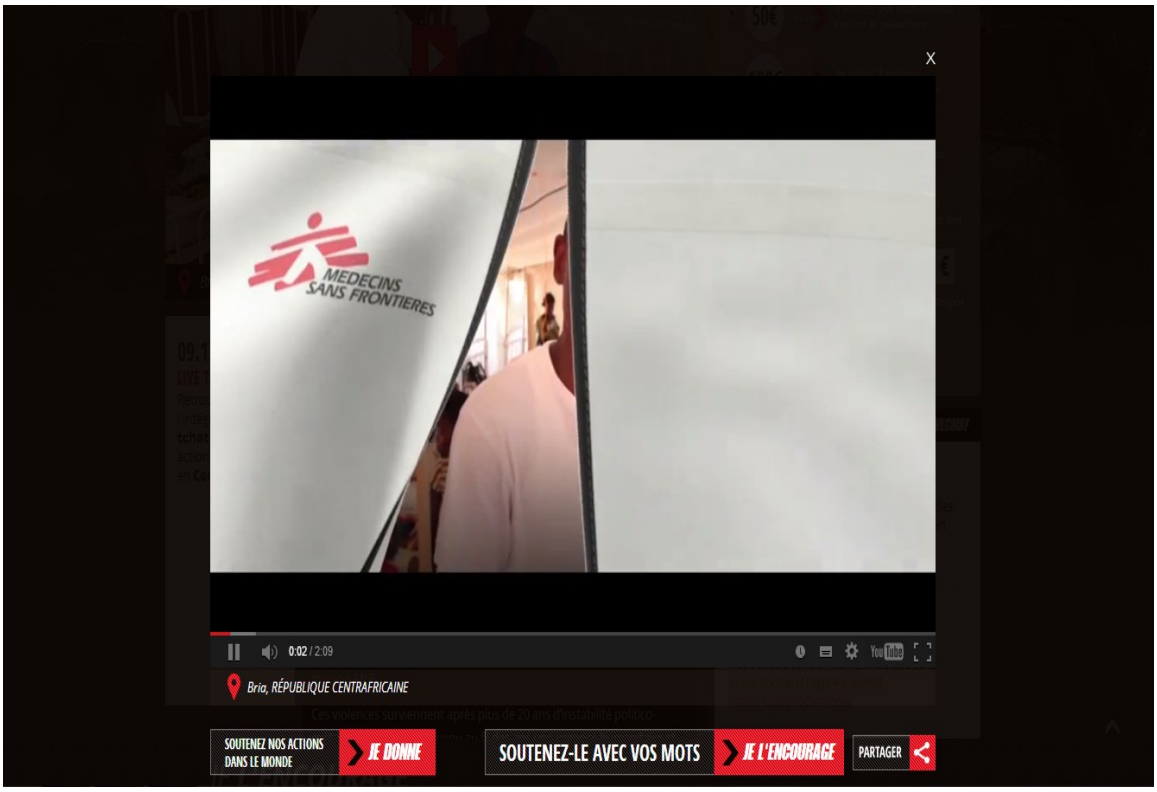


Illustration 2 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », introduction, www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013

Cette mise en scène nous invite à pénétrer un nouvel espace décodé par Médecins sans frontières. L'immersion progressive propose à l'usager de partager l'univers de MSF.

Le rapport synesthesique entre l'image, le bruit hors-champ de l'activité humaine derrière ce rideau et les fonctionnalités de sollicitation « je donne », « je l'encourage » évoluent en fonction de la séquence de la vidéo.

Une première séquence présente des images de patients hospitalisés associées a un bruit hors-champ de pleurs d'enfants. Le visionnage de cette séquence, relié aux différentes fonctionnalités « je donne » et « j'encourage », active le premier niveau de responsabilisation du co-enonciateur, celui de la prise de conscience, sur le registre émotionnel de l'empathie. /J'encourage non plus le médecin mais j'encourage le patient, je donne contre sa souffrance./

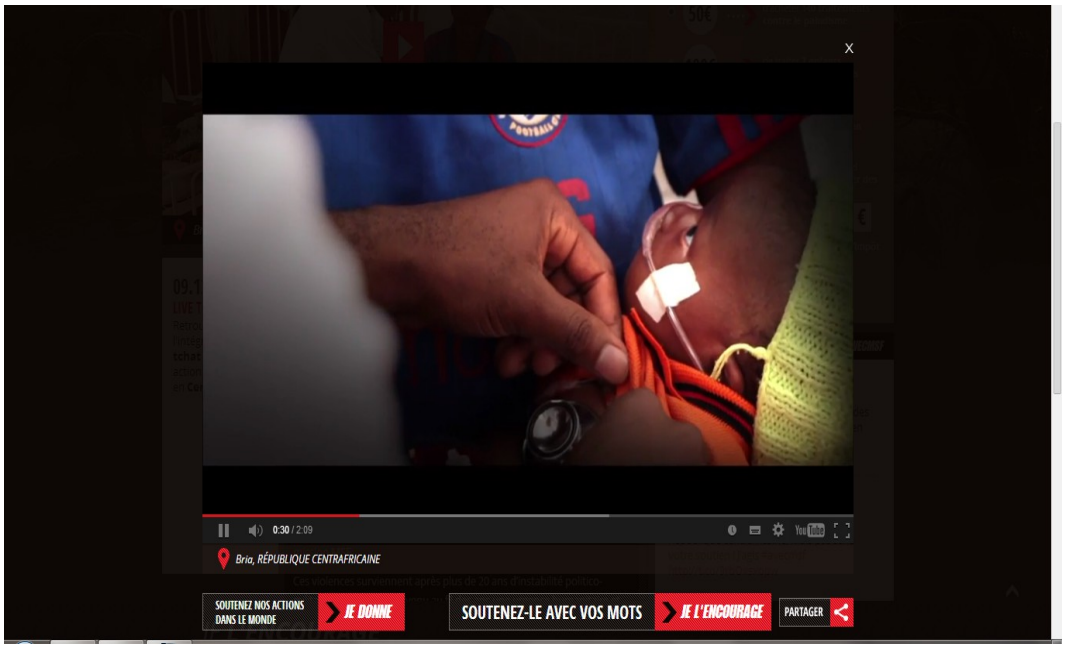


Illustration 3 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », séquence 1, www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013

La deuxième séquence offre des images positives d'une enfant, patiente de la clinique. L'explication du médecin et le rire de la petite fille présentent le registre émotionnel du soulagement, de l'espoir. /Je donne et j'encourage pour la réussite, pour la guérison personnifiée en cet enfant soigné/.

Illustration 4 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », séquence 2, www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013.

La dernière séquence replace le médecin comme énonciateur référent, sollicitant directement l'usager comme donateur potentiel ; ce moment est associé aux bruits hors-champ de l'activité. Le registre émotionnel de l'admiration conduit au registre décisionnel /je donne et j'encourage pour que le médecin mène à bien ses missions/. C'est à ce niveau de lecture que la sollicitation se fait de manière directe.

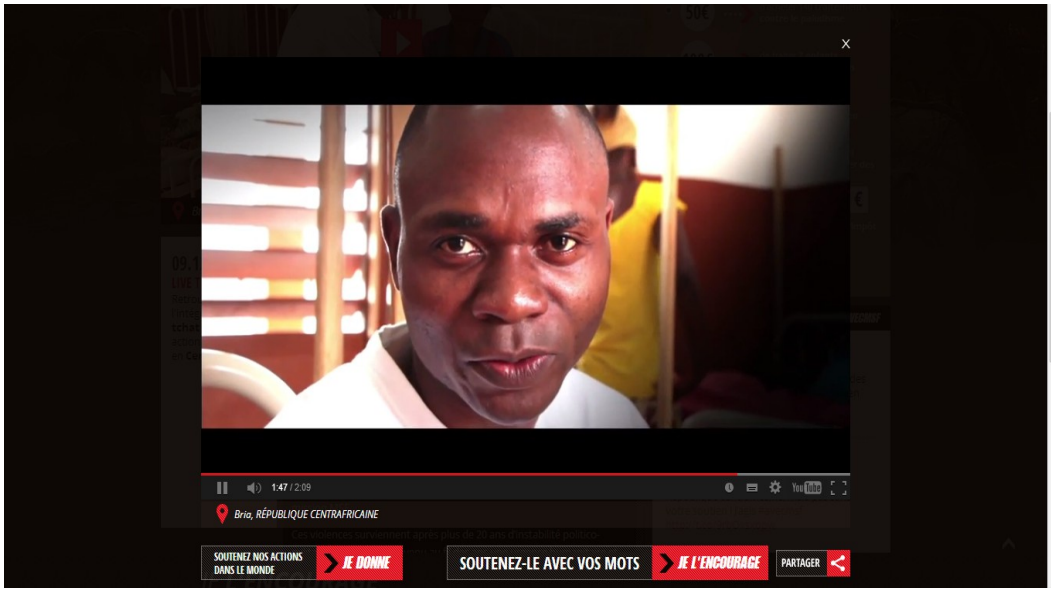


Illustration 5 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », séquence finale, www.avecmsf.fr, consulté en novembre 2013

La mise en scène et en fonctionnalités de l'espace co-énonciatif par le choix des énoncés, leurs orchestrations multimodales ainsi que par les fonctions de supports formels et erghodiques de l'interface construit un *ethos* de l'engagement fondé sur les compétences des médecins et leur rôle d'intermédiation avec les potentiels donateurs. La professionnalisation sur laquelle s'appuie les discours et les actes de l'Organisation éloigne l'usager des bénéficiaires et inscrit l'interaction uniquement en direction de l'ONG.

I.2. Stratégie de l'intermédiation

Cette position d'intermédiation entre la présence des bénéficiaires et celles des usagers configure une stratégie qui s'appuie sur la légitimité des acteurs de l'ONG.

Quel rapprochement pouvons-nous faire entre *ethos* d'un engagement « professionnel » et les stratégies de légitimation ? La stratégie de légitimation s'appuie sur la capacité de l'instance énonciative à produire une certaine vision du monde, dont la mise en scène par le design éditorial constitue une référence, au sens d'autorité.

P. Charaudeau rappelle que «[...] tout sujet parlant doit-être *légitimé*. Cela veut dire que le droit à la parole n'est jamais donné par avance et qu'il n'est pas un fait naturel : ce droit est donné par la situation dans laquelle on parle. Aussi faut-il que l'on se dote des moyens pour analyser ces conditions de production que sont les composantes de toutes situations de communication, du point de vue de l'identité de ceux qui échangent du discours, de la finalité et de l'enjeu de leur échange, du domaine thématique dont il est question et des circonstances matérielles dans lesquelles ils échangent ». (Charaudeau, 2007, P.74). Nous partageons cette idée de légitimité de l'énoncé acquise par la situation d'énonciation.

En revanche, cette légitimité n'est pas, selon nous, liée à l'identité mais à la présence des co-énonciateurs. Ce qui permet notamment de comprendre pourquoi un individu légitimé dans le discours par son identité professionnelle peut parfois être moins entendu qu'un individu dont la présence sociale est forte. Nous pouvons imager cette

situation par le dialogue entre un expert et un politique. C'est pourquoi nous pensons qu'analyser des stratégies consistent avant tout à repérer des formes de présence qui sont en fait des mises en scène de l'*ethos* de l'Organisation.

P. charaudeau ajoute à la question de la légitimité, celle de la crédibilité dont a besoin le sujet pour mettre en partage cette vision du monde : « Cela suppose une observation du langage en termes de stratégies discursives qui permettent au sujet de se construire une certaine image vis-a-vis de son interlocuteur, de se construire un *ethos*. », c'est à dire se construire une image reflétant ses valeurs (Charaudeau, 2007 p.74). La stratégie de l'instance énonciative consiste à faire accepter l'échange de valeurs et pour cela le sujet doit construire « des savoirs de connaissance et de croyance qui sont censés être partagés par les membres d'une même communauté, savoirs qui sont les garants du lien social » (Ibid).

J.M Floch, en analysant la portée sémiotique de la communication publicitaire, a mis en évidence des types de stratégies liés à ce « construit social ». Parmi ces types, figure la stratégie référentielle : lorsque le communicant a une position de référent incontournable et met en scène un « discours réaliste » fondé sur une forme d'objectivité. (Floch, 1990, p.184-226). Nous retrouvons là une stratégie fondée essentiellement sur un « pouvoir croire » l'instance énonciative présentée comme légitime et crédible, ce qui est une des caractéristiques de l'*ethos* de l'engagement « professionnel ».

N. Pignier envisage plus largement la stratégie référentielle dans la mise en scène d'une manière d'être au monde fondée sur l'esthésie de la représentation réaliste (au sens de mimêsis comme imitation). L'auteur met en évidence une manière d'énoncer le monde réaliste voire hyperréaliste qui se complexifie « en associant parfois des modes de perception du monde à la fois subjectifs et ob-jectifs. Ainsi le sujet de perception peut faire l'expérience du sentiment de plaisir de la reconnaissance et tout à la fois du sentiment d'étrangeté. Il fait la double expérience alors d'un monde jeté devant soi, à distance, et d'un être jeté dans le monde. » (Pignier, 2013, p.91). Pour nous également l'*ethos* d'un engagement fondé sur l'expertise ne se limite pas à la

démonstration « objective » mais se déploie dans des manières d'exprimer un besoin d'intermédiation pour reconnaître ce monde qui nous apparaît de prime abord comme « étrange ».

Nous reprenons l'exemple du paysage « éloigné » porteur d'étrangeté sur la page-écran d'accueil du site Agir avec MSF ou encore la séquence vidéo projetant l'usager dans un univers inconnu et pourtant familier lorsqu'il s'emplit des rires d'enfant. Selon l'auteur, l'esthésie de la représentation réaliste ou hyper réaliste dessine des formes de vie dépassant l'imitation stricte du réel pour faire partager une vision dont l'émotion n'est pas exclue. Ces stratégies invitent au plaisir de la reconnaissance, reconnaissance d'une forme de réalité qui dépasse parfois les conditions « naturelles » de visibilité du réel.

Pour nous, l'$ethos$ de l'engagement fondé sur l'expertise prend appui sur une stratégie référentielle en instituant « un pouvoir-croire » intense à l'expression de l'ONG tout en se fondant sur une mise en scène des conditions d'intermédiation nécessaire pour la visibilité d'un monde « éloigné ».

Cette mise en scène dépasse les critères de la représentation « objective », c'est pourquoi notre analyse de l'$ethos$ se fonde sur la mise en scène des directions de l'interaction : de l'actant stratégique vers l'actant source dans le cas de l'$ethos$ de l'engagement fondé sur l'expertise. Cette mise en scène autour de la légitimité des acteurs de l'engagement structure également la campagne web de Reporters Sans Frontières pour les 30 ans de l'Organisation.

Espace situationnel de l'interface Reporters sans frontières a 30 ans :

La position d'intermédiation de l'ONG est d'emblée affirmée par la figure du reporter, seul sur le terrain, seul en capacité de faire le lien entre le lieu de l'information (le paysage inaccessible, en explosion) et l'usager.

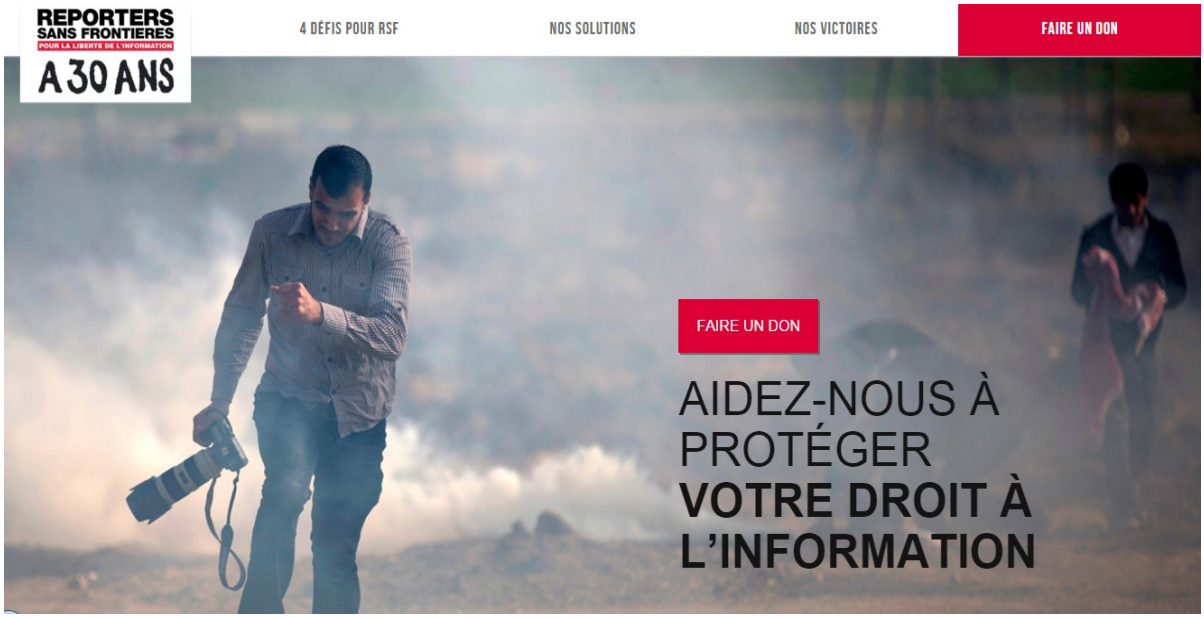


Illustration 6 : Capture d'écran de la page d'accueil, campagne web Reporters sans Frontières a 30 ans, www.rsf.org, consultée en mars 2016.

On retrouve ce même jeu de positionnement : la présence de l'actant stratégique surexposée, la présence de l'actant cible éloignée (présence en disparition derrière l'écran de fumée), la présence de l'usager signifiée (et non figurée) par son pouvoir d'action (potentialisé dans le signe cliquable « faire un don »).

Une direction est donnée à la scène de l'engagement par le mouvement du reporter : du paysage explosion vers nous, en tant qu'usager du site et donateur potentiel. L'objectivité de la démonstration est par ailleurs ici quasi nulle. L'image ne prouve rien en soi, mais met en scène la direction de l'interaction et place l'usager à « distance » du paysage et à proximité des acteurs de l'engagement ; Le lien co-énonciatif de cet *ethos* de l'engagement professionnel est celui d'un pouvoir-croire en l'intermédiation de l'ONG pour redonner une visibilité à ce réel enfoui sous l'écran de fumée.

Les codes de cet espace situationnel sont repris dans la modalité textuelle « Aidez nous à protéger *votre droit à l'information* », visuellement scindée en deux par les caractères en gras. « Aidez-nous à protéger » renvoie à la figure du journaliste : le texte est inscrit dans le paysage cible. « *votre droit à l'information* », texte énonçant la présence de l'usager est extraite de ce paysage. L'intermédiation de l'ONG, personnifiée par le reporter, est là encore incontournable.

Espace expérientiel :

Au sein de cette page-écran, la fonction de support erghodique est concentrée sur le geste du don. Le rouge du bouton « faire un don », répété à deux reprises, contraste avec la sobriété de l'espace figuré. Conçu comme une alerte visuelle, le don fait écran entre l'espace de l'usager et celui de l'ONG, signifiant le moyen d'ouvrir l'accès à cet espace en explosion du bénéficiaire.

RSF et MSF configurent une situation relationnelle co-énonciative d'intermédiation entre l'actant source et l'actant cible basée sur la mise en scène d'un *ethos* de l'engagement « professionnel ». Ce sont les compétences de l'ONG personnifiées par ses acteurs qui fondent leur légitimité de parole et d'action. Ainsi, la présence sociale de l'usager est uniquement potentialisée dans son interaction avec l'ONG.

La stratégie de l'intermédiation se fonde sur une manière de vivre la communication numérique au travers de l'expertise d'une instance énonciative. Elle implique, de la part de l'usager, un geste perceptif concentré sur les formes et forces des valeurs médiées sur l'interface. Nous reprenons la définition de J. Davallon de la médiation « comme la mise en œuvre d'un élément tiers rendant possible l'échange social, alors même que les univers de la production et de la réception sont a priori par nature disjoints » (Davallon, 2004, p.53). Pour ne pas confondre toute les situations de communication avec une stratégie de médiation, nous ajoutons le suffixe « inter » (« entre », « dans l'intervalle ») pour souligner que dans la stratégie de l'inter-médiation fondée sur un esthésie particulière, c'est l'actant stratégique qui joue le rôle de tiers, avec force, entre l'actant cible et l'actant source. Ainsi, l'actant stratégique ne s'efface pas pour laisser place à une médiation directe entre actant source et cible, il s'« impose » entre, il donne la direction de la communication.

	Actant cible (Bénéficiaire)	Actant source (Usager)	Actant stratégique (ONG)	Relation co-énonciative	*ethos* de l'engagement
MSF / RSF	Éloigné	Distance « physique »	Personnifié	Stratégie de l' intermédiation	Fondé sur l'expertise

Figure 5 : Tableau : mise en scène de l'$ethos$ de l'engagement à partir de l'espace situationnel (MSF et RSF)

II. De l'actant source vers l'actant cible

II.1. *ethos* de l'engagement fondé sur un devenir

Espace situationnel de l'interface L'envolée

L'analyse de l'interface d'accueil de la campagne web d'Action-Enfance intitulée $L'envolée$ configure un tout autre espace situationnel. La rencontre en direct avec les bénéficiaires d'Action-Enfance se substitue à la vocation d'intermédiaire de MSF et de RSF.

L'agencement de la page joue sur une structuration en unité exclusive, une seule image structure l'interface (Pignier, Drouillat, 2004) provoquant une rencontre directe avec la l'énonciation proposée, celle d'un enfant au centre d'un environnement sombre.

Cette structuration crée les conditions d'un contact car, dépourvue d'alternative pour le regard : ou le noir, ou l'enfant au visage éclairé s'offrent à nous. La présence des bénéficiaires personnifiée par l'enfant semble très proche de l'espace de l'usager. Pourtant, l'image qui semble fixe dans une première perception inattentive est en fait une vidéo dans laquelle l'enfant bouge de gauche à droite très lentement et de

manière répétitive. La vidéo est silencieuse. Le signe de la rencontre, proposée en première lecture, est détourné par le principe d'incommunicabilité signifié par l'attitude de l'enfant. Sa distance « psychologique » l'éloigne cette fois de notre espace.

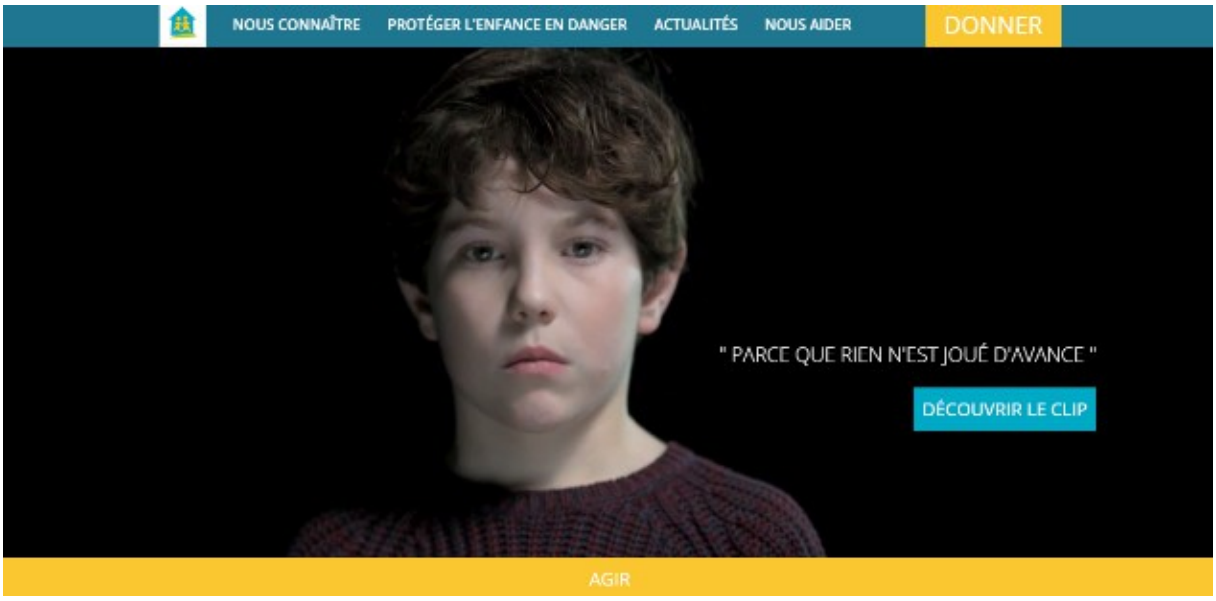


Illustration 7 : Capture d'écran de la page d'accueil (1er écran), campagne web d'Action Enfance, L'envolée, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.

Une deuxième image s'intercale au bout de quelques secondes présentant un point de vue en hauteur, actant une forme de distance entre notre espace et celui de l'enfant. L'enfant alors de dos, animé par ce mouvement très lent, se retrouve dans un espace théâtralisé par un jeu de lumière. Un premier faisceau lumineux marque sa position dans l'obscurité et un deuxième suggère une sortie impossible, un mur. Les signifiants de la rencontre (l'enfant seul, la lumière) sont rendus inopérants par leurs propres signifiés (le silence de l'enfant renvoyant à l'incommunicabilité et la lumière artificielle renvoyant à l'absence de sortie réelle).

Les signes de présence renvoient, par relation afférente, à l'absence et réciproquement : présence de lumière – absence de sortie ; présence d'un être – absence de vie sociale (silence et mouvement lent) ; absence de lumière – présence d'une vie ; absence de son – présence d'un mouvement, marquant ainsi l'inadéquation entre l'enfant et son environnement. L'absence de son peut être considérée ici comme

une modalité puisqu'une vidéo suppose généralement de voir mais aussi d'écouter. L'enfant est muré dans le silence, l'absence de son symbolise son incapacité à dire, à percevoir un avenir. Ainsi, l'orchestration multimodale – visuelle, dynamique (mouvement lent), sonore (par l'absence) - configure une situation d'immersion dans l'univers mental de l'enfant afin de reproduire sa sensation de malaise. Et le mode textuel « parce que rien n'est joué d'avance » crée un rapport synesthésique car s'entend littéralement. Cette citation se perçoit comme une voix, celle de l'ONG, pour la voix de l'enfant.

La présence de l'actant bénéficiaire semble s'échapper par ce décalage entre présence physique et éloignement « mental » de l'enfant. L'espace situationnel recréé au sein de l'interface par cette orchestration des langages cinétiques, visuels et textuels se fonde sur une instabilité de la présence de l'autre que l'usager est invité à rejoindre par le geste. Là encore la présence de l'usager est signifiée dans une logique performative. Il s'agit d'agir sur l'interface pour concrétiser sa présence dans la situation d'interaction.

Il s'agit ici, par l'orchestration multimodale, d'établir une rencontre symboliquement avec le bénéficiaire par le geste et par la double concrétisation de ce geste dans l'espace numérique et dans le réel.

Espace expérientiel :

La modalité textuelle, figurée par les boutons jaunes « Donner » et « Agir » et le bouton bleu « Découvrir le clip » différencient deux niveaux d'actions. En bleu, une action qui ne sort pas de l'espace numérique : l'usager découvre le clip. L'usager sort ainsi du dispositif immersif refermé sur le malaise de l'enfant pour rejoindre un dispositif immersif ouvert par la présentation d'une vidéo. Le clip met en scène une sortie, celle du franchissement du mur par l'enfant. L'action de l'usager a symboliquement ouvert ce passage au sein de l'espace numérique. Ainsi, la présence de l'usager est visuellement retranscrite : son action déclenche la progression de

l'enfant vers son devenir.

Les boutons bleus « Agir » ou « Donner » renvoient à des pages de sollicitation de l'usager pour une participation financière ou sur le terrain. Là encore, l'action de l'usager permet de passer d'un univers *fermé* vers un espace ouvert sur le bonheur d'enfants souriants. Cette expression de l'enfance heureuse sur la page de don manifeste le possible retentissement de l'implication de l'usager. Cette fois-ci l'action est tournée vers le réel : il s'agit de donner pour permettre la sortie de l'enfant *ici et maintenant* de cette impasse que constitue son quotidien.

La présence de l'ONG se confond quant à elle avec l'univers de l'enfant comme de l'usager. En effet, symboliquement, l'ONG est cette énergie présente dans le monde de l'enfant mais qui demande à être révélée par l'action collective. Cette présence est finalement la lumière qui inonde le visage de l'enfant dans la première séquence de l'interface d'accueil (ill.7) et permet de nous *faire voir* une situation, *re-présentant* le bénéficiaire, et *présentant* l'engagement de l'ONG en sa direction[39]. Cette lumière est, dans la deuxième séquence (ill.8) celle qui indique le chemin mais qui ne peut s'épanouir vers la sortie tant que l'usager n'a pas affirmé sa présence.

Les fonctions de support formel et erghodique de l'interface recréent ici les conditions de perception, par l'usager, de l'acte en train de se faire. La simulation et stimulation de l'expérience citoyenne par le geste permettent à l'usager en ligne d'agir sur cette mise en scène. Il s'agit de « se voir faire » « se voir agir » impliquant un processus de réflexivité à l'œuvre dans les dispositifs immersifs (Boutaud, 2007, [en ligne]). La situation de débrayage spatial observée dans l'espace de rencontre (éloignement « mental » puis « physique » de l'enfant) est transformée par une opération d'embrayage dans l'espace co-énonciatif (rapprochement de l'enfant lorsque l'usager fait un geste). L'usager est alors en contact direct dans l'espace simulacre des conditions des enfants isolés socialement.

39 Nous renvoyons aux analyses de Louis Marin sur le signe qui se révèle lorsqu'il re-présente quelque chose et se présente représentant quelque chose (cf section 2.2 de notre thèse)

Illustration 8 : Capture d'écran de la page d'accueil (2ème écran), campagne web d'Action Enfance, L'envolée, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.

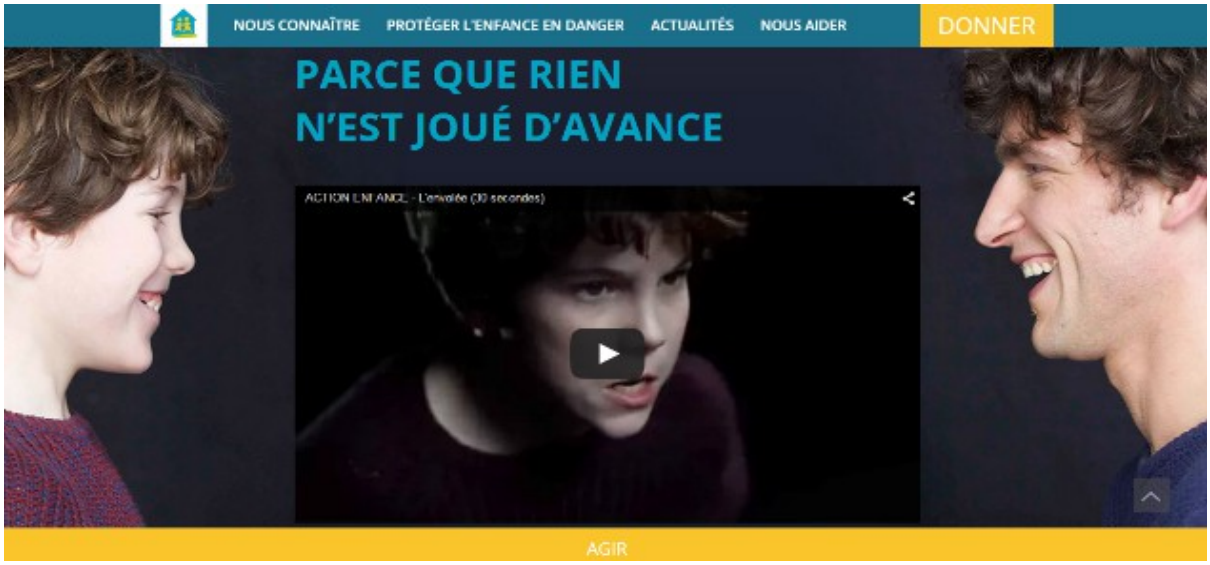


Illustration 9 : Capture d'écran de la page d'accueil (après visualisation du clip), campagne web d'Action Enfance, L'envolée, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.

Illustration 10 : Capture d'écran de la page de don d'Action Enfance, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.

L'espace situationnel et expérientiel configuré au sein de l'interface donne à l'ONG le statut de révélateur de la situation, sorte de projecteur symbolisé par cette lumière qui donne à voir. La scène ainsi éclaire la direction de l'actant source vers l'actant cible, qui à son tour peut partir vers son devenir.

> **L'*ethos* de l'engagement de l'ONG se fonde sur un devenir commun et correspond pleinement à l'action de terrain de l'association favorisant la mise en place de dispositifs d'accueil pour l'enfance en danger, au cœur de la vie des usagers.**

Dans la campagne web *Le kit de dignité* de Solidarités International, transparaît également cette relation co-énonciative fondée sur la projection symbolique de l'usager vers le bénéficiaire.

Espace situationnel de l'interface Le kit de dignité :

La présence de l'usager est, à l'instar de l'enfant d'Action enfance, rendue instable par un effet d'apparition/disparition dans le registre plastique et iconique du premier bandeau horizontal de la page-écran d'accueil. La présence de vie (les enfants jouant

au dernier plan) disparaît par l'absence des objets du jeu ; la présence d'un lieu, dont l'inscription par la matière est forte au premier plan, disparaît par l'absence d'un lieu à habiter (il s'agit là de cabanes de fortunes qui pourraient faire, éventuellement, resurgir la notion de jeu si la situation ne nous apparaissait pas d'emblée comme dramatique au regard de notre connaissance de la situation des réfugiés). La vidéo, présentée avant activation par l'usager comme une image fixe en bas de la page écran d'accueil, réactive la présence physique du bénéficiaire par le visage d'une femme (d'une mère ? Si nous opérons une relation avec les enfants). Cette présence « physique » disparaît derrière le vide de son regard.

L'espace de l'usager est séparé par ce lieu (signifiant l'absence de lieu à habiter) mais notre regard est invité à progresser dans l'image pour aller à la rencontre de l'autre. La construction de ce bandeau reprend les procédés de l'espace pictural depuis l'invention de la perspective, l'architecture des premiers plans creusant l'espace de la représentation. Dans l'espace situationnel ainsi mis en scène, il s'agit d'aller vers l'autre, de conduire son regard au delà de la manifestation de l'absence.

Illustration 11 : Capture d'écran de la page d'accueil de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016

La présence de l'usager est définie par sa possibilité de combler une forme d'absence. Le visionnage de la séquence vidéo renforce en effet l'idée d'une rencontre avec l'absence s'agissant de personnes reproduisant des gestes du quotidien devant un

miroir (se laver les dents, se brosser les cheveux, se raser) sans les objets de ce quotidien (brosse à dent, peigne, rasoir). Le lien entre l'usager et le bénéficiaire est formulé de manière directe par l'objet. L'absence de l'objet devient le miroir de nos possibilités d'action, le miroir de notre geste à venir pour combler l'absence. La présence de l'ONG est réinvestie dans cet objet à (l'instar du symbole de la lumière pour Action Enfance) et associée au pouvoir de l'usager.

Illustration 12 : Captures d'écran de la vidéo de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016

Dans l'espace situationnel, la position de l'actant stratégique est aux côtés de l'usager formant un « nous » repris dans la modalité textuelle « Aidons-les » (à la différence du « Aidez-nous de RSF »). Éloigné physiquement du lieu cible de l'action par la barrière de l'absence (d'un lieu à habiter), ce qui correspond à une situation de débrayage énonciatif, l'usager en est ensuite rapproché (situation d'embrayage) par ce « Nous » inscrit dans le paysage du bénéficiaire.

Ce rapprochement se concrétise par l'action de l'usager qui vise à rendre présent l'objet (de la dignité humaine) et, symboliquement, redonner une présence aux bénéficiaires de l'engagement.

Espace expérientiel :

Les fonctions de supports formels et erghodiques de l'interface invitent l'usager à progresser dans cette rencontre en trois temps (en scrollant sur l'interface d'accueil) pour redonner présence aux bénéficiaires. La deuxième page écran réactive la notion d'absence d'un lieu à habiter et renvoie à « la perte », par le portrait des victimes associé au texte « lorsqu'on a tout perdu ».

Illustration 13 : Capture de la 2ème page-écran de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.

La troisième page écran reconstitue la présence, par la figuration des objets, et correspond au niveau de sollicitation directe de l'usager. La présence de ce dernier n'est pas énoncée dans l'espace numérique mais est signifiée par un espace commun lié à l'objet de son quotidien qui manque au quotidien de l'autre.

Illustration 14 : Capture d'écran de la troisième page-écran de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.

L'interface se clôt sur une rubrique « témoignage » qui met en scène la présence des bénéficiaires en leur donnant « la parole ».

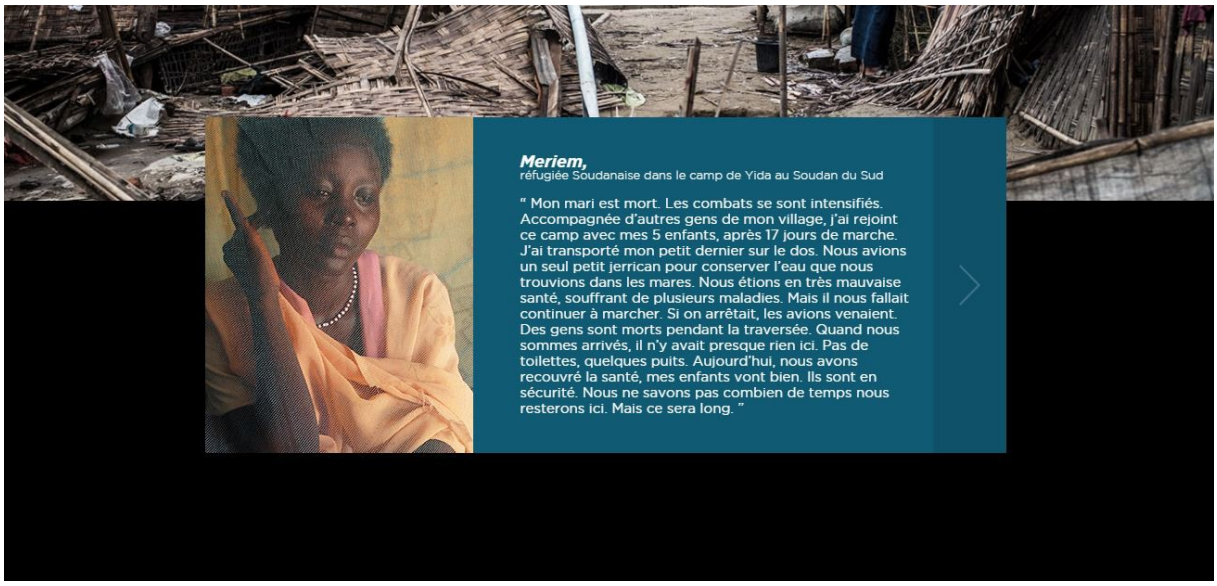


Illustration 15 : Capture de la dernière page-écran de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.

II.2. Stratégie de la projection symbolique

Contrairement à l'*ethos* de l'engagement fondé sur l'expertise qui met en scène une relation co-énonciative stable, « autoritaire » de l'actant stratégique vers l'actant source, l'*ethos* de l'engagement lié à un devenir commun propose une rencontre avec un espace symbolique exprimant un monde à partager avec l'actant cible (les bénéficiaires).

Les logiques de vision « objective » d'un monde inter-médié par l'ONG sont remplacées par une vision métaphorique d'un monde commun à l'usager et au bénéficiaire. E. Bertin souligne l'ambiguïté de la vraisemblance du discours stratégique publicitaire car, selon lui, en fonction de la « cohérence interne du discours, de la pertinence sémiotique des effets mis en scène, l'énonciataire [pour nous, le co-énonciateur] pourra « accepter » un discours qui n'est pas *vraisemblable* ou *réaliste* mais auquel il apporte un certain *crédit* par sa capacité à signifier. C'est le cas par exemple des discours métaphoriques. » (Bertin, 2007 [en ligne])

Nous avons déjà précisé que réalité et vérité se rejoignent dans un univers référentiel

partagé par les co-énonciateurs. Il s'agit d'une part de réel que l'énonciateur cherche à « connecter » à l'usager, part de réel qui n'est pas la réalité toute entière et qui ne suppose pas le caractère réaliste de l'énonciation. Une mise en scène « invraisemblable », comme le franchissement du mur par le jeune enfant d'Action Enfance peut servir la stratégie de l'ONG qui cherche à faire croire en la réalité de la signification de ce qui est énoncé et non en la réalité de la mise en scène en elle-même.

E. Bertin explicite cette idée : « [...] il est probable que les stratégies de différenciation échappent souvent au code du *vraisemblable*, identifiable à la « doxa » du groupe social à un moment et dans une aire donnée. Dans ces types de communication, le contrat de véridiction [pour nous, la promesse] ne repose pas nécessairement sur la production d'effets de réalité ou de vraisemblance mais plutôt sur des « effets de pertinence » aux yeux de l'énonciataire. Quand la marque Vizir valorise la blancheur du produit en montrant deux enfants dans un champ enneigé qui percutent de plein fouet un drap immaculé qui séchait et se confondait avec la neige, ce n'est pas la vraisemblance de la situation qui produit un effet. C'est la possibilité pour l'énonciataire de se « connecter » [...] avec le sens de cette métaphore. » (Ibid).

Cette approche métaphorique au sein de la communication publicitaire a été identifiée par J.M. Floch comme étant des stratégies mythiques ou obliques (Floch, 1990, p.184-226) : le communicant cherche à faire partager un univers métaphorique (mythique) ou détourné (oblique). Il s'agit ici d'un « pouvoir voir » l'univers mis ainsi en partage et « pouvoir se reconnaître » dans la représentation qui en est faite. Selon N. Pignier, s'ouvre alors « un rapport contemplatif et intertextuel au monde et au langage : le sujet percevant y est vécu non plus comme un observateur qui catalogue, catégorise, énumère mais comme un admirateur qui est attiré par une force énonciative suggestive et une forme énonciative mythique faisant appel aux expériences culturelles communes aux instances énonciative et co-énonciative. La manière de vivre le langage, dans l'esthésie de la représentation mythique ouvre du sens dans l'opacité sans prétendre se stabiliser en signification, c'est-à-dire comme

association d'un signifié précis à un signifiant précis. » (Pignier, 2013, p.98).

Les logiques d'apparition et de disparition de la présence relevées dans les sites d'Action-Enfance et de Solidarités International vont dans le sens d'une relation co-énonciative « ouverte » aux différentes manières de se projeter dans un monde.

> **Ce que nous définissons comme stratégie de la projection symbolique est caractérisée par une rencontre mentale avec l'autre dont le chemin ne peut être tracé de manière autoritaire dans l'espace co-énonciatif. Ce chemin est dépendant plus que jamais de l'investissement perceptif de l'usager (par ce geste corporel et éthique dans la situation d'interaction numérique), de sa capacité à projeter son être symboliquement dans l'univers de l'autre.**

Action Enfance et Solidarités International mettent en scène un espace situationnel et expérientiel qui invite à cette rencontre symbolique entre l'usager et le bénéficiaire. Le monde à partager est mis en lumière (la lumière d'action enfance) ou en matières (les objets du quotidien de Solidarités international) par les Organisations qui sont les projecteurs d'une situation. Ces deux Organisations fondent leur *ethos* de l'engagement sur l'idée d'un devenir commun, un espace partagé reliant l'usager au bénéficiaire.

	Actant cible (Bénéficiaire)	**Actant source (Usager)**	**Actant stratégique (ONG)**	**Relation co-énonciative**	***ethos* de l'engagement**
Action Enfance / Solidarités international	Proximité / Éloignement	Rapproché (vers l'actant cible)	Symbolisé (par l'énergie et la matière)	Stratégie de la projection symbolique.	Fondé sur un devenir commun

Figure 6 : Tableau : Mise en scène de l'*ethos* de l'engagement à partir de l'espace situationnel d'Action enfance et de Solidarités International

III. L'actant source face à l'actant cible

III.1. *ethos* de l'engagement fondé sur la stratégie du point de vue

L'actant cible pour WWF comme pour Greenpeace est le paysage en lui-même, s'agissant d'un engagement en faveur de la préservation de l'environnement. Ces ONG, par leurs actions de communication, apportent « des images et du sens » (Aubertin, 2002, p.112) à la notion de mode de vie durable et sensibilisent les individus à des énonciations du monde légitimant des modes d'action.

Dès lors, la configuration de l'espace situationnel consiste en la mise en scène de cette notion de durable. Figurer un mode de vie durable c'est figurer une manière d'habiter le monde. L'énoncé « habiter le monde » fait cohabiter deux registres en tension : local/global. « Habiter » c'est en effet se localiser, s'inscrire dans un territoire quand « monde » renvoie à une perspective globalisante. La mise en scène d'un mode de vie durable serait la mise en scène d'une perception globale en adéquation avec l'action locale et, réciproquement, une mise en scène des actions locales agissantes sur la perception globale. Ainsi, la manière d'être à un lieu se répercute sur la manière d'être au monde. L'équilibre action locale / perception globale, fait naître la relation durable à l'environnement, au monde, c'est à dire considérant « le devenir du monde ». Sa relation contradictoire induit une relation passive : aucune action (considérant que l'action est forcement localisée) naît d'aucun discours ou d'un discours localisé. Cela revient à nier ou à remettre en cause la fiabilité du discours et l'impact de l'action. Lorsque l'action locale est associée à un discours lui aussi localisé, il s'agit d'intervenir de manière ciblée pour pallier à une défaillance perçue, ressentie sur le terrain dans une situation qui n'est plus celle de la durabilité mais celle de l'urgence. La perception globale non assortie d'actions fixe la norme, le discours sans mise à l'épreuve réelle (fig.7).

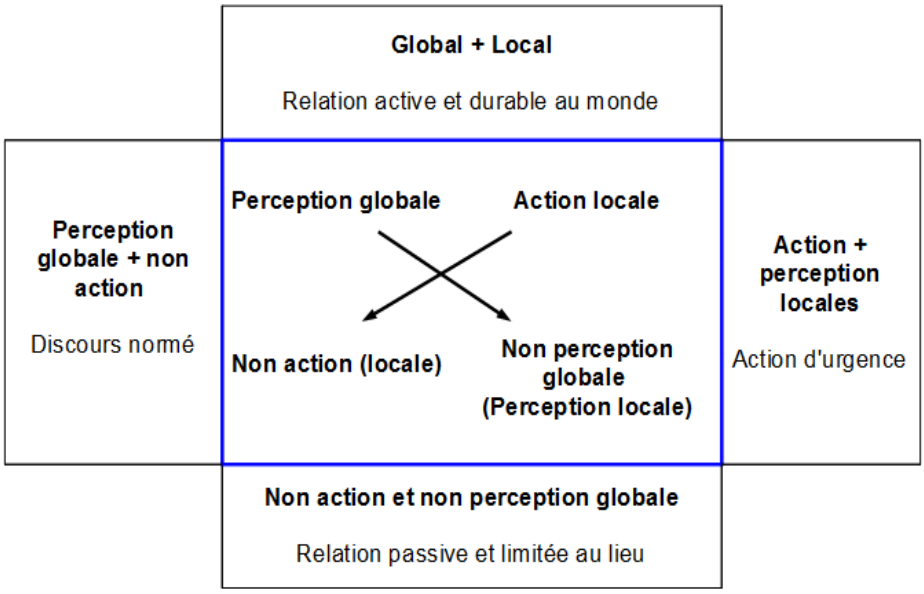


Figure 7 : Carré sémiotique Perception globale / Action locale

Le paysage, dans le cadre de la figuration de la notion de durable, correspond selon nous à la figuration du « lieu-monde » (Denis Chartier, 2005, pp.241-254), c'est à dire d'un espace global dont l'appropriation individuelle et collective abolit, non pas les particularités, mais les distances entre chaque lieu. La position des co-énonciateurs par rapport au lieu-monde est ainsi double et en apparence contradictoire : à distance, pour embrasser la globalité de l'espace et proche dans la sensation d'appartenir à cet espace. On retrouve la définition du durable dans sa version local + global dans la vocation des ONG selon D. Chartier :

« En pensant multilatéral plutôt qu'unilatéral, cosmopolitique plutôt que national, elles [les ONG] renforcent aussi un processus essentiel issu d'un concept que nous empruntons à Heidegger : le déloignement (Entfernung). En insistant directement ou indirectement sur le bouclage du Monde, les ONG participent en effet du nécessaire renforcement du déloignement, phénomène par lequel notre relation au Monde abolit l'espace objectivement mesurable. Ce processus est aujourd'hui essentiel car il aide à mieux penser le Monde. Il aide aussi à mener des actions que nous

qualifierons de déloignées car elles abolissent l'espace objectivement mesurable. » (Chartier, 2005, p.244).

L'espace « déloigné » du lieu-monde répond à la définition du panorama telle que proposée par A. Beyaert Geslin (2005), panorama en tant que situation débrayée du paysage.

« En effet, si la perception naturelle comme les descriptions littéraires du paysage ne cessent d'évoquer une situation d'*embrayage*, une adhérence dans l'expérience, le panorama, objet séparé et mis à distance, suppose au contraire un débrayage actantiel. [...] Cette réversibilité actantielle permet au sujet de s'orienter de la façon la plus sûre. Le panorama organise le champ de présence, imposant à l'observateur sa présence unifiante, totalisante, mais surtout, et c'est là que le retournement prend tout son sens, il lui permet de se situer lui aussi comme une localité du monde, un vis-à-vis. De la même façon qu'une perspective renvoie, comme à une toute première marque générative, au point de vue du sujet, on pourrait affirmer que le panorama place l'espace sous l'autorité de l'observateur dont la position devient un *centre de projection*. En somme, le monde se donne à lire devant moi et situe précisément ma propre place. » Beyaert Geslin (2005, p.75).

Face au panorama, l'individu considère le paysage, sa situation et la situation de l'autre dans le paysage. En dehors d'une co-énonciation fusionnelle (celle qui est impliquée par la traversée du paysage) on saisit le *sens commun* de ce lieu-Monde.

L'analyse de la position de l'usager face à l'image du paysage proposée par l'ONG revient à s'interroger sur la figuration d'un paysage-expérience (lieu d'immersion) ou d'un paysage-existence (lieu d'accueil) (Fontanille, 2003) et de définir si cette énonciation est partagée par l'usager. Ou, pour reprendre les termes de Merleau-Ponty, est-ce que nous (l'ONG et l'usager) « voyons ensemble le paysage », et « sommes co-présents » ? Est-il « le même pour nous deux, non seulement comme signification intelligible, mais comme un certain accent du style mondial... »? (Merleau-Ponty, 1945, [en ligne]). Si l'usager partage ce paysage, il entre en relation avec «[...] quelqu'un qui vit le même monde que moi, la même histoire que moi, et

avec qui je communique par ce monde et par cette histoire. » (*Ibid.*).

La situation de l'usager face au paysage (mise en scène sur l'interface) se module en fonction de l'étendue de la figuration du lieu-monde : le paysage est-il masqué, ciblé ou ouvert ? Et en fonction de l'intensité de l'expérience potentialisée avec ce lieu-monde : ce paysage est-il non vécu ? Traversé ? Ou observé ?

Les différents positionnements de l'actant source (l'usager) face à l'actant cible (le paysage) peuvent se résumer ainsi :

- l'*éloignement* si l'usager est face à une étendue non lisible car masquée, obstruée (aucune projection de l'usager à l'intérieur du paysage).
- l'*expérience* si l'étendue est resserrée au champ perceptif au moment de la traversée d'un paysage.
- le *déloignement* si l'étendue est ouverte, vision élargie dans un temps non quantifiable, suspendue au processus d'objectivation de l'espace, c'est à dire de projection devant soi.

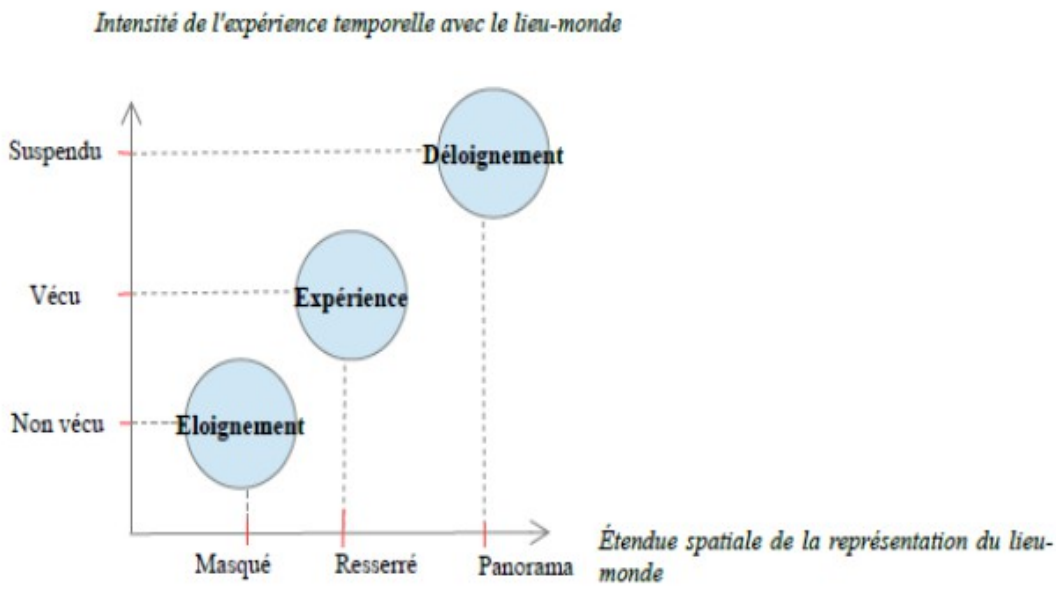


Figure 8 : Schéma tensif des points de vue face au paysage

III.2. Stratégie de la valorisation

Le site de WWF, lors de sa campagne « l'Océan est immense », dès la page d'accueil (ill.16), libère le paysage de ces marques énonciatives très présentes chez MSF (ill.1) ou chez Greenpeace (ill.17).

L'usager n'est pas figuré en tant que tel sur le paysage, il est donc placé à distance, en qualité d'observateur. Devant lui, s'étend un paysage dont on ne mesure pas la fin. On n'est pas dans « le paysage expérience » mais *face* « au paysage étendue » dont le signifié est celui de l'immensité. Le paysage est intégralement celui de l'Océan, une immensité visuelle reprise dans la modalité textuelle « l'océan est immense ». Il y a là, la volonté d'objectiver notre situation face à l'environnement : face à une immensité à l'échelle de l'élément naturel, face à un espace limité à l'échelle de l'occupation humaine. Celle-ci, signifiée par des silhouettes, est également traduite de manière « globale » car non identifiable à une seule communauté.

La mise en situation de la présence de l'usager face au paysage-étendue sur le site de WWF contraste avec un positionnement à l'intérieur du paysage-expérience sur les différentes mises en scène du site de Greenpeace.

L'usager « entre » dans le site web de Greenpeace par un espace co-énonciatif resserré à une action sur l'océan et non plus face à l'océan. Le paysage est ici investi dans son intégralité par la figuration de l'action. Il est le terrain de l'expérience dans lequel fusionne la présence des différents actants : la modalité textuelle plaquée sur le paysage « Grâce à vous nous pouvons agir » se superpose à l'énoncé « Greenpeace » inscrit sur le bateau . Instance énonciative « Greenpeace » et usager « Grâce à vous » partagent ainsi le même terrain d'action. « Faites un don » flotte dans l'image et participe à cette énonciation en fusion.

Ce mode de figuration répété dans les différentes campagnes web de Greenpeace comme dans l'exemple de la campagne contre les dispositifs de concentration de poissons «Arrêthon », est renforcé par la configuration d'expériences immersives « plongeant » l'usager au cœur de l'action. Une descente simulée par le geste de

l'usager faisant défiler l'interface et accompagnée par une ambiance sonore, positionne l'actant source dans le paysage-expérience, ce dernier étant l'actant cible de l'action de Greenpeace.

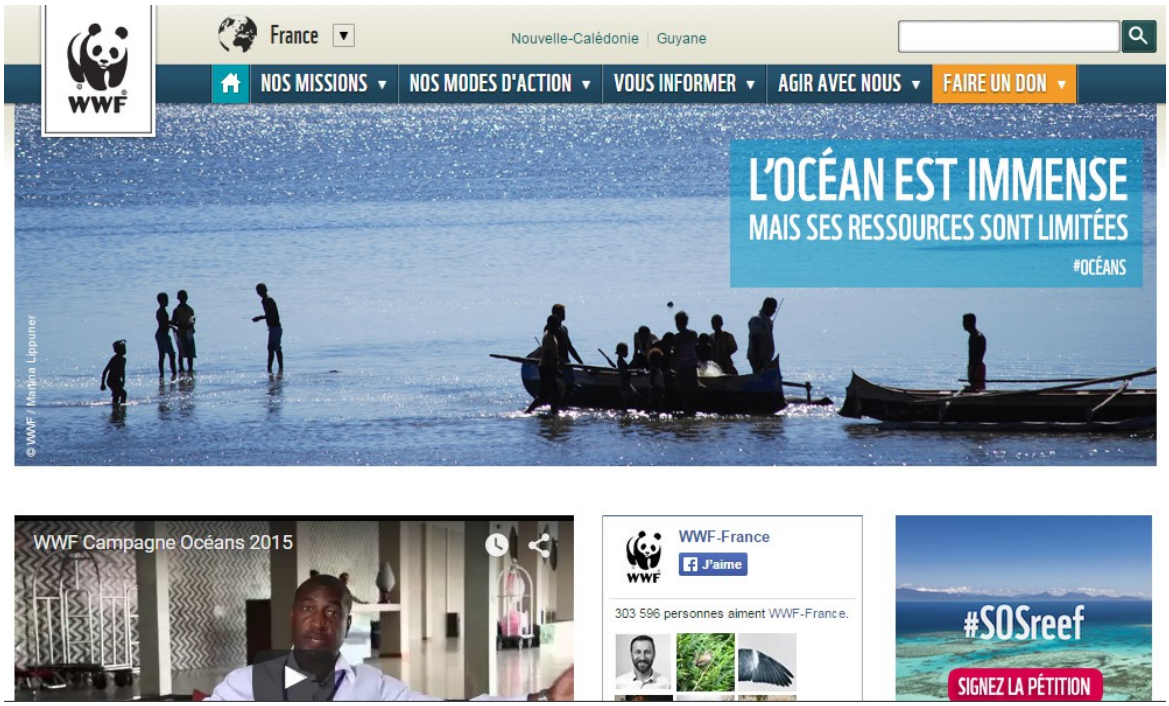


Illustration 16 : Capture d'écran de la page d'accueil du site web de WWF
lors de la campagne L'Océan est immense, www.wwf.fr, consultée en mars 2015

Illustration 17 : Capture d'écran de la page d'accueil du site web de Greenpeace,
www.greenpeace.org/france, consultée en mars 2015.

Illustration 18 : Capture d'écran de la page d'accueil de la campagne web « Arrêthon », Greenpeace, consultée en mars 2015

Différentes scènes pratiques de l'engagement potentialisées au sein des sites de WWF et de Greenpeace situent le point de vue de l'usager dans une logique d'observation et/ou de traversée.

Par exemple, le Pandathlon est un événement sportif organisé par WWF durant lequel les « coureurs » deviennent « collecteurs » en créant une page personnelle de collecte. L'usager devenu ainsi auteur crée une page personnelle (à partir d'un dispositif d'édition de pages web) sur laquelle il présente ses motivations à accomplir ce défi sportif au profit de l'association. Sur cette page personnelle l'usager-auteur, rend compte de son expérience et sollicite des usagers-visiteurs de la page (des donateurs potentiels).

Espace situationnel de l'interface du pandathlon sur le site de WWF :

Les énoncés visuels de l'interface se présentent comme une suite de vignettes avec

deux silhouettes blanches de randonneurs. L'énoncé et l'agencement de ces énoncés confèrent une dimension répétitive et impersonnelle à l'espace co-énonciatif. Dans ce premier espace situationnel, est mise en scène la situation d'éloignement de l'usager d'un paysage non découvert. Ainsi, le paysage n'existe pas sans l'intervention de l'usager (qui n'a pas encore créé sa page personnelle).

Espace expérientiel :

L'usager est invité à construire sa page personnelle en insérant notamment les images correspondant à son paysage traversé ou fantasmé, liées à sa saisie des valeurs défendues lors de l'événement sportif. Le parcours erghodique configuré révèle le paysage jusqu'ici absent.

En effet, la déclinaison du paysage, dans les différentes étapes de création de la page personnelle de collecte, met en scène la progression du rapport de l'usager-auteur au lieu-monde. Le premier espace situationnel présente la préfiguration de la page personnelle de collecte par l'ONG (ill.19). L'espace expérientiel propose la configuration de la page personnelle de collecte par l'usager (ill.20), et redonne forme à un paysage-expérience.

Dans la construction de la page personnelle de collecte, l'instance énonciative se déplace de l'ONG vers l'usager-auteur de la page. Ce déplacement autorise le développement d'un discours fondé sur des convictions personnelles (traduites par la mise en scène d'un espace co-énonciatif personnel) et plus seulement sur l'affichage d'un discours institutionnel porté par l'ONG. L'usager-visiteur de la page est introduit à la cause de l'ONG par le biais de l'expérience de l'usager-auteur. Il choisit de s'engager pour celui qui vit et partage son expérience du lieu-monde et non plus directement en fonction de l'*ethos* de l'ONG.

L'appropriation personnelle des valeurs de l'ONG par l'usager-auteur de la page engage une relation plus horizontale entre les co-énonciateurs dans la scène d'interaction. L'espace situationnel et expérientiel met en scène la co-construction de sens de la notion de durable ajoutant une dimension personnelle et symbolique à

l'engagement.

> **La stratégie de la valorisation se fonde sur un point de vue « déloigné » par lequel l'usager peut objectiver l'espace, le projeter en dehors de lui et le « reconstituer » de manière personnelle en accordant une attention particulière à la dimension « inspirante » de cet espace. La stratégie de la valorisation implique un double geste contemplatif et esthétisant pour se saisir tout à la fois, dans une posture qui pourrait être celle du peintre, de l'immensité d'un paysage et du détail qui fera de ce paysage, un paysage personnel.**

L'effort de la traversée du paysage constitue dans le cadre de la page personnelle de collecte, le symbole de l'effort nécessaire à la préservation, à la valorisation personnelle de ce paysage. La restitution de cet effort se fait majoritairement par le biais d'images esthétisantes réactivant la position de WWF sur la dimension inspirante de la nature, ces mêmes images restituant la présence « physique » de l'usager-auteur au sein du paysage.

Illustration 19 : Plateforme de pages personnelles de collecte, Pandathlon : site web WWF (France), consultée en avril 2015

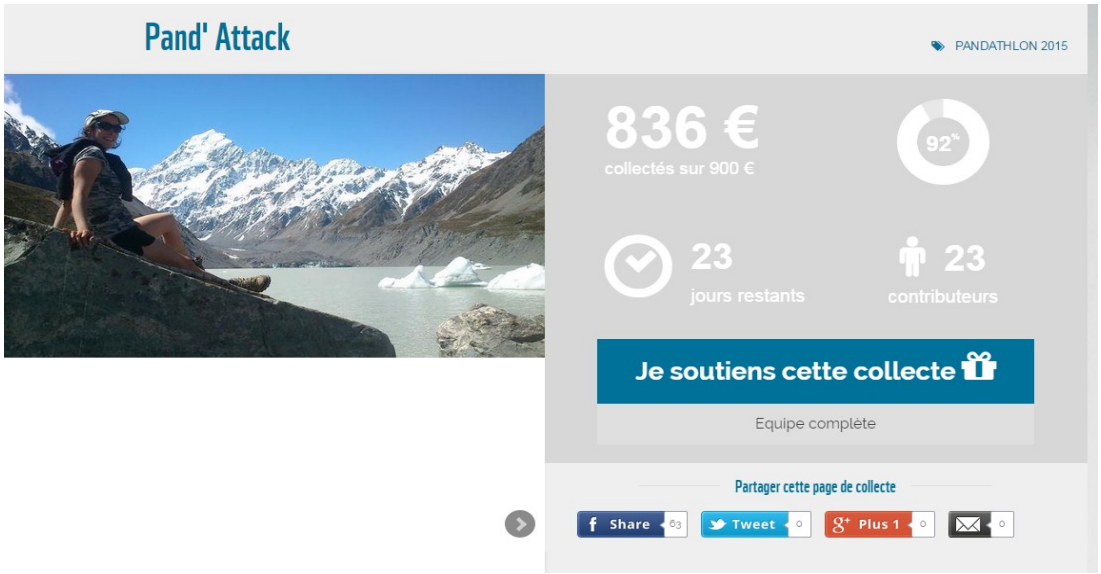


Illustration 20 : Page personnelle de collecte d'un usager-auteur, Pandathlon, site web WWF, France, consultée en avril 2015

III.3. Stratégie de l'action

La participation de l'usager à la définition d'un mode de vie durable s'opère par le biais du défi dans la stratégie numérique de Greenpeace.

Espace situationnel de l'interface I Know who grew it :

La proposition de la campagne web « I Know who grew it » est mise en scène par la fracture d'un paysage (ill.21) sur l'écran d'accueil rejouant les enjeux du local et du global par le registre visuel : une photographie resserrée sur une personne faisant son marché vs la figuration d'une étendue agricole. On retrouve également la déclinaison observation / action par le registre textuel « informez-vous » / «lancez-vous un défi ».

Espace expérientiel :

La présence de l'usager est potentialisée par son geste qui n'arbore pas le caractère symbolique et éphémère (le temps d'une traversée) ni esthétique (par la restitution d'images) de WWF. Il s'agit d'un engagement performatif privilégiant le contenu de l'engagement (mode textuel) et ses effets en retour sur le réel. La co-construction de

sens est limitée au choix d'un défi ou à la proposition d'un nouveau défi mais les modalités d'interaction ne permettent pas la création d'un univers propre. La présence de l'actant source fusionne avec celle de l'actant stratégique pour privilégier ensemble le registre de l'action dont les effets sont visibles : « je donne », « je signe une pétition », « je relève un défi ».

> **La stratégie de l'action se fonde sur un point de vue interne, en fusion avec la cible de la communication. Il s'agit de vivre l'interaction de l'intérieur par des gestes « opérationnelles » qui produisent des résultats concrets.**

Illustration 21 : Captures d'écran du dispositif « I Know who grew it », site web Greenpeace, (France) consulté en avril 2015.

Pour C. Aubertin, économiste spécialisée dans les politiques de l'environnement, « la

sensibilisation du public à des menaces non perceptibles directement doit en effet passer par une mise en scène des symboles. Si les scientifiques ont su jouer du scénario catastrophe de la « sixième extinction de masse », ce sont les ONG qui ont su médiatiser la question, donner des images et du sens à la biodiversité et mettre en avant le terme des responsabilités personnelles et collectives ». (Aubertin, 2002, p.112).

En fonction des signes de présence des actants mis en scène dans l'espace situationnel de la page-écran, le point de vue de l'usager est potentialisé. L'usager est placé en qualité d'observateur de la nature comme œuvre chez WWF, invité à retranscrire son expérience sensible et esthétisante au sein de la page personnelle de collecte (stratégie de la valorisation). Il est placé en qualité d'acteur d'un lieu à vivre chez Greenpeace invité à participer aux défis réels (stratégie de l'action).

C. Aubertin constatait en 2002 : « La montée en puissance des ONG est symptomatique à la fois des nouvelles relations entre science et pouvoir et de l'aspiration à des formes plus participatives d'intervention publique. C'est pourquoi certains en attendent une modernisation des modes de représentation en réponse à la crise écologique » (op.cit. p.99).

L'énonciation de l'engagement se réalise aujourd'hui par le biais des dispositifs numériques et admet des formes plurielles en fonction de l'*ethos* de l'instance énonciative. Nous avons mis ici en évidence la singularité de ces modes d'énonciation du durable pour WWF et Greenpeace. Les variantes de mises en scène sont liées à la diversité de sensibilités vis à vis d'une notion – le durable - en construction perpétuelle, car soumise autant à l'urgence qu'à la norme. Les réactions face à un événement, les avancées scientifiques, les contraintes du local, les enjeux du global font de l'ONG un actant stratégique en équilibre mais doué d'un *ethos* propre.

L'usager peut alors s'orienter vers la proposition la plus adaptée à sa manière de percevoir, de vivre une forme d'engagement. De ce point de vue, la mise en scène de l'*ethos* de l'ONG peut permettre à l'usager d'investir la forme qui lui convient. WWF et Greenpeace ont parfaitement intégré l'importance du dispositif numérique dans le

repérage d'une présence sociale différenciée. Qu'elles agissent dans une même perspective, celle du développement durable, elles n'en délivrent pas moins une manière de voir le monde et une manière d'être au monde singulière, construite et en grande partie stratégique. Elles construisent la définition du durable à partir d'un savoir et d'une conscience partagés mais nourrissent cette définition à partir de convictions liées à une manière propre de percevoir le lieu-monde et de vivre l'engagement.

L'espace situationnel et expérientiel mis en scène dans ces différentes interfaces renvoie à la définition du point de vue de l'actant source vers l'actant cible : un point de vue interne pour une stratégie fondée sur l'action (Greenpeace) ou un point de vue « déloigné » pour une stratégie fondée sur la valorisation de notre espace. Évidemment, la stratégie fait subtilement varier ces positions, ne limitant pas l'approche des Organisations à un registre. Par exemple, une manière de vivre l'engagement fondée sur l'action caractérisant l'espace co-énonciatif de Greenpeace, se retrouve également, en certaines circonstances, dans l'espace numérique de WWF, s'agissant, avec les pages personnelles de collecte, de traverser physiquement un paysage. La direction de l'interaction liée à la configuration d'un espace situationnel et expérientiel orchestre une présence sociale singulière mais ne revendique pas l'identité toute entière de l'Organisation.

	Actant cible (Bénéficiaire)	**Actant source (Usager)**	**Actant stratégique (ONG)**	**Relation co-énonciative**	***ethos* de l'engagement**
MSF	Éloigné	Distance « physique »	Personnifié	Stratégie de Intermédiation	Fondé sur l'expertise
RSF	Éloigné	Distance « physique »	Personnifié	Stratégie de Intermédiation	Fondé sur l'expertise
Action Enfance	Proximité « physique » Éloignement « mental »	Proche (avec l'actant cible)	Symbolisé	Stratégie de la projection symbolique	Fondé sur un devenir commun
Solidarités Internationale	Éloignement « physique » Proximité « mental »	Approché (vers l'actant cible)	Symbolisé	Stratégie de la projection symbolique	Fondé sur un devenir commun
WWF	Déloigné	Distance en tant qu'observateur	Institué	Stratégie de la valorisation	Fondé sur un point de vue
Greenpeace	Traversé	Proche (dans)	Interne	Stratégie de l'action	Fondé sur un point de vue

Figure 9 : Tableau : *ethos* et stratégie médiés par les interfaces des ONG analysées

Chapitre IV. Modèles d'interaction et signes de l'engagement

« Pouvoir faire » dans l'espace co-énonciatif

L'espace situationnel mis en scène par l'orchestration multimodale et l'espace expérientiel par les différentes fonctionnalités d'interactivité, potentialisent des relations co-énonciatives. Ces dernières sont fondées sur les signes de l'énonciation exprimant l'*ethos* de l'ONG et présentant une manière particulière de vivre la situation d'engagement.

Ces signes d'un univers référentiel singulier (comme traces éditoriales) se déploient en fonction de l'*ethos* de l'ONG (ses valeurs, mœurs, éthique) et participent d'une approche polysémique de l'engagement au delà du *sens commun*[40]. Les différentes positions des inter-actants ainsi configurées par le design numérique sont les marques d'une co-présence sociale, au sens de partage, dans l'*ici* et *maintenant*, d'un espace signifiant une manière particulière de s'engager. En tant qu'usager de cet espace

40 Nous faisons référence aux travaux de Pierre Ouellet, *op.cit.*, 2004.

signifiant, et en fonction des actions que je réaliserai sur celui-ci, je marque ce « lieu » d'une présence sociale plus ou mois en adhésion avec l'*ethos* mis en scène. Autrement dit, en créant une page personnelle de collecte sur le site de WWF, je partage un espace co-créatif impliquant ma présence comme observateur et commentateur d'un environnement à valoriser pour le protéger. Si j'envoie un message de soutien sur le live chat de MSF, ma présence sociale s'affirme dans la reconnaissance de l'engagement professionnel de l'association. Si je fais le don d'un kit de dignité sur le site de Solidarités International, je donne corps à un engagement de proximité (je reconnais que l'autre a des besoins similaires aux miens), etc. L'*ethos* de l'engagement mis en scène ouvre une présence socialement signifiante de l'usager en situation d'interaction.

L'occurrence de « si » dans nos exemples, nous renseigne sur l'importance du « pouvoir faire » dans l'espace numérique qui potentialise les expériences de l'usager. L'espace situationnel ouvre ainsi nécessairement des espaces expérientiels.

Les différentes mises en scène de l'*ethos* de l'engagement (révélées par l'analyse de notre corpus), configurent plusieurs conditions du « pouvoir faire » :

- pouvoir faire accéder à l'univers référentiel (Pouvoir accéder à).

Le site *Agir avec MSF* et celui des 30 ans de RSF recréent cette relation d'intermédiation. La combinatoire de l'agencement des contenus (tenant à distance l'actant source de l'actant cible) et des fonctionnalités (envoyer un message de soutien à l'ONG par exemple) permet d'accéder, sans y participer, aux «compétences » d'un espace co-énonciatif, celui de l'engagement fondé sur l'expertise.

- Pouvoir faire vivre l'univers référentiel (Pouvoir être dans).

Le site l'envolée d'Action Enfance figure un espace simulacre de l'univers mental de l'enfant ; quand le *kit de dignité* de Solidarités International est un miroir des besoins communs de l'usager comme du bénéficiaire. La mise en scène d'un univers à partager dont les symboles participent à l'élaboration d'un espace commun permet à l'usager de se projeter à l'intérieur de celui-ci. L'engagement fondé sur l'*ethos* du devenir

commun potentialise un *pouvoir être ensemble* dans cet univers.

- Pouvoir faire ensemble dans l'univers référentiel (Pouvoir co-construire).

L'*ethos* d'un engagement fondé sur la co-construction d'un point de vue (dans les pages personnelles de collecte de WWF par exemple) ouvre un pouvoir de contribution lié à des actes d'éditorialisation ou de médiation. Il s'agit pour l'usager de pouvoir donner un point de vue qui s'articule avec celui de l'Organisation.

- Pouvoir faire exister l'univers référentiel dans le réel (Pouvoir agir sur).

La mise en scène d'un paysage-expérience au sein duquel les inter-actants fusionnent dans l'action tout comme les défis à relever dans la vie quotidienne, proposés par Greenpeace opèrent une translation des effets de l'action réalisée dans l'espace numérique vers l'espace « réel ». Cette logique performative répond à un engagement fondé sur un point de vue interne (les acteurs s'immergent dans une réalité de terrain) qui appelle une attitude participative.

Les différents espaces expérientiels répondent à une codification de l'espace numérique en fonction des « pouvoir faire » accordés par des modèles d'interaction, c'est à dire par des modes spécifiques de configuration des expériences co-énonciatives.

Nous relevons, à partir des éléments déterminant la présence sociale des différents actants (ci-dessus restitués), cinq modèles permettant de proposer une direction et un sens à l'interaction. À cette étape, nous relevons quelques caractéristiques générales de ces modèles que nous préciserons ensuite par une nouvelle analyse de notre corpus et un développement de celui-ci.

Ces modèles d'interaction sont la description des différentes situations d'interaction relevées sur les sites des ONG en fonction de la combinatoire : orchestration multimodale / fonctionnalités.

- *Le modèle d'information* est fondé sur l'intermédiation d'une connaissance, d'une source, d'une pratique, d'une donnée. Les fonctionnalités de l'accessibilité répondent à une efficacité de la mise en relation ainsi qu'à un niveau de pertinence de diffusion, de transformation ou de visualisation de

l'information. Il permet à l'usager, par de multiples biais, d'atteindre l'information, de l'analyser et d'en évaluer la portée. Ce modèle implique des interactions verticales en ce que l'information est d'abord (re)constituée par l'instance énonciative pour être ensuite médiée vers l'usager.

- *Le modèle d'analogie* simule un environnement réel dans sa mise en scène (ressemblance avec le monde environnant) ou/et dans sa perception (création d'un univers polysensoriel). L'espace co-énonciatif recrée un univers commun aux différents actants et les fonctionnalités potentialisent diverses situations d'interaction entre ces derniers. L'orchestration multimodale dessine le lieu dans lequel se manifeste une co-présence symbolique particulièrement forte.
- *Le modèle co-créatif* permet à l'usager de contribuer à la transformation, à la création d'un nouvel espace. Les pratiques d'éditorialisation de contenus, de manipulation d'objets graphiques, de modification d'un énoncé, impliquent l'usager dans l'élaboration d'un univers. Ce modèle privilégie les interactions dites horizontales par lesquelles les usagers ont un certain niveau de liberté dans leurs contributions.
- *Le modèle performatif* engage un rapport de concrétisation de l'action. L'usager est invité à agir dans ce nouvel espace et d'en éprouver les effets en retour. Du numérique au numérique ou du numérique au réel, les fonctionnalités permettent à l'usager d'intervenir sur la situation en cours (mise en scène au sein de l'interface) et de visualiser, de se figurer, la progression comme les « résultats » de son action.

Le design numérique configure un projet d'interaction en fonction de l'*ethos* de l'ONG ; Ce projet ne satisfait pas l'intégralité des définitions d'un modèle d'interaction tout comme ne se cantonne pas à un de ces modèles. C'est la combinaison entre plusieurs aspects de ces modèles d'interactions qui potentialise les expériences co-énonciatives.

I. Modèle d'interaction d'information

I.1. Les signes d'un engagement légitimé

Ce modèle d'interaction permet d'accéder à la scène de l'engagement par l'intermédiation d'un actant stratégique qui a préalablement orchestré l'information. Ce que révèle l'espace situationnel repéré sur les sites web *Agir avec MSF* et sur la campagne web des 30 ans de RSF c'est la dimension de l'information comme promesse d'énonciation (Drouillat, Pignier, 2004, p.37). L'information est, dans ce cadre, une promesse d'expertise : l'usager, en distance du terrain, ne peut fonder son engagement sur sa propre perception ; En situation de proximité avec les acteurs de terrain, c'est l'information délivrée par ces derniers qui légitime la mobilisation de l'usager.

Quelles expériences sont ouvertes à l'usager par ce modèle d'information ?

Nous interrogeons une expérience qui pourrait-être attendue d'un tel modèle fondé sur l'expertise, celle de la vérité de l'information. P. Charaudeau met en évidence, dans son analyse du discours journalistique, un modèle d'information créant une ambiguïté dans la visée de l'instance énonciative, entre le « faire savoir » et le « faire penser » (Charaudeau, 2006, & 25, [en ligne]). Il pose alors les questions d'objectivité et du caractère véridictoire de l'information. Nous percevons également cette ambiguïté au sein de notre corpus d'analyse s'agissant de considérer l'ONG comme détentrice d'un savoir et médiatrice d'un point de vue.

Par exemple, dans la campagne web de RSF, deux visées se superposent : faire savoir que la liberté d'expression est entravée dans de nombreux pays et faire penser que le reporter incarne cette liberté d'expression. Pour reprendre les termes de P. Charaudeau : « l'énonciateur journaliste est amené à prendre position en se fabriquant une image de dénonciateur, et son discours passe d'une visée de « faire savoir » à une visée de « faire penser ». » (*Ibid.*).

Il est cependant à noter que l'horizon d'attente d'un usager diffère lorsqu'il consulte le

site web d'une ONG ou d'un media journalistique. L'annonce d'un point de vue est, à cet égard, un enjeu clairement identifiable sur les sites des ONG (ce qui n'est pas le cas d'un média journalistique) ; les actualités de RSF se déclinent, par exemple, avec ce vocabulaire : « RSF dénonce », « RSF soutient », « RSF est soulagé », etc. Cependant, la figure de l'expert entretient l'amalgame entre le caractère véridictoire de l'information et la mise en scène de celle-ci à partir d'un point de vue qui impose une « thématisation du monde » en focalisant l'attention sur un aspect se déroulant dans le monde (Charaudeau, op.cit, &28). Pour l'auteur, « Ce procédé est d'autant plus pernicieux et malhonnête au regard de l'éthique de l'information qu'il suit la pente dite « naturelle » du processus d'interprétation étudié par la psychosociologie, à savoir : s'appuyer sur une mémoire globale, non-discriminante, qui met tout dans le même panier d'une émotion interprétative, et évite de se livrer à un effort d'analyse. » (*Ibid.*, &35).

Nous insistons sur la particularité de l'ONG quant à sa visée de « défenseur » annoncée comme telle dans la mise en scène d'un *ethos*. Cependant, le modèle d'information érige l'ONG en figure d'autorité, figure légitime pour avancer un point de vue sur des événements mais aussi pour diffuser une information experte sur le sujet. En cela, le modèle d'information « flirte » avec l'ambiguïté amalgamant vérité de l'information et point de vue de l'engagement. MSF et RSF sont considérés comme experts et apportent, à ce titre, des informations fouillées sur un sujet. Ces Organisations ont également une position de «militants» d'une cause avec la mission de rassembler autour de celle-ci. Cette mission d'alerte de l'opinion publique incite à une scénarisation de l'information qui « fait penser » plutôt que « fait savoir ».

Le modèle d'information n'est donc pas celui qui dit « vrai » mais celui qui légitime un mode d'engagement par l'information, et en fonction de la crédibilité accordée par l'usager à l'instance énonciative. L'intermédiation de ce dernier, le reporter ou le médecin dans nos exemples, fait figure d'autorité comme de confiance. L'engagement de l'usager se fonde alors sur les principes de la « réassurance » d'un savoir et d'une pratique justifiés, car légitimés par ces figures d'autorité.

L'espace situationnel du modèle d'information (mettant à distance l'usager du terrain mais à proximité de l'information) ouvre un espace expérientiel lié aux pouvoirs d'accessibilité proposés à l'usager. La mise en scène et le caractère performatif de ces expériences font émerger différents signes de l'engagement que nous détaillons ci-après.

Pouvoir accéder à la parole de l'expert.

Le modèle d'interaction d'information se fonde sur le principe d'intermédiation avec une instance énonciative experte. L'usager est positionné dans l'espace co-énonciatif en distance du terrain et est invité à faire l'expérience de l'information pour construire son engagement. Les expériences proposées à l'usager sont celles d'une mise en relation avec cette parole légitime. Différents degrés de mises en relation avec la figuration de l'expertise sont notables sur les campagnes web étudiées et se fondent sur un procédé de focalisation interne.

Ce procédé pose les bases d'une légitimation de l'engagement par l'intermédiaire du point de vue de l'instance énonciative. La mise en scène de ce point de vue dans l'espace situationnel admet une direction de l'intérieur vers l'extérieur. Nous l'avons décrite au niveau des interfaces d'accueil des campagnes : c'est la figure du reporter partant du paysage en explosion pour aller vers l'usager ou encore, celle du médecin tourné vers le terrain de l'action, dans le premier visuel du bandeau d'accueil, et s'adressant directement à l'usager dans la vidéo. La mise en relation avec la parole experte est configurée dans l'espace expérientiel à partir de rubrique telle que « voir le témoignage du médecin » sur le site d'Agir avec MSF.

Nous approfondissons ce constat d'une focalisation interne comme légitimation de la mobilisation, à partir de l'analyse des renvois hypertextuels dans les articles postés sur les sites institutionnels de MSF et de RSF.

Sur 80 articles de la rubrique actualité de RSF, 100% opère un renvoi par un lien hypertextuel inséré en fin d'article au *classement mondial de la liberté de la presse 2016 établi par Reporter Sans Frontières*. RSF justifie ses prises de position dans les

différents articles par un rapport réalisé en interne et érigé en source de l'information. D'autres liens procèdent de cette même justification interne de l'action. Pour citer un exemple, dans l'article du 6 juin 2016 « Afghanistan : un journaliste américain et un photographe et traducteur afghan tués » le lien *selon les informations recueillies par Reporter Sans Frontières (RSF)* est inséré dans le texte et permet la consultation d'un rapport interne.

Sur 50 articles de la rubrique actualité de MSF (entre le 07/03/2016 et le 06/06/2016) :

- 13 articles sont reliés à un rapport interne de type dossier ou décryptage. Par exemple, l'article « Morsure de serpents : peu d'espoir de traitement pour les plus vulnérables » (6 juin 2016) renvoie à un « décryptage : sérum antivenimeux – Une pénurie inquiétante ». L'article « Opération de recherche et de sauvetage en méditerranée » invite à la consultation de « notre dossier consacré à nos opérations de recherche et de sauvetage de migrants en Méditerranée ».
- 22 articles proposent un témoignage d'experts par vidéo. Ces vidéos, tournées sur le terrain, constituent une forme de preuve de la situation d'urgence comme de la compétence des acteurs de MSF pour y répondre. C'est le cas de cette vidéo intitulée « À Calais notre rôle est aussi de rassurer les réfugiés » dans laquelle un traducteur livre son expérience quotidienne sur le terrain : cet acteur de MSF symbolise autant les réfugiés (par son identité syrienne et par son vécu) que MSF, puisqu'il est aujourd'hui employé par l'ONG en qualité de traducteur pour établir le contact avec les réfugiés.
- 11 articles sont écrits par un médecin, une infirmière, un acteur de MSF sous la forme du témoignage.
- 8 articles contiennent des liens hypertextuels vers le CV type d'un acteur de MSF comme une infirmière, une sage-femme, une puéricultrice, un traducteur, etc..

100 % des articles proposent donc un renvoi vers une source interne, privilégiant une mise en scène par la vidéo de la compétence des acteurs de MSF. La visualisation de ces vidéos préfigure les signes d'un engagement tout à la fois légitimé et éclairé. Elles sont insérées au sein des articles comme autant de sources « visuelles » de cette réalité et également accessibles par une rubrique dédiée.

ACTUALITÉS

6 juin 2016 - Mis à jour le 8 juin 2016

Afghanistan: un journaliste américain et un photojournaliste afghan tués

AFGHANISTAN | ASIE - PACIFIQUE | DÉNONCIATION DES EXACTIONS | CONFLITS ARMÉS | IMPUNITÉ | VIOLENCE

Reporters sans frontières (RSF) a appris avec tristesse la mort, le 5 juin 2016, du photojournaliste américain David Gilkey, et de son collègue et interprète afghan Zabihullah Tamanna, lors de l'attentat contre un convoi de l'armée afghane dans lequel se trouvait leur voiture. RSF demande aux autorités davantage de protection pour les journalistes, notamment contre la menace talibane.

ORGANISATION

RSF_fr

David Gilkey, photojournaliste âgé de 50 ans couvrait la guerre et les conflits en Irak et en Afghanistan depuis le 11-Septembre pour la *National Public Radio (NPR)*. Il est le premier journaliste américain tué en Afghanistan. **Zabihullah Tamanna**, 38 ans, également photojournaliste, collaborait avec la NPR en tant que traducteur.

Le véhicule de l'armée afghane dans lequel les deux hommes se trouvaient a été atteint par un obus près de la localité de Marjah, dans la province de Helmand (sud du pays). Depuis 2001, les journalistes travaillant en Afghanistan ont payé un lourd tribut. Au moins 35 professionnels, dont 16 journalistes étrangers, ont été tués en raison de leur travail d'information. Dans la majorité des cas, ces crimes sont restés impunis.

David Gilkey et Zabihullah Tamanna ont été tués le jour même du neuvième anniversaire de la mort de **Zakia Zaki**, directrice de la radio *Sada-e-Sulh* ("la Voix de la Paix") et figure emblématique du journalisme afghan. Dans la nuit du 5 au 6 juin 2007, au moins deux hommes avaient pénétré au domicile de la journaliste à Jabal Saraj, dans la province de Parwan (nord de Kaboul), et l'avaient abattue de sept balles, sous les yeux de son fils de deux ans.

Selon les informations recueillies par Reporters sans frontières (RSF), les assassins étaient des proches de Gulbuddin Hekmatyar, fondateur et leader du groupe islamiste Hezb-e-Islami (HIA). D'après plusieurs sources, ce dernier avait lancé une fatwa contre la journaliste quelques mois avant son assassinat. « Si vous voulez protéger l'islam, il faut faire taire la voix de cette femme », avait déclaré le chef du groupe extrémiste et fondamentaliste islamique, ancien allié des Talibans qui vient de signer un accord avec le gouvernement le 18 mai 2016.

Les auteurs de l'assassinat de Zakia Zaki, n'ont jamais été identifiés publiquement et punis par la justice. Aucune enquête digne de ce nom n'a été menée par les autorités.

En dépit des mesures encourageantes prises par le gouvernement afghan d'union nationale en faveur de la liberté de l'information, RSF continue de dénoncer la impunité dont jouissent les auteurs des exactions à l'encontre des journalistes.

L'Afghanistan est classé 120éme sur 180 dans le Classement mondial de la liberté de la presse 2016 établi par Reporters sans frontières.

Illustration 22 : Capture d'écran d'un article « type » du site web de RSF, consulté en juin 2016, https://rsf.org/fr/actualites/afghanistan-un-journaliste-americain-et-un-photojournaliste-afghan-tues

Privilégiant le registre « journalistique » ou « documentaire », les vidéos de MSF parcourent le terrain de l'action par l'intermédiaire d'un professionnel de MSF qui établit le lien entre les bénéficiaires et les usagers du site web. La construction type de ces vidéos présente une première séquence introductive : sur l'écran, dans un bandeau vertical occupant la moité de l'espace, s'affichent des informations sur le contexte d'intervention. Le développement est ensuite consacré à des séquences « constat de la situation » par des plans sur le lieu d'intervention de MSF (parfois relocalisé par une illustration cartographique) ; des séquences « activités de MSF », personnifiées en un acteur de l'Organisation qui correspond au guide de l'usager dans cet univers « méconnu » ; ainsi que des séquences « témoignages des populations victimes ». Une voix off rythme ces vidéos pour apporter traductions ou précisions supplémentaires, réinvestissant encore une fois ce registre journalistique. Les vidéos se concluent par un face à face avec le médecin, le traducteur, l'infirmière etc, qui ont accompagné notre re-connaissance de la situation. Lors de ce face à face, l'expert livre tout à la fois un constat factuel appuyé sur les données dont disposent MSF ainsi que son ressenti, lié à son activité et à sa condition d'homme dans l'« humanitaire ».

Le registre de l'émotion n'est pas exclu de ces vidéos « réalité de terrain » mais s'effectue par l'intermédiaire d'un tiers, sur place, livrant une réalité pour éclairer. Les constats sont parfois crus, les images violentes, mais sans artifice de dramatisation qui serait lié à une scénarisation théâtralisée. Au contraire, les vidéos prétendent à cette « objectivité » attendue du registre journalistique, objectivité qui peut distancier également l'usager habitué à ces procédés de lecture dans les journaux télévisés quotidiens. Ce registre journalistique se retrouve dans le montage d'une vidéo chaque mois intitulée « le journal du mois de ... ».

Nous avons constaté que l'espace situationnel, par l'agencement des énoncés au sein de l'interface, dessine un espace intermédiaire entre l'usager et le bénéficiaire. L'espace expérientiel est quant lui configuré, par les différentes fonctionnalités, au niveau de l'accessibilité à cet espace, au niveau de la circulation dans la matière informationnelle ou encore au niveau de la rencontre avec la figure de l'intermédiation (le médecin).

Nous interrogeons ici les jeux de parcours erghodiques émergeant de la combinatoire entre espace situationnel et espace expérientiel.

L'intervention de l'usager dans la matière éditoriale est déjà analysée dans la littérature non numérique par des auteurs comme E. Aarseth. Celui-ci définit un «effort non trivial » du lecteur pour qu'il « traverse le texte » (Aarseth, 1997, p.1) comme étant le propre d'une littérature ergodique. La terminologie d'ergodique réunit les concepts de « route, chemin » avec celui de « travail ». N. Pignier réinvestit ainsi ce terme pour désigner les « parcours de travail » de l'usager, les différentes opérations gestuelles réalisées par celui-ci sur le « support erghodique » (Pignier, 2008), c'est à dire sur le dispositif configuré pour recevoir ce geste. Les parcours de travail peuvent-être, selon l'auteur, parcours-papillonnant, parcours-fouille, lecture-plongée, lecture-immersion, parcours flottements, parcours espionnages, parcours explorations ; en fonction des possibilités ouvertes par le dispositif en terme de visée (focalisation) de l'usager plus ou moins intense, de l'aspect itératif, inchoatif ou duratif de l'action configurée, de la saisie simultanée ou successive des différentes actions par l'usager (Pignier, 2014, p.61).

Quel parcours erghodique est alors proposé à l'usager par la configuration d'un espace intermédiaire (espace situationnel) et des fonctionnalités d'accessibilité, de liaisons entre usagers et sources de l'information ou encore entre usagers et figure de l'autorité de l'information (espace expérientiel) ? L'orchestration des différentes fonctions visuelles, sonores, cinétiques, linguistiques propose ici, selon nous, des parcours-guides dans cet espace intermédiaire : l'écoute de l'usager est guidée par la voix de l'expert (voix off des vidéos par exemple), par le savoir de l'Organisation (les liens hypertextuels vers des rapports internes). Ces espaces d'intermédiation configurent, pour l'usager, un pouvoir croire en la parole experte voire un pouvoir « héroiser » l'acteur de terrain, dessinant des expériences allant de la réassurance à la confiance jusqu'à l'expérience de la preuve « en images ».

Le visionnage des vidéos-témoignages apporte un degré supplémentaire dans la figuration de la confiance, l'usager étant placé comme « observateur », « témoin »

de la réalité du terrain et de la compétence des acteurs. Nous restituons sous forme de tableau les différents signes d'un engagement légitimé à partir des éléments composants l'espace situationnel et expérientiel du modèle d'interaction d'information.

Espace situationnel	**Espace expérientiel**	**Parcours erghodique**	**Signes des expériences potentielles**
Distanciation de l'usager par rapport au terrain (débrayage énonciatif) Rapprochement de l'usager de la figure de l'expert (embrayage énonciatif)	Consulter des rubriques : rapports écrits / bilans internes Répéter plusieurs fois une même action pour accéder à des sources similaires	Parcours-guide pour accéder à l'espace d'intermédiation	*Réassurance* d'un savoir légitimant l'engagement
Direction de l'expert : depuis le terrain vers l'usager Focalisation interne : justification en interne du point de vue de l'information Figuration de l'expert-héro	Consulter des sources internes par renvois hypertextuels	Parcours-guide dans l'espace d'intermédiation	*Confiance* en l'autorité experte
	Visionner des vidéos-témoignages des experts Consulter des articles-témoignage. Consulter des CV Types	Parcours-guide dans la vie des acteurs de l'intermédiation	*Preuve* de la réalité d'un terrain et de la compétence des acteurs

Figure 10 : (a) Modèle d'information : tableau présentant les signes d'un engagement légitimé

I.2. Les signes d'un engagement éclairé

Pouvoir accéder à la connaissance

À la démultiplication des formes de l'accès à l'information (barres de recherche, sommaires, listes, cartes, etc.) caractéristique de l'espace situationnel de ce modèle, répond une diversité d'entrées possibles dans l'information (espace expérientiel). Quels jeux de parcours erghodiques se manifestent dans cette configuration ?

À cet égard, il est intéressant de comparer la version antérieure à 2016 du site institutionnel de RSF (ill.). L'agencement de la page, par une abondance d'énoncés visuels et textuels, crée un espace situationnel désordonné ou tout du moins de profusion. Accéder à toute l'information est le fondement idéologique de l'Organisation et est traduite dans l'exagération sur une page d'accueil « recouverte » littéralement de liens hypertextuels. Ainsi, l'usager peut retrouver une même information en passant par un sommaire traditionnel, une carte, un fil d'actualité cliquable, des images-vignettes, etc. (espace expérientiel), à condition qu'il se « retrouve » dans cet espace saturé. Un parcours-fouille est ainsi créé demandant à l'usager de « fouiller » au sens de « débusquer » l'information.

Le design du site de RSF a ensuite été modifié dans le courant de l'année 2016. La démultiplication des accès à l'information est restée intact correspondant à l'*ethos* d'un engagement fondé sur l'intermédiation professionnelle, mais a été cependant fortement rationalisée. En effet, l'accès ne s'offre plus en une fois comme l'étalage de toutes les possibilités de l'usager pour s'informer, mais se déclenche, par l'action de l'usager sur une image personnifiant ceux qui empêchent, selon RSF, l'accès à l'information (l'image des dirigeants Vladimir Poutine (Russie), Nicolás Maduro (Venezuela), Xi Jinping (Chine), Kim Jong-Un (Corée du Nord)). Il est bien question ici d'entrer dans l'information par la logique du « faire penser » que l'information est menacée avant de « faire savoir » quelle est l'information. Le clic sur la barre de

sommaire vient superposer à l'image une liste de pays, comme autant d'accès à l'information de ces derniers. La superposition « cachée » d'éléments d'accessibilité dans cet espace situationnel (la liste des pays, derrière l'image des personnalités) appelle à un geste de dévoilement de l'information. Le jeu du parcours erghodique est celui d'un déverrouillage de l'espace intermédiaire afin d'accéder à une information « bloquée », « retenue » métaphoriquement ici, selon RSF, par des régimes autoritaires).

Illustration 23 : Capture d'écran de la page d'accueil de l'ancienne version du site web de RSF, consultée en mars 2015, https://rsf.org/fr

Illustration 24 : Capture d'écran de la page d'accueil de l'ancienne version du site web de RSF, consultée en mars 2015, https://rsf.org/fr

Illustration 25 : Capture d'écran de la page d'accueil de la nouvelle version du site web de RSF, consulté en juin 2016, https://rsf.org/fr.

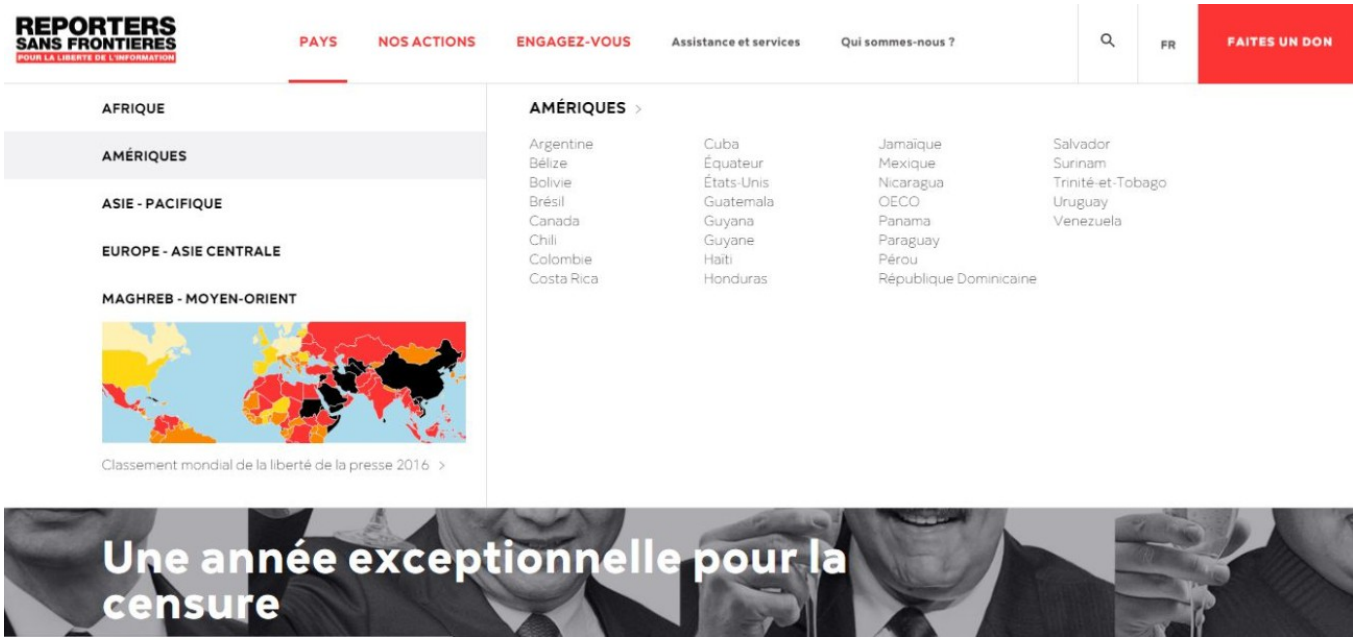


Illustration 26 : Capture d'écran de la page d'accueil (après clic sur la rubrique « pays ») de la nouvelle version du site web de RSF, consulté en juin 2016, https://rsf.org/fr.

Une diversité de l'accessibilité est présente également sur le site institutionnel de MSF par les cartes schéma, vignettes, liens hypertextuels du fil d'actualité. Une accessibilité ciblée permet d'affirmer le champ et le niveau d'expertise de l'ONG. Les sites de RSF et de MSF ne se contentent pas de sommaires généralistes mais définissent des catégories spécifiques, accompagnées de sous-rubriques par pays, affinant le champ d'investigation possible de l'usager. On observe une utilisation accrue de la forme du menu déroulant dans ce modèle.

Le geste de l'usager figure plusieurs approches de l'accessibilité : l'écriture dans la barre de recherche implique une prise directe avec la matière informationnelle (accès maîtrisé) quand le clic sur une rubrique et sous-rubrique suppose une confirmation d'un accès proposé (accès suggéré). Faire défiler les rubriques, survoler les sous-rubriques préfigurent une approche « cartographique » du site, une vison globalisée comme préalable à une action localisée : l'effet de surlignement des différentes rubriques, au passage de la souris, peut pointer l'acte de lecture rapide de l'usager.

C'est par *le mode de figuration de l'information* que se déploie l'inventivité de ce modèle privilégiant infographies, chronologies ou cartographies pour faire apparaître, sous différents angles, les données de l'information.

La manière de se figurer l'information pour l'usager prend corps par différentes manipulations, permettant l'extraction d'une forme de connaissance « personnalisée ». Des cartes représentant les répressions au nom de la religion dans le monde entier, sur le site de RSF, invitent, par exemple, l'usager à opérer lui même des sélections ainsi que des combinaisons de sélections sur les données à afficher et faire ainsi apparaître une carte personnalisée.

Les schémas interactifs proposés sur le site de MSF ajoutent un niveau de compréhension de l'usager vis-à-vis des outils de la pratique des Médecins sans Frontière (comme le montage d'un abri temporaire pour les populations victimes de catastrophes naturelles ou les plans interactifs d'une zone de décontamination du virus Ebola). Le survol de ces schémas affiche légendes écrites ou preuves visuelles pour accéder aux détails de l'information.

Illustration 27 : Capture d'écran du plan interactif « zone Ebola », site web de MSF, consulté en mars 2014, www.msf.fr

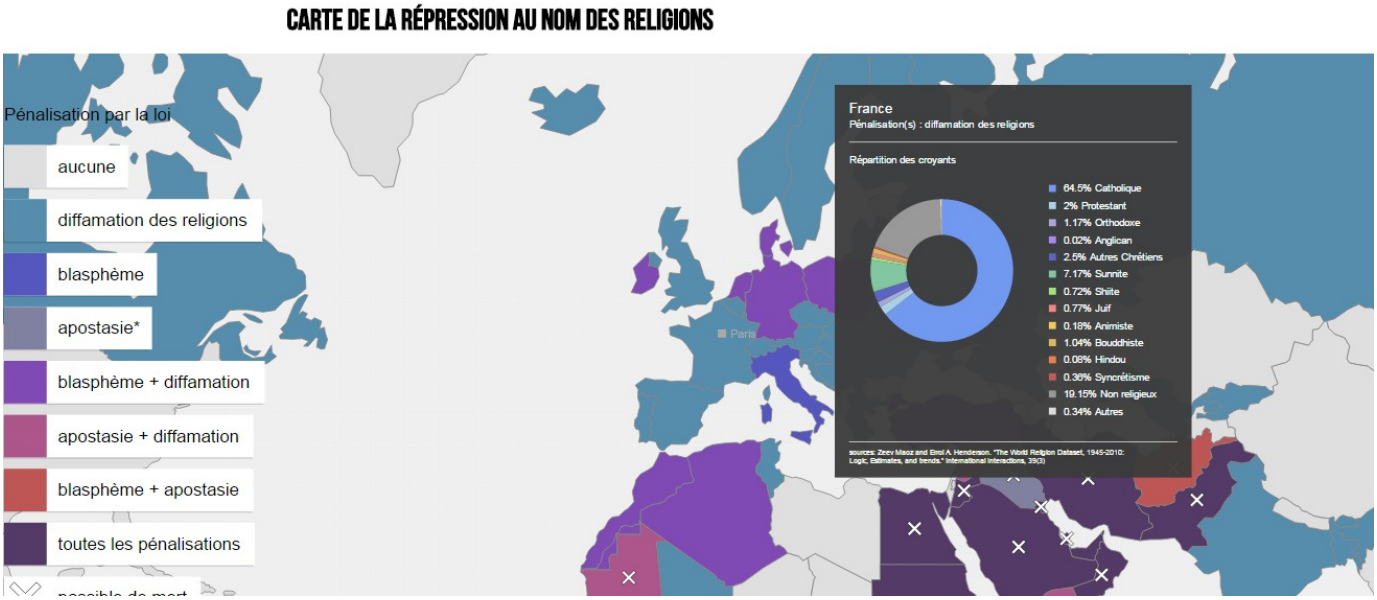


Illustration 28 : Capture d'écran de la carte interactive « répression au nom des religions », site web de RSF, consulté en mars 2014

Le clic sur la carte des religions de RSF préfigure la sélection et rejoint le mode de la recherche documentaire : sélectionner, opérer des choix, faire des croisements.

Le survol, sur la carte interactive de MSF, rapproche le geste de « la position en vol », en hauteur, pour appréhender la globalité d'un territoire, en faisant apparaître des zones. Ainsi, on survole une situation et on localise, par le clic, un périmètre pour stabiliser notre regard sur une zone en particulier.

Dans la rubrique « 1 euro par semaine » de MSF, l'usager est invité à effectuer un geste décomposé : cliquer et tirer l'image (qui n'est pas tout à fait le « glisser déposer » car l'usager, ici, ne dépose pas l'image mais glisse l'image qui va se déposer elle-même dans une autre case). Ce geste fait allusion à l'idée de tirer quelque-chose pour découvrir ce qu'il y a dessous, pour mettre à jour l'information, lever le voile sur cette information.

Illustration 29 : Capture d'écran de la rubrique « 1euro par semaine », site web de MSF, consulté en mars 2014

Ainsi, le modèle d'information engage une pluralité de sens dépendante de « l'énoncé de gestes » (Bouchardon, 2011, p.41) réalisé par l'usager sur celui-ci : est-il invité à plonger, traverser, dévier son parcours ? La manipulation du texte numérique (Ghitalla et Boullier, 2004 ; Saemmer, 2013) ajoute aux expériences des parcours et constitue déjà un acte d'interprétation pour reprendre les termes de Y. Jeanneret : « le fait de cliquer sur un mot (un "hypermot") ou sur un pictogramme (une "icône") est, en lui-même, un acte d'interprétation » (Jeanneret, 2000, p.113).

Le geste sur le support erghodique est donc porteur de sens ; c'est pourquoi A. Saemmer (2012) et P. Bourchardon (2011) parlent d'Unité Sémiotique de Manipulation (USM) en mettant en évidence le trait d'iconicité du geste, c'est à dire son renvoi à une réalité « physique ». Quelques USM comme activer, mouvoir, gratter, tirer, tirer relâcher inspirent notre description des actions de l'usager dans le modèle d'interaction d'information (Bouchardon, 2011, p.42).

L'exploration de l'information est en effet préfigurée par différents gestes relevés sur les sites de MSF et RSF :

- localiser ou confirmer l'information par un clic sur un élément ou sur une zone. L'USM « activer » signifie, par analogie au monde physique, « démarrer une action ».
- « sélectionner », croiser, faire apparaître une nouvelle information par l'opération de plusieurs clics sur plusieurs éléments activables dans une même zone .

  Nous proposons l'USM « activation multiple et simultanée » qui renvoie à un acte de « programmation ».
- « Cartographier », globaliser l'information par le survol.

  Cela correspond à l'USM « mouvoir » illustrant un geste pour « dévoiler, révéler » (op.cit, 2011, p.42).
- « Découvrir », mettre à jour l'information par le couplage de gestes cliquer-tirer sur un élément. L'USM « tirer » a pour référent iconique, dans notre exemple, celui de « retirer un voile ».

La démultiplication des accès, des modes de figurations, et du ciblage de l'information suppose une lecture gestualisée et invite, dans le même temps, à une lecture réticulaire.

La réticularité de la lecture s'opère par des liens hypertextes qui sont en grande majorité explicatifs. Les articles de MSF orientent systématiquement le lecteur vers de nouveaux articles explicitant des notions ou approfondissant des contextes. Ainsi, l'article « Fièvre jaune en Angola et RD Congo : la vaccination et la lutte contre les moustiques sont les meilleures armes » (article posté le 3 juin 2016) renvoie, par des liens hypertextuels rouges, à une définition approfondie de la *fièvre jaune* et à un article sur la situation en *République démocratique du Congo*. Les articles du site

sont tous construits sur ce mode explicatif par de nombreuses liaisons internes : l'autorité de MSF sur les sujets justifiant une auto-explication ; quelques renvois externes mettent en perspective l'action de MSF et l'actualité relatée dans un quotidien. Le caractère d'urgence d'une situation dans l'*ici et maintenant* est redoublé par ces liens vers des articles extérieurs qui n'entrent jamais en contradiction avec l'action de MSF. L'article « Violences et incendies dans la jungle de Calais » (posté le 27 mai 2016) opère un lien avec l'information du site lemonde.fr : « Une rixe a opposé 200 migrants dans la jungle de Calais » (posté le 26 mai 2016).

Des hyperliens vers une source externe permettent d'appuyer le discours sur des rapports institutionnels. C'est le cas, par exemple, de l'article « Lancement de GARD, un partenariat pour de nouveaux antibiotiques » (posté le 27 mai 2016) qui propose la consultation d'un *récent rapport commissionné par le gouvernement anglais*. En fin d'articles, des tags répètent les mêmes liens que ceux insérés dans le texte. Une rubrique « en savoir plus » ou « plus d'informations sur » opère de la même façon : soit en proposant un article interne sur un sujet avoisinant, soit un article externe sur cette actualité relatée dans un quotidien, soit une source de type rapport officiel ou site institutionnel. Ces derniers, sont à considérer comme des doubles de l'autorité de MSF (l'Organisation participant à la majorité de ces commissions). Les liens hypertextuels préfigurent un degré d'information supplémentaire apporté en interne ou une confirmation de l'information provenant de l'extérieur. Il s'agit, par le modèle d'interaction d'information, de confirmer, consolider voir redoubler l'autorité de l'Organisation et non pas, dans ce cadre, d'ouvrir un débat.

La nouvelle version du site de RSF privilégie également les liens vers la source ou les liens explicatifs par des articles internes. Le mode de présentation diffère cependant de celui de MSF, car moins de liens sont insérés dans le texte (une toute nouvelle sobriété contrastant avec la proposition de l'ancien site web). L'usager est invité à une lecture concentrée sans élément le dispersant. Sur un mode documentaire, des tags permettent une recherche avancée par le croisement de thématiques. L'article « Ce que dit vraiment la directive sur le secret des affaires » du 25 mai 2016 est identifié

par les tags « protection des sources », « institutions internationales », « pressions judiciaires », « pressions économiques », « lanceurs d'alerte », « liberté d'expression ».

Une recherche avancée est ainsi possible, sur le site RSF, répondant à un niveau d'exigences de consultation de types « fonds documentaires ». Deux liens hypertextuels renvoient, dans cet article, à la *directive européenne sur le secret des affaires* et à *un rapport de l'assemblée générale de l'ONU en 2015*.

La nature de ces liens (vers la source ou vers une définition) figure, selon A. Saemmer (2016, p.155), une lecture « pro-intensive » c'est à dire une lecture concentrée, attentive. Nous distinguerons, dans les caractéristiques du modèle d'information des ONG, le lien source du lien explicatif pour définir un mode de lecture fondé sur la vérification pour le premier et un mode de lecture fondé sur l'approfondissement pour le deuxième.

Nous opérons également une distinction entre liens dans le texte et tags pour définir deux approches de la recherche d'information : une recherche sur le mode réticulaire et une recherche sur le mode documentaire. Dans le mode réticulaire, pendant la lecture, l'usager est invité à déployer son champs de connaissance en consultant des liens hypertextuels. Dans le mode documentaire, en amont ou en aval de la lecture, les tags permettent de cibler d'avantages les champs d'investigation.

De manière globale, on observe dans ce modèle une supériorité de la modalité textuelle sur la modalité visuelle, en termes de « quantité », mais aussi d'un point de vue symbolique. Par exemple, la deuxième page écran de la campagne pour les 30 ans de RSF présente des images de personnalités du milieu de l'information (procédé de l'héroisation). Le survol du pointeur superpose la modalité textuelle aux images et impose littéralement l'information comme vecteur principal de l'engagement.

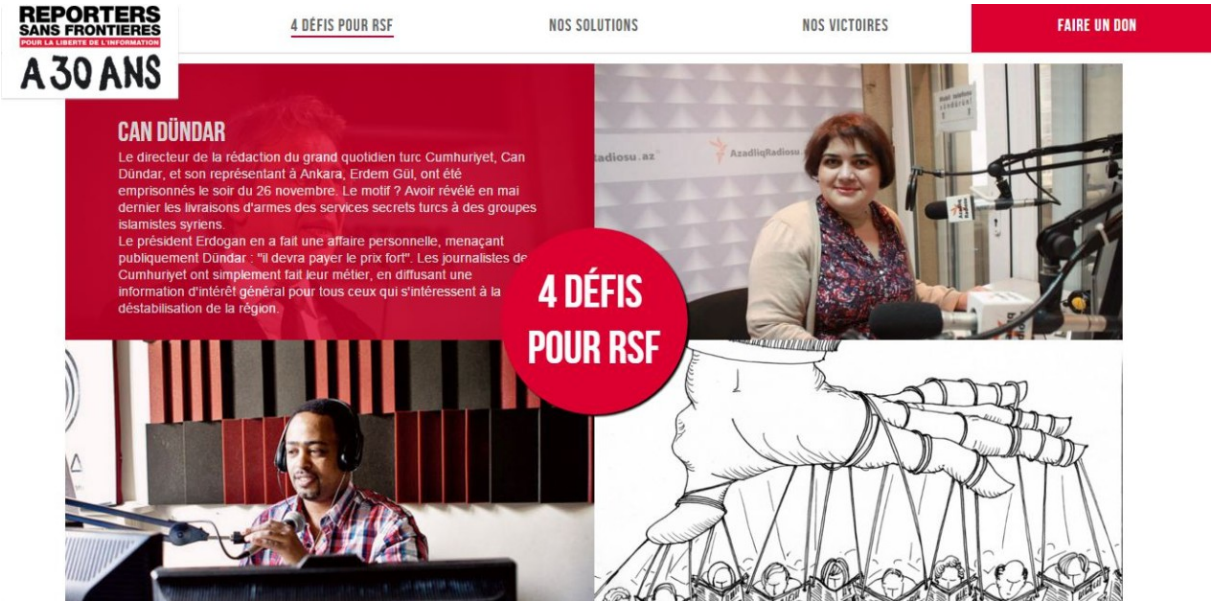


Illustration 30 : Capture d'écran de la page d'accueil (2ème affichage écran après scroll) de la campagne « RSF a 30 ans », consultée en mars 2016

La modalité textuelle est, dans la majorité des articles de MSF et de RSF, structurée de manière à parcourir une information à partir de points d'entrée visuellement mis en avant. Une mise en scène éditoriale qui reprend les canons de l'information journalistique classique avec en-tête, chapeau, titres, sous-titres, etc. Selon A. Saemmer, cette organisation éditoriale figure une lecture pro-extensive permettant une appréhension globale du texte, préfigurant « un lecteur impatient, souhaitant aller vite dans l'exploration du texte » (op.cit., 2016, p.129). Au regard de la construction de l'ensemble des sites web des ONG cette forme de l'article est cependant le niveau le plus « fourni » de matières informationnelles. C'est pourquoi, comparativement aux autres séquences plus « visuelles », nous estimons que ces articles configurent une lecture plutôt attentive. Le scroll permettant de dérouler l'information dans une perspective de lecture plus ou moins profonde.

Espace situationnel	Espace expérientiel	Parcours erghodique	Signes des expériences potentielles
L'usager face à la démultiplication de l'accès à l'information.	Écrire dans la barre de recherche	Parcours-fouille	Accessibilité directe
	Cliquer sur le sommaire (rubrique et sous-rubrique)		Accessibilité localisée
	Survoler les rubriques et sous rubriques		Appréhension globalisante (cartographier)
	Cliquer sur des images-liens		Accessibilité visuelle
L'usager en contact avec la matière « informationnelle »	Sélectionner plusieurs éléments sur une carte, un schéma, etc..	Parcours-déverrouillage	Programmation / lecture documentaire
	Survol de cartes interactives		Exploration / découverte
	Cliquer-tirer sur des images		Exploration / découverte
	Relayer une information-experte sur les réseaux sociaux		Médiation de l'information
L'usager orienté par le parcours informationnel (focalisation interne et externe)	Cliquer sur des liens explicatifs internes (et revenir sur le texte initial)	Parcours-guide	Lecture réticulaire profonde (+ confiance : cf tableau sur les signes de l'engagement légitimé)
	Cliquer sur des liens sources ou liens actualité externes (et revenir sur le texte initial)		Lecture réticulaire vérificatrice
	Cliquer sur des liens sources internes (et revenir sur le texte initial)		Lecture réticulaire autoritaire
	Sélectionner des tags		Programmation / lecture documentaire
	Lecture d'énoncés interpellant l'usager		Intermédiation
	Faire défiler le texte (au rythme de la lecture)		Lecture profonde

Figure 11 : Signes d'un engagement éclairé dans le modèle d'interaction d'information

L'analyse des sites institutionnels de RSF et de MSF confirme et prolonge les caractéristiques du modèle d'interaction d'information identifiées sur les campagnes *Agir avec MSF* et les *30 ans de RSF*. Les expériences potentialisées par ce modèle relèvent de la construction d'un engagement légitimé par l'expertise de l'ONG : l'usager est invité à constater cette légitimité par la consultation de rapports ou de témoignages. Il est placé comme observateur indirect d'une réalité de terrain, percevant au travers de l'information transmise par une instance d'autorité, l'urgence d'une situation.

L'expérience de l'information revêt ici le caractère de la preuve et progresse, par l'immersion dans le site (qui peut prendre un caractère exploratoire), vers la manifestation d'un engagement éclairé. Comprendre les enjeux analysés et médiés par les ONG potentialise la construction d'une mobilisation savante fondée sur une appréhension ciblée, sourcée, reliée des situations décrites.

Le modèle d'interaction d'information fait « circuler » le geste de l'usager dans une logique interne et, en cela, produit cet amalgame entre constat et point de vue. Une caractéristique de ce modèle d'information lié à l'engagement est en effet de permettre à l'usager d'intégrer le mode de raisonnement de l'ONG. En vase clos, l'usager est confronté à un seul vocabulaire, une seule démarche, une seule hiérarchisation, liés directement à l'espace co-énonciatif dans lequel il se meut par l'intermédiaire du modèle d'information.

Nous insistons sur le fait que ce modèle d'information ne figure pas simplement l'accessibilité, aujourd'hui enjeu présent pour toute communication numérique de tout type d'Organisation.

Le modèle d'interaction d'information met en scène et en fonctionnalités l'intermédiation de l'usager avec un mode de fonctionnement, un mode de pensée et d'action liés à un *ethos* particulier. Dans notre cadre d'analyse, l'*ethos* de l'engagement fondé sur l'expertise potentialise des signes d'un engagement légitimé et éclairé.

II. Modèle d'interaction d'analogie

L'approche experte, voire autoritaire, que le modèle d'interaction d'information préfigure dans la construction de l'engagement de l'usager semble, a priori, nous éloigner du « monde propre » des bénéficiaires. L'engagé « éclairé » serait celui qui observe à distance pour comprendre.

Une approche aux antipodes serait d'envisager l'usager projeté dans ce monde. La manière de présenter l'engagement comme projection d'un soi vers un autre est caractéristique de l'espace situationnel des sites web d'Action Enfance et de Solidarités international. Nous avons identifié qu'une telle présentation de l'engagement supposait une figuration métaphorique de l'usager et de l'organisation ensemble dans l'espace d'interaction comme une co-présence : une « énergie » (la lumière qui éclaire le visage de l'enfant et projette un devenir pour lui dans l'exemple d'Action Enfance) ou une « matière » (l'objet de notre quotidien qui manque à l'autre, sur le site de Solidarités International). L'usager est alors invité à investir des symboles pour se rapprocher de l'autre, partager un même espace référentiel.

II.1. Les signes d'un engagement empathique

Pouvoir se mettre à la place

Il s'agirait ainsi, en comparant sa propre situation à la situation de l'autre, de se mettre symboliquement à sa place. La projection symbolique d'un univers sur l'autre caractérise le modèle d'analogie dont les spécificités de l'espace situationnel sont l'élaboration d'un espace commun à l'interaction, la présence d'énergie et de matière symbolisant la présence et l'action. Quels signes de l'engagement comme trace éditoriale ce modèle configure-t-il ?

En dehors des rubriques traditionnelles sur les sites des ONG - « nous connaître », « actualité », « agir », « donner » - l'action de l'usager est, dans la campagne

L'envolée d'Action enfance, limitée à la découverte d'un clip[41]. C'est sur cette vidéo de 30 secondes que se fonde entièrement la préfiguration de l'expérience de l'usager. Ce temps très court est indiqué comme légende sur l'image du clip avant activation, comme un argument pour l'usager si souvent sollicité dans l'espace numérique.

Un tel espace temporel réduit implique une scénarisation forte avec l'émergence de symboles d'une situation. En effet, il ne s'agit pas de cette progression lente et instructive structurant les vidéos « réalité de terrain » telle que nous les avons décrites pour le site de MSF, mais d'une approche pénétrant l'univers de l'usager, orchestrant symboliquement la visée et la force de l'engagement. Cette vidéo met en scène la traversée d'un jeune enfant dont la première apparition est accompagnée de voix off, des voix d'adultes oppressant, conspuant l'enfant, puis l'apparition d'images plus floues d'une famille accueillant un enfant. La traversée du jeune garçon dans cette pièce sombre est accompagnée par une bande son signifiant une forme d'encouragement de l'enfant à continuer sa course vers un mur qu'il va transpercer pour en ressortir adulte.

Quelques secondes de vidéo symbolisent cette énergie présente chez l'enfant et révélée par l'accompagnement de l'ONG. C'est sur la scénarisation que s'appuie le modèle d'analogie impliquant la création d'un univers sensible marquant ; l'univers du clip L'envolée est signé Benjamin Nicolas dans une campagne réalisée par l'Agence Limite. Les qualités de scénarisation en un temps très court caractéristiques de ce type de vidéo sont liées à l'univers du film publicitaire. L'envolée est par ailleurs la première campagne d'Action Enfance proposée à la télévision, campagne qui a été primée par la critique du festival publicitaire à Cannes en 2015 dans la catégorie « Non profit ».

L'espace expérientiel du modèle d'analogie est avant tout lié à ces qualités de scénarisation et n'implique pas ici un « faire » supplémentaire dans l'espace numérique. Il ne s'agit pas de croire en la réalité de cette traversée mais en la réalité des symboles de cette traversée. L'action de l'usager, qui s'est limitée à déclencher la vidéo, peut être rapprochée d'une action d'impulsion. Nous pouvons proposer l'USM

41 http://www.actionenfance.org/l-envolee

« donner une impulsion » renvoyant à la représentation de l'élan pour faire avancer quelque chose, quelqu'un.

En effet, le parcours erghodique est « bloqué », dans cette configuration, à un jeu d'impulsion. Pour faire vivre une expérience à l'usager, le relais est alors pris par la mise en scène de l'espace ouvert par ce geste, mise en scène projetant l'usager dans l'univers de l'autre. Comme par exemple dans l'univers des réfugiés de la campagne Kit de dignité de Solidarités International, projeté par une vidéo[42] reproduisant un espace commun entre usager et bénéficiaire. La proposition de l'agence Ici Barbès avec une réalisation de Ugo Mangin est la mise en scène de réfugiés réalisant, devant un miroir, les gestes du quotidien sans les objets de ce quotidien.

Le modèle d'analogie s'appuie sur ce symbole du miroir, reflet de nos pratiques. Le site rejoue à différents niveaux cet effet miroir : au niveau symbolique, le miroir de nos pratiques de la vie quotidienne mises en scène dans la vidéo ; et au niveau gestuel, l'imitation de nos pratiques de consommateurs sur Internet. En effet, l'écran dédié à la sollicitation du donateur potentiel propose l'image de chaque objet composant le kit de dignité : le survol du pointeur sur ces objets fait apparaître la somme de 1euro. Le don se substitue au panier des sites marchands mais s'inscrit dans une gestuelle similaire. Il est également à noter que la proposition de l' « achat d'un kit » entier ou d'un « kit pour la famille » est répétée à l'usager lorsque celui-ci sélectionne un des objets, une pratique de sollicitation courante des sites marchands.

Une lecture verticalisée et progressive est configurée en actionnant l'ascenseur de la page ou par un scroll long. Ce geste fait progresser l'usager dans l'espace de découverte de l'autre : une première page écran offre, comme point de départ à cette lecture progressive, la reconnaissance d'un univers commun (l'image du jeu des enfants et la vidéo des adultes mimant les gestes du quotidien). Une deuxième page écran, après le geste de l'usager, affiche la réalité d'une situation tragique présentée par l'ONG (image de fonds très présente et information délivrée par l'ONG dans un encart à gauche sans lien hypertextuel) : l'usager est invité à s'immerger dans cette

42 http://www.kitdignite.org/

information et à ne pas opérer de « lecture déviée » de l'univers configuré. Une troisième page écran symbolise le pouvoir de l'usager (les kits qu'il peut « offrir » aux bénéficiaires). Le dernier affichage rend présent l'autre, lui donne la parole (sous forme de témoignages-citations des populations victimes) : là encore sans proposition de sortir de cet univers (absence de lien hypertextuel).

Dans son ensemble, le site se fonde sur une opération de « plongée » telle que l'a défini P. Robert (2011, p.71) pour la bande dessinée, c'est à dire une opération de reconstitution d'un espace signifiant global à partir d'une appréhension localisée de chaque cadre structurant la page. N. Pignier utilise le terme de « lecture plongée » en référence aux travaux de P. Robert pour définir un parcours, dans l'espace numérique, fondé sur un « va et vient entre une lecture en profondeur de chaque case, un retour à la planche, etc. » (Pignier, 2014, p.58). Pour nous, à l'opposée d'une lecture réticulaire, l'opération de plongée concentre l'usager sur cet espace signifiant la rencontre de l'autre, invitant à la reconstitution « virtuelle » de l'objet manquant, par une immersion dans chaque fenêtre ouverte sur ce monde (l'idée de fenêtre est soulignée, sur le site de la campagne « Kit de dignité », par une alternance de bandeaux noirs et clairs).

Les informations textuelles participent de cet espace signifiant global invitant à la rencontre de l'autre. Ainsi, le texte n'est pas structuré sur un mode journalistique mais est livré en continu comme le flot d'une parole ininterrompue. L'usager n'est pas invité à intervenir sur ce rythme en digressant, par exemple, vers d'autres pages.

La modalité visuelle reste prédominante donnant au texte une valeur illustrative (et non interactive) d'une situation scénarisée sur l'ensemble du site. Il s'agit de constater, par la lecture de ces témoignages, la réalité de terrain et l'action de Solidarités International « Solidarités International nous a donné des Kits avec du savon, de la lessive... Nous pouvons au moins boire, cuisiner, nous laver, avoir des vêtements propres. » (extrait du témoignage de Phyo, réfugiée interne au Myanmar). Ces témoignages sont autant une preuve sensible d'une situation tragique qu'une manière de partager l'univers de l'autre pour le rendre symboliquement présent. Le

parcours erghodique se caractérise par une imprégnation, de la part de l'usager, du monde de l'autre, imprégnation qui se réalise au fur et à mesure de la progression du geste dans l'espace scénarisé de l'interface d'accueil.

Nous constatons que le geste de l'usager est, dans les deux exemples analysés, un geste d'accompagnement du scénario : donner l'impulsion ou progresser dans la lecture-plongée.

Le modèle d'interaction d'analogie propose à l'usager de se laisser porter par un rythme, des sensations, et d'opérer une reconstitution d'un univers commun à partir de symboles. L'espace expérientiel configure la présence (être dans un espace) plutôt que l'action (faire dans un espace). Cette projection symbolique vise à se mettre à la place de l'autre ou être avec l'autre. Ainsi l'usager est invité à s'imprégner d'un univers symbolique : il s'agit de voir et d'écouter pour ressentir les « présences ».

Espace situationnel	**Espace expérientiel**	**Parcours erghodique**	**Signes des expériences potentialisées**
L'usager projeté dans un scénario – symbole.	- Lancer et visionner (donner l'impulsion) une « vidéo-symbole ». -Explorer « visuellement » ou par le geste un encart fondé sur une mise en scène symbolique.	Parcours-impulsion	Effet de projection dans le monde de l'autre.
L'usager progressant dans une page scénarisée.	- Scroller progressivement (plonger) dans une page « scénario » - Opérer des « va et vient » au sein de cette page - Faire défiler des « encarts- symboles » - Visuels immersifs et textes illustratifs sans structuration interne ni renvois	Parcours - imprégnation	Lecture-plongée dans le monde de l'autre.
L'usager reproduisant des schémas d'action ou de pensée liés à son monde propre.	- Sélectionner (choisir et prendre) des « objets », des « produits ». - Gestes iconiques : tirer, manipuler, gratter ...		Effet miroir de son propre monde

Figure 12 : Signes de l'engagement empathique à partir du modèle d'analogie

II.2. Couplage M.I. Analogie + Information : les signes d'un engagement concerné

Poussé dans ses limites, un modèle d'analogie configure un univers fusionnel entre l'usager et le bénéficiaire. Autrement dit, l'usager est invité à considérer l'autre comme un reflet de soi. Évidemment, il s'agit de « mises en scène » et non de la retranscription fidèle de toutes les valeurs de l'engagement de l'ONG et du groupe partageant celles-ci (donateurs, acteurs professionnels, bénévoles). Cet actant collectif,

s'il fonde son engagement sur l'empathie, n'est pas pour autant sans « expertise » sur le sujet et réciproquement.

Il s'agit de nous interroger sur l'effet de réel que véhicule une communication spécifique sur le web. Cette scénarisation de l'*ethos* de l'ONG présente la manière dont l'usager est amener à se figurer et à investir un type d'engagement. Les procédés relevant du modèle d'analogie peuvent de ce fait rencontrer une première limite : celle de la méconnaissance de la différence de l'autre. Partant du principe que l'autre a les mêmes besoins que moi, on imagine aisément, et l'histoire coloniale le fait pour nous, les dangers d'une telle approche calquant la visée de quelques individus sur quelques autres, quand bien même les raisons de cette transposition soit fondées sur des valeurs empathiques.

Fondée une appréciation sur le monde de l'autre en fonction de son propre monde relève d'une pratique persistante, souvent décriée par les analystes, notamment au sujet du développement durable. Dans une toute autre perspective, C. Aubertin, met en évidence, dans ses travaux, le manque de prise en considération, au niveau des politiques globales sur l'environnement, de la diversité des pratiques des populations. Concernant le projet de loi biodiversité, elle constate : « le projet de loi français prévoit que les communautés d'habitants participent aux prises de décision, mais il ne prévoit pas qu'elles décident de l'utilisation de leurs savoirs. » (Aubertin, 2015, p.216). Ici se pose la question de l'appropriation, par les habitants, des enjeux du durable lorsque ces populations vivent des « réalités » différentes de celles des énonciateurs de ces enjeux et règles en découlant. Nous revenons aux propos d'A. Bercque sur la définition d'un milieu comme étant la relation S/P (Sujet sur Prédicat). Les valeurs d'un milieu ne seraient pas : une pour le bien commun ni même plusieurs au sein d'un groupe homogène mais multiples au sein de multiples réalités ; en cela, le modèle d'analogie poussé à l'extrême opère un amalgame entre les valeurs des uns et la réalité des autres, amalgame dans un univers de simulation, ce qui ne provoque pas les mêmes conséquences que ceux soulignées dans les exemples de la vie économique avec C. Aubertin .

Dans cette même logique d'un modèle « radicalisé », les limites du modèle d'interaction d'information seraient une forte dissociation entre nos modes de vie et le mode de vie de l'autre. Si l'intermédiation de l'expert se justifie par une méconnaissance de la réalité de ces populations, elle peut également accroître un effet d'éloignement, peu propice au transfert d'un monde vers l'autre. Ce principe d'incommunicabilité (dans le cas d'une exacerbation de ce procédé) n'inciterait pas à une remise en question d'un schéma perceptif dominant (schéma de l'expert ou schéma de nos habitudes).

Les stratégies mises en œuvre dans le design numérique ne peuvent se fonder uniquement sur un modèle, mais doivent élaborer un projet d'interaction à partir de l'*ethos* de l'ONG. La mise en scène de cet *ethos* implique des choix au niveau des strates du design éditorial et d'usage configurant un espace situationnel et expérientiel dominant. C'est ce que nous avons observé avec le modèle d'interaction d'information et d'analogie. Des couplages de modèles d'interaction élargissent les expériences potentielles et définissent un contour plus complexe des signes de l'engagement.

Nous avons identifié, dans le cadre de la campagne Agir avec MSF, un modèle d'interaction d'information dominant et cela, en cohérence avec la position d'intermédiation des médecins. Une relecture croisée à partir des grilles d'analyse du modèle d'analogie et d'information permet de repréciser les signes de l'engagement potentialisés par le design numérique de cette campagne.

En effet, nous avons observé, avec la grille d'analyse du modèle d'interaction d'information, une figuration forte de /la preuve/ de la réalité d'un terrain ; et ceci par le biais d'un procédé d'intermédiation configuré notamment dans l'action « voir son témoignage », action « figurée » trois fois au sein de la page d'accueil. C'est cette pratique de l'information qui rythme l'ensemble de la page et place l'usager en situation de /pouvoir accéder/ à la parole experte. Cette répétition est répercutée sur un slogan insistant sur le rôle du médecin comme figure-héros : « médecin sans renoncement, médecin sans relâche » ; « médecin sans rendez-vous mais pas sans vos dons ».

L'acte de don est directement associé à la figure du médecin qui accompagne, par son témoignage, l'usager dans sa décision de soutenir. C'est une approche de l'engagement fondée sur une pratique : le relais médiatique de l'information . La campagne arbore comme titre le sigle de twitter #avec msf. Ce modèle d'information joue sur « l'hyper présence » d'un événement sur les réseaux sociaux. L'utilisation du dispositif Thunderclap[43], plate-forme regroupant des messages de soutiens et permettant la diffusion de ces messages en même temps, joue sur cette scénarisation de l'information. Si la configuration d'un relais sur les réseaux sociaux est observable dans la majorité des campagnes web des ONG, il est à noter ici que le modèle d'interaction de la campagne de MSF accorde une place prépondérante à ce relais médiatique. Chaque action de l'usager renvoie à l'idée de « relais » comme « passage de témoins » ou plutôt passage de preuves d'une réalité de terrain.

À l'intermédiation des médecins sans frontière fait écho la médiation de l'usager. Le site propose, dans ce sens, le téléchargement d'un kit de soutien comprenant une image de couverture Facebook et une signature MSF pour les mails de l'usager.

La grille d'analyse du modèle d'analogie complexifie ce rapport d'intermédiation qui n'est plus seulement un accès à l'information experte mais aussi une fenêtre sur les symboles de l'association. On observe une scénarisation de la page configurant /une lecture plongée/. En effet, l'usager est invité à appréhender globalement une situation (unifiée visuellement par le paysage installant la présence des bénéficiaires), et ceci, à partir de l'immersion dans chaque témoignage mis en scène par une vidéo.

Un /effet miroir/ de nos pratiques numériques et quotidiennes est ensuite configuré par le Live tchat : s'agissant d'un rendez-vous pour parler en direct avec un médecin et par l'action, « soutenez-le avec vos mots », qui renvoie à la pratique d'encouragement d'un sportif. Les logiques de la conversation avec l'expert superposent une dimension de dialogue à celle d'autorité du savoir relevé dans le modèle d'information.

Le modèle d'interaction d'analogie ajoute, par ces dispositifs de conversation, cette co-

43 https://www.thunderclap.it/fr

présence sur laquelle se fonde notre culture du vivre ensemble. Les recherches de F. Licoppe invitent à considérer un changement de significations, dans nos sociétés numériques, de la co-présence : la présence « physique » devenue un luxe dans de nombreuses situations (l'auteur prend l'exemple des situations de comparution d'un détenu devant le tribunal) nécessitant des moyens financiers et humains importants, la question de la co-présence ne serait plus tellement fondée sur une dichotomie entre présence physique et présence médiatée mais sur une problématique de maintien « des conditions d'un dialogue quel qu'en soit les modalités, quitte à être créatif sur ces modalités» (Licoppe, 2014)[44]. Couplée à la démultiplication des formes de communication (liée également à un effet générationnel) et des horizons d'attente autorisées par l'émergence d'outils conversationnels sur le web, on peut parler, selon l'auteur, « d'une autre forme de présence, présence connectée, qui repose non pas sur la gestion de moments de séparation et de moments d'absence mais sur la capacité à entretenir un flux continu de contact qui vient concrétiser le lien » (Licoppe, 2014) [45]. Les relations différées considérées longtemps comme moins engageante que les relations en direct, reproduisent, par ces outils de conversation, l'attente de contact en continu de l'usager habitué à ces nouvelles modalités d'interaction.

Cette logique de contact direct est prolongée par un dispositif « physique » accompagnant la campagne de MSF. En effet, des hôpitaux à ciel ouvert reconstituant les conditions d'exercice des missions de l'ONG sont installés dans trois grandes villes de France (Lyon, Paris, Marseille) le 12 novembre 2013, événement baptisé « fenêtre sur l'urgence » et invitant à la rencontre avec les médecins.

Le croisement du modèle d'interaction d'information avec le modèle d'analogie engage une rencontre avec l'information, une immersion dans une réalité de terrain, préfigurant l'*ethos* d'un engagement fondé sur la re-connaissance, entendue comme l'apport d'une connaissance pour reconnaître le monde de l'autre dans ses spécificités. La reconnaissance suppose de reconnaître

44 Notre retranscription de la conférence de F. Licoppe,16ème congrès 2014, UNASP, https://www.youtube.com/watch?v=0lOhYuB8ZMw

45 Ibid

l'autorité de l'expert comme la particularité de l'univers de l'autre et ainsi, d'envisager une expérience co-énonciative avec l'autre, dans l'altérité.

Pour développer cette hypothèse d'un couplage de modèles d'analogie et d'information configurant une expérience de reconnaissance de l'autre dans la construction de l'engagement, nous proposons d'analyser la campagne « Arrêthon »[46] de Greenpeace à partir de ces deux grilles d'analyse. Cette campagne, lancée en septembre 2014, vise à sensibiliser sur les dispositifs de concentration de poissons, énormes filets capturant des espèces menacées, des poissons juvéniles, des coraux, détruisant un milieu mais aussi aggravant la situation précaire des populations locales vivant de la pêche du thon.

Nous restituons, sous forme d'un tableau, la configuration de la campagne web, en caractérisant :

- les fonctions de supports de l'interface dans l'espace situationnel et dans l'espace expérientiel,
- les jeux de parcours ergodiques liés à ces espaces,
- ainsi que les signes de l'expérience potentialisée par chaque modèle d'interaction

Espace Situationnel	Espace expérientiel	Parcours erghodique	Signes de l'expérience potentialisée
1ère séquence : Le dispositif s'ouvre sur une vidéo des fonds-sous marins.			
Fonction de scénarisation par l'orchestration multimodale : ambiance sonore et l'adoption du « point de vue visuel des poissons » : l'usager est avec la faune marine.	Fonction d'impulsion : « Donner l'impulsion » à la vidéo	Parcours-impulsion	MI Analogie : Projection dans l'univers de l'autre : l'univers sous-marin

46 http://www.greenpeace.org/france/fr/campagnes/oceans/arrethon/

2ème séquence : En fin de vidéo, un énoncé invite : « Plongez au cœur du dispositif » avec une flèche descendante			
Fonction d'immersion : dans l'univers par la combinatoire du signe iconique (la flèche) et de l'énoncé visuel (la figuration des fonds marins)	Fonction de progression : « Descendre » dans les fonds sous-marins en cliquant sur la flèche.	Parcours imprégnation	MI Analogie : Effet miroir du geste « descendre »
Séquence 3 : une page-écran affiche les chapitres de la vidéo			
Fonction de repérage	Fonction de localisation : Accéder à l'espace de connaissance en cliquant sur un énoncé précis.	Parcours-guide	MI Information : Accessibilité ciblée
Fonction d'immersion dans l'univers par la combinatoire du signe iconique (la flèche) et de l'énoncé visuel (la figuration des fonds marins)	Fonction de progression : « Descendre » progressivement dans l'information scénarisée en explorant chaque écran	Parcours-imprégnation	MI Analogie : Effet miroir du geste et lecture-plongée
Séquence 4 à 8: sur l'énoncé visuel (figuration de paysages maritimes), se superposent un énoncé textuel expliquant les effets de la pèche intensive sur la faune marine, et un énoncé interactif dévoilant les données chiffrées sur cette activité			
Fonction d'immersion, par le visuel, dans le paysage maritime comme paysage-expérience	Fonction de « pause » dans l'action : « Voir » sans « faire » dans l'espace immersif	Parcours-imprégnation	MI Analogie : Lecture plongée
Fonction de liaison avec l'expertise (en contact avec la matière informationnelle)	Fonction de manipulation : « Dévoiler l'information » au passage du pointeur sur l'image	Parcours-déverrouillage	MI Information : Exploration / Découverte de l'information
Séquence 9 : vidéo explicative sur les dispositifs de concentration de poissons			
Fonction de	Fonction d'impulsion :	Parcours-impulsion	MI Analogie :

scénarisation présentant le point de vue d'un poisson sous forme de dessin-animé	« Donner l'impulsion » à la vidéo		projection dans l'univers de l'autre
Séquence 10 : une page écran intitulée « pour aller plus loin » propose des liens hypertextuels.			
Fonction de liaison avec les sources : un lien vers un rapport externe « National Geographic » Un lien vers un rapport interne	Fonction de manipulation : Accéder à la connaissance	Parcours-guide	MI Information : Lecture réticulaire vérificatrice Lecture réticulaire autoritaire
Séquence 11 à 13 : Séquence 4 à 8: sur l'énoncé visuel (figuration de paysages maritimes), se superposent un énoncé textuel expliquant les effets de la pèche intensive sur la population, et un énoncé interactif dévoilant les données chiffrées sur cette activité			
Fonction d'immersion, par le visuel, dans le paysage maritime comme paysage-expérience Fonction de liaison avec l'expertise (en contact avec la matière informationnelle)	Fonction de pause dans l'action : « Voir » sans « faire » dans l'espace immersif Fonction de manipulation: « Dévoiler l'information » au passage du pointeur sur l'image	Parcours-imprégnation Parcours-déverrouillage	MI Analogie : Lecture plongée MI Information : Exploration / Découverte de l'information
Séquence 14 : Vidéo-témoignage d'une femme victime des effets de la pêche intensive			
Fonction de liaison avec les bénéficiaires (idée de rencontre) : l'enchaînement de la vidéo après les séquences d'explication ouvre une brèche dans l'espace	Fonction d'impulsion : Donner l'impulsion. Aller vers l'autre	Parcours-impulsion	MI Analogie : Projection dans l'univers de l'autre

d'intermédiation pour être en contact direct.			
Séquence 15 : Vidéo-montage, l'usager embarqué dans une pèche intensive.			
Fonction d'immersion : montage d'images « fortes » sur le « massacre » de poissons	Fonction d'impulsion : « voir » sans « faire »	Parcours-impulsion	MI Analogie Projection dans l'univers de l'autre

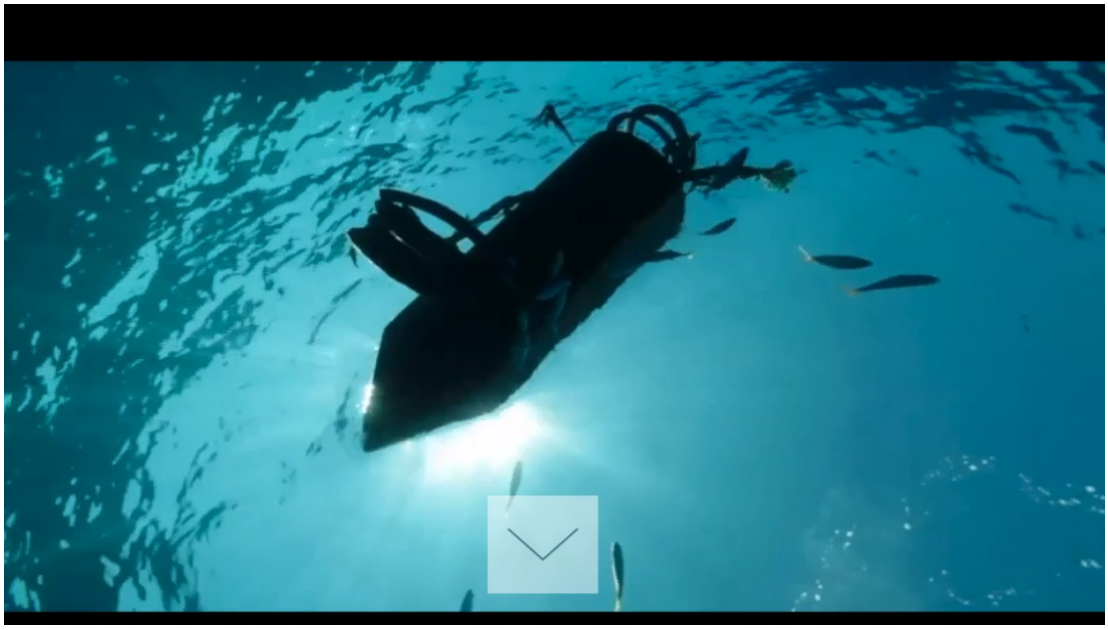


Illustration 31 : Capture d'écran de la 1ère séquence de la campagne Arrêthon de Greenpeace, http://www.greenpeace.org/france/fr/campagnes/oceans/arrethon/, consultée en mars 2015

L'étendue des expériences configurées dans le modèle d'information relève d'un pouvoir progresser dans une information hiérarchisée et argumentée prouvant la menace, et légitimant l'action de Greenpeace. L'usager n'est par ailleurs pas invité à débattre de cette situation mais à connaître les enjeux et à se saisir de son pouvoir d'action en tant que consommateur.

Pour résumé, les différents parcours erghodiques au niveau du modèle d'interaction d'information sont dans notre exemple :

- soit parcours-guide : défini par la fonction de repérage de l'espace situationnel

et la fonction de localisation par le geste dans l'espace expérientiel.

- soit parcours-déverrouillage : défini par la fonction de liaison de l'espace situationnel et la fonction de manipulation des énoncés de liaison dans l'espace expérientiel.

Le parcours-fouille est absent, s'agissant ici de suivre la progression, le rythme proposé par le dispositif de médiation et non pas de chercher par soi-même les informations.

- Un parcours fouille se définirait par une fonction de profusion de l'espace situationnel et une fonction d'exploration de l'espace expérientiel.

Une lecture plongée dans la matière informationnelle est, dans l'exemple d'Arrêthon, configurée par le modèle d'analogie, s'agissant de proposer à l'usager d'être à l'intérieur du dispositif de concentration de poissons, de faire la rencontre symbolique avec la faune marine puis d'opérer un lien plus global avec l'information ainsi scénarisée.

Au niveau du modèle d'interaction d'analogie les parcours erghodiques proposés sont :

- parcours-impulsion : l'espace situationnel revêt une fonction de scénarisation au sein duquel l'espace expérientiel se limite à la fonction d'actionner, fonction d'impulsion pour aller à la rencontre de l'autre.
- Parcours-imprégnation : l'espace situationnel revêt soit une fonction de scénarisation ou d'immersion et l'espace expérientiel soit une fonction de progression dans le scenario ou une fonction de pause dans un univers particulier. Le rôle d'un tel parcours est de se projeter dans l'univers de l'autre, voire de se reconnaître au sein de celui-ci par un effet-miroir de notre espace quotidien.

Le couplage d'un engagement éclairé, par la connaissance des enjeux, et d'un engagement empathique, par la rencontre symbolique d'un univers, potentialise l'expérience de la reconnaissance. En tant qu'usager de ce dispositif, je suis mis en relation avec l'information et avec l'univers symbolique de l'autre ; je suis donc en capacité de reconnaître le bénéficiaire (le bénéficiaire est ici double : l'environnement

comme les populations dont la survie est liée à la sauvegarde de cet environnement) par les caractéristiques qui le différencient de mon mode de vie mais aussi par les effets de mon propre mode de vie sur celui-ci.

Le site prolonge cet emboîtement d'un modèle d'interaction d'analogie et d'information par la proposition de consulter les caractéristiques des produits de conserve de thon, en fonction des marques distributrices.

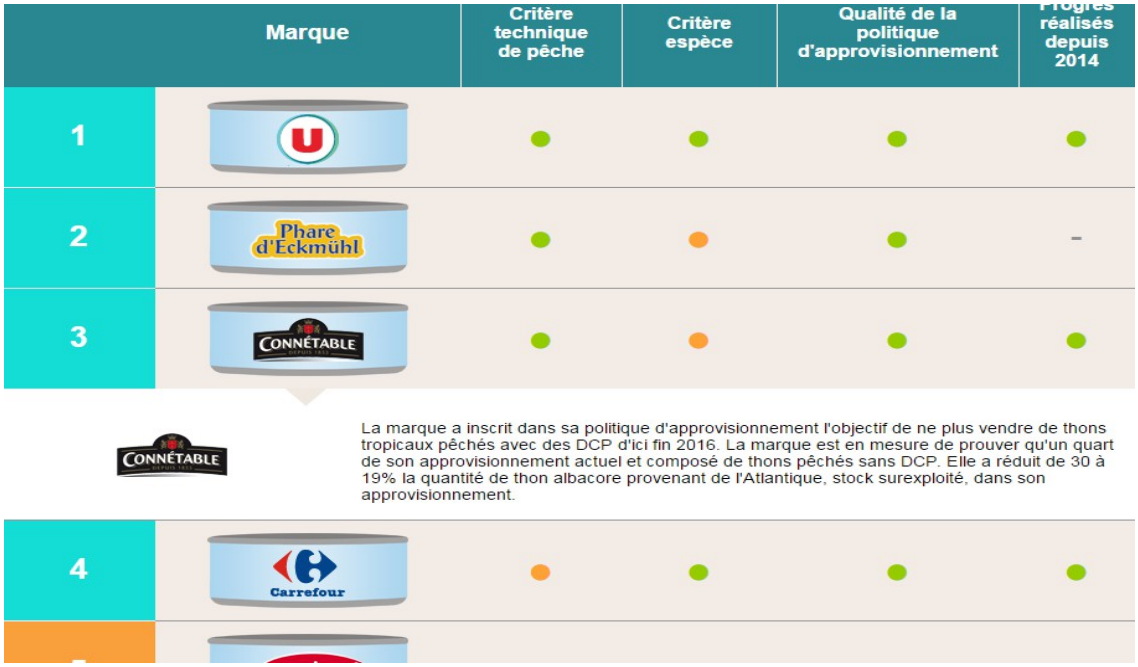


Illustration 32 : Capture d'écran de la campagne « Arrêthon », Greenpeace, site web http://www.greenpeace.org/france/fr/campagnes/oceans/arrethon/ consulté en mars 2015

Sur cette page-écran présentant un comparatif de produits, le modèle d'interaction d'information est évident par la légitimation d'un engagement fondé sur un rapport interne de Greenpeace : une enquête après des différents distributeurs. Cependant, le modèle d'analogie est investi par la reproduction d'une gestuelle liée aux habitudes de comparaison d'un consommateur entre un produit et un autre. Les caractéristiques du produit sont censées guider le choix du consommateur. C'est sur le mode de la comparaison entre son propre mode de vie (de consommateur) avec le mode de vie des populations victimes de la surpêche que s'effectue l'analogie d'un monde à l'autre. Cette reconnaissance de l'autre dans ses particularités et dans sa liaison avec le monde de l'usager préfigure un engagement concerné par les enjeux d'une « lutte ».

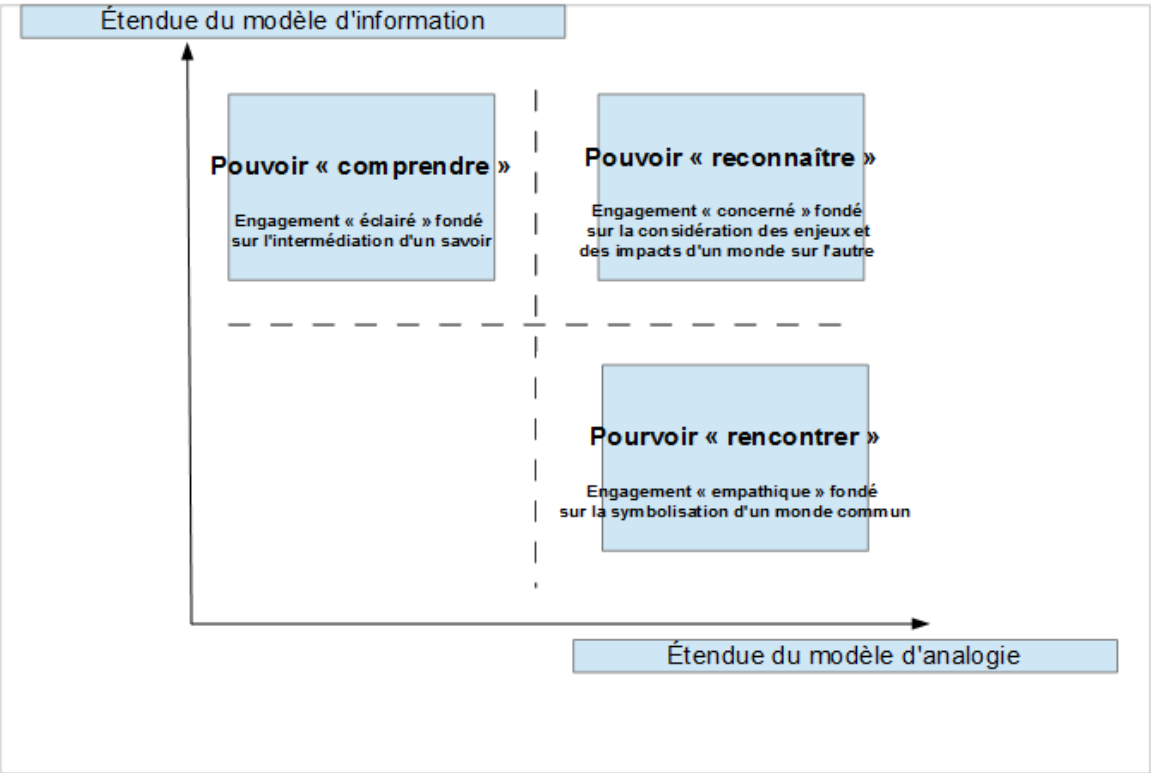


Figure 13 : Configuration du « pouvoir faire » de l'usager dans le couplage de modèles d'interaction : analogie + information

Ainsi, un modèle d'interaction d'information fort (lié à l'étendue des expériences potentialisées au sein de celui-ci), configure « un pouvoir comprendre » afin de construire un engagement éclairé fondé sur un savoir délivré par l'Organisation. Le modèle d'analogie, dans une configuration étendue, permet un « pouvoir rencontrer » préfigurant un engagement empathique fondé sur la symbolisation d'un monde commun entre l'usager et le bénéficiaire.

La rencontre de ces deux modèles potentialise « un pouvoir reconnaître » les enjeux comme les impacts d'un monde à l'autre, d'un monde sur l'autre, préfigurant un engagement « concerné ».

III. Modèle d'interaction performatif

III.1. Pouvoir « agir sur »

Les modèles d'interaction d'analogie et d'information contiennent globalement (au sens de « retenir »), les pouvoirs de l'usager dans l'espace numérique. Les fonctionnalités « donner » ou « signer la pétition », présentes sur l'ensemble des sites des ONG, introduisent un niveau performatif : la concrétisation de mon action dans un réel.

Nous considérons le caractère performatif d'un l'énoncé lorsque celui-ci permet de se figurer l'engagement (la force et les effets que suppose l'action de l'énoncé) mais aussi lorsqu'il contient les conditions de sa réalisation (par exemple un énoncé cliquable). Ainsi, l'énoncé « Aidez-nous à les soutenir » n'est pas performatif s'il ne permet pas à l'usager d'agir sur ou en fonction de lui. Il est, dans ce cas, une interpellation mais pas une forme de performativité. Ce même énoncé cette fois-ci manipulable pour accéder à une page de don, revêt, lui, un caractère performatif. Dans ce cadre, nous ne nous intéressons pas seulement à l'énoncé pour définir ce qui relève du modèle d'interaction performatif mais à l'espace situationnel (les positions de pouvoir des usagers) et à l'espace expérientiel (les possibilités de réalisation de l'usager). Des degrés de performativité sont relevés par des auteurs comme M. Callon (1998) ou B. Latour (1989) qui supposent que la performativité de l'énoncé se révèle lorsqu'il a circulé pour consolider sa force comme ses effets et devenir des « matters of facts » (Denis, 2006, p.15). En effet, un seul « accomplissement » de l'énoncé « aidez-nous à les soutenir » ne permettrait pas sa réalisation effective (la force de concrétisation trop faible, les effets seraient inexistants).

L'accomplissement médiatique de l'énoncé est en effet une des caractéristiques de la performativité de l'espace numérique : le soutien se réalise à la condition d'une action collective, celle de la concrétisation de l'énoncé par plusieurs usagers au sein d'un même espace. Les configurations de l'espace d'apparition de la présence des actants,

selon l'analyse de F. Licoppe, sont performatives quand :

« a) elles sont reconnaissables comme des actions sociales d'un certain type ;

b) elles produisent immédiatement des sujets dans certaines positions et relations, et comme mutuellement obligés ;

c) elles projettent des attentes de réponses, et constituent un système de préférences et pour les réponses possibles ;

d) les réponses effectivement produites seront intelligibles et justifiables par rapport à cette organisation séquentielle et cet ordre normatif ;

e) elles peuvent réussir ou échouer aussi bien dans leurs effets illocutoires (a, b, c) que dans leurs effets perlocutoires (d). » (Licoppe, 2010, p.158).

Le modèle d'interaction performatif configure un espace situationnel et expérientiel permettant, par le geste de l'usager, l'accomplissement comme la mise en échec d'une communication engageante. Les effets de l'action sont alors rendus visibles à l'usager dans l'espace co-énonciatif numérique (ce qui relève, pour une part, du design de la visibilité défini par Dominique Cardon (2010) introduisant un niveau de plasticité dans la retranscription des données d'usage).

Ainsi, la configuration du niveau performatif de l'interaction considère l'usager en capacité de produire une réponse, à son niveau, à un enjeu, car c'est à lui que revient d'accomplir l'engagement.

L'espace expérientiel met alors en scène une situation de communication engageante. L'usager « s'engage » dans l'espace numérique par une action qui admet différents degrés d'investissement, des actions plus ou moins « coûteuses ». Nous considérons que « signer une pétition » est un énoncé engageant qui préfigure un niveau performatif en fonction des possibilités d'action sur l'énoncé (le programme d'actions est ici généralement : cliquer sur l'énoncé, remplir, signer le formulaire et envoyer la pétition) et à la condition d'une réalisation collective de cette action. Ces icônes

nommées par les acteurs du marketing numérique « call to action » sont engageants lorsqu'ils comprennent, dans leur modalité d'action, une exigence de réel voire une injonction de concrétisation : la concrétisation du geste numérique dans l'espace public réel (par exemple, la remise de la pétition à une autorité) et dans l'espace quotidien de l'individu par l'identification d'un « enjeu » qui peut le conduire à faire évoluer son mode de vie.

La figuration de ce niveau performatif s'effectue généralement dans un espace plastique et iconique « simple » que nous qualifions d'hyper-lisible. En effet, un espace engageant permet à l'usager de comprendre aisément ce que l'on attend de lui. La compréhension par l'usager de ce qu'il doit faire est orientée par des formes de figuration spécifiques sur la page-écran car « dans son rôle de médiation entre l'objet et l'usager, l'interface doit structurer à la fois les commandes et/ou les systèmes d'écho, mais aussi la communication de ces commandes et la praxéologie nécessaire à leur usage [...] Grâce à la modalité de figuration iconique et par l'intervention au moyen d'un pointeur virtuel, les interfaces graphiques nous indiquent les fonctions et les gestes nécessaires pour organiser les données. » (Zinna, 2005, p.19).

La relation de l'usager à l'espace est conditionnée par sa compréhension des systèmes de figuration au sein de cet espace et la relation de l'instance énonciative à l'usager est conditionnée par l'activation du programme d'actions configuré. O. Ertzscheid résume ainsi ce positionnement entre auteur-programmateur et lecteur-acteur : « du point de vue des postures lectorales, s'il en est une que l'hypertexte inaugure, c'est celle d'une authentique co-opération entre un auteur et un lecteur, mais qui doit être aussitôt marquée par une double restriction : elle ne peut être « mise-en-oeuvre » qu'à l'initiative du premier, et elle est la plupart du temps confinée au domaine relevant d'une ingénierie du texte, c'est-à-dire de l'ensemble des paramètres et des interactions potentiellement capables d'interférer sur la production et l'organisation de contenu. Tel nous semble être le seul - mais décisif - authentique nouveau visage du lecteur institué par l'hypertexte. » (Ertzscheid, 2004, p.5).

La dimension opérationnelle de l'espace numérique est une caractéristique exacerbée

par le modèle performatif s'agissant de mettre les qualités de co-opérateur de l'usager au premier plan. De nombreuses campagnes de Greenpeace se construisent sur ce modèle : un énoncé textuel clair invitant l'usager à prendre position dans le champ de l'action (énoncé engageant).

C'est le cas de la campagne « I know who grew it » qui est structurée par de simples cadres verts à l'intérieur desquels figure un défi à relever (espace engageant hyper-lisible) : du plus simple « Je me lance le défi de manger bio, local et de saison pendant un mois » au plus militant « je me lance le défi de faire pression sur mon supermarché pour qu'il propose davantage de produits biologiques, locaux et de saison ». Cette mise en scène se traduit par une situation d'embrayage énonciatif réunissant actant collectif, actant cible et source dans un même espace, celui de l'action. Il ne s'agit pas là d'une rencontre avec un symbole de l'autre et de soi, comme dans le modèle d'analogie, mais d'un emboîtement énonciatif entre trois scènes pratiques :

- l'interaction entre l'usager et l'ONG : l'usager « rencontre » les valeurs de l'ONG.
- l'interaction entre l'usager et une sphère médiatique plus large : l'usager fait savoir son engagement en partageant son défi sur les réseaux sociaux. Contrairement aux relais médiatique configurés par le modèle d'interaction d'information, le relais médiatique performatif ne transfert pas le savoir d'une ONG mais la prise de position de l'usager.
- l'interaction entre l'usager et le monde « physique » : l'usager s'engage moralement à concrétiser son défi (celui (d)énoncé dans l'espace numérique) dans son mode de vie.

Ainsi, on observe deux directions concomitantes de la scène pratique configurées par le modèle d'interaction performatif : du numérique au numérique et du numérique au réel.

Nous élargissons ces premiers constats avec l'exemple de la campagne web initiée par

WWF, earthhour.paris[47] afin de mettre en évidence les jeux des parcours erghodiques dans le modèle d'interaction performatif.

« Une heure pour la planète » est un événement mondial consistant à plonger le monde dans le noir pendant une heure en éteignant toutes les lumières. L'édition 2016 a programmé l'événement en date du 16 mars. Cette action symbolique insiste sur le pouvoir faire de chaque citoyen et offre comme lieu de départ à la mobilisation, l'espace numérique.

Sur le site web, la sobriété de l'espace co-énonciatif (espace engageant hyper-lisible) : fonds noir avec un décompte de jours avant l'événement (J-25, par exemple), situe l'usager sans ambiguïté face à l'action qu'on lui propose d'accomplir : « Passez en mode action : éteignez la Tour-Eiffel ». L'espace situationnel joue ici le rôle de « mise en évidence », une fonction que nous qualifions d' « exposition » en ce que l'agencement de la page permet une hyper-lisibilité de l'énoncé engageant. Ce dernier remplit une fonction d'interpellation de l'usager (« passez en mode action ») et d'opérationnalité ; le geste à réaliser pour accomplir l'objectif est celui d'éteindre la tour-Eiffel.

En cliquant sur « participer », l'usager est face au dessin stylisé du monument emblématique et est invité à zoomer pour choisir l'ampoule qu'il va éteindre. Ce pouvoir faire de l'usager est, dans un premier temps, un geste d'appropriation : il clique sur une ampoule qui va porter ensuite son « nom ». La présence de l'usager se substitue à la présence de lumière. Par survol du pointeur sur le dessin du monument on peut constater la présence des autres usagers (s'affichent leurs prénoms et les initiales de leurs noms) ayant effectué ce même geste. Ainsi, l'espace situationnel se dédouble, permettant à l'usager, par effet de superposition de la trace de son geste dans l'espace « hyper-lisible », d'être à la fois ici et ailleurs. Un parcours-empreinte lui est proposé via le support erghodique de l'interface rendu possible par la fonction de réflexivité de l'espace expérientiel, c'est à dire par les fonctionnalités permettant d'agir et de se voir agir avec les autres dans le même temps.

47 https://earthhour.paris/

Cette co-présence contenue dans l'espace numérique créé par l'ONG est ensuite dirigée vers l'espace médiatique plus large des réseaux sociaux : l'usager est invité à « faire savoir » son engagement sur facebook ou twitter. L'espace de dédoublement du site web se déplace ici dans l'espace numérique de l'usager et ceci par les fonctionnalités d'expressivité des dispositifs conversationnels ou de médiation communautaire. Le parcours proposé à l'usager est alors celui d'un prolongement du geste d'un espace à l'autre.

La simulation du geste citoyen en faveur de l'économie d'énergie insiste sur la notion de pouvoir contenue dans l'action individuelle, un pouvoir concrétisé par l'événement programmé. Nous restituons sous formes de tableau les signes de l'expérience potentialisés par le modèle d'interaction performatif en fonction des caractéristiques relevées sur ces deux sites : earthhour et I know who grew it.

Illustration 33 : Capture d'écran de la campagne web https://earthhour.paris/ consultée en mars 2014

Espace situationnel	Espace expérientiel	Parcours erghodiques	Signes des expériences potentielles
Fonction d'exposition : l'usager face à un énoncé engageant dans un espace de représentation « hyper-lisible »	**Fonction d'interpellation** : Visualiser ou agir sur « un énoncé engageant » : donner, agir, signer une pétition, passer à l'action, relever un défi ...	**Parcours-mécanique**	**Identification de l'action** dans l'espace numérique
	Fonction d'opérationnalité : agir sur un espace engageant en fonction de l'énoncé instruction : ex : cliquer sur une ampoule pour l'éteindre	**Parcours-mécanique**	**Action instrumentale** dans l'espace numérique
Fonction de dédoublement de l'espace	**Fonction de réflexivité** : visualiser les effets du geste : ex : la Tour-Eiffel est plongée dans l'obscurité	**Parcours-empreinte**	Concrétisation du geste dans l'espace numérique.
L'usager engagé dans l'espace médiatique et tangible.	**Fonction d'expressivité** : relayer son engagement sur les réseaux sociaux s'inscrire pour participer à un événement engageant	**Parcours-prolongement**	Médiation engageante

Figure 14 : Signes d'un engagement concrétisé dans le modèle d'interaction performatif

Le niveau performatif permet la concrétisation d'une action dans l'espace numérique et/ou réel développant une approche de l'engagement fondée sur la pratique de chaque individu et sur l'identification des enjeux de l'action collective. Cet *ethos* d'un engagement concret est mis en scène par la visualisation des effets de la pratique. Il s'agit alors de considérer chaque individu dans sa capacité à produire une forme d'engagement.

Comment ce modèle performatif incitant l'action individuelle peut-il s'associer à l'autorité d'une instance énonciative ? Comment l'intermédiation de l'ONG peut-elle favoriser cette prise de pouvoir individuelle ?

III.2. Couplage M.I. Performatif + Information : signes d'un engagement fondé sur l'identification de l'action.

Nous avons identifié la force du modèle d'information sur les campagnes proposées par RSF, liée à la position d'intermédiaire du reporter. Nous avons pu observer cependant des modulations dans la mise en scène de l'*ethos* de l'engagement fondé sur l'expertise en introduisant la présence symbolique de l'autre. Ce couplage du modèle d'interaction d'information avec le modèle d'analogie permet une forme de reconnaissance de l'autre dans l'altérité, de relier deux modes de vie non pas dans une perspective fusionnelle mais dans une démonstration relationnelle : la démonstration de l'impact de mon mode de vie sur le mode de vie de l'autre.

Nous interrogeons ici quelles peuvent-être les formes de concrétisation dans et en dehors de l'espace numérique de cette reconnaissance de l'information? Nous examinons à titre d'exemple les expériences potentialisées par la campagne voiceless-eyes de RSF[48]. Celle-ci invite l'usager à se figurer ce que serait l'information sans les reporters. Nous détaillons sous forme de tableau les différentes étapes du dispositif de médiation numérique :

48 http://www.voiceless-eyes.com/

Espace situationnel	Espace expérientiel	Parcours erghodique	Signes de l'expérience potentialisée dans le M.I
Séquence 1 : Le dispositif de médiation s'ouvre sur un énoncé « instruction » : 1 - positionnez-vous de face devant votre webcam pour que la lumière verte s'allume. 2 - Maintenez cette position tout au long de l'expérience.			
Fonction d'exposition : l'agencement de la page, énoncés textuels blancs sur fonds noir, permet une lisibilité claire des instructions	Fonction d'opérationnalité : suivre les indications des énoncés. agir pour mettre en marche le dispositif et vivre l'expérience proposée	Parcours-mécanique	Performatif : **Action instrumentale**
Fonction de dédoublement : Au dessus de l'énoncé, une fenêtre représente l'emplacement dans lequel l'usager voit apparaître son visage (espace hyper-lisible sur fonds noir).	Fonction de réflexivité : l'usager se soit agir dans l'espace ouvert	Parcours-empreinte	Performatif : **Concrétisation du geste** dans l'espace numérique
Séquence 2 : Une image-source de l'information apparaît : des enfants accroupis près d'une flac d'eau boueuse remplissent des bidons. Un texte explicatif précise l'image : « 16 octobre 2011. Kenya. Des enfants récupèrent de l'eau de pluie dans le camps de réfugiés. »			
Fonction de repérage visuel et textuel de l'information	Fonction de localisation	Parcours-guide	Informatif : **Preuve** de la réalité d'une situation
Séquence 3 : l'usager est invité à suivre une consigne (énoncé-instruction) : « Placez votre main devant votre bouche »			

Fonction d'exposition : espace hyper-lisible	Fonction d'opérationnalité : suivre les instructions	Parcours-mécanique	Performatif : **Agir instrumental** pour découvrir les effets de son geste.
Séquence 4 : l'image source réapparaît à l'écran modifiée			
Fonction de dédoublement : l'image source est dédoublée	Fonction de réflexivité : visualiser les effets de son geste (l'image est modifiée lorsque sa main est devant sa bouche.)	Parcours-empreinte	Performatif : **Concrétisation** du geste dans l'espace numérique.
Fonction de liaison « interrompue » : l'espace informatif est saboté. Les modifications de l'image ne permettent plus l'accès à l'information : le principe d'incommunicabilité est directement relié au déficit de mise en relation avec l'information : « comment voir la vérité si elle ne peut-être représentée ? »	Fonction de manipulation : le geste de la main devant la bouche symbolise l'absence de voix pour l'information (la censure) et peut également être relié à un geste d'indignation lorsque l'usager découvre les images-sources	Parcours-déverrouillage	Informatif : l'absence d'**intermédiation** + Analogie : **effet-miroir du geste**
Séquence 5 et suivantes : répétition de ces séquences avec différentes images			
Fonction de repérage : démultiplication de l'information	Fonction de localisation de l'information et fonction de manipulation	Parcours-déverrouillage	Information : **Réassurance** sur la preuve d'une réalité de terrain et des effets de l'absence d'intermédiation.

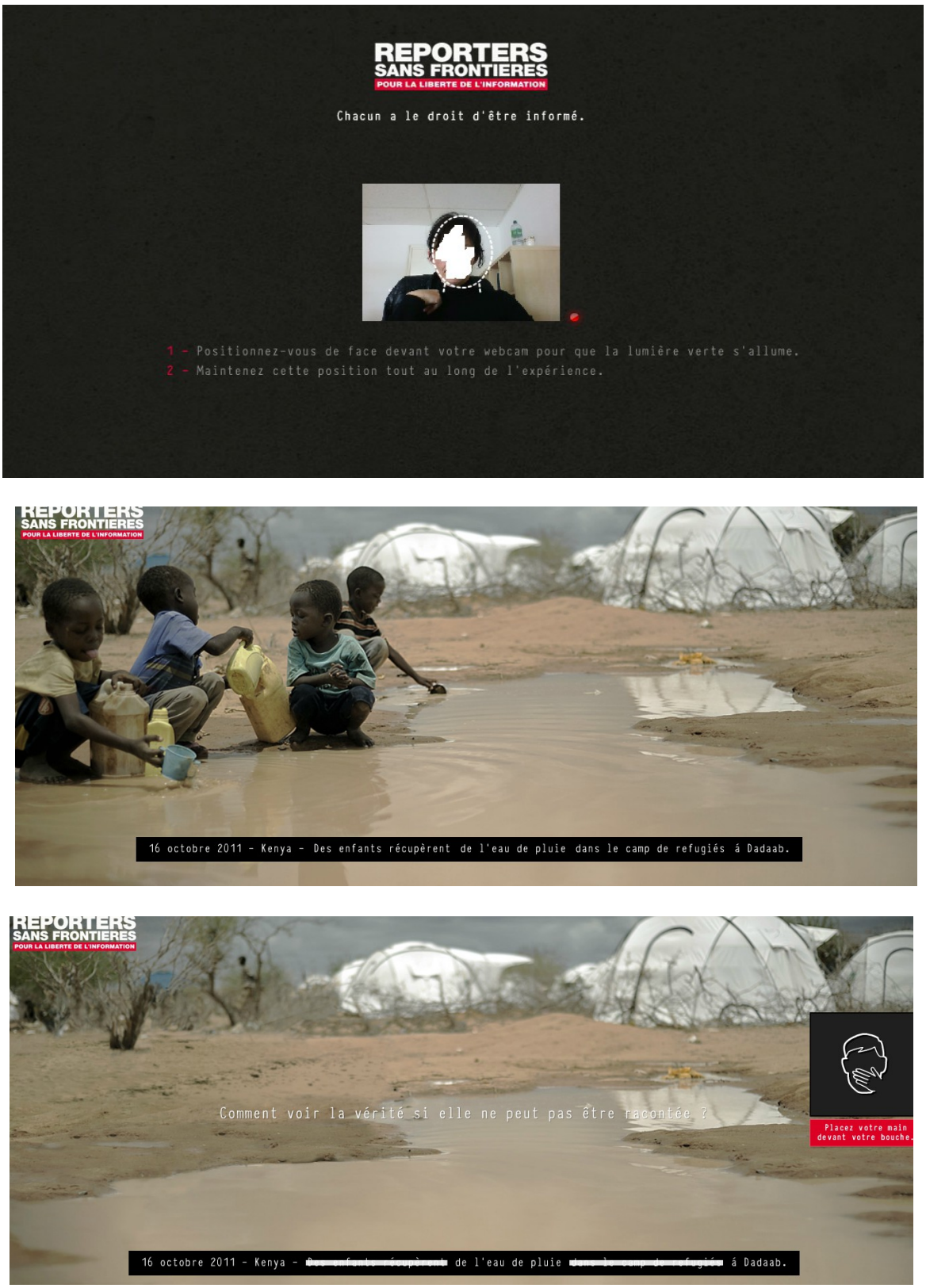


Illustration 34 : Captures d'écrans de la campagne web de RSF, (http://www.voiceless-eyes.com/, consultée en mars 2014

Ce dispositif de médiation permet d'agir dans l'espace numérique, de pouvoir concrétiser son geste avec la modification de l'espace de représentation, et ainsi prendre connaissance des dangers de l'absence d'intermédiation.

Les parcours erghodiques suivants :

- parcours-mécanique, lié aux fonctions d'exposition de l'espace situationnel et d'opérationnalité de l'espace expérientiel, engage le geste de l'usager dans des actions instrumentales poursuivant un but préalablement fixé.
- Parcours-empreinte, lié aux fonctions de dédoublement de l'espace situationnel et de reflexivité de l'espace expérientiel, permet la concrétisation du geste dans l'espace numérique.
- Parcours-prolongement, lié aux fonctions de dédoublement associées aux fonctions d'expressivité, libère le geste de l'espace hyper-lisible initial.

Les différents jeux de parcours du modèle performatif couplés à ceux du modèle d'information, (principalement des parcours-déverrouillages incitant à une manipulation des énoncés), permet ainsi d'expérimenter les enjeux de l'information afin de construire un engagement basé sur l'identification des niveaux d'actions.

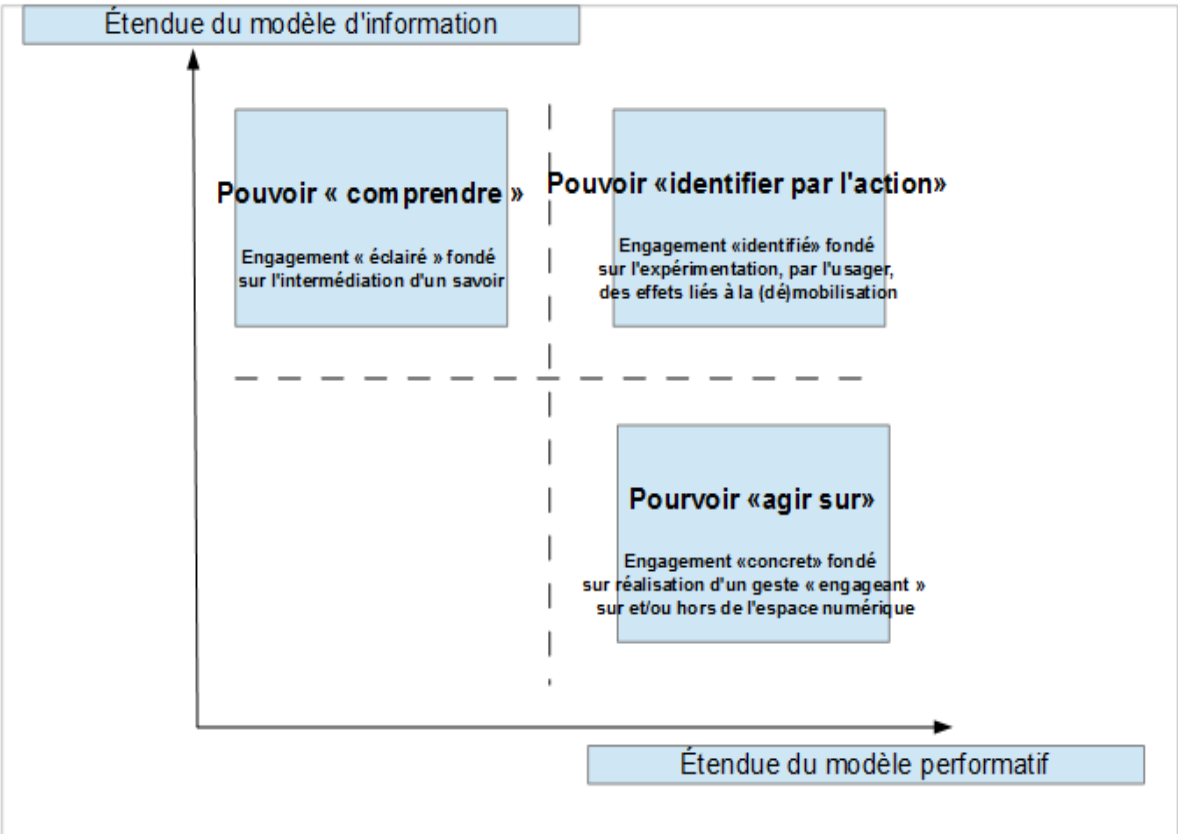


Figure 15 : Configuration d'un « pouvoir expérimenter » par le couplage des modèles : Information + performatif

La configuration d'un modèle d'interaction d'information permet de comprendre une situation à partir d'une parole experte. L'étendue du modèle performatif invite à concrétiser, par des actions, ce niveau de compréhension.

L'espace engageant est ainsi retenu dans l'espace numérique, l'action de terrain étant « réservée » aux compétences professionnelles de l'Organisation. Il permet cependant l'activation d'un niveau d'identification fort dès lors que l'usager expérimente par lui même les effets de la mobilisation. Un niveau ludique semble de ce fait permis par le modèle performatif s'agissant de rendre l'espace numérique praticable comme dans un espace de jeu.

Quant au modèle d'information, il donne sens aux actions de l'usager pour activer une prise de conscience. Une telle approche est celle notamment développée par les Serious Game qui constitueraient, selon les analyses de la communication engageante (Girandola et Joule, 2012) un acte préparatoire (Courbet et al. 2013 ; Fourquet-

Courbert et Courbet, 2016). « Quel que soit le domaine d'application, l'objectif fondamental des SG [Serious Game] est de provoquer des effets cognitifs (e.g. Faire prendre conscience de l'intérêt des ampoules à économies d'énergie), affectifs (e.g. faire aimer une marque commerciale) et comportementaux (e.g. adopter des comportements alimentaires plus sains) sur les joueurs. » (Fourquet-Courbet, Courbet, 2016, p.203). Ainsi, les usagers engagés dans une première action ludique, identifieraient par cet acte (préparatoire) l'intérêt d'agir concrètement dans l'espace quotidien. Les Serious Game sont cependant probablement « impliquants » seulement le temps du jeu, une prise de conscience temporaire liée à l'identification par l'usager de la part fictionnelle du dispositif. En fonction de « la perméabilité sémiotique » configurée par le dispositif (Mabillot, 2003) entre l'espace numérique et l'espace tangible, le joueur est plus ou moins en situation d'immersion se voyant agir dans un monde en prolongement du sien, ne serait-ce que par le degré d'iconicité gestuelle configuré par le dispositif (ex : se mettre la main devant la bouche). Dans cette acception de l'immersion, le processus d'identification se joue entre l'usager et le personnage à l'écran (en fonction d'une mise en scène de l'expérience intérieure de l'usager (Georges, 2006, p.19).

Or, dans les dispositifs que nous décrivons (qui ne sont pas des jeux) l'objectif est de concrétiser l'action dans le réel ; l'identification se joue ainsi entre l'usager et un enjeu. L'usager est invité à identifier l'enjeu et non pas à s'identifier à un personnage .

Dans le cadre de la campagne de RSF, la dimension immersive se joue en effet entre l'usager et l'information. Ce dispositif permet de concrétiser la rencontre symbolique avec l'autre dans une moindre mesure (les enfants remplissant des bidons de pluie par exemple) car l'autre est rendu visible par un tiers (l'ONG) qui a autorité pour la monstration comme la démonstration de cette situation. L'expérience d'interaction n'est pas entre l'usager et ces enfants mais entre l'usager et l'espace d'information ouvrant sur ces enfants.

En tant qu'usager je peux faire et me voir faire au sein de cet espace de l'information et non pas au sein d'un espace de rencontre à proprement parler. Une part de la

configuration du dispositif immersif est par ailleurs visible car l'usager doit intervenir en activant sa webcam et en restant immobile le temps de la reconnaissance de son visage par le dispositif. Lorsque celui-ci a capturé la position du visage, l'expérience peut commencer. Des images de populations victimes défilent. L'usager est invité à passer sa main devant sa bouche. La détection de ce geste fait apparaître une image trafiquée occultant l'expression du crime. Ainsi, sans la voix des reporters, l'information serait biaisée.

L'usager expérimente la dimension « autoritaire » de l'engagement, dépendante des conditions d'accessibilité. Si la configuration du modèle performatif permet ici à l'usager d'agir dans l'espace numérique co-énonciatif par le mouvement de son corps, il ne permet pas de concrétiser cette action en dehors.

III.3. Couplage des M.I. Performatif + Analogie : signes d'un engagement réflexif

La dimension immersive d'un dispositif relève du pouvoir être et du pouvoir agir d'un usager au sein d'un espace polysensoriel (Boutaud, 2007). Les différentes combinaisons entre ce pouvoir être et ce pouvoir faire offrent des qualités d'immersion distinctes.

Un pouvoir être fort dans l'espace symbolique est configuré par le modèle d'analogie. Il se révèle par des actions *interdiégétiques* selon J.J Boutaud et F. Martin-Juchat (2012 p.16), c'est à dire « des actions d'ouverture de l'objet vers son espace référentiel » et ceci par des associations métaphoriques immergeant l'usager dans un univers spécifique.

C'est ce que nous avons identifié concernant l'espace co-énonciatif symbolique d'Action enfance dont l'univers interactif reproduit les sensations de mal-être de l'enfant ; Ou encore dans la mise en scène de Solidarités International avec la métaphore du miroir comme rapport analogique entre le quotidien des usagers et l'absence de ce quotidien des populations-victimes. La lecture-plongée (dans chaque

cadre de l'univers) permet de reconstituer, par analogie à notre monde, le monde de l'autre. Ce va et vient entre les multiples espaces et l'espace global scénarisé correspond aux actions interdiégétiques permettant « à l'utilisateur de se construire un parcours narratif ni linéaire, ni hiérarchique d'associations d'unités discrètes. Elles correspondent dans le monde réel à l'univers social d'appartenance de l'objet qui participe à sa perception sensorielle. » (op.cit, p.17).

L'immersion est, dans ce cadre, une immersion uniquement référentielle, liée à un mode de perception opérant par analogie.

La configuration d'un *pouvoir faire* dans l'espace numérique (le modèle d'interaction performatif) permet des types d'actions dites *infradiégétiques*, d'extension de l'objet qui « renvoie à des actions sur la représentation visuelle de ce dernier » (*Ibid*).

Ainsi, l'usager est en capacité « non seulement de simuler le contact avec les propriétés matérielles de l'objet mais aussi d'en pénétrer les propriétés substantielles de l'objet. » (Ibid). En cliquant sur la lumière de la tour Eiffel sur le site earthour.paris, l'usager expérimente les qualités interactives de l'objet (il peut éteindre une lumière) tout comme est projeté dans l'objet par son geste. Il signe sa présence en donnant son nom à l'ampoule et perçoit la co-présence des autres usagers en navigant dans l'espace co-énonciatif (le survol du pointeur faisant apparaître le nom des autres usagers).

N. Pignier (2012) développe ces réflexions sur le plaisir d'interagir avec l'objet lié à un mode d'interaction gestuel opérant par analogie. C'est aussi ce que relève A. Saemmer (2011, 2013) en proposant des couplages iconiques entre le geste et les effets multi-sensoriels impliqués.

Les actions nommées intradiégétiques sont configurées par le couplage du modèle d'analogie avec le modèle performatif, la combinaison entre le pouvoir être et le pouvoir faire dans le même temps au sein de l'espace. « Ce type d'action [particulièrement proposé dans l'univers du jeu] immerge l'utilisateur dans l'univers du ressenti par procuration. L'avatar qui représente l'utilisateur touche, sent, voit,

l'utilisateur par empathie en fait de même... » (Boutaud, Martin-Juchat, 2012, p.18).

Comment cette co-présence se manifeste-t-elle en dehors de l'univers du jeu ? Est-il forcement question d'un avatar comme « sculpture agissante de soi » (Georges, 2008, p.1) ou le couplage de ces modèles peut-il, comme nous le pensons, inventer un espace sensible partagé et vécu dans une concordance des temps : celui de la figuration et de l'action ?

C'est à ce niveau d'immersion que le pouvoir réflexif de l'usager nous semble réalisable, la capacité de réflexivité étant permise par le fait de « se voir faire, se voir agir » (J.J Boutaud, 2007, [en ligne]). Il s'agit d'ajuster son mode d'action à partir de la perception immédiate que l'on en a. Dans la pratique numérique comme dans toute pratique on relève ce que J. Fontanille définit comme des « ajustements permanents dans l'interaction, l'adaptation a l'environnement, aux circonstances et aux interférences avec d'autres pratiques, et, tout simplement, le réglage réflexif d'un cours d'action qui ne trouve son sens qu'en traçant son chemin » (Fontanille, 2008, p.3).

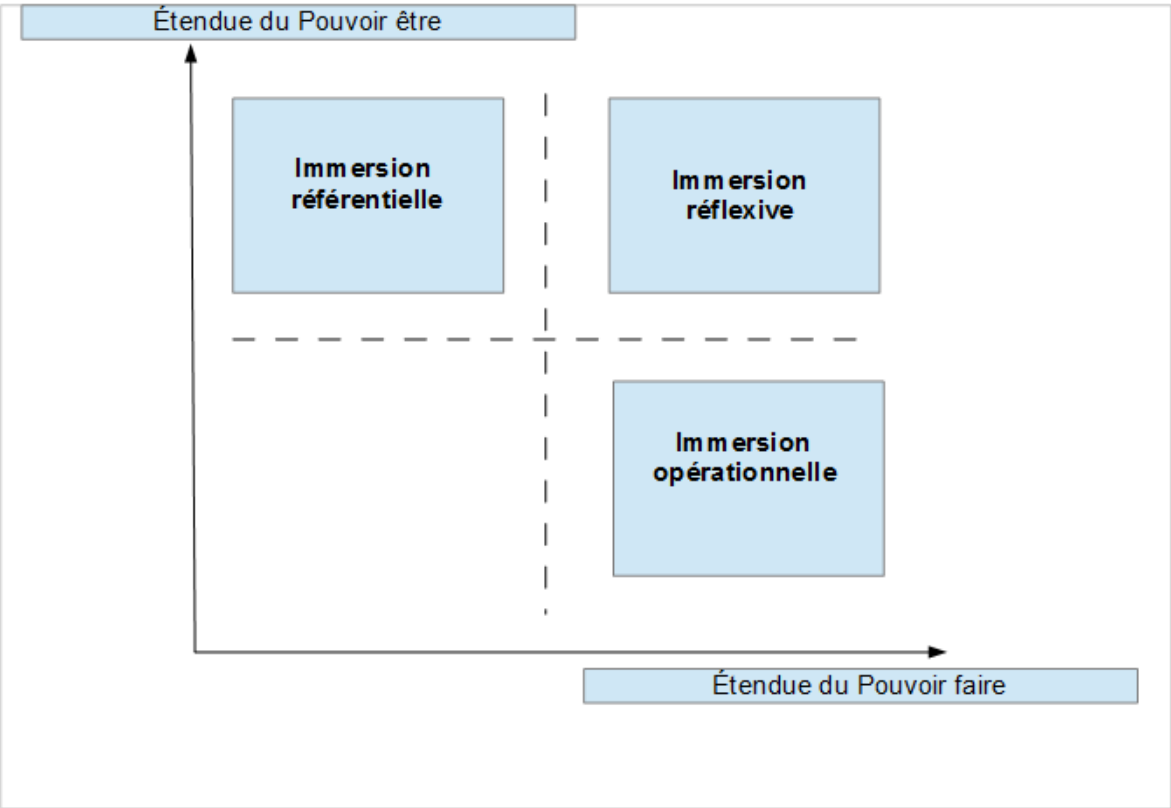


Figure 16: Configuration d'un type immersif par la combinatoire des modalité du « Pouvoir Faire » et du « Pouvoir être »

La configuration d'un pouvoir être fort au sein d'un modèle d'interaction configure une expérience énonciative dans l'univers référentiel, un niveau symbolique de l'immersion. Un pouvoir agir sur l'espace co-énonciatif implique un processus opérationnel, l'usager exécutant les commandes de la machine. C'est à la condition d'un couplage des possibilités opérationnelles et symboliques que se crée l'immersion réflexive.

Pour éclairer ces différentes polarités de l'action, poursuivons avec l'analyse de la campagne de WWF, Run4tiger[49], dont l'objectif déclaré est de faire vivre une expérience de compétition avec un tigre. La transposition d'un rapport destructif de l'homme vis-à-vis de l'animal à un rapport de compétition « bienveillante » permet de re-connaître l'existence du tigre.

49 http://run4tiger.com/

En effet, le dispositif propose de transformer le combat contre le tigre, qui conduit à l'absence de l'animal de son milieu naturel, par un combat « sportif » lui redonnant présence. Le site web permet de mesurer ses performances à celui d'un tigre : l'usager se connecte à une application smartphone lui permettant de comparer sa course avec celle de l'animal sur lequel on a placé un objet connecté. Sur la plateforme de WWF apparaissent, dans le même temps, les trajectoires des deux « compétiteurs» qui sont également relayées sur les réseaux sociaux. Ce modèle d'interaction permet de « rendre présent » l'animal en de multiples lieux. La course perdue par l'usager, celui-ci est censé reconnaître la supériorité du tigre et faire un don pour sa sauvegarde. L'acte de don est ici associé à un pouvoir rendre présent l'autre et soi dans l'espace numérique. L'espace numérique n'est plus seulement l'évocation symbolique d'un lieu de rencontre (c'est à dire la projection individuelle dans l'univers référentiel de l'autre) mais une situation de co-présence par l'action « dessinée », rendue visible, dans et hors l'espace co-énonciatif numérique. L'attitude de réflexivité est permise par cette continuité entre espace numérique et espace physique permettant à l'usager d'être et d'agir dans l'espace numérique dans le même temps qu'il est et agit dans l'espace physique.

Nous restituons sous forme de tableau les étapes du dispositif pour mettre en évidence le couplage des deux modèles d'interaction (analogie + performatif) et les jeux de parcours erghodiques qu'ils configurent.

Espace situationnel	Espace expérientiel	Parcours erghodique	Signes de l'expérience potentialisée dans le MI
Séquence 1 : une animation introductive de quelques secondes fait apparaître progressivement la gueule d'un tigre stylisée par quelques traits oranges sur un fond noir			
Fonction de scénarisation par l'animation	Fonction de pause dans l'action. « voir » sans « faire »	**Parcours-imprégnation**	Analogie : Effet de projection dans la rencontre avec l'autre
Séquence 2 : l'usager est invité à suivre l'instruction d'un énoncé figuré par des paillettes : « Scroll to save the tiger ».			
Fonction d'exposition : espace hyper-lisible par le contraste des paillettes oranges sur fond noir.	Fonction d'opérationnalité suivre les instructions.	**Parcours-mécanique**	Performatif : Action instrumentale
Fonction de dédoublement : l'espace se modifie au rythme du geste	Fonction de réflexivité : « se voir agir » (le survol du pointeur éparpille les paillettes de l'énoncé).		Performatif : Concrétisation du geste dans l'espace numérique
Fonction de scénarisation : la dispersion des paillettes renvoie à la destruction d'un environnement, celui du tigre	Fonction d'immersion le geste simule la destruction	**Parcours imprégnation**	Analogie : Exploration symbolique d'un espace / effet miroir du geste
Séquence 3 : Après le geste de scroll de l'usager, une page explicative apparaît proposant à l'usager de réaliser une course contre un tigre			
Fonction de repérage de l'information la lecture d'un encart textuel structuré par des icônes rappelant sommairement les menaces pesant sur le tigre de Sibérie	Fonction de localisation	**Parcours-guide**	information : Lecture pro-extensive

Fonction d'exposition : espace hyper-lisible par l'agencement de la page avec plusieurs encadrés unifiés par un fonds	Fonction d'interpellation : la lecture d'un énoncé-engageant « Can you be faster than amur tiger, that runs 20 km a day ? La lecture d'un énoncé-instruction précisant les modalités de la course : un tigre est équipé d'un GPS et l'usager peut mesurer ses performances à celles de l'animal Le clic sur un énoncé-engageant : « join the project »	**Parcours-mécanique**	Performatif : Identification de l'action Performatif
Séquence 4 : L'usager est invité à s'inscrire sur une des applications proposées : Mapmyrun, runkeeper, etc, à se connecter et à courir.			
Espace de dédoublement : dans un espace de représentation hyper-lisible, deux trajectoires, (l'une pour le tigre, l'autre pour l'usager) sont figurées en orange sur un fond noir. Apparaissent dans cet espace les indications de temps. Fonction d'immersion : réunion du symbole du tigre et de l'usager, ainsi en co-présence.	Espace de réflexivité : l'usager voit la trace de son parcours et la trace du parcours du tigre. Fonction d'impulsion par l'action de courir	**Parcours empreinte et parcours-prolongement** **Parcours-impulsion**	Performatif : Concrétisation du geste numérique dans l'espace réel. Analogie : Projection dans le monde de l'autre
Séquence 5 : Apparition d'un énoncé-engageant : If you lose, you'll donate			
Fonction d'exposition : espace hyper-lisible	Fonction d'interpellation	**Parcours mécanique**	Performatif : Identification de l'action

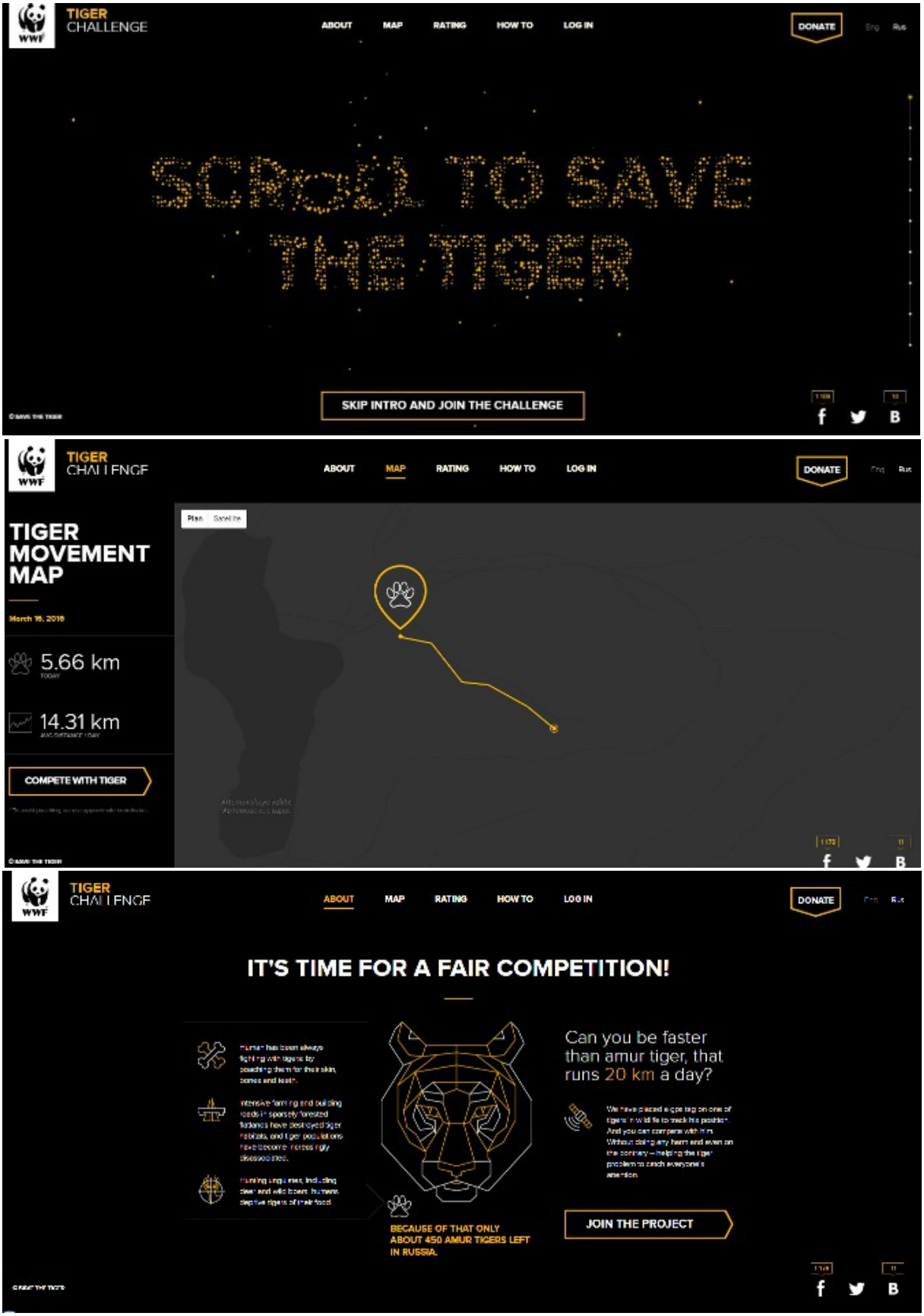


Illustration 35 : Captures d'écran de la campagne run4tiger.com, WWF, consultée en mars 2016

Le modèle d'analogie configure cette projection de l'usager dans le monde de l'autre le temps d'une action rendue visible dans l'espace co-énonciatif. Il s'agit de deux présences calculées (Georges, 2007, p.289-289) qui contraignent fortement la part créative de l'usager dans la construction de sa propre présence. Le modèle performatif règle les modalités d'action et d'apparition des actants cibles et sources à partir d'un dispositif algorithmique qui a préalablement traité les informations pour en rendre compte. Ce processus échappe en grande partie à l'usager.

D'autre part, le modèle d'information étant ici très faible, c'est la part du jeu qui prend le dessus nous semble-t-il : la supériorité du modèle performatif dans ce dispositif renvoie à une situation ludique pour susciter une prise de conscience. Ce cadre d'action contraint (bridé par le dispositif dans une logique d'identité calculée) autorise une immersion réflexive encadrée et ne permet pas le développement de formes critiques de l'engagement lié justement à la capacité réflexive de l'usager.

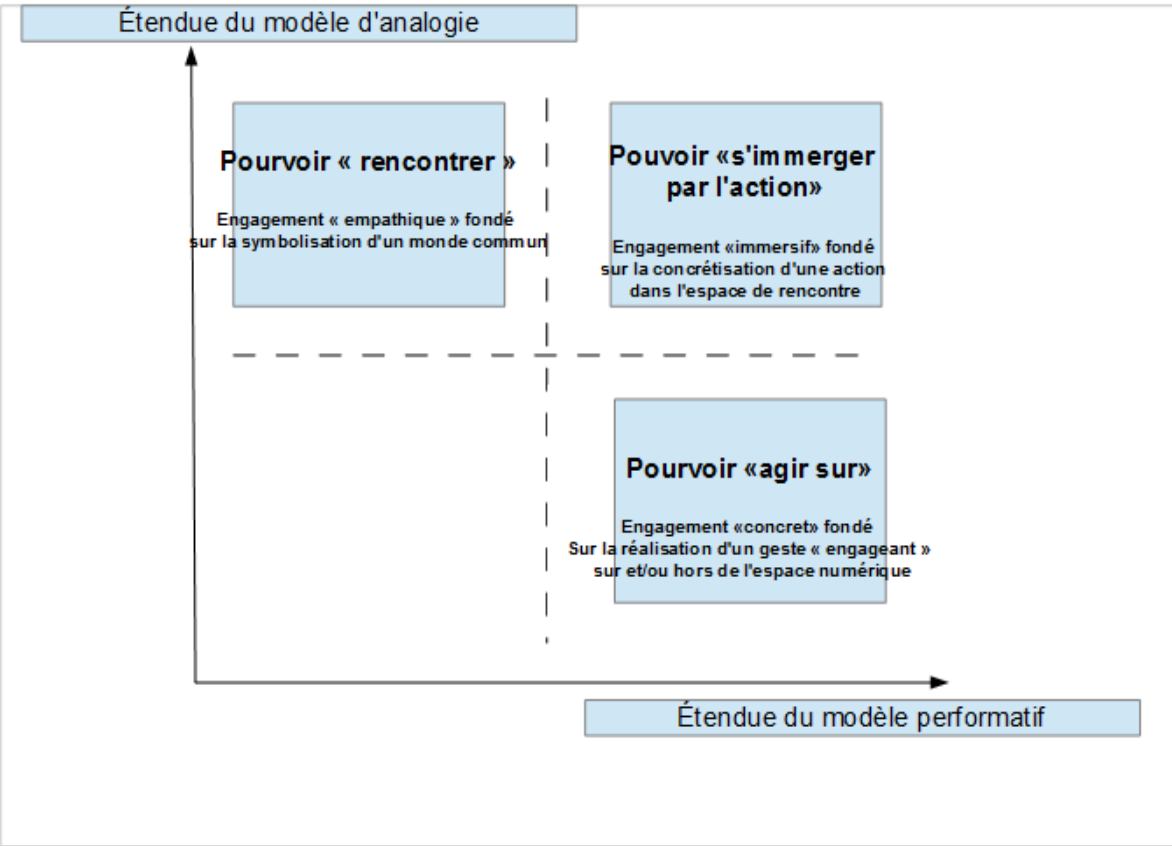


Figure 17 : Configuration d'un « pouvoir s'immerger par l'action » par le couplage des modèles : analogie + performatif

Cette immersion par l'action qui, selon les configurations des modalités de l'être et de l'agir au sein de l'espace, peut-être immersion référentielle, opérationnelle ou réflexive, conditionne la dimension empathique de l'acte de don en ligne. Nous avons préalablement identifié un engagement fondé sur l'empathie à partir du modèle d'analogie, mais celui-ci se réalisant de manière symbolique par la projection d'effets de « matière » ou d' « énergie ».

L'accomplissement de la forme de vie empathique nous semble se déployer concrètement lorsque l'usager peut agir sur la situation en même temps qu'il rencontre l'autre dans l'altérité.

C'est dans le couplage d'un modèle performatif (pouvoir agir sur) avec un modèle d'information et d'analogie (pouvoir reconnaître l'autre) que l'espace numérique peut prétendre approcher les conditions de réalisation empathique de l'engagement.

Nous reprenons finalement le questionnement de J.J Boutaud et de Martin-Juchat sur la capacité d'un dispositif à créer « un espace sensible, investi et ressenti par le sujet en action, en interaction. En effet, si par navigation hypertextuelle s'opère un processus de fusionnement, les sites ne se risquent-ils pas de confiner les sensations dans d'incessants allers-retours narcissiques du sujet au sujet ? Ces espaces de représentation ne seraient alors que des miroirs de nous-même, origine de toutes les pathologies schizophréniques, alors qu'une éthique et une esthétique de la communication en appellent à la « bonne distance » avec le monde, par empathie plutôt que par fusion, par inscription de la relation dans une forme, et non recherche d'interaction dans l'informe. » (Boutaud, Martin-Juchat, 2012, p.19)

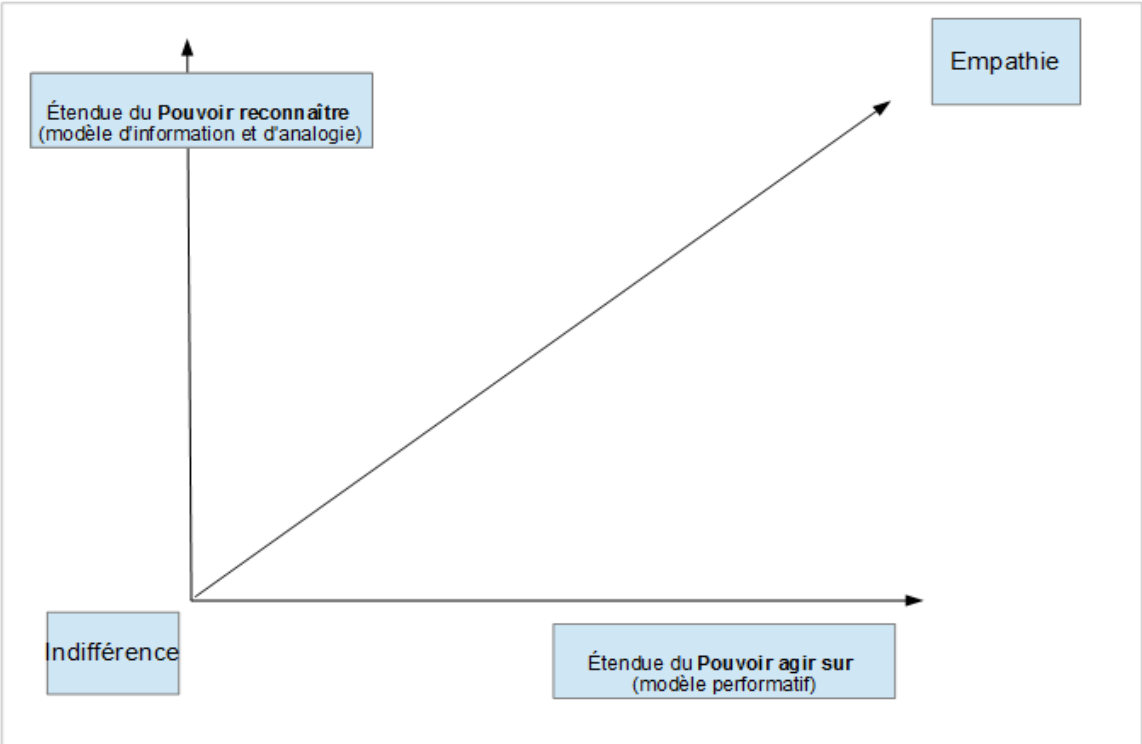


Figure 18 : Schéma tensif de la forme de vie empathique

IV. Modèle d'interaction co-créatif

IV.1. « Pouvoir créer »

Cette forme de réflexivité configurée par le modèle d'interaction performatif s'exerce à partir d'un espace engageant, définissant strictement les actions à accomplir par l'usager afin d'installer sa présence « agissante » et/ou « calculée »[50] dans l'espace d'interaction. Ainsi, si l'usager « donne », la présence « agissante » de ce dernier s'ajoute au compteur des donateurs qui recevront, par exemple, des e-mails de remerciement et de sollicitation. Si l'usager participe au dispositif de RSF, sa « présence agissante » modifiera l'espace numérique. Si l'usager signe une pétition, « sa présence déclarative » (sa signature) circulera sur les réseaux sociaux et dans les

50 Nous faisons références aux définitions proposées par F. Georges de l'identité agissante et calculée, *op.cit*, 2008, p.286-289.

instances officielles liées à la cause soutenue. Si l'usager court avec un tigre, « sa présence calculée » sera transposée sur la carte aux côtés des autres compétiteurs.

Chaque présence individuelle vient grossir les rangs de la présence numérique et permettre à l'acte performatif de se réaliser dans les conditions du collectif. La trace d'usage de chacun se confond alors avec la trace d'usage des autres en ce qu'elle ne participe pas à l'expression d'un point de vue mais témoigne d'une forme d'adhésion ou de résistance vis-à-vis d'un point de vue prédéfini par l'instance énonciative. En effet, chaque présence individuelle se réalise en fonction d'un programme d'actions lui permettant de valider ou d'invalider le projet initial. L'usager peut ne pas activer le dispositif, ne pas signer la pétition, ne pas donner, etc..

Ainsi, le modèle performatif permet la concrétisation du collectif par le concours de plusieurs co-énonciateurs et ainsi la validation du projet d'engagement porté par l'ONG.

À une présence déclarative, agissante et calculée nous ajoutons la présence co-construite. Nous recherchons les modalités permettant l'accomplissement d'un engagement singulier au sein du collectif (prenant en considération les modes de perception sensible de l'*ethos* de l'engagement) invitant l'usager à construire et médier son propre point de vue. Les traces explicites de l'engagement de l'usager se révèlent à partir d'une activité éditoriale de celui-ci. Nous reprenons les récents travaux menés par L. Merzeau (2013, 2014) sur le processus d'éditorialisation collective qu'elle définit comme le fait de « créer des opportunités de détours à l'intérieur du flux, autorisant des lectures-écritures tantôt collées à l'instant, tantôt retirées dans d'autres temporalités. » (Merzeau, 2014, p.5). À partir de l'exemple du dispositif de couverture de l'événement 2012 des Entretiens du nouveau monde industriel, (dispositif ENMI), L. Merzeau décrit les modalités d'interaction permises à l'usager. Nous comparons ce « dispositif de participation, d'annotation et de documentation » (Merzeau, 2013, p.106) permettant à l'usager d'intervenir dans les différentes phases de l'événement en articulant sa présence dans des temporalités et espaces différents, aux modèles d'interaction que nous avons mis à jour.

Le dispositif ENMI permet la consultation d'un espace documentaire de l'événement avec des modes de figuration de l'information plurielle : (graphe, glossaire, carte heuristique). Cette approche correspond au modèle d'interaction d'information : une information, légitimée par l'expertise des professionnels de l'événement, rassemblée dans cette documentation et qui permet à l'usager une accessibilité comme une circulation démultipliée dans la matière informationnelle.

Le dispositif permet, par une plateforme de tweet, la couverture en live de l'événement, reproduisant les logiques conversationnelles du modèle d'interaction d'analogie. Le dialogue est maintenu tout au long de l'événement assurant une co-présence médiatique forte des différents acteurs.

Une plateforme de prises de notes collaboratives transfère la présence médiatique de l'usager vers une présence « physique » par un mode d'interaction performatif. L'usager agit directement sur la matière informationnelle, contribue à son enrichissement.

La visualisation de ces différents processus (comme la transmission de la couverture photographique de l'événement sur écran) concrétise un espace réflexif tel que nous l'avons décrit par la combinatoire des différents modèles d'interaction : l'usager agit dans divers espaces et temporalités et se voit agir avec les autres.

L'intérêt d'un tel dispositif se situe dans sa capacité à valoriser l'expérience retranscrite par l'usager lui même dans différents espaces et temporalités préalablement structurés. La configuration structurante du dispositif permet de médier un contenu cohérent depuis lequel l'usager peut exercer cette réflexivité. Une pluralité de plateformes non reliées et dépourvues de sens « collectif » ne permettrait pas cet usage réflexif qui serait rendu, de fait, inopérant par l'effet de désorientation. Pour L. Merzeau, « Outre qu'il réintroduit du temps sédimenté dans le geste collaboratif, cet « étoilement applicatif » met en évidence la structure transmédiatique du milieu dans lequel les formes de la participation sont désormais appelées à s'exercer. D'une logique d'inscription sur des supports dédiés, on est passé à une logique de services où l'usage ne s'éprouve plus comme immersion dans un système d'information clos, mais comme

mobilité entre terminaux, plateformes et réseaux » (Merzeau, 2014, p.2).

En cela, un tel dispositif d'éditorialisation se distingue d'un dispositif uniquement performatif car permet à l'usager de construire son parcours et d'inférer sur les traces d'usage qu'il dépose. Le modèle co-créatif opère le passage d'une présence calculée, agissante et déclarative à une présence construite à partir de l'ensemble des traces de l'usager.

L. Merzeau précise : « À l'instar des applications qui documentent nos positions, nos consommations ou nos conversations dans le Web social, l'armature dispositive des ENMI documente la perception, la compréhension et l'appropriation de chaque contributeur à partir des traces qu'il dépose dans le dispositif » (Merzeau, 2014, p.3).

Nous résumons cette articulation de l'espace situationnel et de l'espace expérientiel sous forme de tableau pour mettre en évidence les caractéristiques du modèle co-cré

atif :

Espace situationnel	Espace expérientiel	Signes des expériences potentielles
L'usager dans une activité de transcription fondée sur ses compétences / son expérience :	Construire un espace-contenu éditorial	Editorialisation
L'usager dans des espaces distincts de manière concomitante	Agir de manière multi-articulée Ex : réaliser un document en utilisant différentes plateformes, différents outils	Editorialisation multi-articulée
L'usager dans des espaces distincts en même temps	Transposer l'expérience en cours d'un espace à l'autre Ex : agir dans l'espace physique et écrire dans l'espace numérique	Editorialisation multi-articulée synchrone
L'usager dans des temporalités distinctes	Documenter, Redocumentariser un événement	Editorialisation documentaire (asynchrone)
L'usager dans un espace partagé en temps réel	Concerter, partager,	co-éditorialisation

Figure 19 : Signes d'un engagement co-construit dans le modèle d'interaction co-créatif

Nous mettons ainsi en évidence qu'un modèle co-créatif procède nécessairement d'un acte d'éditorialisation (parcours erghodique d'éditorialisation) permis par les fonctions créatives de l'espace situationnel et expérientiel : l'usager marque et construit sa présence explicitement. Son engagement se fonde dès lors sur une contribution qui articule différents espaces de participation dans différentes temporalités permettant la transcription immédiate ou redocumentarisée de son expérience.

IV.2. Couplage des M.I. Co-créatif + Analogie / Information : les signes d'un engagement créatif

Le modèle co-créatif envisage l'usager dans sa capacité à intervenir en amont puis tout au long du projet et plus seulement en accord avec un programme préétabli. L'usager se positionne alors explicitement dans l'espace expérientiel configuré par le dispositif et structure lui même les fondements de son engagement.

Nous avons illustré un espace situationnel propice à l'élaboration d'un point de vue par l'usager avec l'exemple des pages personnelles de collecte. En effet, ce dispositif réunit un espace physique de l'engagement lié à un événement particulier (le pandathlon : parcours sportif dans un lieu « naturel » à protéger), un espace d'éditorialisation personnel (l'édition de la page personnelle de collecte par un usager qui devient collecteur), un espace d'éditorialisation et de visualisation de l'événement collectif (une plateforme dédiée au pandathlon réunissant organiseur, collecteur et donateur potentiel permettant de poster des messages, de visualiser le parcours, de se documenter sur les différentes phases de l'événement). Nous restituons, sous la forme du tableau, les différents espaces situationnels et expérientiels de ce dispositif associés à la typologie de modèles d'interaction correspondante et les parcours erghodiques qu'ils configurent.

Espace situationnel	Espace expérientiel	Parcours erghodiques	Signes de l'expérience dans le MI
Site web de wwf[51] : rubrique Pandathlon.			
Fonction d'exposition Visualisation d'un énoncé engageant et d'une image illustrative sur le Pandathlon : « Rendez-vous les 25 & 26 juin 2016 pour relever le challenge de l'édition 2016 du Pandathlon ! » Structuration iconique des informations : lieu, nombre de projets, objectif de la collecte, pourcentage atteint de la collecte.	**Fonction d'interpellation et d'opérationnalité** Cliquer sur un énoncé engageant « créer ma page »	Parcours-mécanique	Performatif : Identification de l'action
Édition de la page personnelle de collecte[52] :			
Fonction d'exposition : espace hyper-lisible avec listes de rubriques	Fonction d'opérationnalité : remplir des champs en fonction d'énoncés-instruction Fonction d'expressivité : Les titres sont majoritairement imagés (pandaloup y es-tu ? La Panda-wan que la force soit avec nous ; Pandas chics et chocs) Fonction créatives : Illustrer la page de collecte avec au choix : télécharger une image ; ajouter une vidéo ; sélectionner	Parcours-mécanique et parcours empreinte Parcours-prolongement Parcours-	Performatif : Concrétisation du geste dans l'espace numérique Performatif : médiation engageante Analogie : Projection de son univers Co-créatif

51 http://www.wwf.fr/vous_informer/actualites/?8460/J-30-avant-le-Pandathlon
52http://soutenir.wwf.fr/events

	une photo existante Décrire sa page personnelle en mode guidé ou en mode libre : mode guidé : Pourquoi ce projet vous tient il à cœur ? Quel est votre objectif ? Quelque chose à ajouter ?Une anecdote à partager ?	éditorialisation	
Fonctions de repérages : L'ONG propose des « guides » tout au long du processus d'éditorialisation	Fonction de localisation du processus à suivre: L'usager est invité par des conseils du « Panda » à faire preuve de créativité dans le choix du titre et de la description de mettre en avant des informations incitatives (défiscalisation) de se mettre en scène en imaginant un « concept », en montrant son point de vue particulier.	Parcours-guide	Information : <u>intermédiation</u>
Fonction de dédoublement : apparition de l'usager dans l'espace de la page personnelle.	Fonction de réflexivité : L'usager inscrit chaque membre de son équipe avec photo de profil : le symbole de l'usager est dans l'espace numérique (avatar)	Parcours-empreinte	Performatif : <u>concrétisation</u> du geste dans l'espace numérique.
Fonctions créatives :			

L'usager est invité à « partager » sa page personnelle sur les réseaux sociaux		Parcours-éditorialisation	Co-créatif :
L'usager peut alimenter une rubrique actualité pour répondre notamment aux commentaires et aux dons en lignes effectuées sur sa page.			Éditorialisation documentaire
Pendant la course : l'usager peut alimenter en temps réel la page actualité			Éditorialisation synchrone
Les Réseaux Sociaux : En dehors de la page personnelle, l'usager doit mener une campagne de collecte multicanale : messages de présentation du projet et sollicitation de donateurs par envoi d'e-mail, page facebook, twitter. Il est invité à retranscrire avant, pendant et après l'événement l'ensemble de son expérience sur les réseaux sociaux		Parcours éditorialisation	Co-Créatif : Éditorialisation multi-articulée Édition multi-articulée synchrone et asynchrone
Sur la plateforme générale dédiée à l'événement [53]:			
Fonction de repérage l'usager reçoit des conseils pour la collecte, des informations sur les démarches avant l'événement (préparation physique, démarches administratives, guide de l'événement …	Fonction de localisation	Parcours-guide	Information : Intermédiation
Il peut consulter sur la plateforme générale la progression de son équipe et interagir via twitter et instagram avec les donateurs le soutenant	Fonction créative	Parcours-éditorialiation	Editorialisation synchrone et co-éditorialisation

53 https://www.pandathlon.fr/

Nous observons un modèle fondé sur un acte d'éditorialisation multi-articulé entre la plateforme du pandathlon, le site web institutionnel et les réseaux sociaux, constituant différents espaces d'écriture admettant des temporalités décalées et néanmoins articulées à partir d'une structure, celle de la page personnelle de collecte.

La construction du point de vue de l'usager se met en place à partir de la matière informationnelle documentant l'espace numérique (comment éditer sa page ?) et documentant l'événement physique (comment se préparer avant le jour J?).

En effet, un document-guide « page personnelle de collecte » sur le site web[54] rassemble toutes les informations nécessaires pour produire un contenu éditorial ; Une aide éditoriale interactive prenant la forme de « commentaires », de conseils de l'ONG apparaît tout au long du processus d'éditorialisation. Un autre guide sur la plateforme du pandathlon encourage l'usager dans sa préparation sportive et administrative pour la participation à l'événement sous la forme d'un coatching bienveillant. Nous le qualifions de bienveillant car n'incite pas à une compétition mais propose un accompagnement en fonction du niveau sportif de l'usager.

Ce modèle d'information fait autorité pour l'usager installant une relation rassurante et structurante. C'est ensuite le modèle d'analogie qui apparaît fortement dans cet espace d'éditorialisation s'agissant de médier un univers symbolique, celui des usagers s'engageant.

La page personnelle de collecte est censée partager des expériences individuelles toutes reliées à un engagement collectif. L'ensemble du processus d'éditorialisation se fonde ainsi sur la médiation de symboles de l'engagement, notamment perceptibles dans la mise en scène de la page personnelle de collecte. Les titres choisies, les photos postées, les commentaires sont souvent élaborés sur le registre de l'humour ou parfois sur le registre émotionnel.

Ce modèle d'analogie couplé au modèle d'information permet à l'usager de reconnaître son univers au sein d'un engagement collectif. Ce « pouvoir reconnaître » soi et l'autre dans l'espace d'interaction est combiné à « un pouvoir contribuer ». En effet,

54 http://soutenir.wwf.fr/pages/faq

l'ensemble du dispositif est basé sur un processus d'éditorialisation. L'usager peut ainsi contribuer à l'action de l'ONG en projetant sa perception de l'engagement : une perception esthétisante dans ce cas, car fondée sur la valorisation d'un environnement menacé. Il s'agit de construire un point de vue créatif documenté en amont par l'usager (dessinant son projet sur la page personnelle de collecte), commenté pendant l'événement (par les usagers, les donateurs potentiels, l'ONG sur la page personnelle de collecte et sur une plateforme dédiée) et redocumentarisé par l'ONG sur son site web, par les usagers sur les réseaux sociaux.

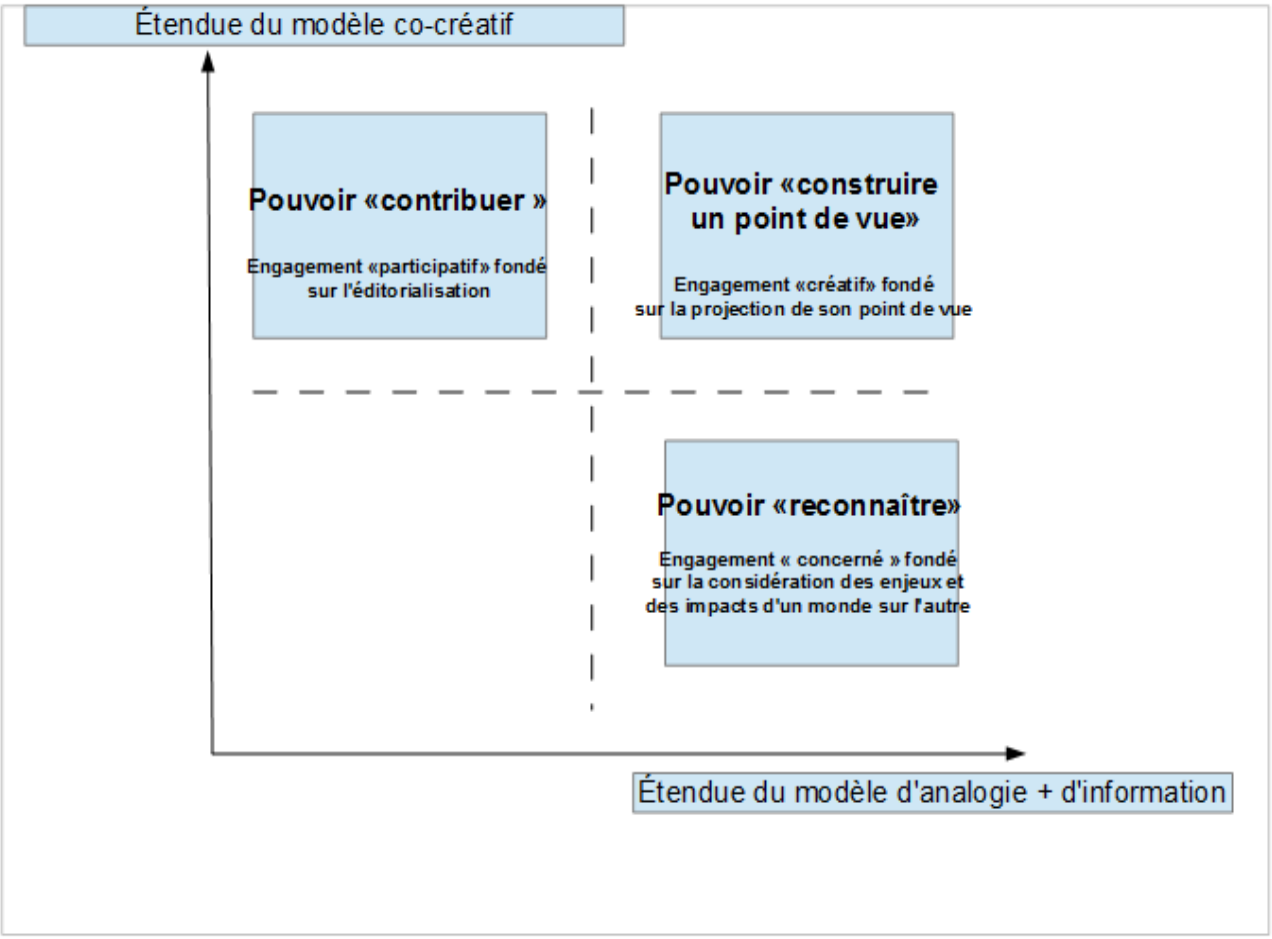


Figure 20 : Configuration d'un « pouvoir construire un point de vue» par le couplage des modèles : co-créatif + analogie/information.

IV.3. Couplage des M.I. Co-créatif + Performatif : les signes d'un engagement co-construit

Nous avons noté qu'un modèle co-créatif est nécessairement performatif car implique d'agir sur un espace et de visualiser cette action. Cependant, un modèle performatif ne contient pas en soi un niveau co-créatif. La concrétisation du geste peut se faire à partir de la présence calculée de l'usager et ne pas permettre à ce dernier d'inférer sur l'énonciation.

L'analyse d'une plateforme comme I know who grew it de Greenpeace montre comment un modèle d'interaction performatif peut se coupler avec des modalités co-créatives. Le dispositif est articulé à partir d'un « étoilement applicatif » comprenant :

- Le site web[55] présentant les défis à relever sous la forme d'un espace « hyper-lisible » pour une identification claire des actions à réaliser.
- Un espace d'éditorialisation[56] permettant à l'usager de proposer son propre défi. L'usager agit ainsi directement sur la matière informationnelle et l'augmente de sa contribution.
- Un blog dédié aux témoignages[57] : ces derniers concernent l'impact « concret » de la mise en place d'un défi et sont directement reliés à la page « défi » correspondante.

Cette logique d'éditorialisation au sein d'un modèle performatif fort permet à l'usager de construire un point de vue mais aussi et surtout une pratique de l'engagement. Cette pratique du défi, permise par le modèle performatif, est investie par l'usager lorsque ce dernier expose, dans le blog, sa propre perception des effets de l'engagement. La présence explicite de l'usager dans la construction d'une pratique de l'engagement relève de cette combinaison de modèles d'interaction co-créatif et performatif.

55 http://www.iknowwhogrewit.org/
56 http://www.iknowwhogrewit.org/fr/pledges/
57 http://www.iknowwhogrewit.org/fr/blog/

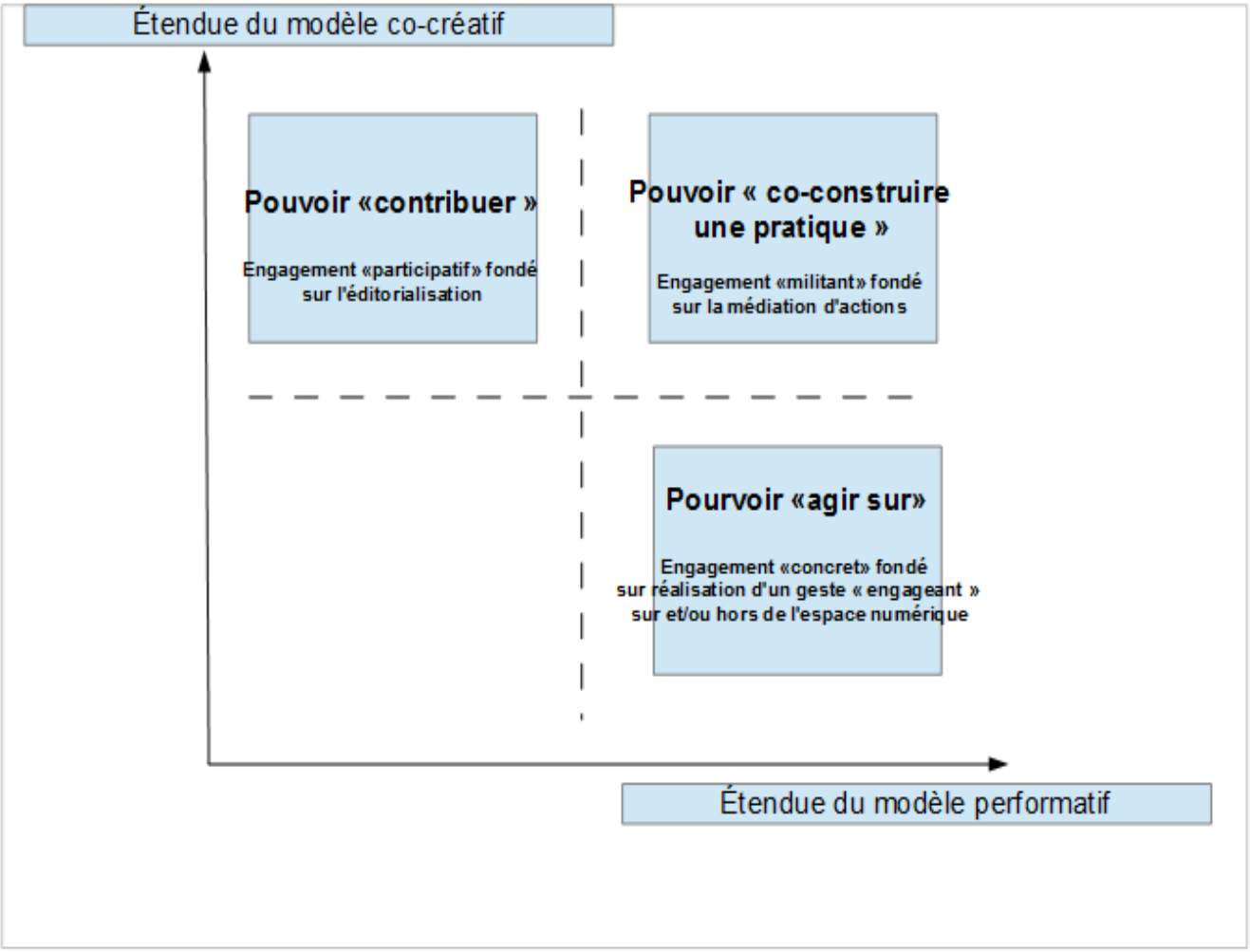


Figure 21 : Configuration d'un « pouvoir co-construire une pratique » par le couplage des modèles : co-créatif + performatif

La capacité de l'usager à co-construire une pratique de l'engagement est en effet potentialisée par un modèle co-créatif permettant la participation éditoriale de l'usager et un modèle performatif programmant la concrétisation de son action. L'usager construit, dès lors, un engagement concret fondé sur une pratique dont il est le médiateur principal dans l'espace numérique co-énonciatif.

Chapitre V. Le tracé des ONG

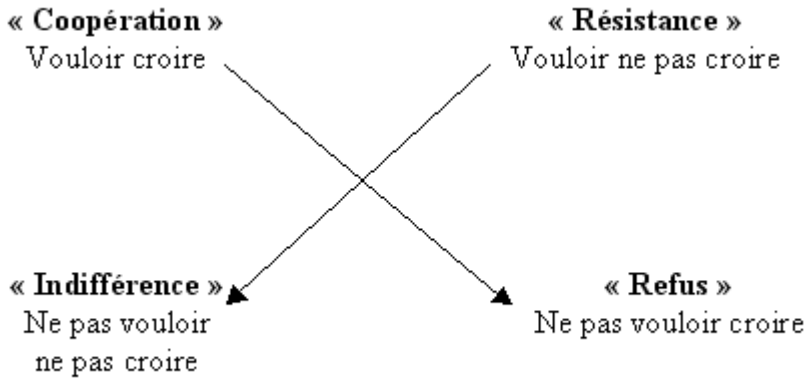
I. L'inscription de la présence sociale énonciative

L'analyse de notre corpus de sites web des ONG nous a permis de définir la manière dont elles configurent des expériences de l'engagement.

Les différents espaces situationnels (présentant la scène d'interaction entre les actants) et espaces expérientiels (définissant la logique performative de la communication) révèlent des univers référentiels spécifiques à une manière de concevoir l'engagement par les ONG (liée à un *ethos*) et à une manière sensible de vivre la communication numérique (liée à une esthésie). Ces univers référentiels constituent les tracés, pluriels et singuliers, comme autant de construits culturels des ONG (Jeanneret, 2010, p.107), des traces médiatrices (Davallon, 2012, pp.91-122) d'un *ethos* de l'engagement.

C'est à partir de ce tracé que se fonde (comme se distancie) la construction de l'engagement dans l'espace numérique co-énonciatif. Si l'instance énonciative produit sa propre énonciation du monde en tant que « stratège » cherchant à « *faire croire* l'énonciataire [co-énonciateur] c'est-à-dire de le modaliser positivement pour qu'il puisse adopter les points de vue et propositions qui lui sont soumis » (Bertin, 2007, [en ligne]) », elle met en scène et en fonctionnalités ce pouvoir croire et rejoindre une forme de réalité (correspondant à ce construit culturel autour des valeurs morales et éthiques de l'Organisation (son *ethos*).

Nous admettons avec E. Bertin que la dimension stratégique d'une Organisation se situe dans la recherche d'une forme de « coopération » avec l'usager, qui pour nous est une co-énonciation, car, selon l'auteur « une telle position épistémique constitue la seule victoire sur la résistance, le refus ou l'indifférence qui menacent de sanctionner le champ hypertrophié de la communication » (figure proposée par E. Bertin, 2007, en ligne)



Dans cette acception sémiotique de la stratégie, l'usager est envisagé y compris par des actes de résistance, en capacité de donner sens à l'énonciation.

Cependant, nous nuançons l'analyse d'E. Bertin (fondée sur un marketing commercial) lorsque celui-ci admet « l'efficience du faire stratégique de l'énonciateur » lorsque le « sujet convoité se reconnaît *conquis* sans effort plutôt que *convaincu* de force par des arguments.» (Bertin, 2007, en ligne). Or, nous mettons en évidence la configuration d'expériences de l'engagement par le dispositif numérique pouvant

définir une implication profonde de l'usager.

Cette construction ne se réalise pas uniquement dans un schéma de type stimuli-réponse mais peut engager l'usager dans une expérience et une re-connaissance de l'autre dans l'altérité. Il nous semble ainsi que la visée stratégique n'est pas celle d'une acceptation « sans effort » de la part de l'usager mais bien plutôt la configuration d'expériences co-énonciatives. Cette expérience peut se partager, se vivre dans l'effort et dans la résistance.

Ne sommes-nous pas, en effet, plus enclin à croire en une réalité lorsque celle-ci a donné lieu à une confrontation d'idées? En cherchant à « rejoindre » plutôt que « convaincre » l'usager, le risque n'est-il pas d'offrir une vision de la réalité appauvrie qui marquerait moins les esprits ? Ne retenons-nous pas plus profondément une idée lorsque nous avons dû mobiliser nos compétences de compréhension et d'appréhension du monde pour admettre la réalité de cette idée ? Il s'agit ici de cette part de risque évoquée par J. Pierre (2010, p.150) consistant, dans l'acte de don, à partager un monde qui ne nous est pas connu par avance.

Ainsi, si l'usager réinvestit pleinement les expressions de l'engagement portées par la scène d'interaction configurée, réinvestissement supposant au moins un effort de compréhension mais aussi de réflexivité par la volonté de se projeter dans l'espace co-énonciatif, il sera plus à même, selon nous, de re-connaître la force de l'engagement de l'Organisation.

Nous pensons que la mobilisation d'un usager au sein de l'espace numérique ne peut pas se résumer à une forme d'engagement « sans effort ». Comme nous l'avons précisé dans notre état de l'art, des orientations de la recherche sur l'engagement suggèrent une logique d'efforts amoindris dans les « actions » numériques : S. Ollitrault différencie, par exemple, l'implication sur le terrain et l'implication dans l'espace numérique, la première nécessitant de « mouiller sa chemise », la deuxième se définissant par une forme de « spontanéité » (Ollitrault 2015, p80-87). Cette réflexion cristallise deux idées largement répandues : l'une concernant un milieu numérique peu propice à une démarche de construction de l'usager ; l'autre,

définissant le contexte comme surdéterminant par rapport aux pratiques.

Dans ce cadre, les stratégies des Organisations consisteraient en effet à rejoindre le contexte d'expression de l'usager (donc les réseaux sociaux) et d'autre part, de proposer des expériences « volatiles » de l'engagement de telle sorte que l'usager soit « conquis » sans effort et non pas « convaincu de force » (E. Bertin, op.cit). Il nous semble important de revenir sur cette question du « sans effort » et particulièrement dans la relation d'engagement. L'idée selon laquelle le numérique engage des pratiques plus labiles que construites se fonde sur des études démontrant une attention, concentration déstabilisée dans l'espace numérique (Nicholas Carr, 2008).

Sur la question des pratiques de lecture numérique, A. Saemmer montre que ces discours « alarmistes » ne prennent pas en considération la diversité des pratiques comme la diversité des expériences potentialisées dans le texte numérique : « l'existence d'une seule lecture papier, concentré et réflexive, ne relèverait-elle pas du mythe ? » s'interroge le chercheur et « l'existence d'une seule lecture numérique, rapide et superficielle, ne résiste pas non plus à l'examen des pratiques. » (Saemmer, 2016, p.13).

Pour reformuler la réflexion de l'auteur, l'engagement de terrain est-il toujours concentré et réflexif ? L'engagement numérique est-il également nécessairement rapide et superficiel ? De nombreuses études, comme celles de S. Ollitraut (2015), démontrent les nouvelles caractéristiques de l'engagement dans l'espace numérique et nous accordons toute notre attention à ces éléments. Une certaine facilitation de la mobilisation par quelques clics permet en effet un renouvellement des modes d'engagement.

Pour autant, l'exemple des pages personnelles de collectes témoigne d'un engagement mobilisant, dans l'espace numérique, des compétences et une attention spécifiques pour créer un espace co-énonciatif personnel et fédérer autour de celui-ci. Une telle implication consiste en un véritable travail de co-éditorialisation et de médiation. Ces « efforts numériques » se couplent aux « efforts de terrain » lorsqu'il s'agit, par exemple, d'accomplir un défi sportif. Si la stratégie rejoint, dans ce cas, l'horizon

d'attente sportif des usagers, il se couple également à la dimension co-constructive d'un engagement.

L'usager twittant régulièrement, à partir des informations diffusées par l'ONG, engage une pratique de veille dont les efforts ne sont pas moins « louables » ou moins « mobilisateurs » que la distribution de tracts.

En bref, les potentialités technologiques d'une mobilisation spontanée ne doivent pas cacher la complexité des attentes comme des pratiques. L'analyse d'A. Saemmer sur cette complexité des pratiques d'écriture comme de lecture vise à redéfinir le rôle d'une rhétorique du numérique : « La connaissance du champ des possibles de la rhétorique du texte numérique pourrait ainsi devenir un élément fondateur pour une nouvelle culture de l'interprétation : un art de lire qui aura comme but de mieux appréhender les enjeux communicationnels du texte numérique. » (Saemmer, 2016, p.11). Le questionnement des stratégies de mobilisation dans l'espace co-énonciatif numérique est investi des mêmes troubles que ceux agitant les acteurs de la rhétorique : séduction ou argumentation ? Les stratégies doivent-elles se penser à partir d'un « faire croire sans effort » ou inclure les compétences d'interprétation ou plus précisément les compétences d'appréhension sensible, de la part de l'usager, d'une forme de réalité ?

Selon nous, le rôle des ONG dans leur communication numérique, est précisément de susciter un questionnement profond sur notre manière d'appréhender le monde et ainsi bouleverser des schémas préétablis à partir d'expériences énonciatives éditoriales configurées par le design numérique, affirmant une présence sociale singulière.

I.1. Stratégie de la présence

Praesentia vs Pareinai (être en avant vs être avec)

Cette première conclusion de la présence sociale de l'instance énonciative

comme élément déterminant de la stratégie ne doit pas être comprise comme une omniprésence mais comme une présence signifiante. En somme, il ne s'agit pas uniquement d'« être partout » (Facebook, twitter, instagram, plate-formes de pétitions, sites web, blog ...), mais d'« être auprès, être avec » c'est à dire rejoindre l'autre. Ce qui revient (presque) à « opposer » la racine grecque à la racine latine du mot présence :

Si l'origine latine *praesentia,* issue de *praesse «* signifie être en avant, à l'avant, au devant, diriger, commander, conduire,... », selon l'origine grecque du mot présence, *pareinai* : il ne s'agit pas en lui « d'être à la tête, mais d'être auprès, à côté, au côté de quelque chose ou de quelqu'un. Pour être dans cette proximité ou dans ce voisinage, il faut y être venu. » (J.L. Chrétien, 2001, p.187).

La stratégie de l'omniprésence est largement utilisée par les acteurs publics comme le montrent de nombreuses études sur la politique ou sur l'utilisation institutionnelle des médias sociaux (Chibois, 2014 ; Mabi et Theviot, 2014, Roginsky, 2014). Un tel objectif repose sur un constat uniquement technologique : les potentialités ubiquitaires ouvertes par les dispositifs numériques incitent à cette omniprésence.

L'omniprésence comme stratégie aboutit, selon nous, à deux dérives techno-logiques comme socio-logiques : celles du bruitage et de l'uniformisation. C. Dolbeau-Bandin et B. Donzelle ont mis en avant lors d'une étude sur les usages de twitter au sein de la stratégie de communication des politiques, le risque de bruit car disent-elles «[...] en réalité, de nombreux tweets postés par le candidat, son staff ou d'autres inter-actants parasitent la discussion politique, font écran entre le citoyen en recherche de contenu politique et ce contenu. La pratique qui consiste à retweeter systématiquement les messages contenant une mention du candidat quand ils sont publiés par des soutiens officiels, conduit à la publication démultipliée de certains messages, ce qui alourdit la *timeline* et rend plus inconfortable la prise de connaissance des échanges. » (Dolbeau-Bandin et Donzelle, 2015, en ligne p.91-118).

S'il ne suffit pas d' « être devant » pour définir une stratégie de présence quels en sont les éléments déterminants ?

J.L. Chrétien déclare que « ce n'est pas seulement ce qui nous est proche ou lointain qui signe notre présence, mais aussi *comment* nous sommes proches et nous approchons, *comment* nous laissons ou ne laissons pas s'approcher ce qui vient ou celui qui vient. » (J.L. Chrétien, 2001, p.195). Le philosophe parle ici des formes et styles de présence qu'il convient de construire. Sans cette construction personnelle de la présence c'est l'uniforme qui guette, l'uniforme de la présence.

Pour reprendre l'étude sur twitter, « La standardisation et le fait que le candidat ne soit pas l'auteur de tous ses *tweets* entraîne un risque de « ventriloquisme ». Ce « ventriloquisme » engendre une « perte de présence » pour le candidat (Crawford, 2009), mais aussi un risque de perte de crédibilité » (Dolbeau-Bandin et Donzelle, 2015, en ligne p.91-118). L'omniprésence vidée de sens nuit ainsi à la présence sociale et sensible de celui qui s'exprime. Le « pouvoir croire » de l'usager n'est alors plus assuré. Si l'omniprésence brouille les qualités sociales et sensibles de la présence de l'instance énonciative, entamant sa crédibilité, l'usager ne reconnaît plus la présence de l'autre ou n'est plus en capacité de distinguer une présence d'une autre.

Ce constat de la pervasivité du numérique (Badillo, Pélissier, 2015), de son caractère invasif dans la société en appelle un autre : la résurgence d'une forme de déterminisme technologique dans la manière de penser les stratégies sur le web. Le discours de McLuhan, « le medium est le message » semble de nouveaux résonner dans la pratique des Organisations émettrices sur le web. Selon le chercheur américain, l'impact des nouvelles technologies est tel sur la société des années 70 qu'elle « diminue donc l'interaction des sens et de la conscience, et plus précisément dans le domaine nouveau des innovations où se produit une sorte d'identification du sujet et de l'objet » (McLuhan, 1977, pp.173-179).

L'explosion des possibilités offertes par l'évolution du numérique aujourd'hui nous rapproche de cette visée prescriptive de la technique. C'est au niveau de la diffusion d'une sorte de « bonnes pratiques » de l'Internet que se concrétise de nouveau cette acception de l'innovation comme élément déterminant de la stratégie. Il ne s'agit pas de faire le procès de telles ou telles formes de médiatisation de contenus mais de

reconnaître que leur prédominance n'épouse pas la réalité des usages mais l'uniformisation des désirs imaginée par les concepteurs de stratégies. Pour remplir l'objectif de sensibilisation, il s'agit pour l'ONG de faire voir à l'usager une forme de réalité et de lui faire savoir l'engagement pris par l'Organisation vis-a-vis de cette réalité.

Pour accomplir l'objectif d'adhésion, l'Organisation cherche à faire penser à l'usager la nécessité de cet engagement et à le faire agir pour cet engagement.

L'objet de la médiation numérique est alors conçu pour mener une stratégie dont la finalité « faire agir » l'usager concerne, dans l'espace numérique, des formes d'inscription (à une newsletter par exemple), des formes de médiation (en partageant des contenus sur les réseaux sociaux), des formes d'engagement (en signant une pétition, en créant une page personnelle de collecte), des formes de contribution (en effectuant un don en ligne). Les récentes études marketing constatent la forte croissance du don effectué en ligne (+ 35 % entre 2013 et 2014) et les différents rapports associés à ces études émanant d'instances conseils pour le fundraising (la levée de fonds) encouragent les Organisations à développer leur stratégie digitale [58]. Sous formes de rapports, livres blancs, formations, baromètres, benchmarks, sont diffusés des éléments de stratégie pour optimiser la sensibilisation et le recrutement de donateurs sur le web. Le vocabulaire associé au « don » remplace celui associé au « panier » des sites commerciaux mais les stratégies et perspectives détaillées par ces instances de conseil restent les mêmes : accroître la visibilité de l'Organisation sur le web, susciter l'intérêt des usagers par le storytelling, recommander des contenus aux usagers, développer les échanges sur les réseaux sociaux.

Notre analyse concernant les stratégies médiatiques des ONG placent la visée du design non pas au niveau d'objectifs standardisés mais au niveau de la configuration de relations co-énonciatives spécifiques aux valeurs morales et éthiques qu'elles défendent.

58 Étude réalisée par Cerphi, France Générosité en 2015 http://www.cerphi.org/veille/veille-etude-sur-les-plateformes-de-collecte-de-dons-benchmark-marketing-et-juridique-france-generosites/

Nous pensons que la techno-logique fige la situation d'interaction en uniformisant les expériences proposées, mais nous pensons aussi que la socio-logique alimente des standards sociaux, chaque groupe évoluant dans des sphères prévues pour lui en fonction d'une catégorisation plus ou moins fine et pertinente.

Les méthodes de personnalisation sont, aujourd'hui, pour la plupart, fondées sur cette socio-logique considérant l'importance d'une étude précise des profils des usagers (la segmentation) pour être en situation de réponses à ce que l'on imagine être leurs désirs. Le dossier sur l'engagement numérique coordonnée par C. Mabi et A. Theviot (2015) conclut à la reproduction des « élites » par un mécanisme d'assimilation de la notion de communauté numérique à celle de communauté socialement définie : « les participants qui investissent les dispositifs numériques sont ceux qui disposent d'un capital militant hors ligne important » ; les chercheurs soulignent le risque de « voir perdurer les mêmes inégalités de ressources entre acteurs, participant ainsi au maintien des positions des groupes dominants » (Mabi, Theviot, 2015, p.7). Cette circulation en vase clos à l'intérieur d'une même communauté alimente les stratégies à base d'algorithmes de recommandation. Ce sont les préférences détectées de l'usager ou de sa communauté qui déterminent les prescriptions qui apparaîtront sur son écran. F. Licoppe souligne à juste titre « les risques d'homogénéisation et de perte de contact avec l'altérité en restant en contact avec un univers fondé sur nos préférences ou sur les préférences de ceux qui appartiennent à notre réseau lui même de plus en plus homophile, c'est à dire miroir de ce que l'on est (Licoppe, 2014).[59]

L'uniforme de la présence

« Pouvoir faire voir » une forme de réalité « technologiquement » ou « sociologiquement » déterminée enferme les stratégies dans des tentations d'uniformisation.

59 Notre retranscription de la communication de F. Licoppe in Colloque « Numérique : grande échelle & Complexité » , Table-ronde « L'individu face à la complexité et la souveraineté numérique », Institut Mînes-Télécom, 2014.

E. Landowski démontre qu'une approche normalisée du corps par l'intermédiaire de la publicité enferme le sujet recevant ces images, habitué et éduqué à celles-ci, et finalement ne lui permet pas d'éprouver une sensation de désir libre. « La mise en forme des corps selon les canons esthétiques du lieu et du moment s'inscrit de toute évidence dans le cadre de stratégies de « séduction » mais « la mise en conformité systématique des anatomies qui en résulte, et l'éducation du regard que tout cela implique, ont probablement dans l'ensemble beaucoup moins pour effet de provoquer ou de « libérer » le désir que de le « contrôler » en le canalisant. » Il ajoute qu'une telle « codification va par construction à l'encontre de toute libre saisie du corps de l'autre et si elle était appliquée à la lettre elle exclurait toute expérience un peu créatrice en ce domaine » (Landowski, 2002 p.26).

La recherche d'un partage de valeurs fondées sur le mieux vivre ensemble, qui anime les ONG, ne peut émerger d'un système nivelant l'ensemble des désirs sur un même axe au risque de ne pas pouvoir susciter l'empathie de l'usager sur une cause ou des valeurs en particulier. Le désir qui, dans la sémiotique narrative, est présenté comme un « déplacement vers l'avant (la quête de l'objet de valeurs) (Greimas, Courtes, 1993 p.94) s'exprime au travers d'un vouloir qui conditionne la production d'énoncés de faire ou d'état (Greimas, Courtes, p.421). Autrement dit, l'ONG en tant qu'instance énonciative veut faire partager son désir d'un mieux vivre ensemble et, pour atteindre sa quête, va produire des énoncés qui ne sauraient être les mêmes d'une ONG à l'autre.

Le niveau créatif dans la formulation de l'objet de la quête (sur quelle thématique du mieux vivre ensemble se positionne l'ONG ?) et dans la production de ces énoncés (quels seront le plan d'expression et de contenus de ces énoncés? Quelles sont les expériences configurées ?) se fonde sur la pluralité des *ethos* de l'engagement et des stratégies fondées sur une esthésie collective que nous avons mis en évidence au cours de l'analyse de notre corpus.

- des *ethos* de l'engagement fondés sur l'intermédiation de l'expertise,
- sur la projection d'un devenir commun,

- sur la valorisation d'un point de vue,
- sur la concrétisation d'un point de vue.

I.2. Stratégie performative

La pluralité des relations co-énonciatives configurées par le design numérique situe la communication médiatique dans une visée projective. Pour K. B. Jensen, « la communication configure la société pour faire face à ce qu'elle est, à ce qu'elle n'est pas aujourd'hui, à ce qu'elle pourrait être, à ce qu'elle doit devenir. »[60] (Jensen, 2010, p.5). Ainsi, l'action collective ouvre des directions possibles pour le renouvellement des modes de configuration de l'espace numérique. Pourtant, cette logique performative des dispositifs numériques (la concrétisation de l'action au sein du milieu) est souvent pensée à partir de « l'efficience des propriétés du support informatique », (Barboza, 1999). Selon P. Barboza, le bon déroulement des événements inscrits dans le programme, se vérifie au moment de la « pratique informatique », lorsque l'usager partage les objectifs de performativité et d'opérationnalité (Barboza, 2014, p.172). Nous invitons dans notre analyse et à la suite des travaux de N. Pignier (2004, 2008, 2013) à dépasser ces logiques d'opérationnalité.

Pour comprendre les différents niveaux d'interaction que nous cherchons à dépasser dans le cadre de la relation co-énonciative médiée par un dispositif numérique, nous revenons brièvement sur les apports de la sémiotique narrative. A-J. Greimas a défini deux régimes d'interaction : l'opération et la manipulation. L'opération relève du régime de la programmation. Dans notre exemple d'une communication numérique, cela correspondrait à la relation usager-machine. Il s'agit, en effet, de considérer le dispositif numérique comme un objet entièrement programmé sur lequel le sujet agit pour le faire être. Dans cette acceptation, l'interaction présente un risque limité car le sujet peut facilement anticiper la communication, disposant de la connaissance des « réactions » de l'objet.

60 Notre traduction de l'anglais

E. Landowski a précisé le problème de l'anticipation des réactions au sein de ce régime fondé sur une forme de déterminisme : « Pour prévoir avec précision la conduite d'autrui dans une circonstance déterminée, il faudrait en toute rigueur pouvoir connaître non seulement son point de vue par rapport à la situation considérée mais aussi l'ordre général de ses préférences, son système de valeurs, et plus largement encore les principes directeurs de ses jugements, le type de rationalité qui le guide. C'est tout cela ensemble qui en fait un sujet sémiotiquement compétent, et par là même un interlocuteur si difficilement prévisible. » Landowski, 2004, p.23-24).

Le deuxième régime d'interaction est celui de la manipulation. Il s'agit de la stratégie d'un sujet (l'ONG) en direction d'un autre sujet (l'usager). Ce type d'interaction ramène le dispositif a un simple lieu et considère deux sujets interagissant sur un mode vertical, dans un rapport hiérarchique, l'un cherchant à manipuler l'autre. En l'occurrence, L'ONG est ici ce sujet qui cherche à faire faire.

L'exigence performative est très bien décrite par ces deux régimes mais ne permet pas de prendre en considération le caractère mouvant de la scène d'interaction entre les différents actants que sont l'usager, le dispositif, l'ONG. Ces deux régimes d'interaction limitent en effet notre réflexion car évincent l'un ou l'autre des inter-actants : dispositif ou ONG. S'il est clair que le commanditaire de la situation de communication est l'ONG, sans elle n'existe pas le dispositif, l'usager n'a pas la sensation de communiquer directement avec l'ONG. Cependant, il serait aussi réducteur d'imaginer que l'usager ne perçoit rien du véritable commanditaire, bien au contraire, et qu'il se bornerait à opérer sur une machine programmée dont il connaîtrait parfaitement toutes les réactions

La situation est bien plutôt celle d'une interaction avec la présence de l'ONG médiée par le dispositif. Si le régime stratégique est initié par l'ONG dans la programmation du dispositif, la situation d'interaction dépend « du régime d'ajustement » que met en évidence E. Landowski (2004, p.128). Le fait de sentir l'autre pour ajuster l'interaction dépend d'une compétence énonciative, co-énonciative, éthique, qui, dans le cas des ONG, noue une relation sensible sur le mode du faire ensemble et n'obéit

pas à cette logique du déterminisme relevée dans le régime de la manipulation. Une telle approche situe le jeu des actants dans une relation sujet-sujet et non plus plus sujet-objet telle que nous l'avons déjà précisé en référence aux travaux de N. Pignier (2012).

Le régime d'ajustement prévoit la capacité des inter-actants à s'adapter à la situation d'interaction en cours. Ceci permet d'entrevoir la complexité et la diversité des expériences qui peuvent en découler. E. Landowski explique « - Dans les interactions qui relèvent maintenant de l'ajustement, l'acteur avec lequel on interagit se caractérise certes, aussi, par le fait que son comportement obéit à une dynamique propre. Mais cette dynamique, en tout cas dans l'état actuel des connaissances dont on dispose, n'est pas réductible, comme dans le cas précédent, à des lois préétablies et objectivables. C'est au contraire dans l'interaction même, en fonction de ce que chacun des participants rencontre, et plus précisément, on le verra, sent dans la manière d'agir de son partenaire, ou de son adversaire, que les principes mêmes de l'interaction émergent peu à peu. » (Landowski, 2004, p.41).

Ainsi au « pouvoir faire faire » de la stratégie qui fixe l'évaluation sur l'efficience des différentes opérations des actants s'ajoute un « pouvoir faire (re)sentir » de manière spécifique l'interaction.

I.3. Stratégie d'ajustement

Une stratégie d'ajustement, selon nous, caractérise la configuration d'expériences co-énonciatives au sein d'un dispositif numérique en fonction d'une esthésie et d'un *ethos* spécifique. Nous inscrivons notre démarche dans la perspective socio-sémiotique « reposant sur la co-énonciation et la co-présence des actants » (Fontanille in Landowski, 2004, p.5) dans la situation d'interaction. Nous pensons que c'est à la condition d'une prise en compte, au niveau de la visée, de la pluralité des manières d'être relié à l'autre en fonction d'une pluralité de « faire monde » que les stratégies peuvent échapper aux dérives technocentrées (considérant le seul

déterminisme technique d'une situation de communication) et aux tentations de normalisation des modes d'expressions et des comportements qui y sont associés.

Les indicateurs d'une stratégie sont avant tout sémiotiques car consistent à évaluer les manières de faire sens, de « faire monde ». Dans le cadre de notre analyse sur l'engagement dans l'espace numérique nous avons identifié trois types de liaisons :

- l'usager est relié aux signes de l'*ethos* de l'engagement créé par l'ONG. C'est la cohérence sémiotique de l'énonciation qui permet à l'individu de croire « le discours » et d'accorder légitimité et crédibilité à l'instance énonciative. Ce pouvoir croire est une précondition aux manifestations de l'engagement. Comment s'engager aux côtés d'une ONG sans reconnaître le bien fondé des valeurs de celle-ci ?
- L'usager est relié aux signes de la relation co-énonciative configurée dans la scène d'interaction. Ce sont les qualités sensibles de ces énonciations qui fondent l'univers de sens de l'Organisation et permettent à l'usager de partager une vision du monde particulière. Ce pouvoir « faire monde ensemble » installe un point de vue et d'action vis-à-vis duquel l'usager peut construire son engagement en accord ou en résistance avec celui-ci.
- L'usager est relié aux signes de l'expérience éditoriale qui configure des forces et des rythmes à l'action. L'exigence d'une concrétisation des actes de communication ajoute « un pouvoir agir » comme leitmotiv des motifs de l'engagement. À la manipulation du réel d' « un pouvoir croire », à l'effet de réel du « pouvoir voir », s'ajoute l'exigence de réel d'un « pouvoir faire monde ensemble ».

Les travaux de N. Pignier (2013) intègrent la question de ce pouvoir « faire monde» à partir de stratégies énonciatives fondées sur des esthésies spécifiques au sein d'écritures multimodales qui dépassent les seules stratégies. Par exemple, selon l'auteur dans l'esthésie de la dé-présentation, le monde des objets n'apparaît pas

comme des référents du réel mais comme « des formes, des substances, des signes » (*Ibid.*). Il s'agit là de stratégies liées au design sensoriel privilégiant la rencontre avec des sensations plutôt qu'avec des formes de réalité.

Pour N. Pignier, dans « cette forme de vie, la perception ne se dissocie pas du sentir, c'est-à-dire de l'ouverture à l'extériorité, à l'altérité radicale de la matière par le vécu. » ; « Cette conception de la perception rappelle que l'être vivant est aussi, et peut-être d'abord, un être qui se meut au contact de l'altérité » (Op.Cit, p.113). L'esthésie de la dé-présentation est à cet égard une alternative aux stratégies enfermant un sujet de perception dans une part de réel techno-logique ou socio-logique.

Les stratégies fondées sur des esthésies, des manières de percevoir et « faire monde », renouvellent les possibles manières d'être en relation dans l'espace co-énonciatif numérique. A. Saemmer poursuit ce mode d'analyse en définissant des couplages iconiques entre le geste de l'usager et les effets multi-sensoriels impliqués dans l'espace co-énonciatif (Saemmer, 2011, 2013, 2016). Le « caractère manipulable » de l'espace numérique ouvre ainsi le champ des possibles comme par exemple le processus d'interaction entre texte et mouvement » qui est appelé par l'auteur « irradiation iconique » (Saemmer, 2013). Nous nous situons dans la lignée de ces études en envisageant des stratégies fondées sur des *ethos* et des esthésies proposant à l'usager une construction particulière de son engagement. Si dans l'espace co-énonciatif des ONG, les énoncés performatifs (les call to action) sont pléthores dès les interfaces d'accueil : agir, donner, signer la pétition, etc. Cette logique performative n'est pas seulement une logique fonctionnelle au sens de « faire agir la machine » dans un régime d'opération ou de « faire agir l'usager » dans un régime de la manipulation, mais aussi une logique de co-présence (relevant du régime de l'ajustement) au sens de faire ensemble en direction d'un bénéficiaire de l'engagement.

Ce régime des sensations dans les stratégies d'ajustement ne correspond pas, selon nous, à une logique de mise en scène spectaculaire. En effet, si être et agir dans un espace sont les conditions nécessaires pour que l'immersion de l'usager dans un monde

particulier opère (J.J. Boutaud, 2013), une manière excessive, incohérente, intrusive de configurer ces expériences sensibles peut distancier radicalement l'usager du projet d'interaction initial.

Le nivellement comme la saturation du désir de l'usager peut détourner ce dernier de la relation configurée (J.J Boutaud, 2013, p.93) : qu'il soit sur le site web d'une parfumerie ou d'une ONG, les mêmes codes, les mêmes modes de communication, les mêmes sensations, seraient proposés à l'usager, ce qui impliquerait une désensibilisation à la particularité de l'instance énonciative. La configuration d'un univers sensible investie à outrance et surtout, sans dimension créatrice de valeurs spécifiques, aboutit à l'effet inverse de celui recherché : une banalisation de l'offre expérientielle et donc un engagement faible de la part de l'usager en réponse à l'engagement stratégique faible de l'instance énonciative.

Une stratégie fondée sur l'ajustement n'est pas, selon nous, une stratégie surexploitant les « ambiances » rendues possibles par les technologies numériques car revendrait à confondre expérience sensible et sensations fortes des parcs d'attraction.

Nous pensons donc qu'une stratégie d'ajustement intègre la capacité de l'instance énonciative à créer une expression de son *ethos* basée à la fois sur la spécificité de son rapport au monde, et sur la reconnaissance du mode de perception sensible de l'usager.

Une stratégie d'ajustement dans l'espace co-énonciatif numérique est, selon nous, fondée sur un projet d'interaction, à partir :

- **d'une manière spécifique de configurer une relation co-énonciative (l'espace situationnel relié à un *ethos* et une esthésie).**
- **de la potentialisation d'expériences impactant les modes de figuration et contre figuration par un geste perceptif (l'espace expérientiel dessiné par les modèles d'interaction).**
- **de l'ajustement de la relation en fonction de l'inter-relation des actants en co-présence**

II. Méthode d'évaluation du tracé configuré par le Design numérique

Les signes du tracé éditorial comme descripteurs sémiotiques de la scène d'interaction.

Pour évaluer un projet d'interaction il nous semble dès lors indispensable de caractériser les signes de ce tracé comme autant de potentielles expériences de l'engagement.

La conclusion de cette première partie vise à fournir les outils d'une évaluation heuristique d'un projet d'interaction dont nous restituons le détail ci-après.

Nous proposons, dans une démarche d'évaluation ou de conception d'un site web, de caractériser ce tracé à partir des signes orchestrant l'espace situationnel et expérientiel.

Par exemple, les signes « espace hyperlisible » ou « page scénario » sont situationnels car définissent, par leur orchestration multimodale, une situation d'interaction potentialisant les directions de la communication entre les différents actants ; Les signes « énoncé engageant » ou « images-lien » qualifient, quant à eux, un espace expérientiel car configurent une action ou une séquence d'actions à réaliser. Ils correspondent à des fonctionnalités.

Ces signes perçus par l'usager ouvrent des espaces expérientiels, l'expérience éditoriale configurée par les différentes strates du design numérique : conceptuels, matériels et logiciels, éditoriales et d'usages. En définissant les actions attendues (c'est à dire réfléchies en fonction d'une visée stratégique) de l'usager, il ne s'agit pas de déconnecter le geste de la visée stratégique, morale et éthique d'un espace co-énonciatif. Consulter, visionner, lire, explorer, manipuler, écrire, construire, etc. sont des actions qui n'ont pas le même potentiel d'expression d'une scène à une autre. Si la gestualité est en effet le mode de communication spécifique configuré par le design numérique, elle ne constitue pas à elle seule un indicateur pertinent. Le nombre de

clics[61], considéré en marketing comme un indicateur de l'intérêt des individus pour un contenu, considère l'usager comme un opérateur agissant la machine. L'action en tant que telle révèle ainsi une présence « technologique » dans l'*ici et maintenant* de l'usager. Il est allé sur telle page et a cliqué 4 fois sur cette page. Une telle conception de l'action ne dit rien d'autre, selon nous, que la présence technologique d'un usager.

Nous pensons au contraire que c'est la relation entre usager et ONG, dans un espace situationnel et expérientiel spécifique lié à un *ethos*, qui permet l'émergence des expériences co-énonciatives. Les descripteurs sémiotiques que nous avons mis en évidence sur l'ensemble des sites web de notre corpus qualifient les possibles effets de sens de l'interaction pour construire un engagement, une mobilisation citoyenne. Si l'usager « consulte » des liens hypertextuels de source interne (l'action « consulter » résulte de séquences de manipulation comme cliquer sur un lien, scroller le texte-lien lentement, revenir au texte-source ; « liens hypertextuels de source interne » est le signe expérientiel), l'expérience potentialisée est alors celle d'une lecture réticulaire profonde et autoritaire pour construire un engagement éclairé et légitimé.

Cette première étape de l'évaluation permet de relever les relations cohérentes ou incohérentes entre le couple signes / actions configuré et l'expérience attendue.

En effet, à cette étape des disjonctions sémiotiques sont repérables. Elles peuvent être volontaires ou involontaires et ainsi projeter différentes expériences d'interaction.

Prenons l'exemple d'un énoncé engageant : « signer la pétition », que nous déclinons à partir de plusieurs situations de co-énonciation, A, B et C.

Situation A : le fait d'actionner cet énoncé « signer une pétition » affiche une page

61 La définition du Taux de clic proposée par l'encyclopédie en ligne du Journal du net : « Pourcentage d'internautes exposés à un contenu publicitaire qui ont cliqué sur celui-ci afin de se rendre sur le site de l'annonceur ou de répondre à la sollicitation du message marketing. Même si son importance décroît pour les annonceurs et que cette mesure n'est pas toujours représentative, le taux de clic reste l'un des principaux moyens utilisés pour mesurer la performance d'une campagne publicitaire en ligne. Un taux de clic supérieur à 1 % est considéré comme bon mais le taux de clic de certaines campagnes sur certaines cibles peut dépasser les 10 %.Certains supports se font rémunérer sur la base de ce taux de clic : on parle de rémunération au clic. » in http://www.journaldunet.com/encyclopedie/definition/92/33/21/taux_de_clic.shtml

de pétition. Ce geste permet, en toute logique performative, d'identifier un niveau d'action attendu de l'usager : remplir le formulaire.

Situation B : L'énoncé intervient à la fin d'une mise en scène vidéo embarquant l'usager dans les conditions périlleuses de la traversée d'un demandeur d'asile en mer méditerranée[62]. Le clic sur l'énoncé renvoie à une autre mise en scène vidéo symbolisant les effets de la signature de la pétition : un homme tombé à la mer est sauvé. L'absence de clic sur l'énoncé renvoie à une autre mise en scène : ce même homme tombé à la mer se noie. Ainsi, le couple signe / action renvoie non pas à une expérience d'identification du mode opératoire : l'usager n'a pas sous les yeux le formulaire lui permettant de « faire » ce qui est attendu de lui ; mais à celle d'une projection dans les effets de l'action : l'usager identifie les effets de l'action attendue.

Situation C : le clic sur l'énoncé « signer une pétition » renvoie à un document source interne, un rapport sur les conditions de la traversée des demandeurs d'asile. L'action sur le signe se transpose de l'expérience identification de l'action à celle de lecture réticulaire autoritaire.

Dans la situation A, le couple signe / action se situe dans une conjonction sémiotique (c'est à dire une correspondance de sens entre l'action et le signe) liée au sens commun que l'on peut donner à cette scène.

Dans la situation B, le couple signe / action implique une « déformation » sémiotique cohérente prévue par la stratégie opérant un transfert d'expériences : l'identification de l'action se transpose en une identification des effets de l'action.

Dans la situation C, le couple signe / action opère une disjonction sémiotique, le niveau « performatif » identification de l'action est détourné par le niveau « informatif » de la lecture profonde. Le niveau performatif pourrait, par exemple, être réactivé ensuite par la présence du signe « signer la pétition » dans l'article. L'expérience configurée serait alors celle d'une appréhension profonde de l'information avant l'identification de l'action. Ces déformations comme disjonctions sémiotiques

62 Exemple issu de la campagne web SOS Europe d'Amnesty international, consultée en mars 2014

liées à la stratégie peuvent être repérées à cette étape et ainsi être affirmées comme expériences potentielles liées au tracé culturel souhaité par l'actant stratégique ou reconfigurer pour corriger les ruptures sémiotiques identifiées.

Nous restituons sous forme de tableau cette première étape visant à mettre à jour les descripteurs sémiotiques de l'interaction configurés au sein des interfaces des ONG.

Signes expérientiels et situationnels	**Actions**	**Modèles d'interaction**	**Descripteurs sémiotiques**
Sommaire // Accueil // Actualité	Survoler	Information	Cartographier
- rubriques informationnelles	Cliquer (Consulter)	Information	Réassurance
- rubriques et sous-rubriques spécialisées	Cliquer (Consulter)	Information	Accessibilité localisée
- rubriques dédiées (exemple : espace donateur)	Cliquer (Consulter)	Information	Accessibilité personnalisée
- rubriques visuelles (images-lien)	Cliquer (Consulter)	Information	Accessibilité visuelle
- barre de recherche	Écrire	Information	Accessibilité directe
Article // Texte // Documentation	Faire défiler au rythme de la lecture	Information	Lecture profonde
	Créer / ajouter	Co-créatif	Éditorialisation documentaire
- témoignage / rapport / document officiel	Faire défiler au rythme de la lecture	Information	Preuve et Lecture profonde

- texte court structuré visuellement	Rester sur la page quelques secondes (visualiser)	Information	Lecture rapide
- page-scénario (orchestration multimodale dans une pluralité d'espaces structurés au sein de la page)	Faire défiler / va et vient / explorer	Analogie	Lecture plongée
	Créer	Co-créatif	Éditorialisation muti-articulée
- espace hyperlisible	Visualiser / agir sur	Performatif	Identification de l'action
	Créer ou ajouter à pendant l'action	Co-créatif	Éditorialisation synchrone
- énoncé interpellant (type slogan)	Rester sur la page quelques secondes (visualiser)	Information	Intermédiation
- énoncé engageant (type « donner »)	Cliquer sur l'énoncé	Performatif	Identification de l'action
- énoncé instruction (type «allumer la webcam »)	Cliquer sur l'énoncé ou réaliser les actions énoncées	Performatif	Opérationnalité
- hypertexte source externe	Consulter et revenir au document source	Informatif	Lecture réticulaire profonde et vérificatrice
- hypertexte source interne	Consulter et revenir au document source	Informatif	Lecture réticulaire profonde et autoritaire
- Tags	Sélectionner	Informatif	Programmation / Lecture documentaire
Images ou vidéos	Rester sur la page (Explorer)	Analogie	Affinité visuelle

- image ou vidéo symbole	Explorer (visuellement ou par le geste comme faire défiler, démarrer)	Analogie	Projection
- espace contemplatif (images esthétisante, de type panorama)	Explorer	Analogie	Observation
- espace immersif (images mises en scène de l'action, de l'expérience)	Explorer	Analogie	Projection
- espace éloigné	Explorer	Informatif	Intermédiation
- images ou vidéos mises en scène (album, montage, ...)	Explorer (visuellement ou par le geste comme faire défiler)	Analogie	Lecture-plongée visuelle
- image ou vidéo preuve ou témoignage (illustration)	Explorer (visuellement ou par le geste comme faire défiler)	Information	Preuve visuelle
Cartes / Schémas / objets interactifs	Multi sélectionner	Information	Programmation / Lecture personnalisée
	Survol	Information	Exploration documentaire
	Tirer, déplacer, gratter, etc. des objets interactifs	Analogie	Effet-miroir
	Apparaître dans l'espace	Analogie	Projection

	(se voir) Modifier l'espace	Performatif	Réflexivité
Réseaux sociaux	Partager une information	Information	Médiation de l'information
	Commenter une information partagée	Performatif	Médiation engageante
	Dialoguer (dispositifs de conversation)	Analogie	Effet-miroir
	Partager un contenu co-édité par l'usager. Partager, commenter les différentes séquences d'une expérience	Co-créatif	Éditorialisation multi-articulée

Nous considérons, à cette étape, l'évaluation de l'expérience d'interaction en fonction de ce que J. Theureau, identifie comme « un idéal épistémologique et pratique : un idéal de processus de conception technico-organisationnelle des objets, outils et dispositifs en termes d'ingénierie des situations » (Theureau, 2011, p.24).

Ce qui correspond, dans le cadre de notre étude à un « idéal » de figuration par l'usager de l'expérience énonciative configurée. Il s'agit de décrire précisément les conditions de figuration d'une expérience d'interaction dans un espace co-énonciatif spécifique. Nous évaluons ainsi si les conditions sont réunies pour qu'un usager « jouant le jeu » atteignent l'expérience d'interaction correspondant à la stratégie d'ajustement de l'instance énonciative.

Autrement-dit, est-ce que les différentes strates énonciatives du design technologique, matériel, éditorial, d'usage (Pignier, Gobert, 2014) fondent un *ethos* de l'engagement et des esthésies de l'interaction en lien avec la visée stratégique ? Une telle évaluation

en amont ou en aval du projet d'interaction nécessite la création d'un métalangage, que nous nommons « descripteur sémiotique » capable de préciser les expériences inhérentes au projet stratégique d'interaction.

Nous cherchons donc à définir les conditions sémiotiques de l'élaboration de stratégies au niveau du design numérique des ONG. Au cœur de notre projet, une approche de la sémiotique liée aux enjeux de la communication des Organisations telle que définie par J.J Boutaud : « Le faire et le savoir-faire sémiotiques procèdent donc de l'outil et de l'*ethos*, d'une méthode éprouvée pour éclairer ou gérer la signification, et d'une forme de vie qui, à l'intérieur des organisations et bien sûr au-delà, ne renonce jamais à saisir le sens et, mieux encore, à le faire vivre comme promesse ultime de nos actions. » (Boutaud, p.33, 2015).

À l'issue de l'évaluation signe / action, nous procédons à l'analyse du couple expérience / *ethos*.

Il s'agit d'évaluer la cohérence entre le dessein de l'ONG et les expériences co-énonciatives potentialisées par la combinatoire des modalités d'interaction. Par exemple, pour le site institutionnel de MSF, les descripteurs sémiotiques de l'expérience d'interaction relevé configure principalement un pouvoir d'accès à une expertise (modèle d'information fort). La campagne agir avec MSF couple ce modèle d'information avec un modèle d'analogie : les descripteurs de l'expérience configurée sont liés à une projection symbolique de soi dans l'espace numérique. La combinaison de ces deux modèles configure une expérience de l'engagement fondé sur la reconnaissance de l'expertise et la projection symbolique de l'usager dans l'univers de l'expert.

Il s'agit alors de se demander si le projet d'interaction configurant un *ethos* de l'engagement « expert » correspond au dessein stratégique de l'ONG. La campagne Agir avec MSF affirme un projet d'interaction fondé sur cette légitimité des acteurs de MSF et réduit, dans le même temps, la distance qui s'opère naturellement dans le cadre d'une modalité d'intermédiation très présente, entre l'usager et les réalités du terrain. Cette stratégie ne rompt pas avec la visée de MSF d'un monde en situation

d'urgence mais intègre symboliquement l'usager dans cette rencontre avec l'urgence. Pour autant si l'Organisation envisageait cette stratégie sous l'angle de la contribution citoyenne, une telle évaluation permet de déterminer les manques de modalités d'interaction co-créatives.

Une telle évaluation d'un projet d'interaction vise à mettre en évidence la pluralité des tracés pour dessiner (dans le dessein et le dessin) des expériences d'engagement. Les modèles d'interactions sont, selon nous, des outils pour évaluer des stratégies fondées sur des manières de « faire monde » et ainsi co-construire des formes d'engagement. Nous restituons ci-après une typologie des signes de l'engagement en fonction de la configuration d'un projet d'interaction ; cette grille d'analyse sémiotique pouvant servir à l'évaluation où à la conception d'une stratégie d'ajustement mise en place dans l'espace numérique des ONG.

Projet d'interaction	**Signes configurés dans l'espace co-énonciatif de l'engagement**	**Pouvoir de l'usager**
Modèle d'interaction d'information	Engagement éclairé fondé sur l'intermédiation d'un savoir	Pouvoir comprendre
Modèle d'interaction d'analogie	Engagement empathique fondé sur la symbolisation d'un monde commun	Pouvoir rencontrer
Analogie + Information	Engagement concerné fondé sur la considération des enjeux et des impacts d'un monde sur l'autre	Pouvoir re-connaître
Modèle performatif	Engagement concret fondé sur la réalisation d'un geste dans et hors de l'espace numérique	Pouvoir agir
Performatif + Information	Engagement identifié fondé sur l'expérimentation des effets de l'engagement.	Pouvoir expérimenter
Modèle d'interaction co-créatif	Engagement participatif fondé sur des actes d'éditorialisation et de médiation	Pouvoir contribuer
Co-créatif + Analogie + Information	Engagement « créatif » fondé sur la projection de son point de vue	Pouvoir construire un point de vue
Co-créatif + Performatif	Engagement militant fondée sur la mobilisation active	Pouvoir co-construire une pratique

Partie II - Tracer le geste de l'engagement

La définition de la stratégie de l'ONG à partir de son tracé éditorial comme construit social et culturel, révèle des manières plurielles de « Faire-monde » et d'être reliés aux espaces d'interaction. Notre deuxième partie propose une méthodologie pour tracer le geste de l'usager lorsqu'il est en relation co-énonciative avec ces dessins et desseins potentialisés par le design numérique. « Tracer l'usager » est, dans cette perspective, suivre la trace de la présence du geste dans l'espace numérique (chap.VI). Pour qualifier le processus perceptif de l'usager nous anticiperons les présences résistantes (chap.VII) pour observer leurs dessins à la marge de la stratégie, dans le cours de l'interaction (chap.VIII). Notre projet vise à ouvrir l'évaluation d'une stratégie à la polyphonie des présences exprimée dans l'espace de l'engagement citoyen.

Chapitre I. Conception de la trace comme présence

I. Orientation des recherches sur les traces

I.1. Traces technologiques

Quelle conception de la « trace » émerge des nombreuses études réunies sous le terme Web Mining ? Ce champ d'investigation, depuis la fin des années 90, élabore des méthodes d'extraction de données du web (Data Mining) pour aller vers une forme de connaissance de ses usages (Web Usage Mining) à partir des contenus des documents (Web Content Mining), de la structure de l'information (Web Structure Mining) ou des actions sur le web (clickstream data) (Beauvisage, 2016 ; Laros et Vallaud, 2005).

Dans cette conception « technologique », les traces de l' « interaction technologique

ou informatique » (les différentes actions réalisées par un usager sur un dispositif et archivées dans une mémoire informatique, les serveurs) sont soit explicites :

- « constituées des écrits et productions diverses (textes, images, vidéos enregistrées, données) qui relèvent d'une volonté expresse de diffuser [...] » ;
- soit des traces implicites, les différentes actions réalisées par un usager sur une « application qui en programme l'inscription », voire des traces hybrides (comme par exemple le « j'aime » de Facebook) liées à « une action délibérée » (Ertzscheid et al, 2016, p.62) mais qui ne relèvent pas d'un acte d'éditorialisation pouvant être modifié, effacé, enrichi,

Les traces explicites sont « consultables » via l'historique du site ou encore via des bases de données.

Les traces implicites peuvent être collectées à partir :

- des fichiers journaux (logs) : des fichiers textes présentant l'historique des événements intervenus sur un serveur web : la date et l'heure de la tentative d'accès, l'adresse IP de l'usager (le numéro d'identification du matériel connecté au réseau), le système d'exploitation (Windows, Linux etc.), le fichier ou le programme qui a été sollicité, le navigateur (Firefox, Google Chrome, etc.), la réponse du serveur à cette requête et le « referer » (la page précédente consultée). Au niveau informatique, ces journaux permettent de détecter notamment les dysfonctionnements liés au serveur.
- des technologies de marqueurs, c'est à dire des modules de « tracking » installés sur le site web (chaque page web est ainsi marquée d'un code) délivrent des données sur les actions réalisées par l'usager pendant sa navigation (les pages consultées, les clics).
- une méthode hybride consiste à insérer dans les logs, les données issues du marqueur et ainsi de cumuler les données collectées citées ci-dessus.

Ainsi que précisé dans notre première partie, la strate énonciative technologique est inter-reliée aux autres strates matérielles, éditoriales, d'usages du dispositif numérique

(Pignier, Gobert, 2014) : le système informatique préfigurant l'archivage des informations se traduit par un design éditorial spécifique (la forme de la timeline par exemple) et une configuration d'expériences particulières (comme des modes de recherche et d'intervention dans la timeline). La pratique de l'usager se répercute ainsi sur l'archivage (strate technologique) comme sur le design éditorial (agencement de la timeline), etc.

Les actions d'un usager sur un site ne consistent pas en un dialogue entre celui-ci et le code implémenté mais se concrétisent dans une situation d'interaction configurée par l'ensemble de ces strates énonciatives. Ainsi, la collecte des données au niveau de la strate technologique ne peut définir qu'une présence de l'usager technologiquement médiée, sans apporter plus de précisions sur le geste de l'usage car celui-ci ne figure ou contre-figure pas seulement l'énoncé technologique. Si l'usager est « désorienté » dans la timeline proposée, il contre-figure la strate technologique définie par l'algorithme (proposant un type d'archivage) mais c'est aussi l'orchestration multimodale de la timeline, les fonctionnalités de cet élément qui influent sur cette désorientation.

Une posture techno-centrée consisterait à considérer la trace de l'usager dans sa relation à la strate technologique. Le niveau de figuration par l'usager serait, dans ce cas, uniquement une activation d'un système et en aucun cas une manière de se mouvoir dans la situation d'interaction, celle-ci potentialisant des expériences co-énonciatives et pas seulement des expériences technologiques et activables.

Différents travaux dont ceux de B. Bachimont, récusent cette « posture techno-centrée » « caractérisée par un certain nombre de postulats :

- l'informatique conçue comme un dispositif visant essentiellement à se substituer aux personnes, y compris dans leurs activités intellectuelles les plus complexes (cf. le mythe de l'intelligence artificielle) ;
- l'ignorance du rôle de la langue [pour nous les différentes strates énonciatives] comme dispositif médiateur [...] ;

- la réduction des relations interpersonnelles à des transactions automatisées censées traiter l'ensemble des problèmes sous la forme de « services » automatisés ;
- la vision de la diffusion des technologies comme découlant exclusivement de découvertes scientifiques en laboratoire sans référence ni aux usages ni aux enjeux sociologiques, économiques ou politiques. » (Bachimont et al, 2011, [en ligne]).

Le déploiement de dispositifs de collecte de données sur les actions de l'usager engendre le phénomène de big data, ces megadonnées qui s'enrichissent doublement : par la démultiplication des usagers agissant sur la machine, par la démultiplication des types de données issues des technologies de capture.

Une telle masse de données se conçoit, pour une part, comme une opportunité de « connaître » plus finement l'usager. Les différents traitements automatisés testant des combinaisons de relations entre ces informations brutes sont censés révéler quelque chose de nouveau issue de l'humanité numérique.

En effet, comme le précise B. Bachimont : « La principale séduction des mégadonnées vient de leur capacité à intégrer malgré leur hétérogénéité de multiples informations se rapportant à l'activité humaine. L'arbitraire de la donnée qui constitue un défaut d'origine (la donnée dans sa nature numérique est coupée de son origine causale et factuelle) lui donne un supplément d'interprétabilité en lui permettant d'être associée et confrontée à des informations différentes. » (Bachimont, 2015, p.397). Pour autant, l'auteur constate : « Il est étonnant que le monde nouveau des données massives ne nous ait pas encore appris quelque chose que nous ignorions : on est bien plutôt dans un régime de confirmation statistique d'interprétation dont on avait déjà la notion » (*Ibid.*).

C'est qu'il reste encore à « appendre à lire ces megadonnées selon de nouvelles pratiques à dégager » (p.400) ; elles ne peuvent en effet continuer à être interprétées uniquement dans ce rapport à la strate technologique. Par ailleurs, cette posture

techno-centrée n'est pas seulement une question de volumes de données ou de dispositifs de capture en ligne. L'utilisation de sondes logicielles sur les terminaux (Beauvisage, 2016) ou de dispositifs tels que le eye tracking recentre la collecte sur l'usager (et non sur le web) mais l'interprétation des données peut également faire l'objet des mêmes logiques comptables que celles issues du big data.

Nous cherchons à caractériser la trace du geste de l'usage à partir de sa relation co-énonciative avec la situation d'interaction configurée par le design numérique. Nous nous intéressons donc aux « analyses situées » de la trace développées dans le champ des recherches en Sciences Humaines et Sociales.

Ces différentes recherches considèrent, comme postulat de départ, l'importance du cadre d'interprétation : « [...] les chercheurs ont montré que les résultats obtenus pour un moteur donné ne peuvent pas être automatiquement transférés à un autre (Jansen & Spink, 2006), ce qui atteste du caractère situé du traçage numérique. » (Ertzscheid et al, 2016, p. 58). Les auteurs précisent ainsi que « l'analyse des traces numériques permet surtout de comprendre comment les usagers pratiquent avec tel ou tel dispositif ou tel logiciel, selon un cadre préconçu. » (Ertzscheid et al, 2016, ibid.).

Ce sont des analyses sur les structures du web qui ont impulsé ce mode d'investigation. À titre d'exemple, dans *The connectivity sonar2*, les auteurs déterminent la description du site à partir de sa taille, son organisation, ses liens (Amitay et al, 2003) là où le le projet TypWeb s'appuie sur la description de contenus pour faire émerger des typologies avec comme objectif, en titre de l'étude : « décrire la toile pour mieux comprendre les parcours » (Beaudoin et al, 2002).

I.2. Traces construites

Un manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales (la première édition de 2013, la deuxième de 2016), sous la direction de C. Barats, propose des réponses face au besoin de « savoirs et savoir-faire sur les conditions méthodologiques de collecte de « données » ou d' « observables » issus du web, ainsi que sur le choix

d'outils ou de techniques d'investigation applicables au web. » (Barats, 2016, p.6). Sur la question du cadre d'analyse des usages du web l'ouvrage recense différentes méthodes : statistiques, linguistiques, ethnographiques, sémantiques et sémiotiques.

Les expérimentations textométriques associent l'analyse de grands corpus de textes aux méthodes mathématiques statistiques pour repérer, dans le cadre notamment des dispositifs conversationnels, les caractéristiques, les contrastes, les évolutions des pratiques langagières sur le web. Ces recherches apportent une connaissance sur les tendances de l'« usage explicite » du web, c'est à dire sur les pratiques éditoriales les plus simples (le commentaire, le tweet), ou les plus construites (l'édition d'un blog, la création d'un site).

Fondées sur les usages explicites et dans une approche comptable, ces analyses sont éloignées de notre projet d'observation d'une relation co-énonciative ; cependant, cette discipline s'interroge sur la nécessité d'« adapter ses principes nées de la textualité écrite normée aux pratiques sémiotiques, iconiques, gestuelles » (Barats et al, p.126). Nous retenons de cette conclusion une volonté d'inter-relier les différentes strates faisant sens dans la situation d'interaction, un constat qui appelle à une reconsidération de la définition de la trace et à une reformulation méthodologique de l'analyse de celle-ci.

Des recherches en ethnographie appliquées au web proposent de relier des actions techniques (configurées dans les dispositifs) à des formes d'actions sociales. Cette approche part du constat suivant : il existe un « poids du dispositif technique dans les formes d'échanges social (Jouët, 1989) » bien qu'à « l'intérieur des normes et des règles du dispositif, la subjectivité [de l'usager] reste à l'œuvre. » (Jouët, Le Caroff, 2016, p.158). Ainsi, il est proposé de « traduire » les règles du dispositif en actions socialement caractérisées. Par exemple, dans la grille de lecture définie par les auteurs, au niveau technique le fait de poster un commentaire est retranscrit comme un acte d'auto-publication au niveau social (op.cit. p.160).

Cette voie permet de considérer une part de la strate énonciative éditoriale (celle de la mise en fonctionnalités des dispositifs) dans laquelle évolue le geste de l'usager, mais

ne prend pas en considération les différentes stratégies fondées sur un *ethos* et une esthésie numérique spécifique.

Le sens d'un geste d'auto-publication n'est pas, selon nous, le même lorsqu'il est médié par un dispositif présentant une stratégie de la valorisation (l'auto-publication est donc une forme de valorisation de soi) ou une stratégie de l'inter-médiation (l'auto-publication est dans ce cadre un relais de l'instance énonciative). De la même façon, un geste d'auto-publication ne s'exprime pas de la même manière au sein d'une situation d'interaction liée à un *ethos* de l'engagement humanitaire ou à un *ethos* de la séduction. Privilégiant une méthode artisanale (Ibid), le cas pratique proposé par les deux auteurs n'utilise pas les dispositifs de captation et se concentre sur les données disponibles du web, en l'occurrence (comme la grande majorité des recherches) sur les commentaires, posts, des usagers.

Ce sont également les objectifs clairement identifiables des usagers qui permettent de conduire des analyses sur la recherche d'information (Brusilovsky, 2001 ; Wei Choo, 2000 ; Jansen et al, 1998). D'autres orientations méthodologiques utilisent différents outils liés à la sociologie, l'ethnographie ou aux sciences cognitives avec des techniques d'enquêtes (Boughzala, Moscarola, 2013), d'entretiens d'auto-confrontation (Ouakrat, Mésangeau, 2016), d'observations ergonomiques (Hoc, Darses, 2015), ou de tests cognitifs (Amato, Boutin, 2012). Ces méthodes considèrent avant tout des indicateurs «explicites» ou proposent des modélisations de terrain mais n'apportent pas un cadre d'analyse des données en dehors de recueils de déclarations ou d'observations en situation reconstituée.

Les travaux en Sciences Humaines et Sociales ne proposent pas l'analyse de cas pratiques de traces implicites en dehors de logiques de mesures (Beauvisage, 2016) ou d'intégration de communautés virtuelles en netnographie (Porter, 2004). Des analyses qualitatives couplent les données collectées à des entretiens (Ouakrat, Mésangeau, 2016) et comme nous l'avons souligné, les données utilisées pour la recherche sont alors celles « affichées » sur le web (liées à un usage explicite et spécifique).

Il est question ici d'une éthique de la recherche sur le web qui est en train de se

construire (Latzko-Toth, Proulx, 2016) : si le big data nous propulse à l'ère de la « transparence », augmentant considérablement les possibilités de recueillir des informations sur les usages, les revendications légitimes de droit à l'anonymat complexifient les rapports d'une part, entre méthode de recherche et éthique et d'autre part, entre éthique de la recherche et exploitation de ces nouvelles connaissances dans une visée stratégique sur le web.

Les Sciences Humaines et Sociales sont en prises avec cette problématique éthique de l'utilisation, pour l'analyse, des traces de l'usager sur le web. Une sorte de « méfiance », de « défis » méthodologiques comme déontologiques animent la communauté de chercheurs lorsqu'il est question d'analyser ce qui est « affiché mais non perçu » dans sa totalité par l'usager (Jeanneret, 2011, p.4). Le caractère plus ou moins intrusif d'une méthode d'observation à l'insu des usagers questionne le respect de la vie privée (Latzko-Toth, Proulx, 2016, p.47). Pour autant, il nous semble nécessaire de proposer un cadre, des outils et des méthodes pour l'analyse des traces en Sciences de l'information et communication, car celles-ci participent aujourd'hui, de fait, du processus d'interaction numérique.

Les premiers principes qui s'esquissent pour formuler une éthique de la recherche concernent les conditions et les degrés de visibilité de l'information médiée par la recherche (*Ibid.* p.49 ; Zimmer, 2010). Ce sont les techniques d'anonymisation de la donnée qui apportent les premières réponses. L'enjeu se situe également au niveau de la restitution des conditions d'énonciations pour ne pas déconnecter le geste de l'usager de la relation co-énonciative qui se jouait alors dans le cours de l'interaction.

La deuxième question éthique est, selon nous, la visée stratégique de l'exploitation de ces informations. Lorsque la recherche porte à la connaissance des analyses sur les processus d'interactions quelles en sont les possibles utilisations ?

Les analyses de comportement, ou web usage Mining, utilisées à des fins de stratégies d'orientation de l'usager ne sont pas sans défier la notion d'éthique, au sens de partage d'un *ethos*, tant au niveau des objectifs que des méthodes. Il s'agit d'influer sur la perception d'un usager que ce soit pour informer, convaincre, inciter à réaliser

une action (Brusilovsky. 2001). Et pour agir sur l'usager, le nouveau gisement de données sur et produit par celui-ci est une source d'information précieuse dont il convient de trouver les modalités de transformation en connaissance. Nous faisons référence ici à une question qui anime des recherches de différents champs disciplinaires (études sociologiques, comportementalistes, marketing ...) : qui sont les usagers ? Qu'inscrivons nous derrière le pronom relatif « qui » ? Il est une identité administrative ou encore un membre d'une communauté dont on décrit les usages en fonction d'un contexte, un individu dont on observe les réactions ? Les instances de l'énonciation stratégique produisent un discours incitatif, forme de « discours d'influence produit dans un monde social » pour «agir sur l'autre, pour le faire agir, le faire penser, le faire croire » tel que le définit Ghiglione à propos du discours politique (Ghiglione,1974, p.173). Les stratégies de communication numérique poursuivent cet objectif d'orientation de l'autre s'appuyant sur les potentialités technologiques.

En tentant d'appréhender les modes de fonctionnement cognitif et émotionnel de l'usager pour mettre en place des interactions fondées sur un schéma stimuli-réponse, les démarches intrusives s'éloignent radicalement de l'appréhension que les ONG peuvent se faire de l'usager : un être culturel qui perçoit son environnement en fonction des valeurs esthétiques, éthiques, politiques qui le meuvent et l'émeuvent. L'assomption de ces valeurs exprime une certaine responsabilité citoyenne.

La visée éthique de la recherche comme du design donne à ce sujet des pistes de réflexion, comme celles visant à créer les conditions d'exercice de la réflexivité par les usagers à partir de leurs traces : « Les traces peuvent aussi être mobilisées au sein d'applications qui les mettent au service de la réflexivité individuelle et de l'appropriation des dispositifs. Une condition pour que nos parcours et nos lectures soient véritablement créatifs et dépassent les lois de l'imitation. » (Ertzscheid et al, 2016, p.72). À ce sujet, nous retenons les propos de A. Findeli sur la visée prospective du design : « le regard que pose le design sur le monde est projectif. Entendons par là que, pour les designers-chercheurs, le monde est à parfaire, il est un projet et non seulement un objet qu'il faut décrire, dont il faut expliquer les causes ou comprendre

le sens » (Findeli, 2006, p. 23). Le regard de la recherche sur le design doit intégrer cette dimension projective indispensable, selon nous, pour cerner le rôle du design dans la relation co-énonciative.

II. La trace comme présence co-énonciative

Pour dépasser une conception de la trace uniquement technologique ou « construite » sciemment par l'usager, la sémiotique propose un cadre théorique permettant de relier le geste de l'usage dans ses dimensions implicites et explicites aux conditions d'énonciation de ce geste.

C'est le projet défini par N. Pignier en considérant l'usage en fonction de la relation qui se créé au support matériel, formel et erghodique (Pignier, 2014, p.46). Il s'agit de mettre en évidence les niveaux de figuration ou contre-figuration de l'usager lorsque, par exemple, celui-ci « passe du support formel agencé sur Delete.im à celui agencé sur Facebook ou Twitter et à des parcours de travail ou supports erghodiques différents. » (*Ibid.*).

Les analyses de J. Bonaccorsi abordent également la dimension signifiante du geste de l'usager en fonction des configurations des dispositifs (Bonaccorsi, 2016, p.144). Une analyse a été menée par l'auteur sur un site participatif en direction des jeunes autour du débat sur l'environnement initié par la région Poitou-Charentes (Ideal-Eu).

J. Bonaccorsi et V. Julliard montrent que la visée stratégique initiale de la région - « faire débattre en vue d'une assemblée participative » - est configurée dans une logique « au croisement de deux acceptions de la participation, politique et communautaire. [...] Les lycéens vont ensuite interpréter cette proposition selon leur pratique d'Internet – comme en témoignent, par exemple, les manières de se présenter, qui évoquent les sites web de réseautage social tels que Facebook et témoignent d'une certaine « résistance » vis-à-vis des injonctions, réelles ou

supposées, de la région ». Des formes de « reconfigurations des rapports de pouvoir » semblent alors possibles, selon les auteurs (Bonaccorsi, Julliard, 2009, p.13).

Pour A. Saemmer (2016), la question de l'anticipation des pratiques par les dispositifs nécessitent d'analyser précisément la rhétorique de la réception du texte numérique, de mettre à jour les différents effets de sens parfois surprenants engendrés notamment par l'hypertexte. Lors d'une expérimentation pédagogique, le chercheur a analysé les relations sémiotiques de l'hypertexte au texte relié dans un corpus journalistique et en a révélé « le potentiel signifiant extrêmement diversifié [...] allant de la dialectisation à la réinterprétation, de la manipulation à la subversion, qui ne diminue pas toujours l'incertitude du lecteur. » (op.cit, 2011 (1), p.43). Avant d'activer l'hyperlien « propos raciste » dans une interview dont le texte relié affiche un parti pris du journaliste, A. Saemmer demande aux étudiants de dévoiler leurs attentes par rapport à ce lien. Elle en conclut « leurs attentes avaient en effet fortement divergé de cette anticipation d'usages. Ils s'attendaient majoritairement (28) à ce que ce lien fournisse une définition du terme « propos raciste » » (*Ibid.*, p.46).

De telles analyses montrent la richesse des effets de sens configurés par les dispositifs de médiation numérique et la nécessité de procéder à une étude de la potentialisation des relations co-énonciatives de ces derniers ; ceci afin de saisir la portée du geste de l'usage figurant ou contre-figurant la promesse initiale inscrite dans la visée stratégique et créative par l'instance énonciative.

Notre projet reprend les fondements théoriques de ces analyses sémiotiques pour proposer un cadre et des outils à l'évaluation d'un cours de l'interaction à partir des traces de la présence co-énonciative.

II.1. Présence vs Identité

La trace du geste de l'usager ne se résume pas à une trace technologique ni même à une trace construite mais est issue de la relation de l'usager avec les différentes strates énonciatives du design conceptuel, matériel, éditorial, d'usage. Cela

signifie-t-il pour autant que la trace est le reflet fidèle de l'identité numérique de l'usager ?

Être avec l'autre dans le processus d'engagement supposerait-il, dans l'espace numérique, la présence d'un soi virtuel pour pouvoir faire la rencontre d'un autre virtuel ? S'agit-il de « la sculpture agissante de soi dans le monde virtuel » (Georges, 2007, p.2) au sens d'une marionnette rendue visible sur l'écran ? De nombreuses études portant sur l'identité numérique se fondent soit sur des dispositifs qui supposent l'appropriation ou la construction d'un personnage : l'univers du jeu par exemple (Georges, 2007), soit sur des dispositifs impliquant une mise en scène de soi : les réseaux sociaux principalement (Ertzscheid, 2013 (2)).

Or, nous nous intéressons à l'espace numérique le moins « spectaculaire » en termes de dispositifs immersifs, dispositifs qui ne demandent pas directement aux usagers d'« écrire » une identité. Les analyses de F. Georges permettent de saisir comment, lorsque le dispositif met en scène l'immersion d'un personnage progressant au sein d'un paysage, en « ces moments l'espace virtuel s'enchâsse dans le réel au point de prendre le pas sur lui. » (Georges, 2007, p.423). Dans ce cadre, pour l'auteur « l'identité à l'écran est une construction comme l'identité en général, si ce n'est qu'elle produit un objet concret. » (Ibid) par des opérations de modelage et de remodelage. L'identité numérique est « cette représentation de soi à l'écran » (*Ibid.*) en tant qu'objet visible.

Dans notre cadre d'analyse il n'est pas question d'avatars, il n'est pas question non plus de confusions entre un monde virtuel et un monde réel. Plus largement, c'est la question de la documentation de soi (Ertzscheid, 2013 (2), p.52 ; Ertzscheid, 2009) maîtrisée par l'usager ou réalisée à son insu qui se joue au niveau de l'identité numérique. Par exemple, du point de vue de l'identité numérique, un usager qui partage une vidéo est considéré en fonction du contenu qu'il publie (identité déclarative), de la trace que laissera ce contenu dans le fil d'actualité de son réseau social (identité agissante), des recommandations que lui fera ensuite le dispositif

(identité calculée)[63].

Cependant, nous remarquons avec les analyses de P. Ouellet, que le processus d'engagement peut se situer en dehors de préoccupations identitaires (entendues comme filiation, origine) et plutôt se manifester comme une présence dans un espace co-construit avec l'autre. P. Ouellet saisit ce mouvement de rapprochement de l'un vers l'autre dans l'acte d'énonciation qui crée, selon lui, « ou recrée les solidarités et les communautés au gré de l'expérience énonciative. » (Ouellet, 2004, p.14). Il précise que les sujets se lient alors « dans un « univers de discours » momentanément partagé, sous la forme notamment d'un désir ou d'un besoin commun, réciproquement exprimé, ou d'une disposition particulière face au «manque» collectif qui motive et légitime telle ou telle prise de parole. » (*Ibid.*). « L'univers de discours » de l'engagement manifeste la présence de l'usager, de l'ONG mais aussi du bénéficiaire de l'engagement. Ce dernier, s'il ne produit pas de « discours » directement au sein de l'espace numérique, sa voix et sa présence sont portées par l'Organisation.

Pour observer le processus d'engagement dans l'espace numérique, nous recherchons les signes d'une co-présence signifiant le partage d'une forme de réalité sociale au moment de l'interaction et, donnant lieu à une diversité d'expressions individuelles.

La présence est alors, pour reprendre les termes de P. Ouellet, la manifestation « de l'altérité commune qui constitue chaque soi comme singulier et de l'identité plurielle qui constitue chaque groupe comme communauté. » (Ouellet, 2002, p.14). Pour l'auteur, il s'agit là d'un véritable processus de construction car, dans cette acceptation, la communauté n'est pas pré-établie par une appartenance identitaire mais choisie, construite, métamorphosée « à travers les expériences perceptive, mnésique et imaginative du monde et des autres, autant dire à travers l'épreuve multiple et diversifiée de l'Altérité. » (op.cit, p.21).

Ce que nous retenons de l'analyse de P. Ouellet c'est la nécessaire co-présence de l'autre et de soi pour que se manifeste l'engagement dans l'espace co-énonciatif. Cette

63 Nous reprenons ici les catégories de l'identité numérique définies par Fanny Georges (F. Georges,*op.cit.*, 2008).

co-présence construit et fait évoluer une communauté accueillant la pluralité et la singularité des expériences.

> **Il nous semble ainsi d'autant plus pertinent de ne pas chercher à définir l'identité d'un groupe ou d'un individu dans l'engagement mais la construction d'une co-présence engagée dans l'expérience d'interaction à un moment donné. Ce qui importe, dans le processus d'engagement, n'est pas « qui » s'engage, au sens d'un individu déterminé par son genre, ses origines, son appartenance socio-culturelle, mais ce qui fait émerger l'engagement et ce qui advient de l'engagement pendant la relation à l'autre.**

Nous parlons de la présence comme d'une expression co-énonciative et non déterminée (par un groupe, par une identité, par un avatar) de soi et de l'autre. L. Merzeau propose de substituer « au principe d'identité celui de la présence » : « Ni somme, ni statut, la présence se déploie dans le temps : elle est irréversible et imprévisible, c'est-à-dire fondamentalement sociale, quand bien même les traces par lesquelles elle se manifeste sont traitées par des machines. » (L. Merzeau, 2010, p.4).

Nous souscrivons à cette définition de la présence numérique comme une manière d'être relié au monde non pas au sens de fusion avec ce monde mais au sens de relation co-énonciative, de manifestation de sa présence « sociale » et « sensible ». Nous comprenons que la présence sociale est caractérisée par le niveau d'adhésion aux valeurs morales, éthiques de l'ONG (son *ethos*). Lorsqu'un usager effectue un don en ligne ce n'est pas son identité numérique qui réalise un geste en direction de l'autre mais bien l'usager qui exprime, dans le temps de l'interaction, sa présence sociale au sens d'une manifestation de son intérêt pour le projet ainsi présenté par l'instance énonciative.

Cette présence « sociale », au sens d'un positionnement au sein de la société alimenté par nos choix, nos valeurs, nos désirs, fluctue également en fonction du rapport sensible de l'usager aux différents « faire monde » potentialisés par le dispositif de médiation. Cette présence sensible - au sens donné par E. Landowski, d'une présence

liée à la « compétence esthésique » (Landowski, 2005, p.43) de l'usager, sa capacité à percevoir, ressentir, de manière singulière, un espace signifiant ou l'esthèsis (Ouellet, 2000 ; Pignier, 2010) - échappe aux analyses de la trace. Nous pouvons, en suivant la trace du geste de l'usager, apprécier la manière dont il se glisse dans les esthésies fondatrices des stratégies de communication et dans l'*ethos* proposé.

II.2. Notre positionnement et définition

Nous concevons la trace du geste de l'usager dans l'espace numérique comme la manifestation d'une présence co-énonciative qui évolue au gré des expériences esthésiques (la relation de l'esthèsis de l'usager à l'esthésie collective) dans le tracé comme construit social, moral et éthique (lié à un *ethos*) créé par l'ONG.

Dans cette acception de la trace comme présence co-énonciative nous procédons à une analyse sémiotique de celle-ci à partir de la relation entre :

- l'intensité d'un geste de l'usage, c'est à dire les polarisations plus ou moins positives ou négatives avec lesquelles l'usager rencontre l'*ethos* de l'ONG
- et l'étendue du tracé de l'ONG, soit la force des expériences co-énonciatives configurées.

Nous envisageons cette proposition d'analyse sémiotique de la trace comme une alternative, s'agissant d'un changement de paradigme épistémologique répondant à une visée éthique de la recherche comme du design : nous n'observons pas qui s'engage (au sens d'une analyse sur les caractéristiques identitaires des usagers) mais comment la relation peut prendre différentes formes et forces dans le cours de l'engagement.

À l'heure d'une interrogation prégnante de la société sur la manipulation de ses

données personnelles, il nous semble important de revoir le cadre méthodologique pour l'analyse des traces en ne considérant pas une présence technologique déconnectée de la situation d'énonciation et en ne prenant pas seulement en compte la présence construite par l'usager. Il ne s'agit pas, lors de cette recherche, de connaître la source de l'engagement, son ancrage dans une histoire personnelle, dans une mémoire familiale, dans une sensibilité politique, sociale, ou affective. Il s'agit d'observer dans quelle mesure et par quel processus le design agit sur la validation, l'invalidation ou la construction de ces formes d'engagement de l'usager au sein de l'espace numérique.

Chapitre II. Anticipation de la présence « résistante »

Pour envisager le geste de l'usager, nous reprenons les propositions de N. Pignier (2013) : l'analyse des différentes strates énonciatives que l'usager est amené à figurer ou contre-figurer.

Nous avons mis à jour, dans notre première partie, le tracé des ONG dans l'espace numérique, tracé configurant des faire-monde et des manières d'être reliés au monde en fonction de l'*ethos* et d'une rhétorique multimodale qui renvoie à une esthésie particulière. Pour observer comment l'usager se meut dans ce tracé, nous augmentons cette première évaluation des dispositifs d'une réflexion sur l'anticipation des pratiques résistantes.

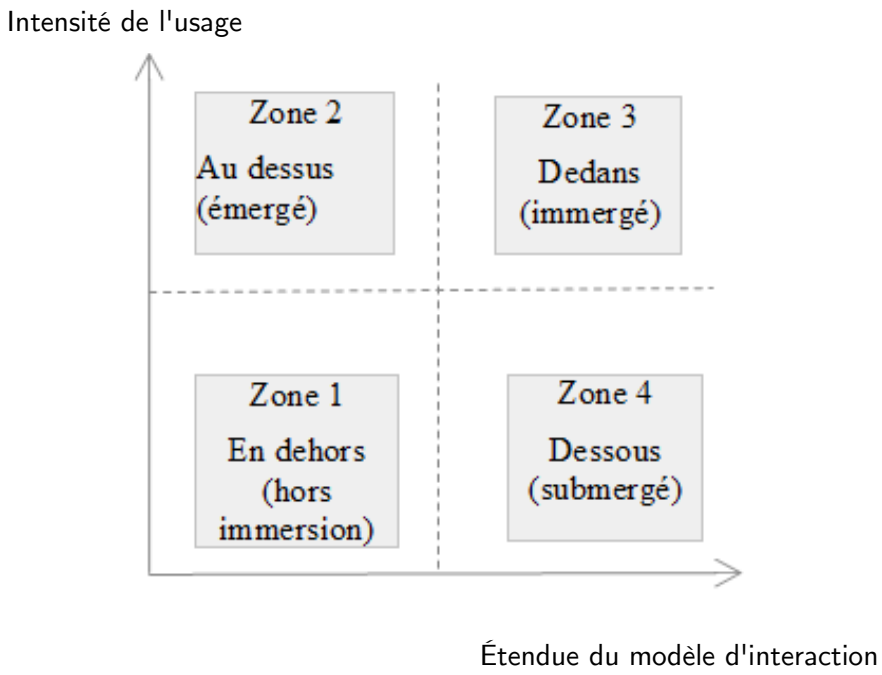
En effet, comme souligné par N. Pignier (2013), un usager peut, en fonction de sa propre saisie des expériences énonciatives éditoriales, dévier le tracé de la promesse d'énonciation, reconfigurer les rapports de « pouvoir » préalablement prévus dans le dispositif (Bonaccorsi, 2012), s'engager sur une autre voie que celle de ses propres horizons d'attente (Saemmer, 2016). Il est ainsi nécessaire de réfléchir ce geste de

contournement à partir de la configuration du dispositif afin d'en reconnaître ensuite la trace dans le cours de l'interaction.

Nous avons caractérisé les potentialités des dispositifs à partir de modèles d'interaction configurant des types de relations et expériences co-énonciatives de l'engagement. La valorisation ou dévalorisation du potentiel d'un modèle d'interaction est soumise au style d'interaction de l'usager, à l'intensité avec laquelle il évolue dans l'espace à vivre proposé. Les pouvoir être et pouvoir faire (configurés au sein des modèles d'interaction) dans une valorisation maximale de la part de l'usager aboutissent à la figure passionnelle de l'empathie. Mais reste à l'usager le pouvoir d'entrer en empathie avec ou de rester en dehors, indifférent aux causes défendues par l'ONG.

Ainsi, le degré de valorisation de l'usager du modèle d'interaction peut prolonger ou altérer l'expérience. La tension entre l'étendue du modèle, c'est à dire l'étendue des possibilités d'interaction, et l'intensité avec laquelle l'usager valorise ce modèle, montre les catégories de présence co-énonciative.

L'usager peut vivre l'expérience d'immersion dans l'univers référentiel de l'ONG lorsqu'il agit avec l'ensemble des possibilités offertes par le modèle d'interaction. L'usager est dedans, dans l'espace à vivre proposé. Un modèle d'interaction fort mais avec une valorisation faible de la part de l'usager implique une submersion pour l'usager. Celui se retrouve en dessous des possibilités configurées dans le dispositif, et est ainsi submergé (conséquence négative de l'immersion) par l'univers proposé. Un modèle faible avec une valorisation forte place l'usager au dessus. Il émerge par rapport à la capacité réactive du modèle et peut donc être frustré du peu de possibilités offertes. Une intensité et une étendue faibles reviennent à laisser l'usager en dehors. Il ne peut pénétrer dans un univers qui n'existe pas.



Zone 1 : valorisation faible d'une configuration faible d'expériences

Zone 2 : valorisation forte d'une configuration faible d'expériences

Zone 3 : valorisation forte d'une configuration forte d'expériences

Zone 4 : valorisation faible d'une configuration forte d'expériences

Figure 22 : Schéma des valorisations d'un modèle d'interaction (M.I.)

I. Contre-figuration de l'autorité

I.1. Scénario de déviation du M.I. Information : méfiance et confusion

La stratégie configurée par le modèle d'interaction d'information consiste en l'intermédiation d'un savoir légitimé par l'expertise des acteurs de l'ONG. La construction de l'engagement de l'usager est alors censée se réaliser au contact de ce savoir qui fait autorité.

Le fait de réinvestir les informations médiées par la figure d'autorité pour ouvrir un débat s'inscrit en contradiction avec la stratégie de légitimation par l'expertise interne. La visée stratégique d'un tel modèle se situe précisément dans le « maintien » de l'usager dans un mode de connaissance internalisé : la confrontation avec des sources « non balisées » par l'instance énonciative peut alors être considérée comme un usage déviatif.

Cet usage peut confirmer, conforter le discours de l'ONG mais peut également fragiliser la structure de confiance et d'autorité sur laquelle repose l'engagement dans ce type de modèle d'interaction. Il ne s'agit pas de dire ici que les ONG à fort niveau d'expertise sont contre le débat mais d'observer que les modèles d'interaction d'information opèrent stratégiquement en vase clos et que l'ouverture, par l'usage, à d'autres sources d'informations contradictoires s'inscrit dans un contournement de la visée autoritaire de l'instance énonciative.

Le niveau de figuration attendu par le modèle d'interaction d'information situe l'expérience de l'engagement dans la compréhension des enjeux de celui-ci en établissant les conditions d'accessibilité à cette information dans un climat de confiance en l'expertise de l'ONG. S'il n'est certainement pas possible de réfléchir tous les usages à cette configuration, et c'est là la force du geste perceptif tel que le défini N. Pignier « engageant le corps et le mental tout à la fois » (Pignier, 2013, p.160), il revient à l'analyse sémiotique de l'anticipation des pratiques, de définir des scénarios de résistance ou des scénarios contredisant des horizons d'attentes (Saemmer, 2016) .

Ainsi, nous situons le geste résistant dans la zone de l'intensité faible (fig.19), non pas comme un non investissement de l'usager dans la situation d'interaction, mais comme une intensité faible vis-à-vis de la réalisation des expériences configurées par un modèle en particulier. C'est pourquoi un usager « activant » les nombreuses possibilités d'accès du modèle d'interaction sans jamais concentrer son attention sur une des informations transmises, est considéré dans le schéma tensif (fig.19) comme vivant peu intensément les modalités d'interaction d'information, celles-ci étant précisément configurées pour accéder à une forme de savoir et permettre un

engagement éclairé. Ce geste de l'usager vagabondant sans construire un parcours dans l'étoilement informationnel relève d'une expérience qui peut-être celle de la confusion, de la désorientation. L'incompréhension d'un usager face au modèle d'information dévie alors la promesse d'un engagement éclairé et légitimé.

Les contournements, par l'usage, des formes d'accessibilité sont par exemple liés à une démarche politique consistant à retwitter systématiquement une information (Mabi, Theviot, 2015 pp.5-24), ce qui a pour conséquence d'enfouir l'information plutôt que de la rendre accessible et lisible. L'extraction d'une information de la situation d'interaction proposée par l'instance énonciative peut également dérégler la stratégie d'intermédiation basée sur des sources. Ce sont alors les rumeurs (ou hoax) qui deviennent les contraintes de ce modèle d'interaction nécessitant une forte modération des discours provenant de l'extérieur. Les Réseaux Sociaux deviennent dès lors les meilleurs ennemis du modèle d'information car sont autant des dispositifs de médiation des connaissances que des « machines à faire ou à défaire l'autorité » (Merzeau, 2013, p.171).

La situation inverse, celle d'un horizon d'attente informationnelle fort de la part d'un usager cherchant peut-être à se rassurer sur le bien fondé de l'engagement, peut le conduire, dans un modèle configurant une dimension d'intermédiation faible, à une forme de méfiance ou tout du moins d'incompréhension. Ce type de parcours de l'usager est notable dans l'activation de la majorité des icônes liées à ce référent informationnel comme « en savoir plus » alors que la modalité principale proposée serait, par exemple, la visualisation d'une vidéo.

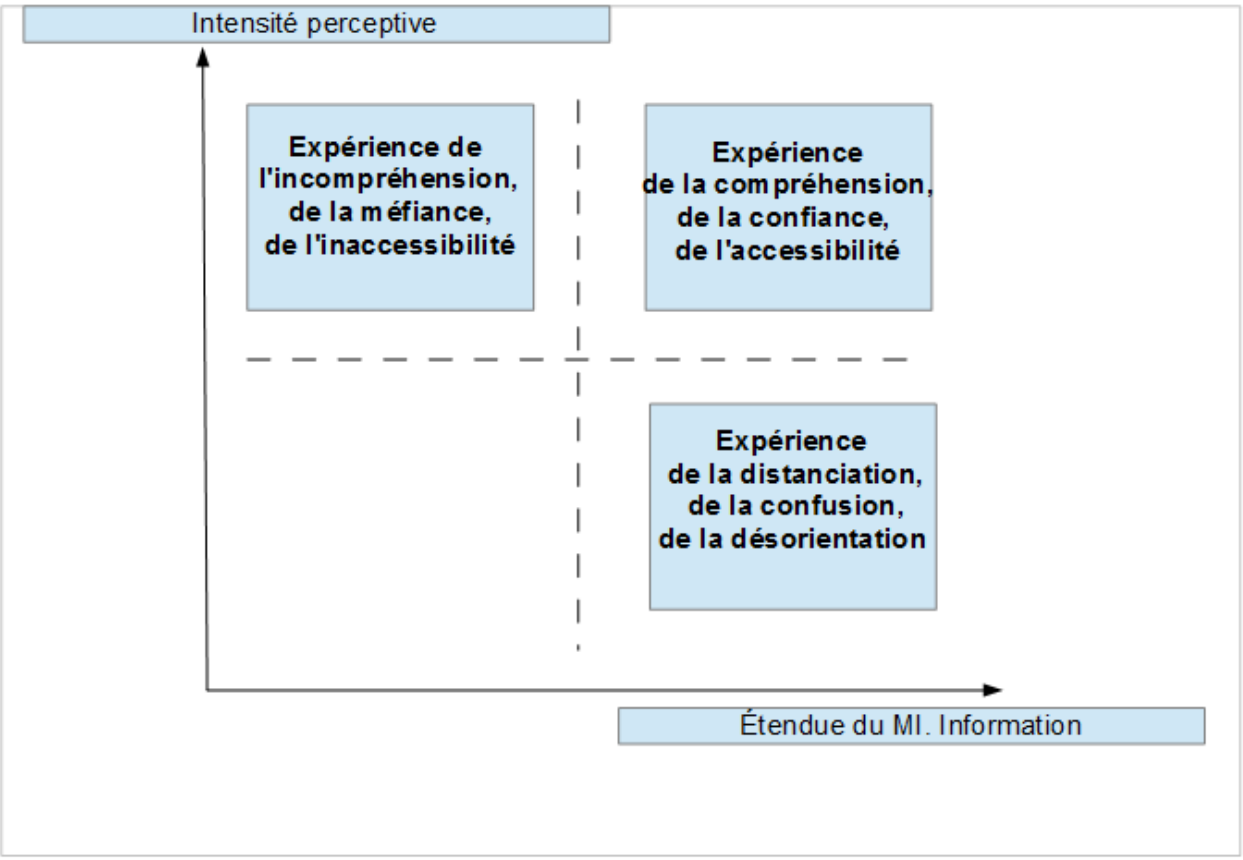


Figure 23 : Schéma tensif des expériences au sein d'un M.I. d'information

I.2. Exemple d'anticipation des pratiques résistantes : les remparts à la distanciation.

Concernant l'anticipation des pratiques au sein des stratégies, la configuration du dispositif de MSF est très instructive. En effet, le tracé de MSF dans l'espace numérique montre toute l'attention accordée au maintien de la légitimité des acteurs du discours jusqu'à orchestrer en interne la circulation critique sur l'Organisation elle-même.

L'étoilement applicatif structuré à partir du site institutionnel place la critique au cœur même du processus d'engagement de MSF :

- Le site web institutionnel se fonde sur un modèle d'interaction d'information : l'usager est, dans l'espace numérique, tenu à distance du terrain et mis en

relation avec une information légitimée par autant de preuves vidéo, témoignages, articles de l'action experte de MSF.

- La campagne Agir avec MSF introduit un modèle d'interaction d'analogie, projetant l'usager dans une proximité avec les médecins, ces acteurs de terrain.
- Un autre site est accessible à partir du site institutionnel, celui d'une fondation de recherche créée par MSF en 1999 sous le nom de Crash, réunissant des contributions qui « ne représentent pas la « ligne du parti » MSF, pas plus qu'ils ne cherchent à défendre une conception du « vrai humanitaire ». Leur ambition est au contraire de contribuer au débat sur les enjeux, contraintes, limites - et par conséquent dilemmes - de l'action humanitaire. »[64].

Crash est l'espace critique de MSF alimenté par des personnalités scientifiques de l'Organisation n'hésitant pas à contrarier les positions internes, à mettre sur la place publique les tensions inhérentes au milieu humanitaire. Ce site web positionne ainsi MSF comme le premier critique de MSF. La visée réflexive de l'ONG orchestrée par Crash reflète l'indépendance politique, morale et financière à la base même de l'Organisation. Cette volonté de placer la critique comme élément de la légitimité de MSF, perçue comme capable de se distancier de sa pratique, peut amoindrir la portée des débats venus de l'extérieur. Ce sont également ces recherches menées par le Crash qui aliment la formation des cadres de MSF et des acteurs de terrain, institutionnalisant ainsi la pratique de la critique.

64 Présentation des objectifs de la fondation sur leur site : http://www.msf-crash.org/, consulté en mars 2016

Illustration 36 : Capture d'écran de la page d'accueil du site http://www.msf-crash.org/, consultée le 18 juillet 2016

- C'est encore un blog (http://blogs.msf.org/fr) qui permet aux acteurs de terrain de resituer le débat sur l'urgence locale et de distancier leur pratique des réflexions critiques assumées par Crash. On retrouve alors des posts affirmant que « MSF c'est aussi une asso » qui débat à l'intérieur de sa structure (article du 31 mars 2016). Ce sont surtout des retranscriptions d'une vision personnelle de l'humanitaire, d'une perception sensible des lieux, des missions, des hommes qui entourent les acteurs de MSF : les post traduisent frustration, fierté, poésie de l'instant, peur, envie.

Illustration 37 : Capture d'écran blog.msf.org/fr, consulté le 19 juillet 2016

Cette division des responsabilités entre acteurs de terrain (blog), acteurs de la recherche (Crash), acteurs institutionnels (site web) joue sur la transparence des tensions internes et ainsi multiplie les points d'entrée possibles pour l'usager. Ce dernier peut se sentir proche d'une Organisation officielle ou d'une instance critique ou encore d'une réalité de terrain.

En créant les lieux de la critique, l'ONG désamorce les possibles usages déviatifs. Un étoilement stratégique des espaces numériques répond à ce que E. Rambaud a identifié comme étant une véritable théorie de la pratique MSFienne prodiguée à l'ensemble des acteurs, du cadre au terrain : « l'autocritique permanente de MSF peut – à certains endroits et sans que ça n'en soit jamais l'objectif – renouer avec ce qu'elle entend contrer : l'autojustification et l'autosatisfaction, autres ressorts puissants de l'adhésion à MSF. La critique peut tendre à l'autojustification car la frontière est mince entre rendre raison de ce qu'on a fait, même à tort, et se donner de bonnes raisons de persévérer dans l'action ou d'en interrompre le cours. Ainsi, les MSF les plus critiques de la théorie de la pratique de l'ONG reconnaissent-ils que ses orientations ne sont pas « laissées au hasard », semblant perdre en arbitraire ce qu'elles gagnent en sophistication discursive. » (Rambaud, 2009, p.752).

L'existence d'une pluralité de mondes dans l'espace même de MSF permet l'exercice

de « la posture d'extériorité » (Boltanski, Thévenot, 1990 p.133) nécessaire au déploiement de la critique. L'usager peut alors se sentir éloigné d'un « monde » (celui de l'institution par exemple) pour « se retrouver » dans un autre (celui des acteurs de terrain), sans qu'il n'ait jamais l'occasion d'exprimer sa propre critique, tout en ayant la possibilité de se reconnaître dans la critique exprimée par un des groupes.

Cette circulation en vase clos a, selon R. Brauman, souvent donné « une image arrogante » de MSF comme faisant « cavalier seul ». Rony Brauman, ancien Président de MSF, légitime cette attitude par l'histoire qui fonde l'*ethos* de l'engagement de MSF : « Cette politique du «cavalier seul» est une réalité. Elle a ses raisons, que l'on trouve encore dans l'histoire de MSF, les circonstances dans lesquelles elle s'est forgée son *ethos*. La polémique sur l'aide au Cambodge après la défaite des Khmers Rouges par l'armée vietnamienne en est une. Lorsque le Cambodge a commencé à s'ouvrir à l'aide internationale, à l'été 1979, donc quelques mois après la victoire de Hun Sen, toujours au pouvoir aujourd'hui, MSF a estimé que les conditions minimales d'action à l'intérieur du pays n'étaient pas remplies. Notre action a alors pris la forme d'une protestation publique, d'une manifestation à la frontière du Cambodge (la « marche pour la survie du Cambodge ») dont le résultat le plus marquant, outre une couverture de presse impressionnante, fut une rupture assez franche avec une bonne partie du monde de la solidarité internationale. Je participais souvent à des réunions du Fonds d'aide d'urgence de la Commission européenne à Bruxelles durant cette période, où j'étais confronté à une hostilité quasi-générale des ONG. » (interview de R. Brauman sur le site web Grotius international, 3 avril 2011)[65]. Cet ancien Président de MSF, Directeur de recherche à la fondation de MSF au moment de l'interview n'hésite pas à dire au journaliste qu'il partage parfois ce sentiment d'une Organisation « arrogante » déployant, encore une fois, la critique par des personnalités internes à l'ONG.

L'institutionnalisation de la pratique critique confère aux espaces de la médiation humanitaire MSFienne une apparence d'extériorité.

65 Consulté en ligne en mars 2016 : http://www.grotius.fr/msf-medecins-sans-frontieres-ou-la-politique-assumee-du-cavalier-seul/

Nous souhaitons, par cet exemple, montrer que la stratégie de l'instance énonciative anticipe ici un usage déviatif du modèle d'interaction d'information, celui de la confrontation, de la remise en question depuis l'extérieur, par une mise en scène de la critique au sein d'espaces internes qui fonctionnement ensemble comme un construit social de cette critique.

II. Contre-figuration des symboles

II.1. Scénario de déviation du M.I. Analogie : fantasme et démystification.

Les risques de contournement d'un modèle d'analogie se situent principalement dans le détournement de symboles. Ce modèle d'interaction, fondé sur la projection d'un univers symbolique dont les images fixes ou animées constituent le plan d'expression privilégié, contient en lui-même un fort potentiel de viralité, devenu un élément incontournable de la logique conversationnelle des réseaux sociaux.

Il y a là un changement de statut de l'image car si « la photographie était un art et un média » précise A. Gunthert, « nous sommes contemporains du moment où elle accède à l'universalité d'un langage. Intégrées par l'intermédiaire d'outils polyvalents aux systèmes connectés, les formes visuelles sont devenues un embrayeur puissant des conversations privées et publiques. La part que peuvent prendre les individus à leur production et à leur interprétation contribue à une évolution rapide des formats et des usages. La visibilité conférée par les réseaux sociaux accélère leur diffusion et donne naissance à des normes autoproduites. » (Gunthert, 2014, p.71).

L'embrayage conversationnel suppose un débrayage de l'image de la situation d'interaction initiale. Déconnectée de l'orchestration multimodale configurée par la stratégie de l'instance énonciative, l'image-symbole s'inscrit dans une démarche de ré-

éditorialisation : les images sont remises en circulation pourvues d'un sens ajouté ou détourné. Ceci peut se produire simplement par transfert d'un espace à un autre. C'est par exemple ce que montrent E. Mitropoulou et N. Pignier au sujet d'un dispositif de transfert d'images : « Immergés dans la réticularité, les usagers qui reçoivent un message disponible sur Delete.im s'empressent pour beaucoup, et avant même de le lire, de le prendre en photo avec leur smartphone pour ensuite le remettre en circulation sur des réseaux sociaux. À chaque fois, le message se trouve rééditorialisé, réorganisé différemment dans des interfaces graphiques diverses. En passant du support formel agencé sur Delete.im à celui agencé sur Facebook ou sur Twitter, on passe à des parcours de travail ou des supports erghodiques différents. Les messages se donnent alors à percevoir à chaque fois sous un nouvel aspect » (Mitropoulou, Pignier, 2014, p.10.).

L'autorité de l'image-symbole initiale est remise en question par le principe de transfert d'un espace à un autre supposant un débrayage d'une situation particulière à un embrayage dans une autre situation d'énonciation, celle de la conversation numérique. Ces formes visuelles font l'objet de déformation comme autant de mèmes c'est à dire de répliques d'un élément de la culture diffusées entre pairs. Cette notion de mème est introduite par R Dawkins en 1976 pour définir un « réplicateur » d'éléments culturels à l'instar du gènes, réplicateur génétique.

Ainsi, les stratégies de l'instance énonciative peuvent être détournées par des « ajouts » à l'image ou des transferts d'images d'un espace à un autre, déplaçant dans le même temps, le sens des symboles.

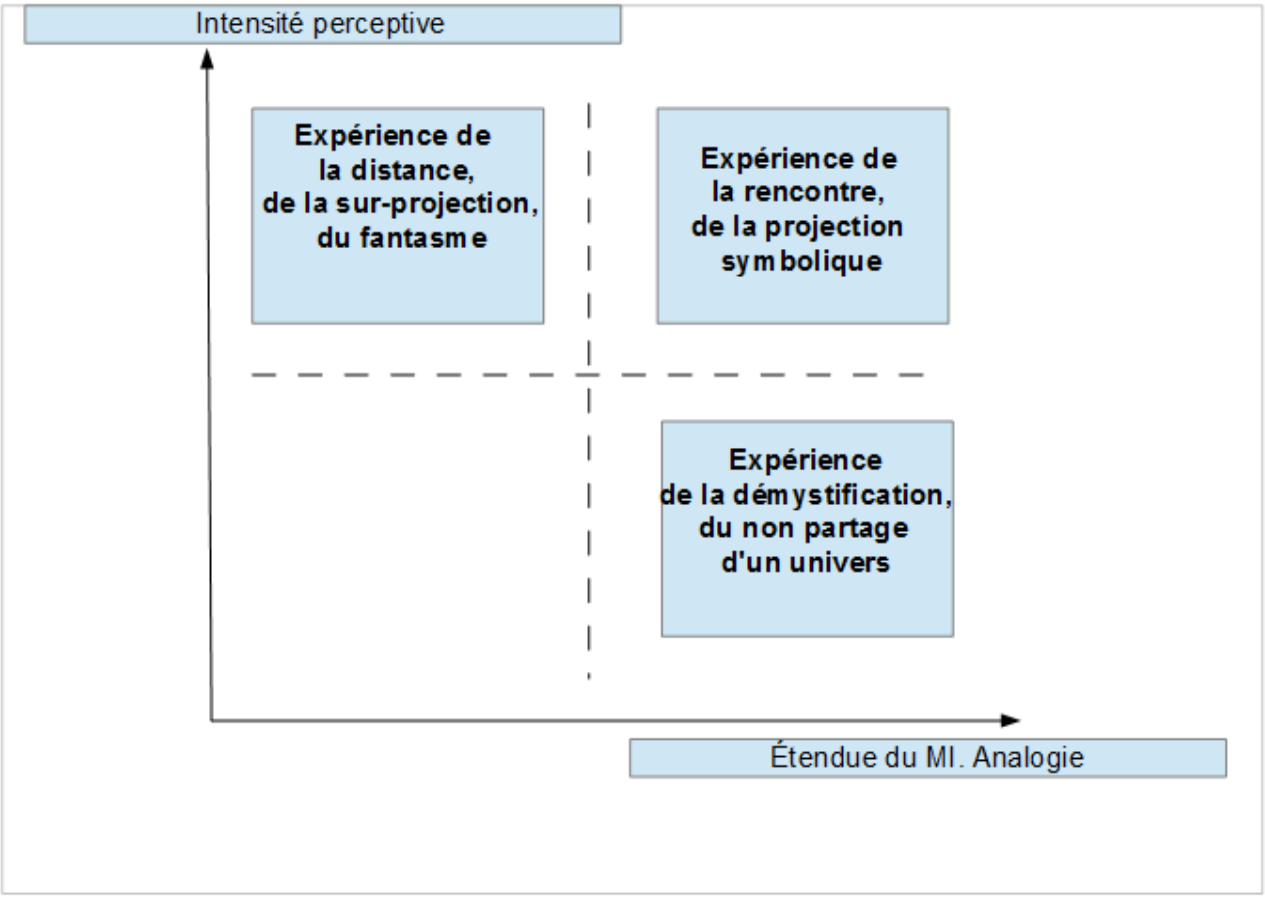


Figure 24 : Schéma des expériences du MI Analogie en fonction de l'intensité perceptive de l'usager

La figuration d'une situation d'interaction médiée par le modèle d'interaction d'analogie conduit à une rencontre symbolique dans l'univers de l'autre. Lorsque ce modèle propose une médiation de symboles non partagés par l'usager, ce dernier ne poursuivra vraisemblablement pas l'expérience de rencontre ainsi proposée. L'usager peut également se mouvoir dans le modèle mais avec une intensité qui ne se dirige pas vers les expériences attendues. C'est ainsi que les exemples de détournements d'images évoquées peuvent avoir lieu et par là même démystifier l'*ethos* mis en place dans le modèle à partir de cette projection symbolique.

Sur la question des horizons d'attente symboliques, lorsqu'un modèle ne propose pas cette manière de vivre la communication, l'usager est en situation de sur-projection. Il

donne à l'énonciation un pouvoir symbolique inexistant. Reprenons l'exemple d'un modèle d'information : si la projection symbolique attendue de l'usager n'est pas anticipée dans la stratégie, la figure de l'intermédiaire peut alors devenir une figure fantasmée au lieu d'une figure d'autorité.

II.2. (dé)culpabilisation (M.I. Analogie + Information)

Nous avons observé qu'un modèle d'interaction d'analogie couplé à un modèle d'information potentialise une expérience de reconnaissance du monde de l'autre sous la forme de l'altérité. L'intermédiation de l'ONG ne produisant pas l'effet de fusion dans un univers symbolique mais l'effet de reconnaissance de notre impact sur l'impact du monde de l'autre. C'est par exemple les modalités d'interaction du dispositif de Greenpeace « Arrêthon » : la symbolisation d'un monde propre à l'écosystème de la pèche du thon mais au sein duquel les usagers, en tant que consommateurs, sont amenés à reconnaître leur impact sur l'évolution de celui-ci.

Le détournement sémiotique d'images symboles peut inverser ce processus de « reconnaissance ». Par exemple, les pratiques de photomontages politiques « [...] peuvent constituer des outils de revendication, d'activisme, de mobilisation, voire d'empowerment, mais, en tant qu'objets ludiques, ils peuvent aussi être vecteurs de déritualisation, de trivialisation, et de désacralisation ... » car tout ceci « dépend des usages » (Dolbeau-Bandin, Donzelle, 2014, p.27).

En utilisant des images-symboles de l'immigration, Robert Menard, maire de Bezier, sur son fil twitter opère un détournement sémiotique déconstruisant une perception de l'altérité au profit d'une perception invasive de l'autre comme étranger. L'image est associée au texte « ils arrivent ! » et à deux affiches placées sur les vitres du train « Bezier à 365 km » et « Ecole gratuite ». L'image déclinée dans l'espace numérique l'est aussi dans la ville faisant l'objet d'une campagne d'affichages municipale.

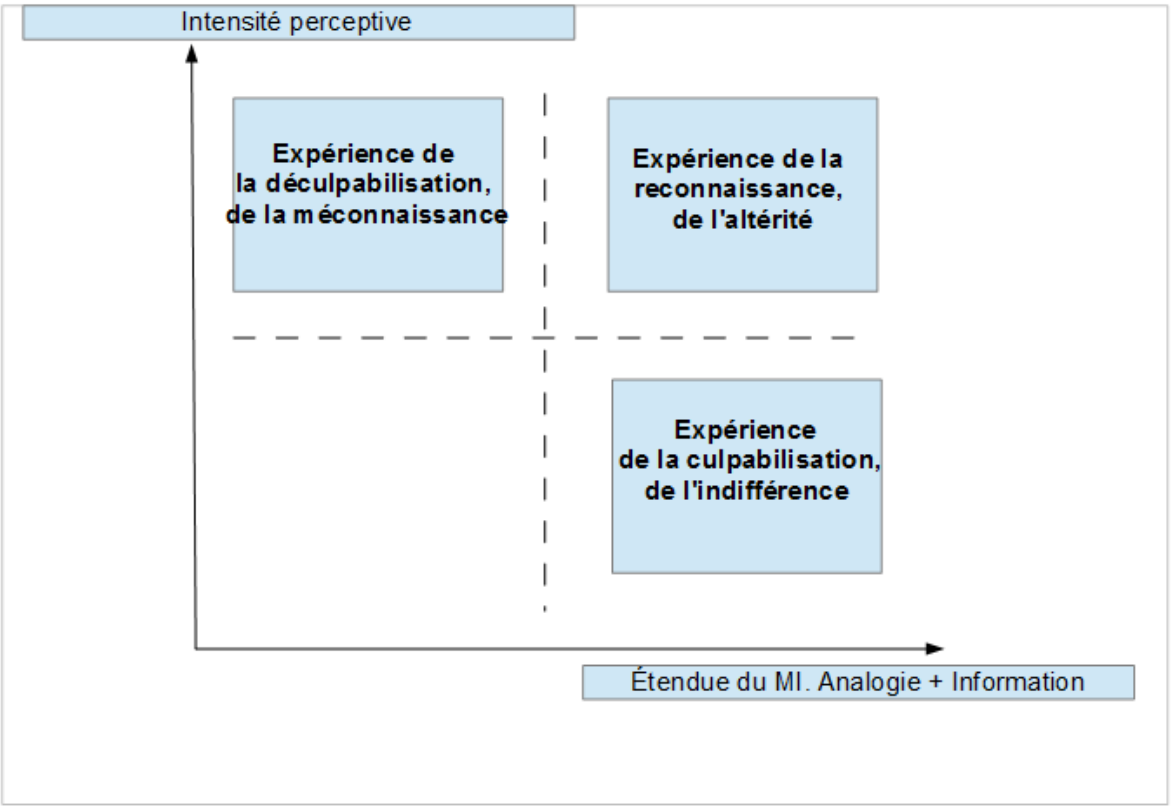


Figure 25 : Schéma tensif de la figuration ou contre-figuration d'un MI Analogie + Information

L'indifférence à l'égard de l'autre est potentiellement configurée par des modalités couplées de l'information et de l'analogie lorsque l'intensité perceptive de l'usager est détournée de la promesse énonciative. Ce détournement consiste en des formes de « caricatures », de re-diffusions partielles de l'information.

Quant à une intensité perceptive forte dans un modèle configurant peu d'expériences de la reconnaissance, des formes de déculpabilisation peuvent émerger. Un usager cherchant à « comparer » sa propre situation, son propre mode de vie à l'autre et n'accédant pas à cette dimension dans l'univers configuré peut en retirer la sensation de ne pas être «concerné », que son mode de vie n'est pas relié directement à l'autre. C'est cette déviation qui est anticipée dans le dispositif Arrêthon de Greenpeace en démontrant clairement à l'usager que son mode de consommation impacte le mode de vie de l'autre. Lorsque l'usager clique sur une boite de thon il est alors confronté à cette correspondance entre sa consommation et le désœuvrement des pécheurs traditionnels.

III. Contre-figuration des modalités performatives

III.1. VII.3.1 Scénario de déviation du M.I Performatif : dysfonctionnement et submersion.

Les modalités d'interaction performative configurent des expériences de concrétisation du geste de l'usager. Ce modèle fait appel à une configuration de l'interactivité assez forte permettant au dispositif de médiation de retranscrire les impulsions de l'usager dans un espace de visibilité de l'action. Prenons l'exemple de l'interface de RSF, Voiceless : lorsque l'usager passe la main devant sa bouche, son geste est retranscrit par la modification des images affichées à l'écran. L'usager s'appropriant le dispositif se retrouve à vivre une expérience concrétisée dans l'univers médié par RSF.

Nous considérons que ce modèle contient un fort potentiel performatif en ce qu'il demande à l'usager d'agir sur l'espace en vue de le modifier. Cependant, si l'usager est découragé par le dispositif à mettre en place ou n'a pas tous les outils pour être dans l'expérience (la caméra), il peut-être submergé, c'est à dire en dessous des possibilités offertes par le modèle d'interaction performatif. La présence du dispositif peut-être ressentie comme trop forte, trop visible pour que le processus de l'expérience ne se réalise. Si l'usager décide de ne pas activer l'expérience dans sa configuration interactive du fait d'un dysfonctionnement du dispositif, d'un matériel absent (la caméra) ou par manque de temps, l'interface de RSF propose une alternative qui est le défilement des images montrant l'information réelle puis l'information trafiquée. Les possibilités d'immersion deviennent faibles ; Si l'usager est en attente et manifeste une intensité forte, il se situera cette fois au dessus du dispositif et l'expérience configurée sera affaiblie. Une sollicitation trop faible de l'action de l'usager de la part du dispositif peut l'inviter à sur-réaliser c'est à dire à chercher des modes d'actions autres pour pallier au manque de sensibilité réactive de l'univers configuré.

Les possibilités d'intervenir directement sur l'espace numérique configurées par le

modèle performatif, ajoutent au risque de « fake », c'est à dire d'ajouts volontairement erronés.

Publier des défis sans avoir l'intention de les mettre en œuvre sur la plate-forme I know who grew it, ou encore éteindre une lumière virtuelle sans se prêter à la démonstration grandeur nature le jour J sur le site earthour de WWF, ne défient pas la stratégie de l'ONG, et témoignent même vraisemblablement d'une sympathie de l'usager pour l'action engagée, mais avec un degré d'investissement moindre que celui attendu par le modèle performatif.

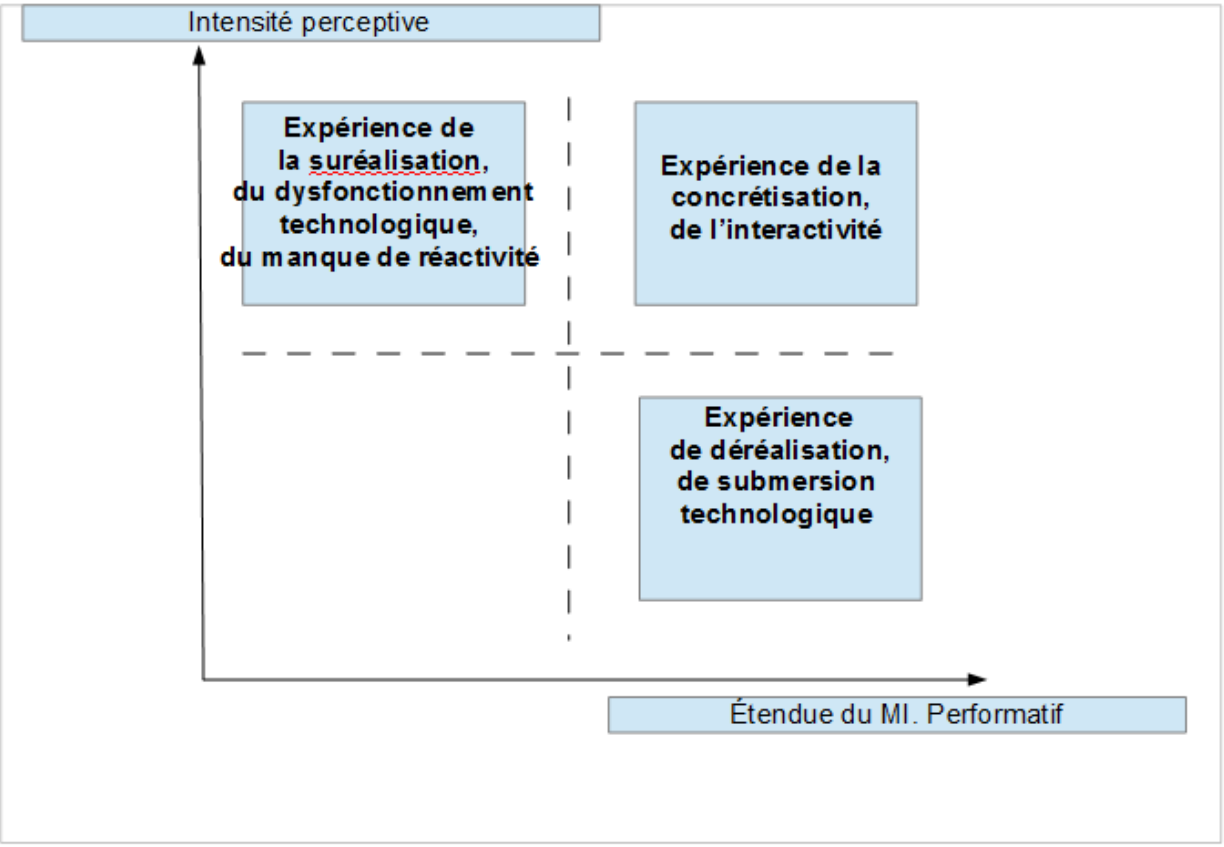


Figure 26 : Schéma tensif des expériences au sein d'un M.I. Performatif

III.2. Ennui et intrusion (M.I. Performatif + Information)

Lorsque la possibilité de l'usager d' « agir sur » cet espace est couplée à un modèle d'information, se créent des potentielles expériences au niveau de

l'identification par l'action.

Nous avons identifié la parenté des modalités couplées de l'information et de la performativité avec les serious game. Le détournement sémiotique le plus facilement repérable est sans doute le réinvestissement par l'usager du « game » mais pas du « serious ». Si l'usager n' « apprend » rien, n'identifie rien, alors l'expérimentation des enjeux de l'information comme fin du modèle d'interaction est inopérant. Par exemple, Run4Tiger, dispositif mis en place par WWF, implique un jeu sportif et virtuel avec un tigre mais dont le maître mot initial est la prise de conscience par l'usager de l'existence de la menace qui pèse sur l'animal ; Le don de l'usager lorsqu'il perd la course contre le tigre est censé redonner présence à ce dernier.

L'investissement exclusivement ludique du dispositif par l'usager, sans intention de don, ne déconstruit pas le sens et participe à la valorisation de l'action de l'ONG mais, détourne à des fins de « plaisir » un dispositif prévu à des fins de collecte.

Ce type de modèle peut faire basculer le geste du plaisir à l'ennui si la proposition faite à l'usager est perçue par celui-ci comme une répétition des univers ludiques quotidiennement utilisés : une sorte de banalisation, de lassitude peut ainsi voir le jour.

Ce sentiment de « déjà vu » à l'égard du dispositif Run4Tiger peut, par exemple, être lié à l'utilisation régulière d'applications de « quantified self », mesurant les performances sportives par le biais des technologies de géolocalisation.

L'analyse de T. Gobert sur le plaisir associé à l'interaction numérique (Gobert, 2013) montre, en premier lieu, que le plaisir n'est pas directement associé à la technologie et ceci dû à une conception du plaisir-jouissance largement répandue. Les postures et actions développées par les modalités performatives du dispositif sont finalement loin de cette définition du plaisir liée au corps voire s'inscrivent directement en contradiction : « Quand la lassitude survient, par exemple lorsqu'une recherche sur Internet ne donne pas les résultats attendus et qu'il semble « vide », le corps se manifeste par l'actualisation de postures de repos comme un allongement sur la

chaise, d'un éloignement par rapport au bien nommé « poste de travail » et éventuellement de la recherche de contacts dans l'entourage. » (Gobert, 2013, p.40).

La pratique familière de ce type de dispositif peut annuler l'effet de « fantasme » projeté sur celui-ci. L'ensemble des étudiants interrogés par le chercheur déclarent avoir déjà ressenti cet ennui lors de l'usage de l'ordinateur et pour 80% d'entre eux s'ennuyer quotidiennement dans cette pratique. T. Gobert souligne à cet égard : « malgré toute leur diversité de contenus et de fonctionnalités, les TIC ne parviennent pas toujours à relancer l'appétence. » (*Ibid.*)

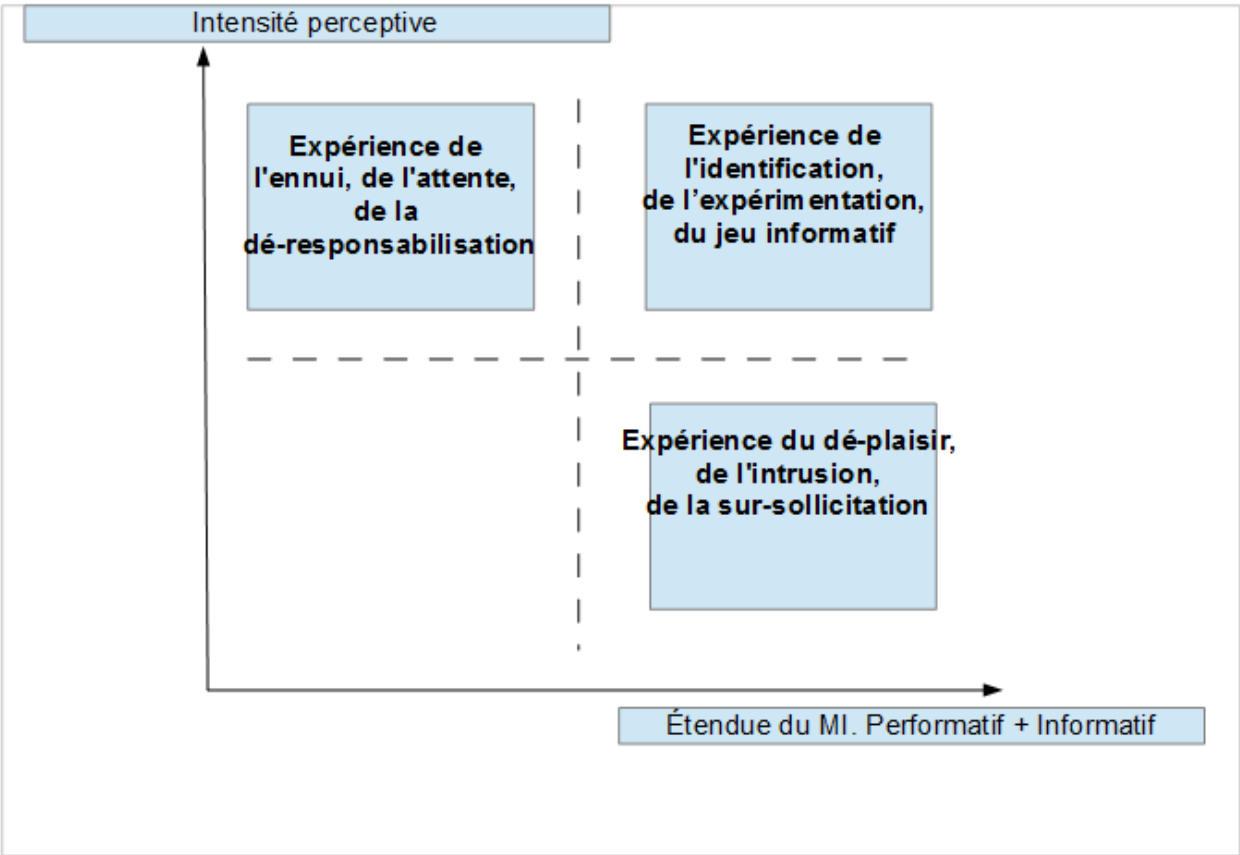


Figure 27 : Schéma tensif de la figuration ou contre figuration des MI Performatif + Information.

IV. Contre-figuration des sensations et des modalités de création

IV.1. Normalisation et dérèglement sensoriel (M.I. Analogie + Performatif)

Se plonger dans un univers où les sensations sont censées envelopper l'usager pour le stimuler peut rapidement basculer de l'immersion à la saturation, de la sensibilisation à la « gadgétisation ». Cette banalisation de l'offre expérientielle intervient lorsque la perception d'une forme d'artificialité et de superficialité prend le pas sur la quête de sens, comme dans la description de J.J. Boutaud d'une certaine pratique publicitaire : « [...] l'alibi commercial et l'encombrement du discours de marque, sur les packs ou les affiches, trahissent bien souvent le goût de l'artifice, avant l'art, la surenchère du signe, plutôt que la chair du symbole incarné dans la forme et la matière. C'est pourquoi l'image publicitaire peut fasciner, sous les traits hyperboliques d'aliments séducteurs transfigurés, mais agacer aussi, à force de grossir les traits et déformer le réel, ce qui n'engendre que déception, une fois le pack ouvert ou l'aliment découvert. » (Boutaud, 2013 (2), p.92). Une forme de dérèglement sensoriel peut se produire lorsque l'usager est envahi de signes et de sollicitions multi-sensoriels qu'il ne peut connecter à une réalité partagée. C'est aussi, à l'inverse, une forme de désensibilisation qui peut s'opérer dans un univers performatif uniquement opérationnel sans figuration de la sensation.

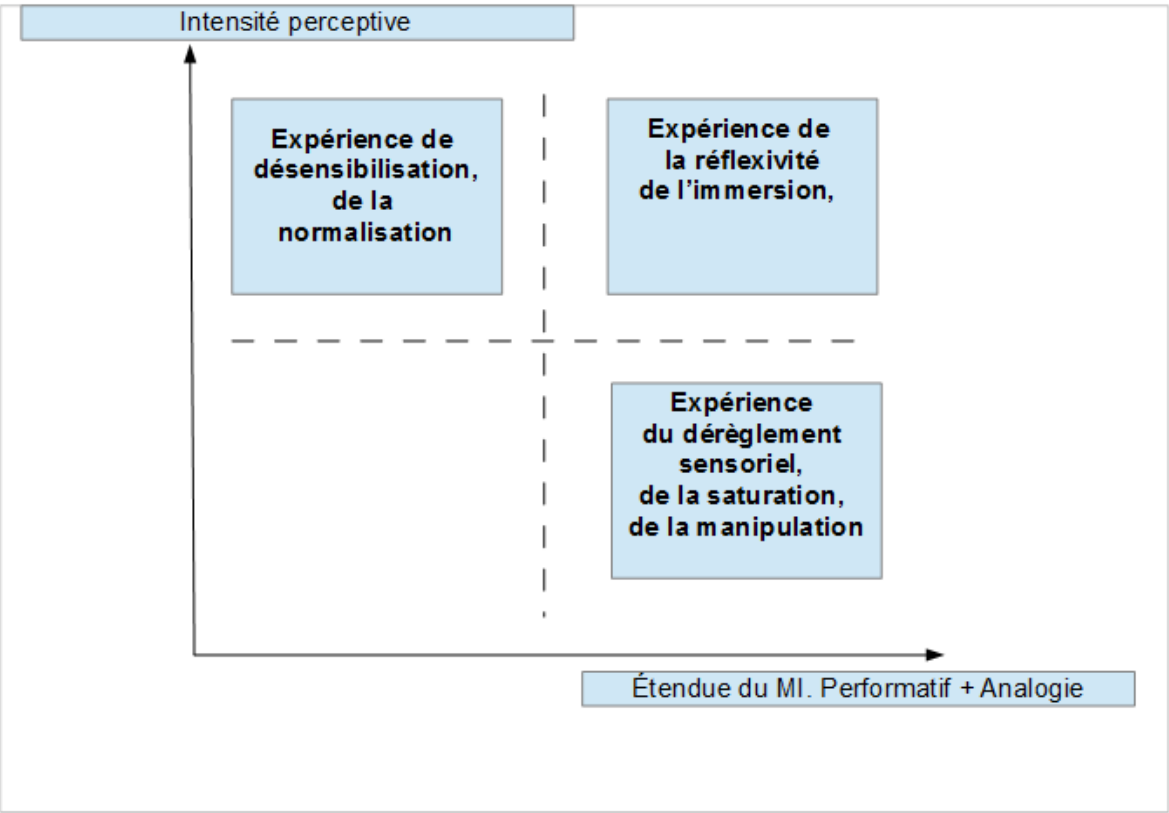


Figure 28 : Schéma tensif de la figuration ou contre figuration des MI Performatif + Analogie.

IV.2. Scénario de déviation du M.I. co-créatif : auto-complaisance et cacophonie

La figuration d'un modèle co-créatif doit permettre à l'usager de participer à l'élaboration d'un espace de l'engagement et de confronter, partager son point de vue avec une communauté. Une sensibilité faible à cet aspect contributif ou une méconnaissance des outils permettant cet exercice créatif peut contraindre l'usager voire l'éloigner de l'espace d'engagement.

Une sensation de non appartenance à une communauté construite autour de compétences spécifiques peut émerger de cette situation d'interaction. C'est encore le caractère communautaire exacerbé qui empêche la polyphonie d'un tel espace de se déployer ne faisant plus entendre qu'une seule voix de l'engagement.

A contrario, l'absence de modalités co-créatives isole chaque usager dans sa bulle

perceptive. Un usager souhaitant contribuer et n'ayant pas l'espace pour le faire pourra, dès lors, se sentir exclu d'une institution repliée sur elle-même.

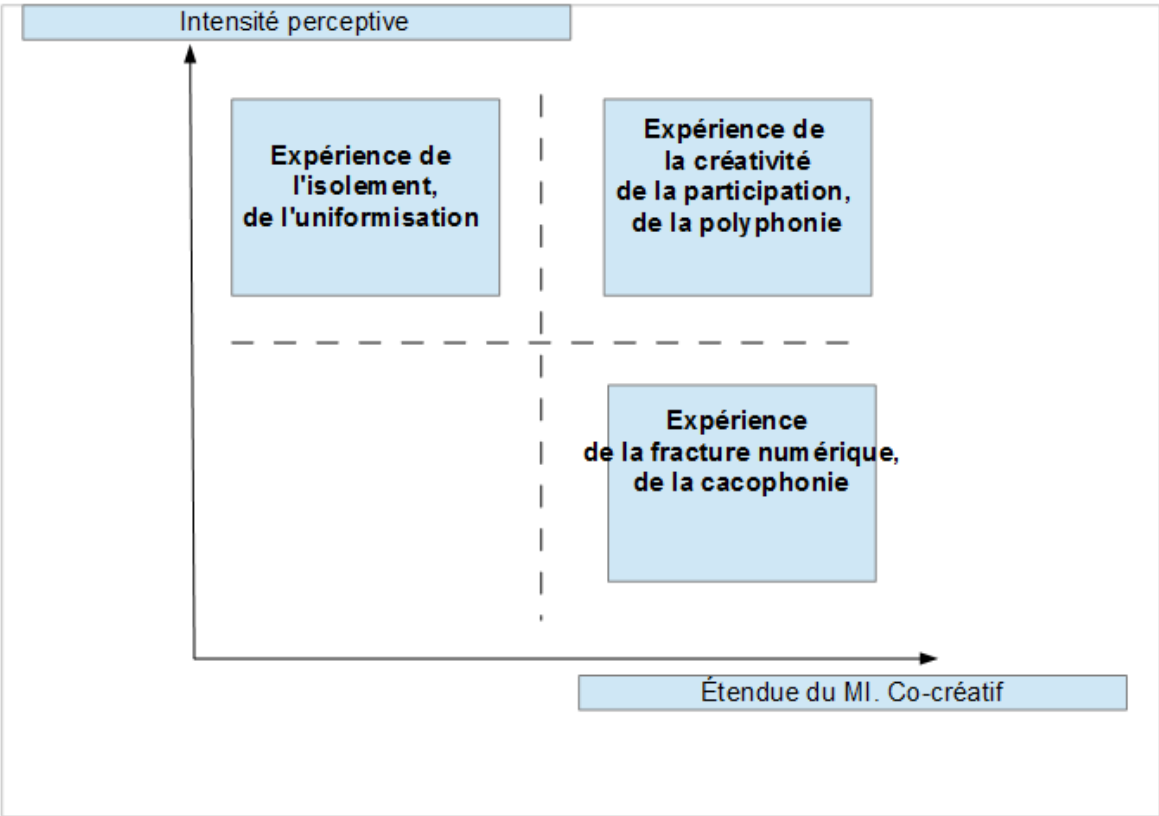


Figure 29 : Schéma tensif des expériences au sein d'un M.I. Co-créatif

Cette analyse des stratégies à partir de l'anticipation de pratiques « résistantes » ouvre notre cadre d'interprétation de la trace de la présence co-énonciative en ne limitant pas notre observation à une expérience configurée « idéalement ». Le geste de l'usage est envisagé dans les diverses possibilités de figuration ou contre-figuration ainsi repérées, sans prétendre bien entendu limiter, borner les expériences co-énonciatives à ces seules pratiques identifiées.

Nous restituons sous la forme d'un tableau la synthèse des expériences de figuration et contre-figuration des différents modèles d'interaction.

Modèle d'interaction	**Stratégie de l'instance énonciative**	**Geste de déviation sémiotique**
Information	Autorité Accessibilité – lisibilité Source	Confrontation – remise en question Désorientation Rumeur
Analogie	Altérité Singularité Prise de conscience	Différenciation Individualisation Banalisation
Performatif	Concrétisation Serious Game (Identification de l'action)	Inaction Ludicisation (sans prise de conscience)
Co-créatif	Co-construction	Uniformisation

Figure 30 : Synthèse des expériences de figuration et contre-figuration des différents modèles d'interaction

Chapitre III. Analyse des figurations et contre-figurations en situation d'interaction

Nous avons défini des « zones perceptives » situant la trace du geste de l'usager plus ou moins en adhésion avec les modalités d'interaction configurées.

La présence co-énonciative peut être analysée à partir de ces zones s'inscrivant dans la cible ou dans les marges de la stratégie configurée :

- la zone cible, celle que la stratégie orchestre pour « modaliser positivement » l'usager,
- la marge « extensive » celle où l'usager étend ses possibilités d'actions en dehors des expériences prévues,
- la marge « intensive », celle ou l'usager sur-investit les modalités d'interaction.

Nous proposons d'observer la trace de la présence co-énonciative de l'usager à

l'intérieur de ce tracé de l'espace numérique des ONG dans la zone cible comme dans les marges.

I. Méthode d'analyse sur corpus de la trace comme présence co-énonciative

I.1. Dispositif et critères d'observation

L'observation d'un parcours d'interaction dans sa dimension co-énonciative ne se fonde pas sur les caractéristiques identitaires de l'usager. Ainsi, en réponse aux enjeux éthiques d'une recherche sur les traces, nous procédons à l'anonymisation des sessions de navigation que nous analysons sur le site de MSF.

Notre démarche consistant à évaluer l'intensité d'un geste, nous définissons un certain nombre de critères permettant d'observer l'investissement de l'usager.

L'investissement que nous sommes en mesure d'analyser correspond d'avantage à l'engagement corporel plus que moral du geste perceptif tel que défini par N. Pignier (2013) , étant évident qu'une part de l'intensité « morale » revêt une dimension intériorisée par chaque être, dimension inaccessible à ce type d'analyse.

Ces critères de l'intensité d'un geste de l'usage dans la situation d'interaction sont liés :

- à l'étendue des interactions : l'aspect itératif et duratif des actions réalisées par l'usager. Celui-ci réalise-t-il plusieurs fois une même scène d'interaction ? Combien de temps investit-t-il cette scène ?
- à la profondeur de son interaction : l'usager réalise t-il partiellement ou complètement la scène configurée ? L'amplitude de son geste est-elle en correspondance avec l'espace situationnel (est-ce qu'il scroll lentement jusqu'en

bas de page au rythme d'une lecture par exemple?)

La méthode utilisée est celle d'un script de tracking inséré sur les pages du site permettant de cumuler les données issues des fichiers journaux (fichier log) avec les actions de l'usager sur les pages du site web (Baccouche et al, 2015 ; Jacob et al, 2016).

Session 5775a2c472c6a471616a4fe0

Liste des actions open mainTextView	open mainTextView scroll scroll mainTextLeft mainTextView deepTextLink	open mainTextView link	open mainTextView mapPopupClic mapPopupClic mapPopupClic mapPopupClic scroll scroll mainTextLeft mainTextView backwardForward
Temps passé sur la page:	46.635	36.681	21.858
Liste des descripteurs sémiotiques: Lecture profonde	Lecture profonde Lecture réticulaire Lecture preuve	Lecture profonde Lecture réticulaire	Exploration interactive Lecture profonde Exploration interactive Accessibilité localisée Lecture autoritaire
Vecteur des actions: ('open', 1.0) ('mainTextViewLength', 46.582)	('deepTextLink', 1.0) ('open', 1.0) ('scroll', 2.0) ('mainTextViewLength', 19.9360001)	('link', 1.0) ('open', 1.0) ('mainTextViewLength', 21.6959999)	('backwardForward', 1.0) ('mapPopupClic', 4.0) ('open', 1.0) ('scroll', 2.0) ('mainTextViewLength', 127.2159998)
Url de la page:	http://www.msf.fr/presse/communiques/soudan-sud-aggravation-crise-sanitaire-63-500-refugies-camp-yida	http://www.msf.fr/presse/communiques/soudan-sud-aggravation-crise-sanitaire-63-500-refugies-camp-yida	http://www.msf.fr/actualite/dossiers/urgence-au-soudan-sud

Figure 31 : Visualisation du parcours d'un utilisateur (n°15) sur le site de MSF

Une application de visualisation des parcours[66] nous permet d'observer pour chaque session de navigation (fig.) :

- les pages consultées : URL http://www.msf.fr/presse/communiques/soudan-

66 Application de visualisation mise en place par le département de recherche d'iRaiser, 2016.

sud-aggravation-crise-sanitaire-63-500-refugies-camp-yida

- le temps de consultation de la page : 46.635 secondes
- la liste des actions réalisées sur la page-écran : open (ouverture de la page) ; mainTextView (visualisation d'un texte principal, dans cet exemple le communiqué) ; scroll (déroulement du texte), mainTextLeft (fin de visualisation du communiqué), deepTextlink (clic sur un lien à l'intérieur du texte)
- les aspects duratifs et itératifs des actions (vecteur des actions) : '$open$' 1.0 (l'usager a ouvert la page 1 fois) ; '$mainTextViewLength$', 19.9360001 (il a visualisé le texte environ 20 secondes) ; '$scroll$', 2.0 (il a déroulé le texte en deux temps, correspondant aux rythme de lecture lié à la mise en page du texte), '$deepTextLink$', 1.0 (il a cliqué sur un lien interne).
- les séquences du parcours : chaque colonne correspond à une nouvelle page-écran.
- Les descripteurs sémiotiques du parcours d'interaction : $/lecture\ profonde/$; $/lecture\ réticulaire/$; $/exploration\ interactive/$

Le programme préfigurant l'apparition des descripteurs (Jacob et al, 2016) opère par agrégation des méta-données sur l'élément activé ou visualisé par l'usager avec les données sur la durée, la profondeur et l'itération du geste de l'usager :

- ces méta-données sont celles issues de notre description de l'espace situationnel et expérientiel de chaque modèle. Dans notre exemple, /cliquer sur des liens sources internes dans un espace où l'usager est « orienté » par le parcours informationnel/ est couplé à la profondeur du geste /scroll en deux temps/, à la durée /reste 121 secondes sur le texte cible/ et à la séquence /revient sur le texte source/ ($BackwardForward$).
- les descripteurs sémiotiques /lecture autoritaire/ et /lecture profonde/ correspondent ainsi aux signes des expériences éditoriales valorisées par

> l'usager telles que nous les avons définies dans notre description de la profondeur du geste attendu pour chacune d'entre-elles.

Le descripteur sémiotique du parcours de l'usager sur cette page : /lecture profonde/ est identifié par les caractéristiques du texte (texte potentialisant une lecture pro-intensive), le temps de lecture (> 10 secondes) et le scroll profond car en deux temps (correspondant au rythme configuré pour la lecture dans cette page-écran).

Ces descripteurs sémiotiques forment ainsi un corpus de méta-données des modalités d'interactions valorisées par l'usager.

La question des ontologies

Notre projet d'une description du geste de l'usager relié à la situation d'énonciation répond à la nécessité de constituer des ontologies sur les modes d'interaction non pas généralistes sur le web mais en fonction des *ethos* et des esthésies numériques spécifiques à l'espace co-énonciatif :

> **Une ontologie décrit un domaine de connaissance en constituant un vocabulaire partagé par une communauté. Notre corpus de méta-données sémiotiques vise à décrire le cours d'une interaction dans l'espace co-énonciatif numérique des ONG.**

Nous partageons ainsi le projet proposé par B. Bachimont soulignant avec d'autres auteurs au sujet du domaine de l'information qu'à une « posture techno-centrée qui considère que les métadonnées ontologiques offrent une transparence totale de la signification exploitable par les agents logiciels, nous opposons une posture qui prend en compte la dimension interprétative qui relie métadonnées et contenus, dimension d'autant plus critique que ces contenus sont culturellement riches » (Bachimont et al, 2011, p. 24-41, &113).

La posture techno-centrée évoquée est celle illustrée par les trois plus gros moteurs de

recherche du Web (Google, Yahoo!, Bing) qui avec schema.org définissent « un vocabulaire général pour structurer les données des pages web. Cette ontologie est tantôt perçue comme la reconnaissance de l'utilité des technologies sémantiques pour l'indexation des ressources documentaires et leur adoption par les plus grands acteurs du Web, ou comme l'échec de la construction d'ontologies diverses aux dépens d'une seule ontologie monolithique, développée secrètement et sans consensus, pour ne refléter au final qu'une vue parcellaire et biaisée des connaissances » (Bachimont et al, 2011, p.24-41, & 71).

Les auteurs développent ici leurs réflexions sur les manières de documenter le web ; nous proposons une approche similaire sur les manières de définir les interactions de l'usager pour saisir les relations co-énonciatives à un espace numérique (espace fondé sur un *ethos* et une esthésie spécifiques).

> **Le métalangage que nous proposons inter-relie la strate énonciative du design éditorial et d'usage à la strate énonciative du design technologique (les données alimentant les algorithmes) ; cette inter-relation dans le codage de l'information constitue une condition pour « influer sur le rapport entre un web de documents et un web de données. » (Carmes, Noyer, 2014, p.158). Le web sémantique fonde sa logique sur cette interrelation pour donner sens aux documents ; nous formulons l'hypothèse qu'un web sémiotique peut ouvrir l'interprétation des gestes de l'usager dans un espace numérique spécifique en considérant les multiples formes et forces signifiantes d'une relation co-énonciative.**

Notre projet est de faire émerger, par ces descripteurs sémiotiques, les différentes manières de se relier à la communication numérique dans le cours de l'interaction en fonction de la scène co-énonciative configurée et, ceci, dans le but « de faire face à la complication du monde et aux hétérogenèses qui le parcourent et le fabriquent. » (Noyer et Carmes, *Ibid.*).[67] Pour ces auteurs, la multiplicité des points de vue sur le

67 « Pour des raisons liées au maintien des sociétés ouvertes, à la possibilité de pouvoir mener des

monde « devrait suffire à intriguer les concepteurs d'ontologies, de métadonnées, à éviter la tentation la mieux partagée du monde de créer écritures et standards à partir d'une position totalisante et réductrice. » (Noyer, Carmes, 2012, p.7) .

I.2. Analyse située dans les modèles d'interaction : figuration et contre figuration de la stratégie d'inter-médiation

Les métadonnées sémiotiques nous permettent de caractériser, dans un premier temps, l'espace situationnel et expérientiel dans lequel se meut la présence de l'usager comme co-énonciateur.

Dans l'exemple du parcours n°15 (fig.), l'usager est en situation de co-énonciation au sein d'un modèle d'interaction d'information dans la séquence 1 et 2 : les descripteurs sémiotiques /lecture profonde/, /lecture réticulaire/, /lecture preuve/ caractérisant l'expérience potentialisée par ce M.I. d'un engagement fondé sur un savoir légitimé par une figure d'autorité. L'usager couple cette expérience du modèle d'information avec celle du modèle d'analogie : le descripteur /exploration interactive/ répété 2 fois est issu du modèle d'analogie sollicitant un geste de découverte.

Nous analysons un corpus de 200 parcours en fonction des modèles d'interaction sollicités par l'usager. Nous cherchons à caractériser les différentes manières d'évoluer au sein de ces modèles par des styles d'interaction liés à la profondeur et l'intensité du geste.

- *64 parcours furtifs* : (Parcours n°9, 11, 17, 24, 25, 27, 32, 43, 45, 49, 51, 52,

controverses de tous ordres, nous pensons qu'il est souhaitable de ne pas seulement s'enfermer dans le cercle gris des métadonnées primaires et d'ontologies trop globalisantes, conçues massivement à partir de logiques prédicatives, essentialistes dans la postérité des limites et des rêves éveillés de l'intelligence artificielle symbolique. [29]Déployées de manière top-down sous des conditions et des intérêts d'un petit nombre de groupes et collectifs elles ne peuvent prétendre à dire comment doit être le monde, même si elles sont un passage en partie obligé. Le développement d'ontologies locales liées aux développements des applications, au développement logiciel et algorithmique à partir d'une posture bottom-up et associées à de données d'observation variées ne cessent d'apparaître comme essentiel et vital pur faire face à la complication du monde et aux hétérogenèses qui le parcourent et le fabriquent. » (Noyer et Carmes, p.137-168)

53, 55, 62, 64, 65, 66, 70, 71, 72, 73, 79, 83, 86, 87, 94, 97, 99, 101, 110, 111, 146, 26, 35, 91, 152, 169, 172, 173, 181, 199, (...))

Nous observons 64 entrées dans le site web sans poursuite de parcours. Ces visites furtives ne permettent pas de caractériser une relation co-énonciative. Pour autant, 4 de ces sessions de navigation aboutissent à un don. Celles-ci ne présentent pas de relations tissées au cours de l'interaction mais une démarche « opérationnelle » consistant uniquement à remplir le formulaire de la page de don. Nous recherchons, dans le cadre de cette étude, les relations de l'usager à l'espace co-énonciatif numérique créé par les ONG. C'est pourquoi nous écartons ces «entrées » de l'analyse ne permettant pas d'observer un cours de l'interaction et le rôle du design sur celui-ci. Notre corpus se réduit à 136 parcours.

Nous décrivons dans un premier temps les styles d'interaction clairement identifiables à un modèle d'interaction.

I.2.i. Valorisation du modèle d'interaction d'information : relation co-énonciative « guidée ».

- *24 styles « concentrés » (env.15% des parcours)*

(Parcours n°5, 8, 18, 21, 29, 48, 50, 56, 61, 68, 74, 85, 88, 95, 112, 115, 116, 154, 160, 167, 175, 177, 179, 183)

Les styles identifiés comme « concentrés » présentent un parcours de « lecture ». En comparant d'une part, le volume textuel de l'article avec le temps de lecture de l'usager et d'autre part, l'agencement éditorial du texte avec les gestes de l'usager (la profondeur du scroll nécessaire pour atteindre la fin de l'article par exemple ou une lecture entrecoupée par des visuels configurant des pauses plus ou moins longues), nous pouvons ainsi supposer l'acte de lecture.

Liste des actions open mainImageView menuGlobal mainImageLeft scroll scroll mainTextLeft mainTextView mainTextLeft mainTextView mainImageView menuGlobal backwardForward	
Temps passé sur la page:	430.993
Liste des descripteurs sémiotiques : Efficacité accessibilité localisée Contemplatif Lecture preuve Lecture profonde	
Vecteur des actions: ('backwardForward', 1) ('menuGlobal', 7) ('open', 1) ('scroll', 2) ('mainImageViewLength', 207.96399998664856) ('mainTextViewLength', 309.0649998188019)	
Url de la page:	http://www.msf.fr/actualite/articles/temoignages-femmes-mildrene-jeune-haitienne-victime-violences-sexuelles

Figure 32 : Visualisation du parcours n°18

Dans l'exemple du parcours 18, le descripteur sémiotique /efficacité accessibilité localisée/ indique un début de parcours ciblé sur un article particulier, ciblage efficace car l'usager valorise la page ainsi appelée par le geste. La page concerne un article témoignage (l'URL de la page nous indiquant que l'usager est en situation

d'interaction avec l'article « temoignages-femmes-mildrene-jeune-haitienne-victime-violences-sexuelles » configurant /une lecture preuve/ de la réalité de terrain. L'orchestration multimodale de l'interface propose une /lecture contemplative/ (avec une première image que l'usager « valorise » en visualisant celle-ci 207 secondes) et une /lecture profonde/ (le scroll de l'usager à deux reprises indique une amplitude du geste correspondant à la mise en scène éditoriale. Le temps de lecture de 309 secondes est en cohérence avec le volume textuel.

Une approche statistique de l'ensemble des temps de visualisation d'un texte sur les 136 parcours situe la durée de lecture des articles de MSF autour d'1 min 30. La valeur médiane de tous les temps de lecture relevés sur les parcours « concentrés » est de 111 secondes (par texte) et la moyenne est de 162 secondes. Nous nous intéressons non pas à une valeur type qui justifierait l'idée d'une lecture rapide sur Internet mais aux façons d'accompagner le texte par une gestualité particulière. Nous supposons que cette gestualité apporte un éclairage sur la saisie, par l'usager, de l'espace éditorial.

Notre approche vise à mettre en évidence une manière spécifique d'être reliée à cette orchestration de l'information : le geste d'un style concentré progresse dans l'espace éditorial au rythme de la mise en scène. Le temps de lecture est un indicateur d'une prise de connaissance. Lorsque cet indicateur temporel est couplé aux données sur la profondeur du geste (par le scroll) et aux ruptures de cette gestualité (par des pauses dans l'espace d'interaction) il permet de caractériser une manière « concentrée » de figurer l'expérience de lecture potentialisée. 24 parcours présentent les caractéristiques d'un style concentré, ce qui répond à une dimension de la stratégie de MSF s'agissant d'éclairer, par l'information, l'engagement potentiel des usagers.

- *6 styles d'interaction étoilés (Parcours n°6, 34, 76, 118, 151, 193)*

Six parcours répondent à une configuration de lectures structurées et guidées par l'instance énonciative à partir d'un document source vers des documents cibles. Dans

ces parcours, le modèle d'interaction d'information est fortement valorisé car déploie la circulation d'un geste accompagnée dans la matière informationnelle : une telle circulation « internalisée » confronte l'usager à une légitimation de l'engagement par MSF, chaque document cible appuyant le document source par une forme d' « autojustification ».

Les descripteurs sémiotiques de /lecture preuve/ et /lecture autorité/ sont associés, dans le style d'interaction étoilé, aux descripteurs /lecture profonde/ et /lecture réticulaire/. En effet, un style étoilé concentre son attention sur les différents documents cibles proposés à la lecture. Il s'agit d'une progression, par le geste, dans la matière informationnelle et plus seulement dans un unique texte comme dans le style concentré.

Dans notre exemple du parcours n°15 (fig.28) : le style étoilé est caractérisé par :

Le geste de l'usager qui revient à deux reprises sur le communiqué par le lien et par le « backwardforward ».

Il pratique les gestes d'une lecture pro-intensive par la durée de visualisation de chaque texte (19 sec, 21 sec, 127 sec.) ; le temps de lecture est cohérent par rapport aux volumes et agencement des textes proposés.

Il déroule les textes en 2 temps correspondant au rythme de lecture potentialisé par l'orchestration éditoriale de la page.

- 5 Styles vagabond (Parcours N°13, 40, 107, 176, 180)

Le style vagabond correspond au portrait largement dressé par les chercheurs pour qualifier l'usager type sur Internet, pratiquant une lecture diagonale, fugitive et volatile (Carr, 2007). Nous ne retenons cependant que cinq parcours dans cette configuration procédant par une circulation rapide dans la matière informationnelle. Le descripteur /lecture réticulaire/ est dans ce cas associé au descripteur /lecture pro-extensive/.

Si nous n'observons pas plus de styles vagabonds c'est certainement lié à notre conception de la lecture concentrée. En effet, le déficit de concentration souvent évoqué pour décrire la pratique du lecteur numérique nous semble être une interprétation biaisée par le manque d'inter-relation du cadre interprétatif entre la situation d'énonciation et le geste de l'usage.

En effet, nous pouvons considérer un style concentré quand bien même le temps de lecture soit peu supérieur à 10 secondes, ce qui apparaît, a priori, comme un temps très court comparativement notamment à la lecture papier. Cependant, dans le cadre d'une lecture matérialisée (hors écran), 10 secondes peuvent également suffire à la pratique concentrée, en fonction de l'orchestration du texte sur le support matériel, formel et erghodique (Pignier, 2014, p.7). En effet, 10 secondes passées à lire une indication au dos d'une boite de médicament manifestent une prise de connaissance de l'intégralité des informations et si l'usager retourne la boite pour lire la suite des indications, cela exprime une continuité dans cette prise d'information, une progression de la lecture accompagnée par le geste. Ce même temps de 10 secondes reporté à la lecture d'un manuel d'instruction de 10 pages et le geste de feuilleter ces pages rapidement, montrent à l'inverse une lecture pro-extensive.

La lecture papier ne préfigure en effet pas uniquement une lecture concentrée (Saemmer, 2016, p.13). Si les temps de lecture sont plus rapides sur Internet et les gestes plus nombreux, cela répond à la configuration des modalités d'interaction. Il s'agit dès lors de ne pas confondre une évolution globale de l'économie de l'attention liée aux nouveaux supports de lecture avec une manière particulière de se relier à l'information et à la communication.

Il y a selon nous un biais important dans ces analyses qui consistent à « prouver » que le lecteur sur Internet est distrait et volatile en s'appuyant sur l'analyse du comportement de navigation d'usagers en situation d'interaction avec des articles configurés précisément pour ce type de lecture.

Notre questionnement consiste à observer le mode d'ajustement de l'usager aux

différentes configurations proposées sans confondre les codes de la communication numérique, plus ou moins uniformisés, avec les styles d'interaction dont le déploiement est lié à la compétence esthésique de l'usager.

- *5 Styles cartographieurs (Parcours n°39, 67, 102, 105, 168)*

Nous avons identifié la pluralité des modes d'accessibilité comme une caractéristique du modèle d'interaction d'information, configurant rubriques, sous rubriques, sommaires secondaires, cartes géographiques. Cinq parcours se détachent par la valorisation de ces différentes possibilités interactives telles que : déployer des menus, surligner les sous rubriques, cliquer sur les point d'accès cartographiques de manière réitérées mais sans résultat sur une prise d'information « concentrée ».

Le style est identifié uniquement comme cartographieur lorsque le temps le plus long de la situation d'interaction est consacré à l'exploration des modalités de recherches suggérées par le site plutôt qu'aux espaces cibles de ces accès. Il y a une forme de non résultat à un investissement pourtant notable dans le modèle d'interaction. Le descripteur sémiotique /cartographieur/ identifie le geste d'un usager explorant les différentes sources d'accessibilité avant de localiser un espace d'interaction qui lui serait approprié. Lorsque ce descripteur /cartographieur/ est associé au descripteur /inefficacité accessibilité/, la valorisation du modèle d'interaction est déviée par l'absence d'implication dans un espace co-énonciatif particulier. C'est le cas de ces 5 parcours uniquement caractérisés par le style cartographieur. Nous restituons les situations de valorisation du modèle d'interaction d'information au sein du schéma tensif présentant 4 zones :

- 5 usagers dans la marge intensive : l'intensité perceptive est identifiée comme forte (le geste de l'usager valorise des modalités d'interaction mais les réponses du design numérique ne permettent pas de déployer la relation.)
- 30 usagers dans la zone cible : le geste de l'usager est en correspondance avec les expériences configurées.

- 5 usagers dans la marge extensive : les modalités d'interaction sont nombreuses mais le geste de l'usager ne les valorise pas ou les détourne.

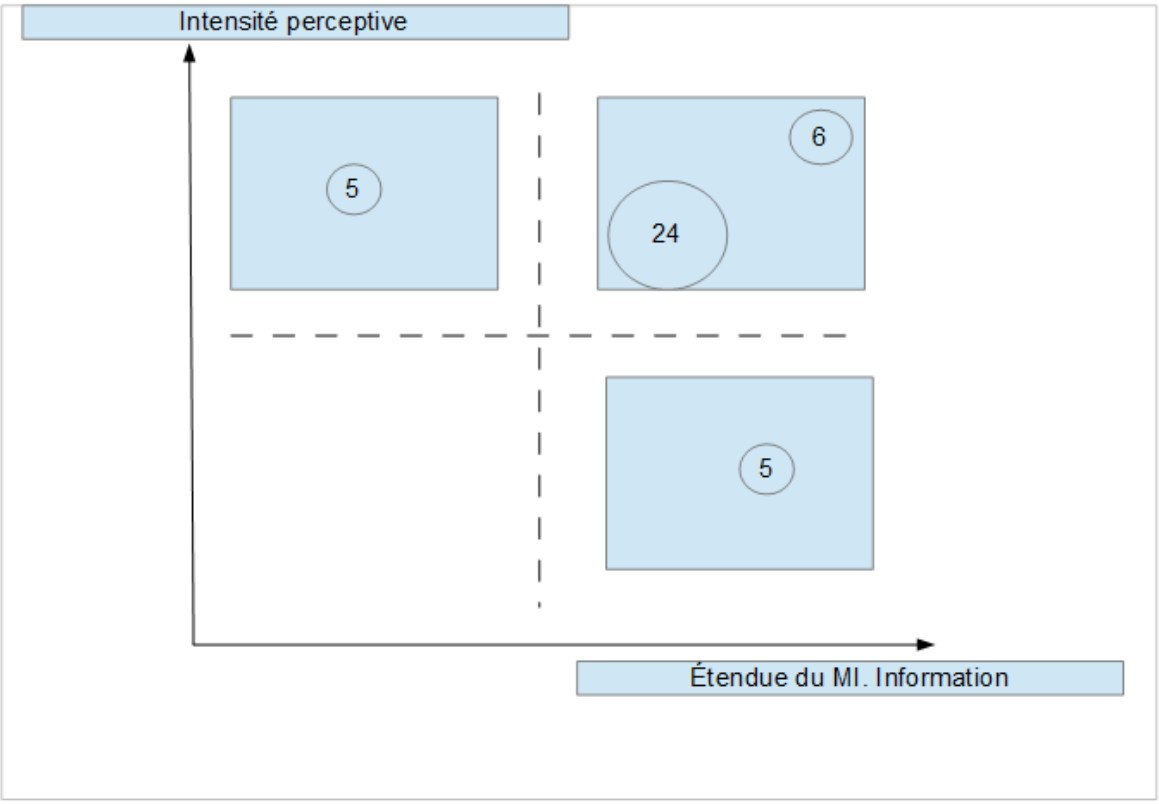


Figure 33 : Traces de valorisation du MI Information par les usagers de MSF (sur 136 parcours)

L'analyse menée préalablement sur l'*ethos* et l'esthésie fondatrice de la stratégie configurés par le modèle d'interaction d'information et sur l'anticipation des pratiques « résistantes » nous permet d'ouvrir notre cadre d'interprétation aux différentes manières de figurer mais aussi de contre-figurer le modèle d'interaction. Nous observons plus finement les expériences co-énonciatives dans le cours de l'interaction pour ne pas réunir dans la même zone de valorisation, des usages manifestant une pluralité de façons de se relier à cet espace co-énonciatif.

Ainsi, le modèle d'interaction d'information répondant à la stratégie principale de MSF est valorisé dans la zone cible, celle déterminant les expériences attendues par l'instance énonciative, par 30 usagers. 6 d'entre eux établissent une relation co-énonciative forte avec le M.I. Information s'agissant d'explorer de manière concentrée

l'information délivrée par MSF dans un circuit « internalisé ». Nous avons identifié cette expérience comme le signe potentiel d'un engagement éclairé fondé sur l'intermédiation d'un savoir. Dans la marge extensive, 5 parcours figurent faiblement les expériences configurées en privilégiant un vagabondage dans la matière informationnelle. L'étendue des possibilités offertes par le M.I. est forte dans ce cas puisque les usagers sont engagés dans un parcours de liens en liens, mais est cependant contre-figurée par l'absence de prises d'informations pour construire un engagement éclairé.

Le risque du vagabondage est celui d'une confusion, d'une désorientation dans les savoirs jugés comme vecteur principal dans ce type de stratégie. Cependant, nous ne pouvons pas, au niveau de l'analyse des traces, confirmer ou infirmer une sensation de confusion. Nous pouvons seulement constater la non figuration d'un engagement éclairé au cours de la relation co-énonciative. Ceci ne signifie pas que l'usager, dont le geste révèle une présence vagabonde, ne détient pas les « savoirs » mais qu'il ne les saisit pas dans l'ici et maintenant de l'interaction. Nous n'opposons pas non plus strictement le vagabondage à une posture concentrée. L'usager peut se concentrer sur ce geste rapide pour saisir en un temps très court les mots clefs qui apparaissent dans l'agencement éditorial des articles et ainsi, reconstituer son propre « paysage » informationnel à partir de ce nuage de mots.

Nous décrivons le geste de l'usager comme s'échappant de l'expérience de lecture construite et accompagnée par l'instance énonciative. Le style vagabond contre-figure inévitablement la dimension « autoritaire » de ce type de stratégie par un « excès de liberté » manifesté par une lecture /hyper-réticulaire/.

Dans la marge intensive, les possibilités du M.I. d'information sont peu sollicitées puisque les usagers ne « dépassent » pas le premier niveau de la configuration, celui de l'accessibilité. Le geste de l'usager témoigne alors d'un investissement, d'une recherche active, d'une fouille dans les modalités d'accessibilités mais n'aboutit pas à une circulation dans l'information. C'est une posture d'inaccessibilité qui vient là aussi contre-figurer la stratégie de MSF.

I.2.ii. Valorisation du modèle d'analogie : relation co-énonciative scénarisée.

L'espace situationnel et expérientiel du site web de MSF configure également le modèle d'interaction d'analogie. Celui-ci est particulièrement perceptible dans la page d'accueil qui se révèle comme une page scénario orchestrant un espace global atour d'une actualité en images et en vidéos, et des espaces secondaires par des images - vignettes permettant d'accéder à un approfondissement de cette actualité via des dossiers. Ces dossiers présentent également les modalités de l'analogie en proposant une gestualité d'exploration sur des schémas interactifs.

- *13 Styles interdiégétiques (Parcours n°4, 59, 75, 98, 121, 149, 159, 165, 182, 187, 197, 198, 200)*

Treize parcours valorisent les effets de sens mis en scène dans la page scénario d'accueil. Nous parlons de style « interdiégétique » (Boutaud, Juchat, 2012, p.16) car l'usager « ouvre » les différents espaces sur un univers de référence en procédant par retour systématique sur cet élément. Nous détaillons, à titre d'exemple, le parcours n°60.

Ce parcours présente trois séquences au sein de la page d'accueil, ce qui signifie que les trois « sorties de l'usager » sont des « va et vient » au sein de la page-scénario. Celle-ci est agencée par une pluralité d'espaces et de modalités d'interaction liée par un univers visuel signifiant.

Session 5775d4b572c6a471616f4776

Liste des actions open mainImageView prehomeShow prehomeClose link verySmallImageLinkClic link prehomeClose	open scroll menuGlobal menuGlobal menuGlobal menuGlobal menuGlobal menuGlobal menuGlobal menuGlobal verySmallImageLinkClic link	open verySmallImageLinkClic link verySmallImageLinkClic link menuGlobal menuGlobal verySmallImageLinkClic link menuGlobal menuGlobal menuGlobal menuGlobal
Temps passé sur la page: 329.537	227.976	793.922
Liste des descripteurs sémiotiques : Affinité visuelle Accessibilité visuelle Lecture-plongée	Cartographique Organisation visuelle secondaire Page-scénario Lecture-plongée	Lecture-plongée Accessibilité visuelle Page-scénario Cartographique
Vecteur des actions: ('link', 2.0) ('open', 1.0) ('verySmallImageLinkClic', 1.0) ('mainImageViewLength', 227.9489999) ('prehomeViewLength', 0.451)	('link', 1.0) ('menuGlobal', 9.0) ('open', 1.0) ('scroll', 1.0) ('verySmallImageLinkClic', 1.0)	('link', 3.0) ('menuGlobal', 6.0) ('open', 1.0) ('verySmallImageLinkClic', 3.0)
Url de la page: http://www.msf.fr/	http://www.msf.fr/	http://www.msf.fr/

Figure 34 : Parcours d'interaction n°60 sur le site de MSF

Dans notre exemple, le geste de l'usager opère une lecture-plongée consistant en une exploration de chaque « case » à l'intérieur de la page écran : le vecteur «verySmallImageLinkClic, 5» indique que l'usager explore les 5 encarts visuels proposés et le vecteur « link, 6 » qu'il active 6 énoncés textuels de la page.

Il effectue donc les gestes permettant l'appréhension globale de cette page-scénario en la déroulant («scroll, 1») et en la valorisant comme point de référence (les trois séquences sont sur msf.fr). Le descripteur sémiotique /lecture plongée/ est associé à différents descripteurs de l'intérêt de l'usager pour l'univers mis en scène : /accessibilité visuelle/, lorsqu'il accède à un détail par le clic sur une vignette ou encore : /affinité visuelle/ lorsqu'il fait défiler des images. Cette progression dans l'univers mis en scène par MSF sont les signes d'un potentiel engagement empathique dans la mesure où l'usager établit une relation co-énonciative relativement intense

avec l'univers de l'autre. La présence du geste de l'usager se situe dans les espaces de rencontre symbolique de l'autre et c'est à ce niveau que la trace peut-être interprétée.

- *9 Styles contemplatifs (Parcours n°36, 54, 57, 82, 108, 119, 145, 155, 188)*

Neuf styles contemplatifs sont notables par l'activation des multiples diaporamas ou carrousels d'images présents sur le site de MSF. Un temps de visualisation et de progression dans les albums caractérisent le style contemplatif avec les descripteurs sémiotiques suivants : /affinité visuelle/, /projection symbolique/.

Le style contemplatif, lorsqu'il n'est pas associé à un autre style, témoigne probablement d'une projection assez forte dans les symboles proposés par l'univers visuel de MSF mais aussi d'une non réalisation de la découverte de l'autre en n'explorant pas les informations orchestrées sur la page scénario. Une telle manifestation de la trace présente le « risque » de /sur-projection/ ou de fantasme vis-a-vis de la mise en scène symbolique et conte-figure l'idée de rencontre de l'autre potentialisée par ce modèle d'interaction.

Notre cadre interprétatif de la trace relie le geste de l'usager à la stratégie de l'instance énonciative fondée sur un *ethos* de l'engagement éclairé et sur l'inter-médiation. Dans ce cadre, si l'observation du parcours ne permet pas de caractériser le niveau de sur-projection de l'usager, il permet néanmoins de souligner les disjonctions entre style contemplatif et stratégie de l'inter-médiation. Le style contemplatif referme le geste sur la seule dimension visuelle et symbolique, un repli qui ne réalise pas la situation d'inter-médiation impliquant une progression accompagnée dans l'espace co-énonciatif. L'univers visuel fortement présent dans l'espace numérique créé par l'ONG se conçoit, dans cette esthésie collective fondatrice de la stratégie d'inter-médiation, comme une case à explorer que l'usager est invité à relier à la matière informationnelle. Dans une autre situation d'interaction, le style contemplatif révélerait un autre type de présence. Par exemple, si le style contemplatif d'un usager se déploie dans l'esthésie collective dessinée par une stratégie fondée sur la projection

symbolique (comme c'est le cas pour Action-Enfance), il s'inscrit alors pleinement dans la dimension immersive configurée par la scène d'interaction.

- *4 Styles inter-réactif (Parcours n°1, 41, 42,161) voire mimesis*

À l'inverse de ce risque de sur-projection, les quatre parcours activant les fonctionnalités des cartes, divers schémas interactifs sans pour autant se mouvoir dans l'espace co-énonciatif symbolique du modèle d'analogie, peuvent engager un geste perceptif démystifiant l'univers mis en scène.

En effet, le style inter-réactif se décrit par des gestes sollicitant les zones interactives, privilégiant les mouvements de découverte d'un espace : en déplaçant des éléments, en survolant des zones permettant l'apparition et la disparition d'icônes, de textes, d'images, etc. Ces gestes peuvent procurer un effet miroir lorsque l'élément interactif renvoie directement à une gestualité quotidienne ou familière. Nous avons mis en évidence l'unité sémiotique de manipulation (Bouchardon, 2011, p.42) « lever le voile » sur une information, USM potentialisée dans la rubrique de MSF « 1 euros par semaine ». 1 de ces 4 parcours analysés s'inscrit dans cette figuration de la gestualité « iconique ». Ce sont les descripteurs sémiotiques /effet miroir/ et/ou /découverte interactive/ qui qualifient les parcours inter-réactifs.

La forte activation des éléments interactifs est cependant contrebalancée, dans ces exemples, par un investissement faible dans l'univers symbolique s'agissant d'explorer uniquement un espace « réactif » sans procéder à la découverte de la scène d''interaction dans son ensemble. Cet aspect répétitif tend à donner une valeur /mécanique/ à un geste ciblé. Ce qui ne signifie pas pour autant que l'usager ne se saisit pas des informations, des « découvertes » permises par l'exploration du schémas interactif. Nous constatons cependant que la frénésie avec laquelle le geste, dans ces 5 parcours, active l'apparition et la disparition des éléments ainsi que l'interruption de l'expérience co-énonciative à la suite de cette activation relève d'une « mécanique » peu compatible avec une projection dans l'univers de l'autre.

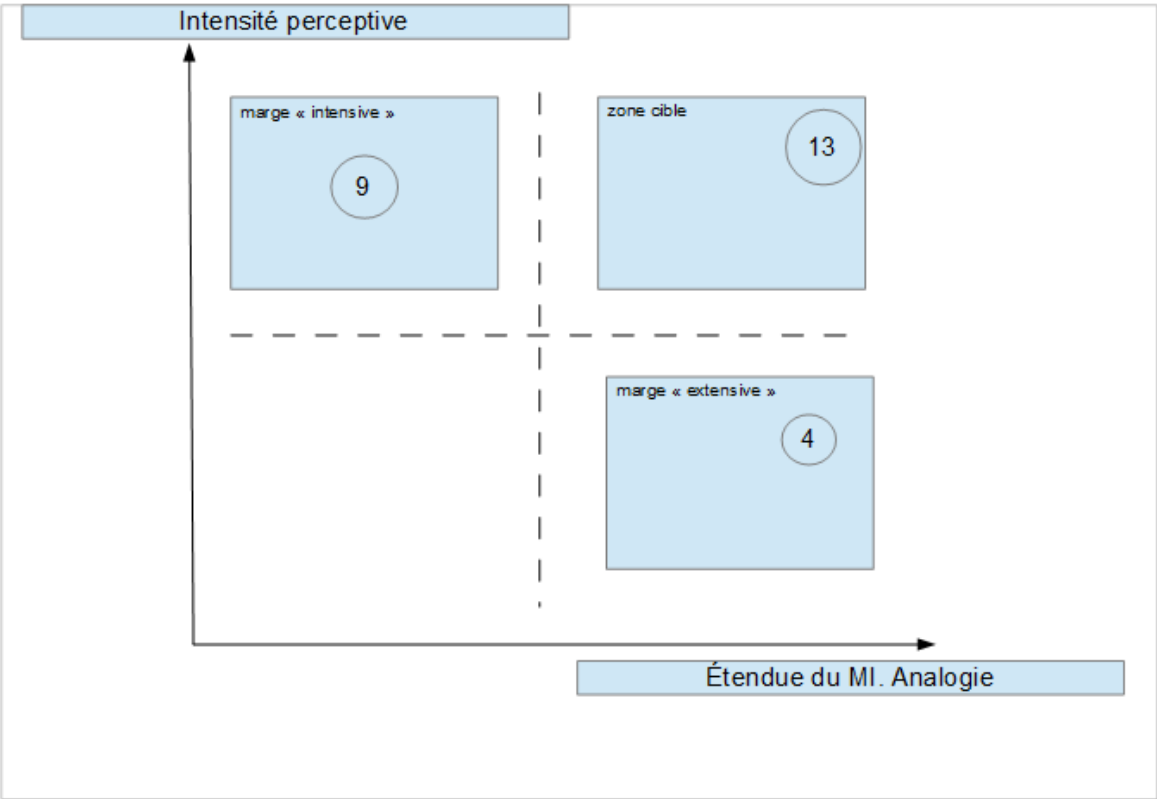


Figure 35 : Traces de valorisation du M.I. Analogie par les usagers de MSF (sur 136 parcours)

La trace de la présence co-énonciative de l'usager dans le modèle d'analogie (fig.32) révèle 13 parcours dans la zone cible, témoignant d'un investissement intense dans la mise en scène de l'interaction, déployant une gestualité de l'exploration en surface et en profondeur. 9 parcours dévient vers la marge intensive s'immergeant peut-être mentalement dans un univers d'images mais n'accompagnant pas cette projection d'un geste pour aller vers la connaissance de l'autre. Dans la marge extensive, la présence du geste peut-être qualifiée de mécanique voire de ludique : ce qui, selon nous, contre-figure pour une part l'expérience d'empathie potentialisée par le modèle d'interaction analogie (associé à l'*ethos* et l'esthésie de MSF), celui-ci supposant une prise en considération globale de l'espace co-énonciatif.

I.2.iii. Valorisation du modèle performatif : relation co-énonciatives concrétisées

Le site web de MSF ne configure pas de modèle performatif entendu comme un espace co-énonciatif permettant la concrétisation de l'action et / ou de la présence de l'usager rendu visible au sein de celui-ci. Cependant, des modalités performatives sont potentialisées : en ciblant des « énoncés engageants » présents dès la page d'accueil (ill.37) : «Faire un don», « Nous rejoindre », « Rester informé », « Espace donateurs ». C'est le descripteur /identification de l'action/ qui identifie ce style d'interaction.

Quatre parcours présentent des entrées exclusivement par ce biais. Qualifiés de styles cibleurs, lorsque ces parcours ne vont pas jusqu'au bout de l'expérience performative, ils se situent dans la marge intensive car surinvestissant un énoncé sans lui donner de suite. Cette « conduite » directe du geste de l'usager contre-figure la présence forte de l'intermédiaire en accédant, sans détour par le discours de l'ONG, aux modalités qui fondent traditionnellement les actes de mobilisation comme le don, la signature d'une pétition.

Les 4 parcours identifiés comme furtifs, ne traversant l'espace numérique que pour réaliser un don, sont, dans cette perspective, qualifiés de « style cibleur performatif » en ce que l'action de ciblage (effectuée en dehors de l'espace co-énonciatif créé par l'ONG) aboutit à un don effectif.

3 autres styles performatifs sont identifiés dans les 136 parcours analysés : un style d'interaction inter-diégétique performatif, un style cartographieur performatif, un style opérateur performatif. Le style « interdiégétique performatif » exprime, dans l'exemple observé, un mode d'interaction projeté dans l'univers symbolique et concrétisé par le don. Le style cartographieur lorsqu'il est associé à « performatif » n'est plus considéré comme une présence « bloquée » au niveau de l'accessibilité mais comme mode d'appréhension globale de l'espace avant la concrétisation de l'action, ici, l'inscription à une lettre d'information.

Dans la marge extensive, 4 parcours valorisent l'aspect opérationnel permis par les modalités performatives comme remplir une pétition sans toutefois finaliser l'action. Le descripteur /action instrumentale/ qualifie un style d'interaction dont les gestes suivent un programme précis et guidé. Mais lorsque celui-ci n'est pas associé au descripteur « performatif » il signale l'épuisement du geste. Les stratégies se concentrant sur l'ergonomie des pages-formulaires visent particulièrement ce style d'interaction. Il s'agit notamment de configurer en « One page » les scènes d'interaction nécessitant à l'usager de remplir de nombreux champs pour éviter ce type de découragement, ou encore de proposer une écriture intuitive (les premiers lettres d'une ville renvoyant au nom de la ville figurant dans un dictionnaire), ou bien de garder en mémoire les coordonnées d'un usager pour pré-remplir le formulaire. Sur les 4 styles opérateurs, 1 est qualifié de performatif, l'usager concrétisant son inscription à la lettre d'information de MSF.

Illustration 38 : Capture d'écran de la page d'accueil de msf.fr, consultée le 19 juillet 2016

Pour résumer, au niveau performatif, sur les 136 parcours nous observons :

- *4 styles cibleurs (Parcours n°84, 117, 186, 195)*
- *3 styles opérateurs (Parcours n°92, 192, 194, 196)*

- *4 styles cibleurs performatifs (Parcours n°17, 79, 83, 146)*
- *1 style interdiégétique performatif (Parcours n°93)*
- *1 style cartographieur performatif (Parcours n°118)*
- *1 style opérateur performatif (Parcours n°58)*

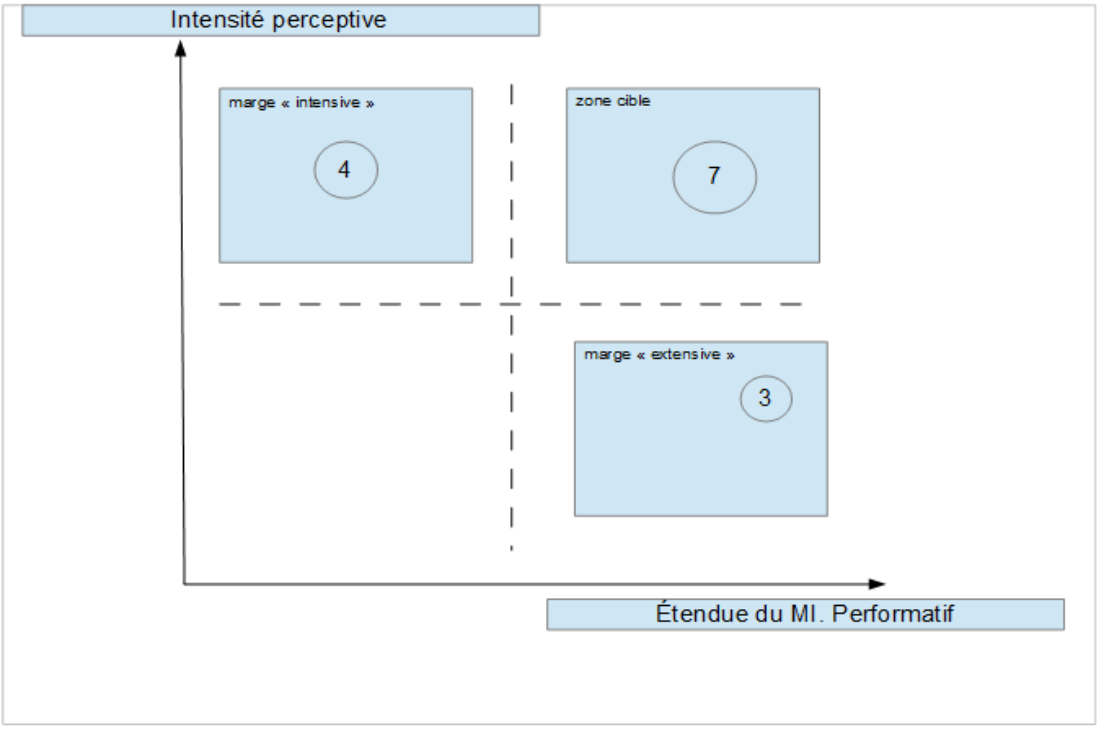


Figure 36 : Traces de valorisation des modalités performatives sur le site de MSF

I.3. Catégories d'interprétation : les styles d'interaction

Nous détaillons ci-après les styles d'interaction tels que nous les avons observés dans les parcours analysés :

Style	M.I.	Actions	Aspect itératif et duratif
Opérateur	Performatif	« Actions programmes » (sélectionner remplir, ...)	Plusieurs actions à la suite avec une finalité (de type inscription).
Cibleur	Performatif	Actions dirigées vers l'extérieur de l'espace d'interaction : actions de médiation sur les RS, activation des énoncés performatifs comme « Signer », « Agir », ...	Plusieurs actions sur des éléments performatifs, sur des énoncés engageants.
Cartographieur	Performatif	Actions-visualisation ou actions- tests des éléments performatifs et d'accès. Visualisation, survol des sommaires et fonctionnalités ou activation brève sans efficacité (retour à l'espace déclencheur).	Plusieurs actions tests ou visualisation .
Concentré	Information	Visualisation d'un texte principal > 10 sec. Lecture profonde avec déroulement de la page.	Geste lent et progressif (scroll) sur une page. Ou progression linéaire et lente sur plusieurs pages.
Vagabond	Information	Visualisation brève <10 sec., de plusieurs pages-textes.	Parcours non structuré par un document pivot. Utilisation de liens « éclatés »
Étoilé	Information	Visualisation plus ou moins longue de plusieurs pages-textes à partir d'un document pivot.	Parcours profond et structuré. Plusieurs ouvertures de pages à partir de liens internes.
Furtif	Information	Arrivée et sortie rapides de l'usager	Pas de parcours mais une unique action d'ouverture

			de page.
Interdiégétique	Analogie	Actions de va et vient au sein d'une page-scénario.	Visualisation profonde (> 10 sec. et progressive dans la page (scroll). Actions répétées sur des encarts visuels, sur des liens-internes. Des sorties furtives de la page-scénario et des retours systématiques.
Contemplatif	Analogie	Visualisation profonde d'un espace immersif.	Sans action ou une unique action de déclenchement (vidéo par exemple).
Inter-réactif	Analogie	Plusieurs actions de découvertes sur des éléments interactifs.	Actions répétées et prolongées sur un élément capable de « répondre » aux gestes de l'usager.
Co-créatif	Co-créatif	Actes d'éditorialisation de l'intérieur vers l'extérieur et vis et versa : écrire, commenter, créer des espaces, des images etc. Consulter et participer sur les FAQ, les timelines,	Actes construits et médiés (prennent appui sur les RS, les plateformes collaboratives)
(Co)Créatif	Co-créatif	Actes d'éditorialisation uniquement sans consultation ni médiation.	Actes construits et personnels
Co-(créatif)	Co-créatif	Actes de consultation des espaces de médiation et de participation	Actes de réception
(Co-créatif)	Co-créatif	Gestes d'appropriation des éléments de discours ou des	Actes singés d'éditorialisation. Ces actes

		visuels : copier/coller. Soulignement du texte. Suggestion postée dans les tchat des sites web.	sont repérables dans des espaces ou la co-création n'est pas prévue.

Figure 37 : Synthèse des styles d'interaction

II. Dessins des formes de présence observées (formes, forces et rythmes des styles d'interaction)

Toutes les formes de présence analysées ne présentent pas ces régularités schématiques liées à un unique style d'interaction, au contraire, on observe de nombreuses formes complexes dans le dessin laissé par la trace de l'usage.

II.1. Formes de présence qui s'enroulent ou s'échappent

Certaines traces présentent un va et vient entre plusieurs gestes enroulant leurs présences dans le même modèle d'interaction et ajoutant une nouvelle dimension à leur manière de figurer la scène pratique.

- *4 styles concentrés - cartographieurs (Parcours n° 33, 47, 103, 164)*

L'aspect cartographieur d'un style d'interaction concentré ajoute une démarche d'appréhension globale, s'échappant du cadre fixe d'un texte, pour visualiser les « possibles » du parcours. Un retour à une posture concentrée ne contre-figure pas l'expérience attentive mais confère une dimension « totalisante » au geste.

- *2 styles vagabonds - cartographieurs (Parcours n°109, n°3)*

Ce même geste consistant à cartographier l'espace lorsqu'il est associé à un vagabondage démultiplie le caractère éparpillé de la présence, se retrouvant dans chaque recoin potentialisé par l'espace co-énonciatif.

- *3 styles inter-réactifs - interdiégétiques (Parcours n°104, n°81, n°90)*

Le style inter-réactif, lorsqu'il s'exerce seul, tend vers une approche mécanisée de l'espace. Ce geste associé à une présence forte dans l'espace symbolique (style interdiégétique) révèle une position de découvreur. Ces parcours montrent une attention à l'espace scénarisé dans sa globalité et à chaque « surprise interactive » proposée par le modèle d'analogie.

- *5 styles co-créatifs (Parcours n°7, 30, 120, 153, 171)*

Le geste de l'usager peut également déborder du cadre stricte des modalités d'interaction. La manière de s'échapper d'un usager est peu visible par les traces, celles-ci étant situées précisément dans le modèle. Pour autant, nous observons sur cinq parcours une certaine gestualité liée au modèle d'interaction co-créatif par des actes d'éditorialisation singés.

Dans ces parcours « concentrés » sur un ou plusieurs articles nous remarquons une répétition de trois gestes : surligner les éléments du texte, copier/coller, cliquer droit sur les images. Ces gestes sont liés à une appropriation de la part de l'usager des éléments textuels et visuels, qu'il transfère probablement dans un document personnel non visible en ligne. Cette manière d'être relié au texte nous semble différente du style concentré ; c'est pourquoi nous le qualifions de style co-créatif et qu'il apparaît, dans les descripteurs sémiotiques, par les termes /appropriation visuelle/, /appropriation textuelle/. Une forme de présence « personnalisée » se manifeste en dehors de la situation d'énonciation, s'échappant de la scène pratique configurée.

II.2. Formes de présence qui s'amplifient ou s'atténuent

Au sein d'un même parcours l'usager peut figurer ou contre-figurer plusieurs modèles d'interaction. Notre méthode d'analyse permet de visualiser les séquences de valorisation de ces modalités. Ainsi, une séquence identifiant un style principal figurant une certaine modalité peut-être associée à une séquence contre-figurant une autre modalité. Dans ce cas, le style d'interaction principal est « atténué » par un autre style d'interaction. Inversement, un style d'interaction peut-être amplifié si d'autres séquences d'interaction montrent une valorisation forte d'une autre modalité.

II.2.i. Relation co-énonciative de la re-connaissance

Lorsque l'usager valorise la situation d'interaction du modèle d'information et du modèle d'analogie, il figure l'expérience de re-connaissance telle que nous l'avons identifié dans le couplage des modèles d'interaction.

Nous relevons, au sein des parcours, les situations de valorisation des M.I. Information + Analogie :

- *1 style concentré « amplifié » inter-réactif (Parcours n°162)*
- *3 styles étoilés « amplifiés » inter-réactif (Parcours n°15, 96, 191)*

Les styles concentrés ou étoilés amplifiés inter-réactifs caractérisent le parcours de quatre usagers qui ont interrompu une lecture profonde pour explorer plusieurs cartes interactives ou, pour l'un d'entre eux, médier une information sur les réseaux sociaux. Après cette « pause » gestuelle, ils ont repris une lecture concentrée.

Dans le parcours n°96 sont détectés les descripteurs /lecture profonde/, /lecture preuve/ associés au descripteur /lecture réticulaire/ caractérisant un style étoilé. Une deuxième séquence montre que l'usager explore les cartes interactives /exploration interactive/ puis prolonge son geste en réinvestissant une /lecture autoritaire/, guidé

par des liens vers les documents sources internes. Le style étoilé est alors caractérisé d'amplifié inter-réactif en ce sens ou le geste ne s'essouffle pas dans cette deuxième séquence.

Session 5775a2c472c6a471616a4fe0

Liste des actions open mainTextView	open mainTextView scroll scroll mainTextLeft mainTextView deepTextLink	open mainTextView link	open mainTextView mapPopupClic mapPopupClic mapPopupClic mapPopupClic scroll scroll mainTextLeft mainTextView backwardForward	
Temps passé sur la page:	46.635	36.681	21.858	153.319
Liste des descripteurs sémiotiques: Lecture profonde	Lecture profonde Lecture réticulaire Lecture preuve	Lecture profonde Lecture réticulaire	Exploration interactive Lecture profonde Exploration interactive Accessibilité localisée Lecture autoritaire	
Vecteur des actions: ('open', 1.0) ('mainTextViewLength', 46.582)	('deepTextLink', 1.0) ('open', 1.0) ('scroll', 2.0) ('mainTextViewLength', 19.9360001)	('link', 1.0) ('open', 1.0) ('mainTextViewLength', 21.6959999)	('backwardForward', 1.0) ('mapPopupClic', 4.0) ('open', 1.0) ('scroll', 2.0) ('mainTextViewLength', 127.2159998)	
Url de la page:	http://www.msf.fr/presse/communiques/soudan-sud-aggravation-crise-sanitaire-63-500-refugies-camp-yida	http://www.msf.fr/presse/communiques/soudan-sud-aggravation-crise-sanitaire-63-500-refugies-camp-yida	http://www.msf.fr/actualite/dossiers/urgence-au-soudan-sud	http://www.msf.fr/actualite/articles/situation-humanitaire-alarmante-au-soudan-sud

Figure 38 : Visualisation du parcours n°96

Nous observons ici que le détachement de l'univers référentiel déclencheur s'opère par le déploiement d'un style d'interaction opposé à cette énonciation de référence. En effet, le style concentré répond directement à la stratégie d'intermédiation « autoritaire » de l'instance énonciative alors que le style inter-réactif est lié à « une prise en main », par l'usager, de l'espace situationnel et expérientiel, une sorte de « debrayage » de la situation d'interaction initiale. Cette sortie de « la structure du texte » n'est cependant pas considérée ici comme une contre-figuration de l'expérience concentrée mais comme une amplification des signes de re-connaissance de l'information par l'usager. Il connaît l'information par le texte et renouvelle sa

connaissance par le schéma interactif. Cette expérience est permise par le couplage des modalités de l'information et de l'analogie tel que nous l'avons identifié dans le schéma tensif de la figuration du M.I. Information + Analogie.

- *2 styles inter-réactifs amplifiés concentrés (Parcours n°44, 46)*
- *1 style inter-actif amplifié étoilé (Parcours n°174)*
- *3 styles interdiégétiques amplifiés concentrés (Parcours n°2, 12, n°60)*

Ces trois parcours présentant d'abord un style inter-réactif (car abordent la découverte de l'espace co-énonciatif majoritairement par le bais des cartes interactives) opèrent de la même façon une re-connaissance mais cette fois-ci de l'univers symbolique : le schéma permet une connaissance-découverte dont la pratique de lecture amplifie la re-connaissance de l'espace scénarisé. C'est encore un renouvellement de la connaissance de l'espace symbolique par la lecture lorsque les usagers se sont d'abord projetés (style interdiégétique) dans un univers de référence avant de se concentrer sur une information.

- *4 styles contemplatifs amplifiés concentrés (Parcours n°23, 28, 69, 185)*

Les styles concentrés et contemplatifs agissent quant à eux en situation de réponse : en effet, une même posture est figurée par une gestualité ciblée à un environnement textuel pour l'un et visuel pour l'autre. Cette réponse du style concentré déplie le geste contemplatif, lui permet de s'inscrire dans une confrontation de l'image (peut-être fantasmée) avec l'approche d'une connaissance guidée par l'ONG. Là encore il peut re-connaitre l'autre en ajoutant la dimension du « savoir sur l'autre » (par le texte) à la présence symbolique de l'autre (par l'image).

- *1 style concentré atténué contemplatif (Parcours n°184)*

Un parcours présente des similitudes inscrivant en situation de réponse au style

concentré, le style contemplatif. Cependant, la pratique de la lecture s'épuise à mi-parcours par la contemplation d'un diaporama et ne se réactivera pas. Dans ce cas, le rythme « concentré » s'atténue en réponse au geste de repli sur l'image.

II.2.ii. Contre-figuration de la re-connaissance par la présence dispersée

Nous identifions des situations de contre-figuration des MI Information + MI Analogie

- *1 style inter-réactif atténué vagabond (Parcours n°16)*

Des formes de présence semblent s'épuiser face à l'aspect redondant de la gestualité interactive. C'est le cas de ce parcours dont les multiples activations de schémas et de liens n'aboutissent pas à une pratique concentrée ou structurée.

- *1 style étoilé atténué inter-actif (Parcours n°178)*
- *1style interdiégétique atténué cartogarphieur (n°60)*
- *2 styles contemplatifs atténués vagabonds (Parcours, n°10, 100)*

C'est plus particulièrement l'éparpillement de la présence dans les modalités de l'interactivité qui se révèle dans ces parcours atténués par la répétition de gestes mécaniques sur les schémas, sommaires, ou hyperliens. L'atténuation est révélée par la sortie de l'usager sans que celui-ci ait renouvelé sa connaissance d'un espace d'interaction ouvert par ces gestes.

À titre d'exemple nous avons détaillé le parcours n°60 (fig.31) dont la présence sur la page d'accueil révèle un style interdiégétique procédant par va et vient dans l'univers de référence. À la fin de son parcours, l'usager opère dans un style cartographique, c'est à dire visualisant l'ensemble des possibilités d'accessibilité mais sans les activer. En deuxième séquence, il survole en effet 9 sous-rubriques du sommaire sans cliquer

sur ces dernières et en troisième séquence, il survolera 6 menus également sans prolonger son geste. Si le style majeur de cet usager est interdiégétique démontrant un fort attachement au modèle d'interaction déclencheur (la page-scénario d'accueil), la poursuite du cours de l'action est cependant affaiblie et se termine par une modalité d'interaction informative peu intense : le fait de cartographier le sommaire sans prolongement dans ou hors l'espace scénarisé.

L'analyse située des traces dans le modèle d'interaction Information + Analogie (fig.11) ouvert par les différents parcours analysés, montre une atteinte de la zone cible par 14 présences co-énonciatives. Ces dernières se déploient par amplification du modèle d'analogie pour 10 d'entre-elles et par amplification du modèle informatif pour les 4 autres (les figures d'amplification sont notées sur le schéma par un dédoublement du cercle). L'amplification d'un style lié au modèle d'analogie semble se justifier pour « reconnecter » son geste à l'orchestration mise en scène par MSF. En effet, un déploiement uniquement contemplatif ou interdiégétique ne permet pas de « rejoindre » la matière informationnelle nécessaire pour réaliser la relation d'inter-médiation proposée par l'ONG.

Dans les marges intensives figure une présence « inactive », celle de l'usager d'abord plonger dans un univers concentré pour s'épuiser par une contemplation non réalisée (l'usager active très peu le diaporama) avant de sortir définitivement de l'espace numérique. Dans les marges extensives, les possibilités ouvertes par le M.I information + Analogie sont sur-activées (interactivité, hyperliens, démultiplication des rubriques) mais s'éteignent dans la mécanique du geste.

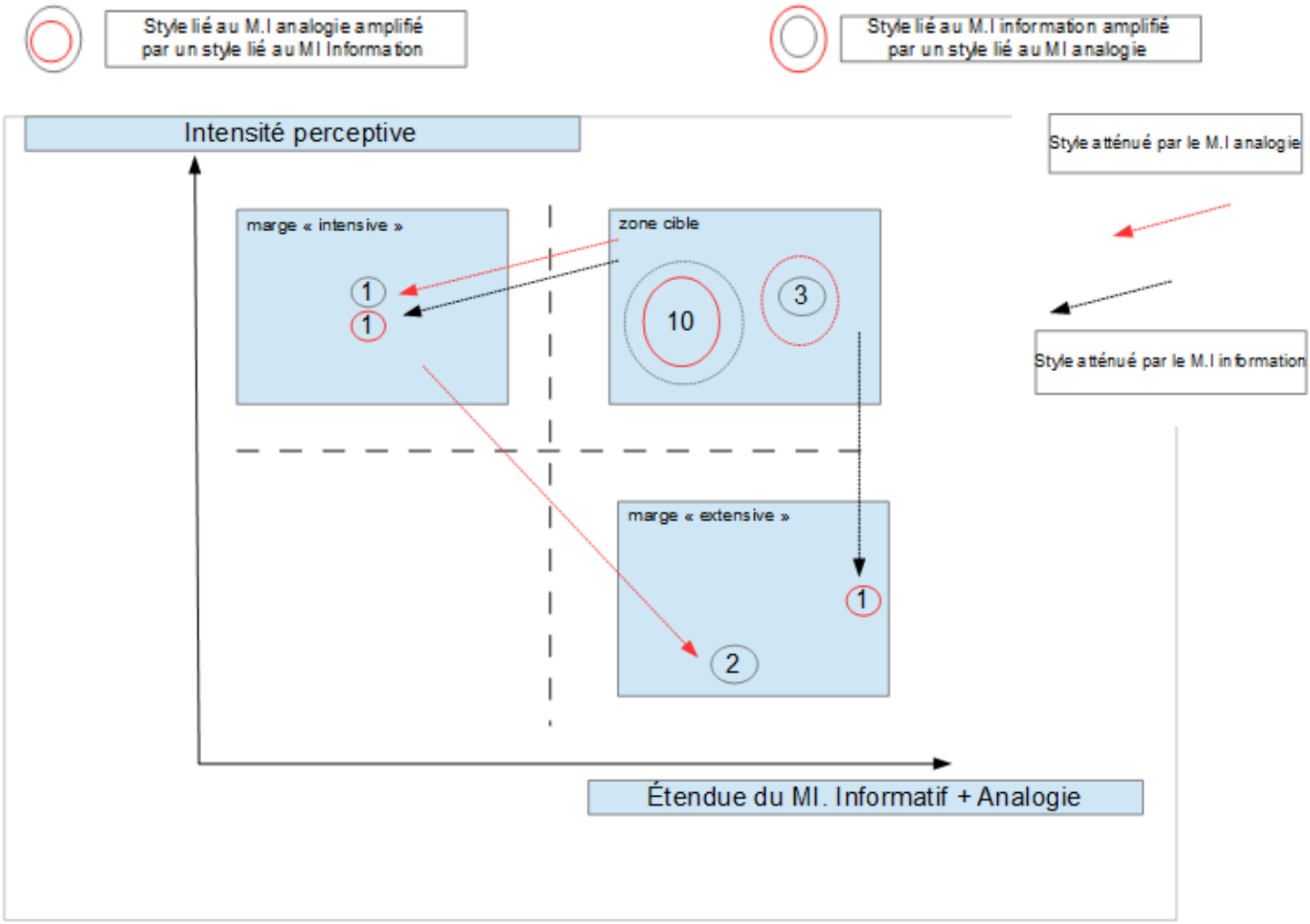


Figure 39 : Traces de valorisation des M.I. Analogie + Information par les usagers de MSF (sur 136 parcours)

II.2.iii. Relation co-énonciative basée sur l'identification de l'action

Nous relevons les parcours présentant une valorisant des M.I. Information + Performatif.

- *2 styles cartographieurs amplifiés opérateurs (Parcours n°22, 190)*
- *2 styles opérateurs amplifiés concentrés (Parcours n°122, 163)*

Dans ces quatre parcours, les modalités d'interactivité, (cartographier un espace ou répondre à un programme précis), permettent, par le geste actif, d'identifier les

sources de concentration. L'expérimentation active de l'espace (espace investi par le geste) est, dans ces exemples, une figure amplificatrice du pouvoir d'identification configuré par le M.I. Information + Performatif (fig. 13).

- *4 styles cibleurs amplifiés concentrés (Parcours n°37, 80, 47, 157)*
- *1 style cibleur amplifié étoilé (Parcours 19)*

La gestualité directe du style cibleur opérant sans détour sur « les énoncés engageants » est réinvestie ici par une concentration et structuration du parcours à partir de ces points d'entrée. Les usagers ciblent les rubriques dites performatives et circulent dans la matière informationnelle à partir de celles-ci. Contrairement à une pratique de lecture réticulaire ou autoritaire, ces deux usagers accèdent à chaque document cible à partir des icônes présentant un énoncé engageant.

II.2.iv. Contre-figuration de la relation d'identification par la sur-sollicitation

- *2 styles concentrés atténués cibleurs (Parcours n°38 et 114)*
- *3 styles cibleurs atténués vagabonds (Parcours n°156, n°31, n°63)*

Après une pratique de lecture concentrée, 2 parcours ciblent plusieurs énoncés engageants sans donner suite à leur geste tandis que le geste de cibler, dans les trois autres parcours, se prolongent par un vagabondage de rubriques performatives en rubriques performatives. On observe un épuisement de la présence par la sur-sollicitation des éléments performatifs ou d'informations.

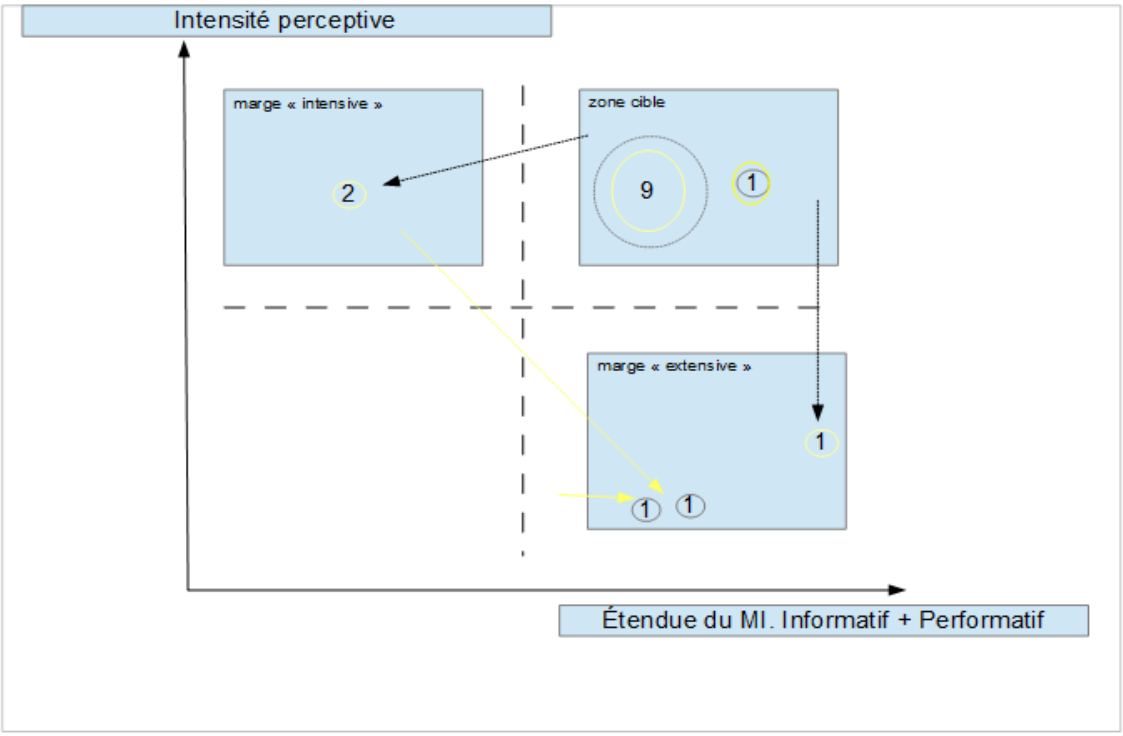


Figure 40 : Traces de valorisation des M.I. Performatif + Information par les usagers de MSF (sur 136 parcours)

Dans la zone cible du Modèle d'interaction Performatif + Information, on observe une amplification faible du modèle d'information. Ce constat est lié à la structure même de ce modèle d'interaction configurant la circulation internalisée du geste dans la matière informationnelle. Le modèle performatif propose un rayonnement fort s'agissant d'investir l'espace par l'action, l'usager est invité à ouvrir de multiples zones d'accès. Les rubriques performatives sont répétées sur chaque page du site web. Dans les marges intensives, l'inaction des styles concentrés vient contre-figurer cet espace d'expérimentation et, dans les marges extensives, c'est la sur-sollicitation des éléments performatifs qui vient brouiller les pistes.

II.2.v. Relation co-énonciative basée sur l'immersion

Nous identifions les présences du geste de l'usager dans le M.I. Analogie + Performatif :

- *1 style contemplatif amplifié opérateur (Parcours n°189)*
- *1 style interdiégétique amplifié cibleur (Parcours n°158)*

Dans ces deux parcours, l'usager visualise et entre dans l'univers proposé par l'action : en agissant sur une rubrique performative (l'usager visualise une vidéo et clique sur l'icône « je soutiens »), ou en exécutant le programme d'actions proposé (l'usager visualise la pop-up « Newsletter » puis un diaporama et procède à son inscription à la newsletter). La forme de présence est immersive par cette activation d'un pouvoir faire dans un espace contemplatif.

- *2 styles opérationnels amplifiés interdiégétiques (Parcours n°14, 166)*

Une forme réflexive se manifeste dans l'activation d'abord d'un pouvoir faire : un usager s'inscrit à la newsletter, un autre active l'icône facebook, et ensuite s'immerge dans la page d'accueil scénarisée. Une telle direction à l'interaction procède par vérification ou introspection du geste d'adhésion préalablement réalisé.

- *1 style interdiégétique atténué cibleur (Parcours 89)*
- *1 style cibleur atténué explorateur mimesis (Parcours n°150)*

La présence atténuée est également liée aux modalités performatives comme souligné dans les exemples précédents sur le M.I. Information + Performatif. On retrouve là une présence qui s'épuise par l'inaction (le style interdiégétique atténué cibleur) : dans les marges intensives, ce parcours montre un usager dont l'investissement symbolique est étouffé par l'absence de ré-action ; et dans les marges extensives, c'est la présence saturée par la répétition mécanique sur le schéma interactif qui clôt le parcours de l'usager cibleur atténué inter-réactif.

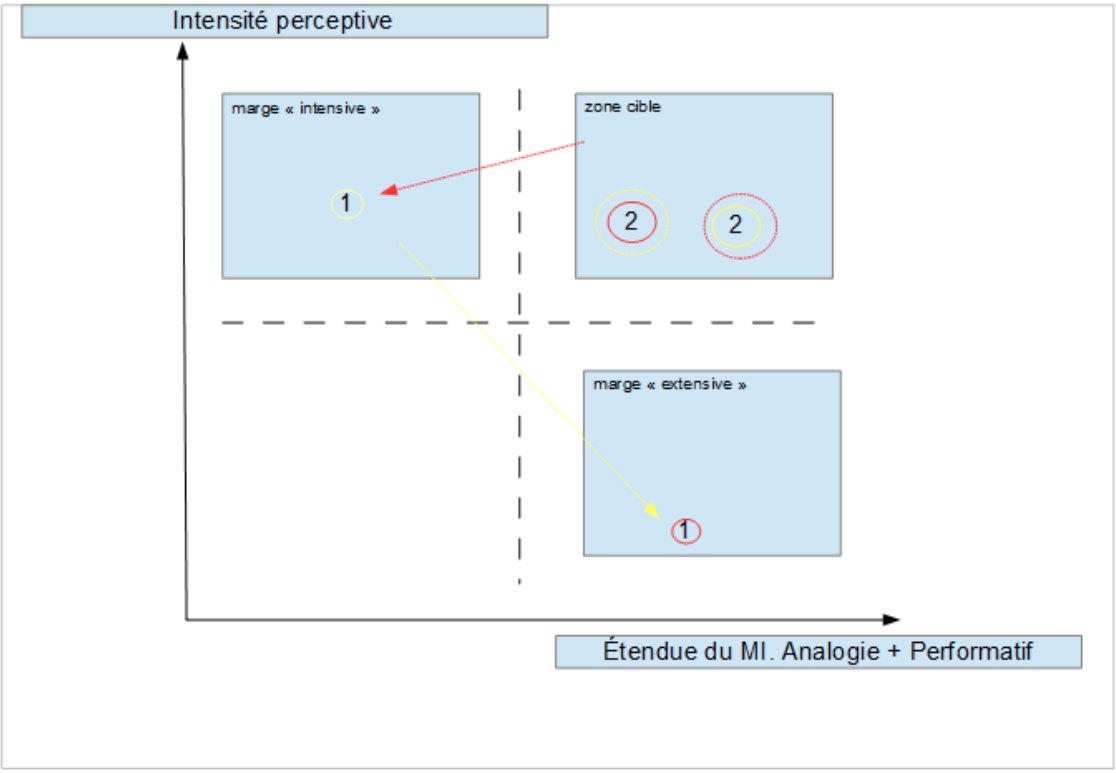


Figure 41 : Traces de valorisation des M.I. Performatif + Analogie par les usagers de MSF (sur 136 parcours)

III. Conclusions de l'analyse située des parcours d'interaction sur le site de MSF

III.1. Les relations co-énonciatives entre tracé de l'ONG et traces de présence des usagers

Nous proposons ainsi un changement de paradigme épistémologique et méthodologique : en passant de : Qui est l'internaute ? À Comment se construit son expérience d'interaction ? Quel en est le plan de l'expression ? De quoi est-elle le plan de l'expression ? Ce changement de paradigme influe sur l'évaluation de la stratégie configurée dans le dispositif numérique. L'évaluation d'une stratégie fondée sur un *ethos* se substitue à la stratégie de ciblage qui était liée au déterminisme de l'usager.

Ainsi, notre analyse d'une stratégie d'inter-médiation dans le cas de MSF ne pose pas la question traditionnelle : quelle est la cible et comment l'atteindre ? La réponse à cette interrogation se situe au niveau de portraits types de l'e-donateur : 35 % sont âgés de plus de 65 ans vivant en milieu urbain quand 37% de la jeune génération « recommandent » les ONG sur les réseaux sociaux.[68]

Or, notre conception de la stratégie considère l'usager comme co-énonciateur engageant un chemin perceptif dans le tracé de l'*ethos* de l'ONG configuré dans l'espace numérique. Les formes de présence de l'usager dans ce tracé manifestent leur singularité et se présentent comme des révélateurs des forces et faiblesses des manières de « faire monde » de l'ONG. Nous synthétisons, sous forme de tableau, les formes de présences observées.

68 http://agence-limite.fr/etude-e-donateurs-2012/CP-IFOP-LIMITE-donateurs-en-ligne-2012.pdf

Situation d'interaction	**Style d'interaction en situation de Figuration**	**Formes de présences**	**Nbre de parcours**	**Style d'interaction en situation de contre-figuration**	**Formes de présences**	**Nbre de parcours**
Guidé dans la connaissance	Concentré	**Attentive**	28	Vagabond	**Échappée**	7
	Etoilée	**Structurée**	6	Cartographieur	**Bloquée**	5
En situation de rencontre symbolique	Interdiégétique	**Projetée**	13	Contemplative	**Repliée**	9
	Inter-réactif	**Dévoilée**	3	Inter-réactif	**Mécanique**	6
En situation de concrétisation	Cibleur performatif	**Directe et concrète**	4	Cibleur	**Directe et fuyante**	4
	Cartographieur performatif	**Totalisante et concrète**	1			
	Interdiégétique performatif	**Projetée et concrète**	1			
	Opérateur performatif	**Programmée et concrète**	1	Opérateur	**Découragée**	3
	Co-créatif	**Personnalisée**	5			
En situation de re-connaissance	M.I Analogie + Info	**Inter-reliée**	14	M.I Analogie + Info	**Éparpillée**	6
En situation d'identification par l'action	M.I Info + Perfo	**Identifiante**	9	M.I Info + Perfo	**Inactive**	3
En situation d'immersion	M.I Analogie + Perfo	**Immergée**	2	M.I Analogie + Perfo	**Saturée**	4
		Réflexive	2			

Figure 42 : Synthèse des formes de présence observées sur 136 parcours d'interaction (site de MSF)

Dans le cadre de notre exemple, la force de la stratégie dans l'espace numérique de

MSF est liée à :

- l'orchestration des modes de connaissance dans un parcours permettant une appréhension concentrée du savoir inter-médié par une figure d'autorité. Guidées dans la matière informationnelle les formes de présence des usagers (34) se révèlent majoritairement attentives (28), structurées parfois lorsqu'elles se meuvent dans l'architecture étoilée du site web (6).
- une scénarisation «encadrée» de la rencontre entre usagers et médecins réduisant les effets de la distanciation provoqués par le registre « journalistique ». Des formes de présence (16) en situation de projection vers ces espaces symboliques potentialisent un engagement empathique.
- L'inter-relation d'un espace de connaissance et d'un espace symbolique dans l'interface d'accueil engage une présence concernée de l'usager, en situation pour 14 d'entre eux de re-connaitre les enjeux de l'ONG.

Concentrées, structurées, projetées et inter-reliées, ces formes de présence composent le dessin tracé par les usagers en situation de réponse co-énonciative positive avec la promesse d'interaction de l'ONG : celle d'une construction d'un engagement éclairé guidé par un savoir émanant d'une autorité légitime.

Cette stratégie de l'inter-médiation ouvre les manières de percevoir l'engagement considérant les capacités de l'usager à se frayer un chemin dans la matière informationnelle et dans une inter-relation symbolique avec les médecins. Elle élargit, enrichit la conception « théorique » de l'engagement mais referme, dans le même temps, la pratique de l'engagement. En effet, les formes de présence « concrètes » apparaissent affaiblies par les contraintes d'un espace co-énonciatif uniquement dirigé vers la figure d'autorité.

Les faiblesses de la stratégie tiennent à :

- une forte limitation du « pouvoir agir » de l'usager. Dans l'espace co-énonciatif de MSF l'usager est invité à « penser » l'engagement mais à

déléguer entièrement l'action à MSF. La concrétisation de l'engagement est configurée, dans le modèle performatif de l'ONG, exclusivement vers l'acte de don. Les autres formes de mobilisation sont très peu valorisées. Cette orientation exclusive du « pouvoir agir » de l'usager est également refermée sur un mode d'interaction unique : cibler la rubrique répétée à chaque page mais sans véritable connexion avec l'*ethos* révélé par chacun des espaces informationnels et symboliques. Cette posture de « cibleur » est réalisée par 4 usagers qui se sont très peu (voire pas) impliqués dans les expériences proposées. Une telle enclosure dans la manière de présenter l'action de l'usager appelle un mode de contre-figuration également refermé à deux types de présences : fuyantes ou découragées.

- L'absence d'inter-relation forte entre modèle d'interaction performatif et d'information réduit la capacité d'identifier les « possibles » d'une action personnelle. Ce même constat se répète dans les faibles connexions entre « le pouvoir agir » de l'usager (modèle performatif) et son « pouvoir être » (modèle d'analogie) amoindrissant la manifestation d'une présence immergée et/ou réflexive.

Nous observons essentiellement une conception « en silos » des modes d'interaction, ce qui implique des formes de présences « repliées » dans chaque modèle d'interaction.

L'usager a de ce fait très peu de possibilités de passer d'une certaine manière d'être relié à l'engagement à une autre conception de la relation co-énonciative. Les possibilités de se saisir différemment de l'espace numérique sont rigidifiées par l'absence de « passerelles » entre des « faire monde » qu'ils soient modelés par la matière informationnelle ou symbolique. Ces cloisons entre les manières de « faire monde » « capturent » les formes de présence qui peuvent apparaître comme « bloquées » par la profusion des modalités d'accessibilité ou en recherche vaine d'une échappée en dehors du circuit d'autorité.

De la même façon, lorsqu'il est maintenu dans l'espace symbolique, le geste se fait

mécanique (voire démystificateur) ou en sur-projection par rapport aux symboles proposés. En effet, en dehors de la page d'accueil, chaque scène d'interaction positionne idéalement l'usager ou dans un espace symbolique ou dans un espace de savoir. Relier savoir et symbole demande alors une démarche « volontaire » propre à l'usager mais n'est pas encouragé par la stratégie configurée.

Nous avons pourtant constaté une stratégie étoilée à partir du site institutionnel consistant à scénariser les espaces de la critique dans le site Crash, et les espaces de la contribution dans le blog de MSF. Cette vision élargie des formes de présence de l'usager sur ces deux autres sites permettrait d'évaluer globalement les effets de la stratégie. Pour autant, le passage d'un espace à l'autre est également cloisonné et relève d'une démarche volontaire de la part de l'usager. Ces lieux de la critique et de la contribution ne s'enchâssent pas dans un même scénario mais se côtoient sur l'espace d'accueil du site institutionnel incluant la diversité des approches sans créer des effets de sens dans un parcours relié.

Les formes de présence relevées sur le site de MSF, sont issues de la pratique des usagers sur support fixe ou mobile. Le mode de détection des parcours permet de distinguer l'usage de ces différents supports. Néanmoins, l'analyse ne montre pas de différences notables dans l'utilisation d'un terminal mobile pour parcourir le site de MSF. Ce denier, adapté au format de lecture sur mobile (responsive) ne freine pas le parcours de l'usager. La version mobile ne proposant cependant pas de modalités performatives autres pour l'usager, sa présence s'ajuste avec les mêmes figures amplificatrices, d'atténuation ou d'enroulement sur support fixe que sur mobile.

Pour résumé, la stratégie d'inter-médiation du site institutionnel de MSF ouvre les manières de connaître les enjeux de l'engagement de l'ONG, mais referme les possibilités d'agir pour l'usager. Elle permet de re-connaitre les besoins de l'autre mais ne suscite pas une identification de l'action de l'usager.

Cette stratégie captive la présence concentrée de l'usager et capture la présence contributive qui n'a d'autres moyens que de s'exprimer en dehors de la scène

d'interaction. Une telle stratégie appelle une présence qui s'enroule dans le modèle d'information pour co-construire un engagement éclairé. Pour autant, le tracé des usagers montre à quel point les manières de saisir un espace co-énonciatif sont plurielles.

III.2. Polyphonie des formes de présence et ouverture des formes de mobilisation

Le mode de perception de l'usager émerge ainsi de son niveau d'interaction avec le modèle proposé, niveau qui dépend de l'intensité et de l'étendue de styles d'interaction, des manières de se mouvoir dans l'espace ainsi dessiné. La création d'un cadre d'analyse sémiotique mettant en perspective usage et dispositif de médiation dans la combinaison de modèles d'interaction ainsi que la description des formes et des rythmes de la présence du geste de l'usage, sont des outils permettant d'aborder la question des stratégies sous l'angle des modulations de la présence gestuelle co-énonciative. La prise en considération du mode de perception du co-énonciateur, se révèle être un nouvel indicateur du degré de responsabilisation et d'ajustement de l'usager en lien avec le message éthique de l'Organisation énonciatrice.

Nous parlons de degré de responsabilisation et d'ajustement lors de la situation d'interaction pour évaluer l'efficience de la stratégie fondée sur un *ethos* et une esthésie collective, et non pas du taux de collecte qu'évalue une stratégie marketing. En cherchant à déterminer les conditions de réalisation de la relation co-énonciative par les usagers nous invitons à ouvrir les objectifs fixés préalablement à la stratégie de communication numérique des ONG.

La présence concrète de l'usager ne peut être perçue dans le site institutionnel de MSF que par l'acte de don et est potentialisée par une gestualité de « ciblage » sur des rubriques dont la répétition à chaque page est néanmoins déconnectée de l'expérience éditoriale de celles-ci. Ce constat appelle selon nous deux réflexions majeures pour l'évolution de la relation co-énonciative numérique créée par les ONG : d'une part, la valeur du don s'inscrit dans une démarche co-constructive et non

exclusivement dans une démarche de ciblage, d'autre part, la pluralité des formes de présences devraient permettre la manifestation d'une pluralité de formes de mobilisation dans l'espace numérique.

III.2.i. Ouverture de la valeur « don »

La potentialisation de l'acte de don dans une gestualité ciblée de la part de l'usager réduit le rôle de la relation co-énonciative. Le dispositif numérique est alors uniquement considéré dans une logique de support formel et matériel sur lequel l'usager transfère son intervention habituellement réalisé en dehors de celui-ci.

En bref, il s'agirait de passer de la version papier du formulaire de don à sa version numérique. Dans une démarche « pragmatique » le passage de l'un à l'autre est considéré comme une facilitation permise par la dimension opérationnelle du numérique. La logique performative des sites des ONG s'affiche sur toutes les interfaces d'accueil et se répète dans les différentes séquences interactives proposées à l'usager. La communication numérique des ONG se focalise sur un geste dans l'espace numérique - cliquer sur l'icône donner- qui assure la concrétisation de l'engagement, par lequel l'usager passe du statut de donateur potentiel à celui de donateur réel. Le « numérique » permet indéniablement de développer cette logique opérationnelle qui forme autant de réponses aux besoins des individus habitués désormais à régler leur quotidien à partir d'applications bien maîtrisées. La sphère socio-professionnelle a installé « définitivement » des pratiques liées à la gestion d'agendas synchronisés, au partage de documents, à la veille technologique, à la recherche comme à la diffusion d'informations ; la sphère culturelle a instauré une logique conversationnelle continue par messageries instantanées, une démultiplication des accès comme des contenus ; la sphère citoyenne a entériné l'usage systématique de plate-formes pour la déclaration ou le paiement des impôts par exemple. Il y a donc peu d'individus qui « échappent » au caractère désormais « pratique » de l'espace numérique, qu'ils soient pour ou

contre, qu'ils mettent en avant la démultiplication des possibles ou la démultiplication des contraintes liées à celui-ci. Les dispositifs numériques ont développé de nouvelles compétences à partir de cet « étoilement applicatif ».

Si l'usager tend, pour une part, à « emprunter » les voies dessinées par le web comme il investit le programme d'actions dessiné par la rue (dans sa dimension de parcours qui n'est pas « physique », évidemment, dans l'espace numérique) pour remplir des objectifs pragmatiques, se saisit-il pour autant de ces chemins de la même façon chaque jour et de la même façon que son voisin ? Voit-il des chemins d'accès dont le dessin comme le dessein importent peu ou en perçoit-il des particularités liées à la plasticité, l'iconicité, la performativité? Se figure t-il des espaces sensibles sur Internet comme il peut « ressentir » différemment la rue : le goudron lisse, le chemin odorant, les ruelles caillouteuses ; Cette pluralité de sensations est-elle liée aux fonctionnalités configurées dans cet espace : le banc, la terrasse, la fontaine, le rond-point ? L'usager s'attend effectivement à arriver au point qu'il s'est fixé en empruntant ce chemin mais les expériences, aussi simples soit-elles lors de son trajet, dépendent du programme d'actions (Rénier, 2008), comme de sa saisie de ce programme ici et maintenant. L'expérience ne dépend pas que de l'outil « la rue » mais de l'énoncé (le programme), de l'énonciation (la visée de ce programme) et de la saisie par l'usager de cette situation d'énonciation dans le cours de l'expérience. Une stratégie engageante sur le web doit permettre cette concrétisation du geste du don mais cela signifie t-il qu'elle a lieu de la même façon pour tous les usagers au sein de toutes les expériences éditoriales? La stratégie de chaque ONG doit-elle investir les mêmes séquences émotionnelles pour susciter la prise de conscience et l'adhésion de tous les usagers ?

Notre réponse est appuyée par notre analyse des formes de présences de l'usager : les multiples voies empruntées dans le tracé de l'ONG comme autant de manière de se relier à l'*ethos* de l'ONG. Tous ne ne contentent pas de cibler une rubrique performative pour exécuter la machine. Pour filer la métaphore urbaine nous reprenons les propos de R. Thomas décrivant ces procédures d'ajustement à l'espace depuis la

position du marcheur dans la ville : « Les qualités physiques et sensibles de l'environnement dans lesquelles les pratiques piétonnes prennent place, comme la présence ou pas d'un public modèlent et modulent le pas. Là, la latéralité des façades, en créant de la réverbération, révèle la présence humaine et conduit le piéton à marcher « sur la pointe des pieds », ici la présence d'une fontaine, en créant de la fraîcheur et en offrant un point d'assise au promeneur, pousse aux séjours ... » (Thomas, 210, p.11). Dans ce cadre, l'espace de la ville propose au marcheur un programme d'actions : ralentir, accélérer, se poser. Le marcheur s'approprie ou invente un nouveau programme à partir de celui-ci. Il peut s'asseoir là où cela n'était pas prévu, accélérer le pas alors que le lieu est configuré pour la contemplation, etc. Sur Internet, il ne peut y avoir que de la simulation de fontaines, de routes, de façades, mais cette simulation dessine un parcours perceptif avec un programme d'actions que le geste de l'usage viendra configurer ou contre-figurer. Ce détour par le milieu urbain nous invite à considérer le rapport entre l'univers de sens configuré et les multiples interprétations émergeant de la pratique de l'usager. Ainsi, pour revenir à notre thématique, les multiples formes de présence révélées dans le tracé de MSF définissent autant d'ajustement au programme d'actions proposé à l'usager, ce dernier concrétisera ce programme plus ou moins comme un espace de mobilisation.

Cette polyphonie des formes de présence (Lamizet, 2007, p.15)[69] démontre que la valeur « engagement » n'est pas fixée contractuellement et au préalable. Elle est construite par l'usager en fonction de sa relation co-énonciative à une re-présentation de l'engagement, un renouvellement des modes de figuration plastiques, iconiques et des modes d'action dans l'espace numérique. Nous exprimons notre compréhension de la valeur telle que définie par E. Landowski dans Passion sans Nom : « [...] c'est en

69 Bernard Lamizet met en évidence la polyphonie dans le contexte urbain : « Ce qui fait naître la ville, à la fois comme espace politique et comme espace culturel, c'est la rencontre, le rapport à la différence et à la multiplicité des codes et des voies. La ville est un espace qui naît d'une rencontre car elle se fonde sur le carrefour qui fait se croiser plusieurs parcours et plusieurs histoires, plusieurs identités et plusieurs projets, plusieurs engagements et plusieurs appartenances. La communication qui se déploie dans l'espace urbain consiste, dans ces conditions, dans une véritable polyphonie. » (2007, p.15)

effet à l'usage, ou mieux, à l'épreuve, dans l'expérience que je fais de la qualité spécifique de mon rapport à l'objet au moment même où je suis en train de vivre ce rapport – que se donne à découvrir la valeur d'être de l'objet en question, celle qui revêt non pas en soi ou par référence à quelque critère d'évaluation contractuellement fixé, mais *ici et maintenant*, « pour moi ».» (Landowski, 2004, p.75). Prenons l'exemple d'un don réalisé par un usager sur le site web d'une ONG. Le montant de ce don est la valeur contractuelle. La valeur « don » est quant à elle liée à la construction de l'engagement de l'usager, *ici et maintenant*. A t-il perçu les enjeux de l'ONG ? A-t-il identifier son pouvoir d'action. A-t-il reconnu l'autre dans l'altérité ? S'est-il projeté symboliquement dans la réalité du terrain ? Une nouvelle situation d'interaction pourrait ainsi aboutir, pour ce même usager, à un don d'une autre valeur.

Dans notre exemple, 4 dons proviennent d'une attitude de ciblage ou d'opérationnalité, attitudes liées à la configuration du dispositif. 7 formes de présence contre-figurent clairement ce programme d'actions en manifestant une présence fuyante ou découragée. Une lecture du taux d'échec de la collecte par la manifestation d'une présence fuyante ou abandonnée concentre, nous l'avons évoqué, les efforts sur l'ergonomie de la page de don : nombre de champs à remplir ou formalisation de la one page. Pourtant, la contre-figuration du modèle performatif potentialisant un style d'interaction cibleur, devrait se lire en regard de toutes les autres présences n'aboutissant pas à la forme concrète du don. Cela signifie-t-il qu'aucune autre présence de l'usager ne témoigne d'une mobilisation, d'un engagement au côté de l'ONG ? Pour nous, il s'agit d'une lecture biaisée par un enfermement de la valeur « engagement » à un seul mode de perception de l'espace et de l'action au sein de celui-ci.

Notre analyse mettant en avant la polyphonie des formes de présence démontre que celles-ci peuvent se déployer en dehors de la séquence décrivant le détachement de l'usager de son monde propre à l'attachement aux « faire monde » de l'ONG. La structure tensive de l'engagement opère selon nous un double mouvement de la

valence « détachement » à la valeur « attachement », puis de la valeur « attachement » à la forme de vie « détachement ». La valence détachement est constituée des prédispositions de l'usager à aller vers l'autre (en se détachant de son propre univers) ; la valeur attachement est traduite par les capacités de l'usager à rejoindre les re-présentations du « groupe » ; la forme de vie détachement est le déploiement de la présence de l'usager comme co-énonciateur manifestant un tracé singulier dans le tracé du groupe.

Les formes de présence de l'usager (en tant que manifestation des valeurs et valences du co-énonciateur dans l'espace numérique) peuvent se situer au delà des « normes » de l'engagement déterminées par la stratégie de l'ONG, et donc au delà du régime de la manipulation (Landowsky, 2002, p.42). Nous considérons ainsi l'usager en capacité de produire ses propres formes de l'engagement au sein de l'espace co-énonciatif tout à la fois en lien et en distance avec le programme d'actions de l'instance énonciative.

Nous concluons que ces multiples formes de présence émergent d'une situation d'embrayage dans le cours de l'interaction dans l'espace co-énonciatif, rejoignant avec plus ou moins de force l'*ethos* de l'engagement de l'ONG mais aussi peuvent se manifester au delà dans une situation de débrayage, c'est à dire de mise à distance avec les normes « écrites » par l'instance énonciative. Nous modalisons ce déploiement des formes de présence par l'enchaînement de deux structures tensives signifiant le prolongement du geste de l'usager en dehors d'une réponse strictement encadrée par l'expérience configurée.

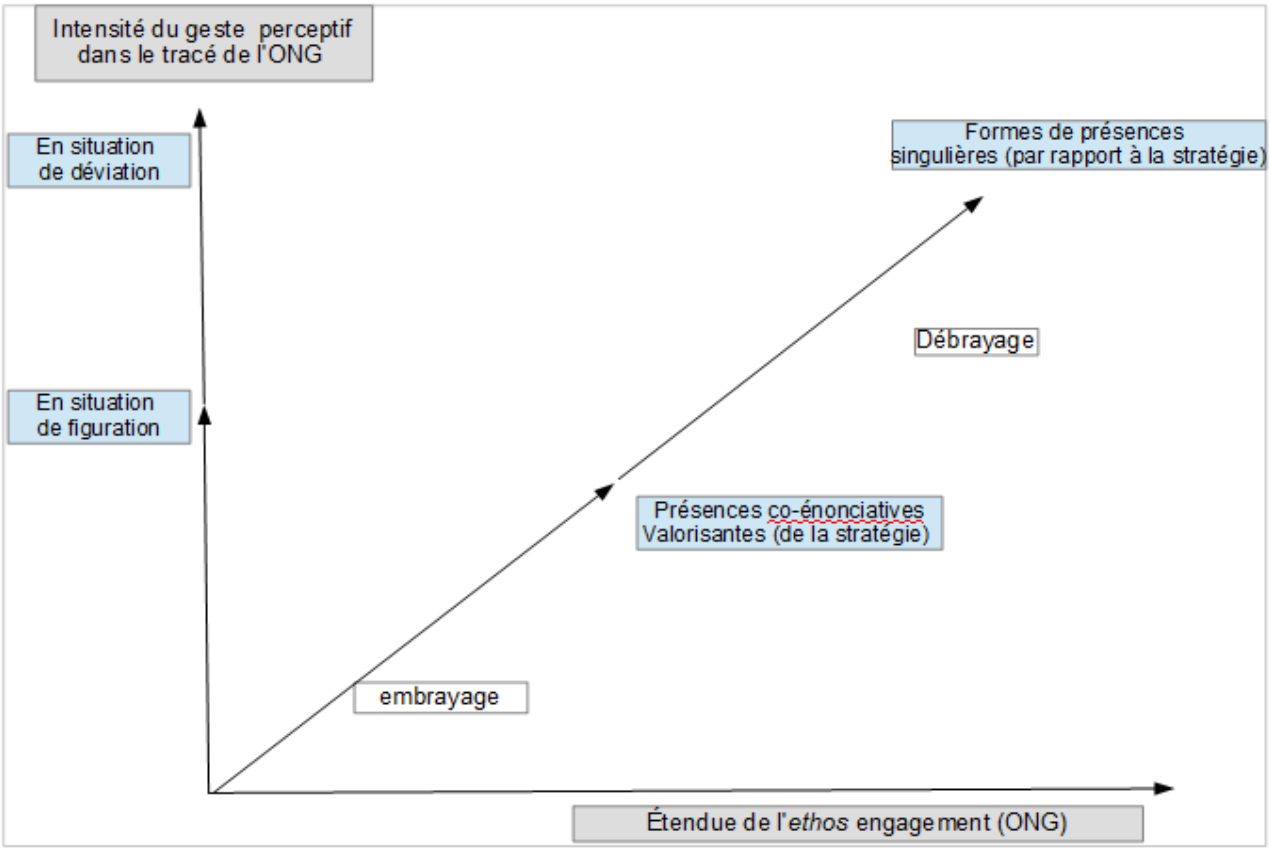


Figure 43 : Schéma tensif du déploiement des formes de présence

III.2.ii. Ouverture des formes de mobilisation

Pour « tracer » le geste de l'usager (suivre sa trace) il s'agit d'observer les réponses co-énonciatives vis-à-vis de l'*ethos* de l'engagement mis en scène. Les descripteurs sémiotiques d'un cours de l'interaction révèlent la posture valorisante ou dévalorisante du geste de l'usager à l'égard de l'expérience potentialisée par les modèles d'interaction.

Les descripteurs sémiotiques des différents gestes de l'usager sur le site de MSF sont ci-dessous restitués :

M.I.	Information	Analogie	Performatif	Co-créatif
Valorisation	/lecture profonde/ /lecture réticulaire/ /lecture preuve/ / cartographieur/ /accessibilité/	/exploration interactive/ /lecture plongée/ /affinité visuelle/ /accessibilité visuelle/ /projection symbolique/	/action instrumentale/ /action cible/ /action performée/	(modèle d'interaction non configurée dans la stratégie de MSF) /simulation éditorialisation/
Dévalorisation	/lecture pro-extensive/ /Inefficacité accessibilité/ /hyper-réticulaire/	/sur-projection/ /repli visuel/ /geste mécanique/	/non performatif/	

Figure 44 : Liste des descripteurs sémiotique des parcours d"interaction

La fréquence d'apparition de ces descripteurs nous renseigne sur l'émergence d'un ou plusieurs styles d'interaction dans le cours de l'action de l'usager.

La combinaison des styles d'interaction témoignent des inter-relations opérées par l'usager entre modèles d'interaction.

Puis ce sont les séquences du déploiement des styles d'interaction qui révèlent les figures enroulées, amplificatrices ou d'atténuation du tracé de l'usager, situant celui-ci dans la marge extensive, intensive ou dans la cible de la stratégie.

En suivant ce raisonnement, nous observons les formes de présence valorisant la stratégie (89), celles sur-investissant les possibilités offertes par l'espace co-énonciatif (22), ou encore celles dé-réalisant les modalités d'interaction.

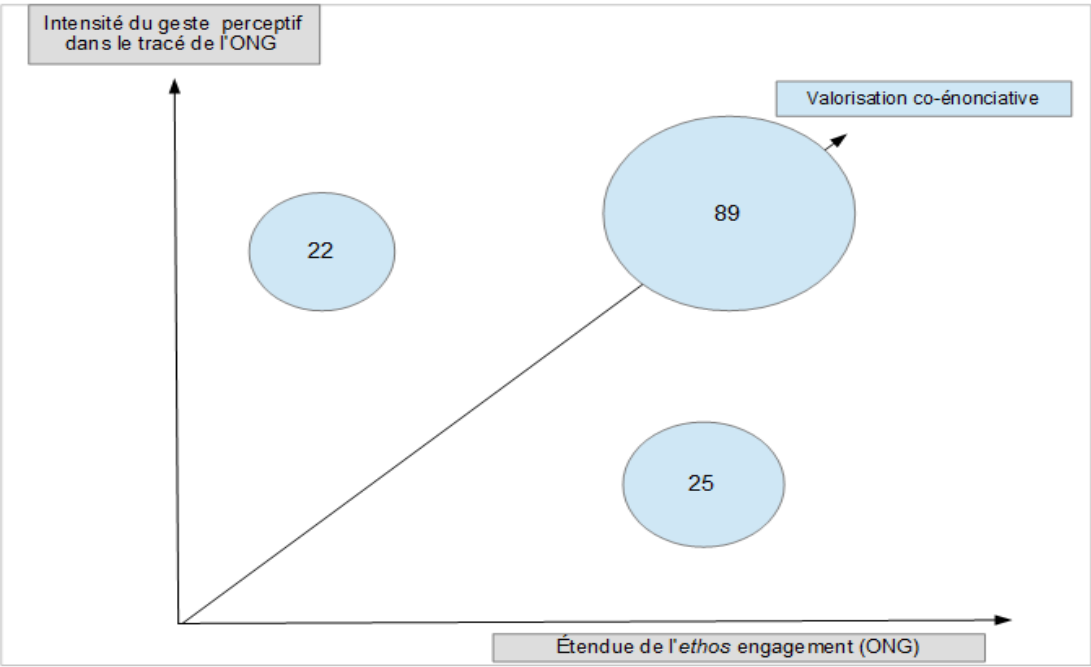


Figure 45 : Intensité de la présence des usagers au niveau de la relation co-énonciative

Une telle représentation de la valorisation de la stratégie contredit clairement celle imposée par l'exigence de performativité située exclusivement au niveau du don ou de l'acte engageant de type inscription, pétition :

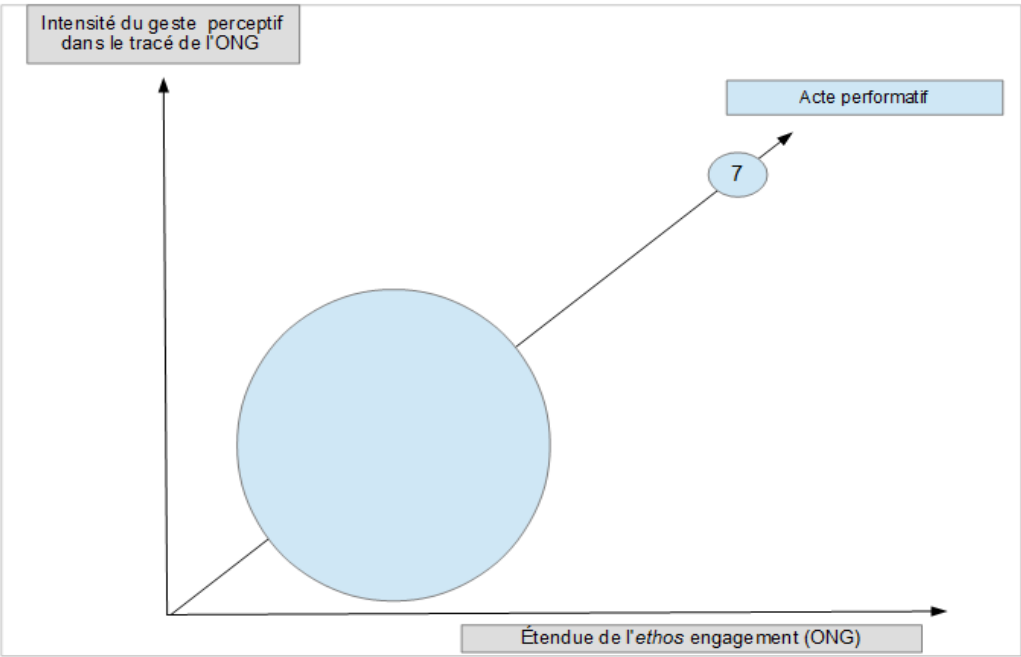


Figure 46 : Intensité de la présence des usagers au niveau performatif

Nous mettons en évidence ici le déplacement du point de vue de l'analyse pour l'évaluation d'une stratégie numérique : de l'exigence performative ciblée sur le don à l'exigence d'une relation co-énonciative propice à l'engagement.

Les procédures d'ajustement observées dans le cours de l'interaction nous ont permis de préciser les modes de valorisation co-énonciatifs. L'analyse des inter-relations établies par les usagers entre les différents modèles d'interaction (la valorisation de combinaisons de modèles d'interaction) permet de représenter la pluralité des formes d'engagement allant de l'ignorance de l'autre à l'identification de sa responsabilité citoyenne vis-à-vis de l'autre. Une telle approche recentre le don comme étant une cible à atteindre mais pas nécessairement la manifestation de la relation co-énonciative la plus intense.

En effet, dans la marge intensive de valorisation de la stratégie co-énonciative (fortement encadrée par le modèle d'interaction d'information sur le site de MSF) se situe une forte prise de connaissance des enjeux défendus par l'ONG. L'objectif de « faire voir » à l'usager une forme de réalité empreinte d'urgence est pour une part atteinte (34 usagers) : les formes de présence attentives et structurées répondent à ce niveau de la stratégie. La contre-configuration de ce niveau de la stratégie dans la marge extensive (15 usagers) est le fait de présences « échappées » de l'autorité du circuit de l'information, « bloquées » par les modalités d'accessibilité ou encore « découragées » par les modalités performatives. Au delà du don émerge une forme d'engagement que nous situons au niveau de la re-connaissance de l'autre : les formes de présences projetées et inter-actives témoignent d'une rencontre avec l'autre relativement intense (16 usagers) jusqu'à opérer une inter-relation entre le niveau informatif et symbolique : les formes de présences inter-reliées ; immergées et réflexives (18 usagers) non considérées dans une évaluation uniquement performatives nous semblent être un témoignage fort d'un geste perceptif re-connaissant l'autre dans l'altérité quand 9 usagers, par leur présence identifiante, montrent une identification des actions possibles pour s'engager concrètement avec l'ONG. Échappées des effets de sens proposés par la stratégie, 14 présences se replient dans une sur-projection

symbolique ou dans un surinvestissement des possibilités de rencontrer l'autre. 19 usagers proposent un tracé révélant une forme de cacophonie dans l'espace numérique par une présence éparpillée, saturée ou mécanique.

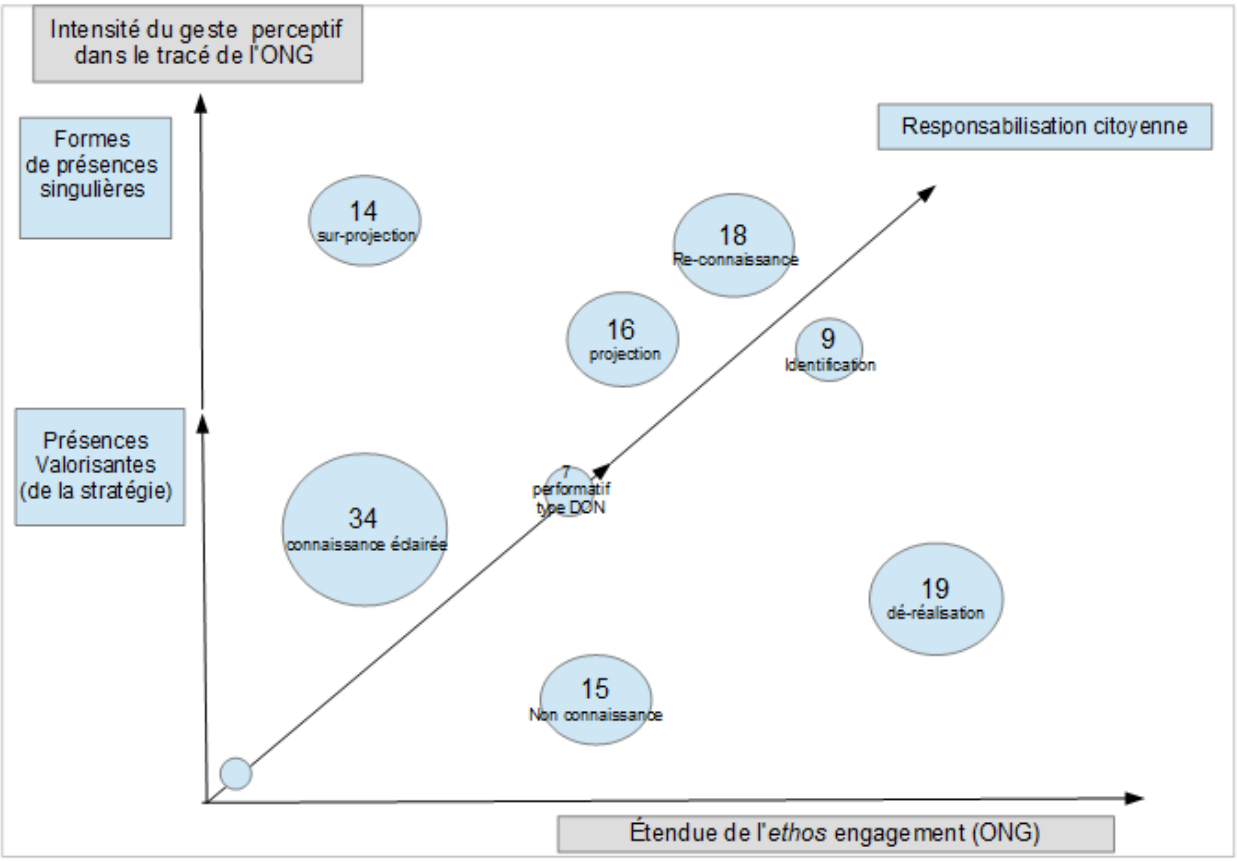


Figure 47 : Intensité de la présence des usagers au niveau de l'analyse des stratégies d'ajustement

Cette approche de l'évaluation d'une stratégie potentialisant des manières de se relier à l'*ethos* de l'engagement) montre des formes de présence au-delà des signes constants révélés par les stratégies performatives et permet de donner sens au tracé de l'usager en dehors d'une vision uniformisée des manières de s'engager. Cela autorise, selon nous, à rétablir la promesse d'énonciation au niveau d'un degré de responsabilisation citoyenne : la définition d'une stratégie d'ajustement invite l'usager à se figurer les enjeux de l'action de l'ONG dans une perspective co-constructive, celle d'un « faire monde » ensemble.

Dans cette perspective, le site web constitue une possibilité de s'investir, de s'engager,

possibilité reliée à d'autres modes de mobilisation. Nous envisageons l'expérience potentialisée par le dispositif en lien avec les autres espaces d'interaction. En effet, considérant avec de nombreux auteurs que « dans l'action, Internet est un espace aussi concret que le monde réel » (Fogel, Patino, 2013, p.28) notre mode d'analyse sémiotique ne renvoie pas dos à dos l'engagement de terrain et l'engagement dans l'espace numérique, tout comme ne présuppose pas la supériorité d'un mode d'engagement sur un autre. Les inter-relations entre espaces d'interaction se réalisent par le mouvement d'un geste perceptif :

- du réel au numérique : l'usager cherche à confirmer ou à éprouver au sein de l'espace numérique sa compréhension, sa saisie particulière d'une situation perçue dans l'espace réel.
- du numérique au numérique : l'usager perçoit au cours de la relation co-énonciative dans l'espace numérique, les enjeux de l'engagement et concrétise ce niveau d'interprétation par un acte performatif au sein de celui-ci. Cette présence est très faible dans l'analyse que nous avons faites des 136 parcours sur le site de MSF ; Cette faiblesse est liée à un manque de « connexions » entre le « faire voir » de la stratégie et le « pouvoir faire » de l'usager.
- du numérique au réel : l'interprétation par l'usager de l'*ethos* de l'engagement médié dans l'espace numérique influe sur ces prises de décisions dans l'espace réel. Les effets de la pratique numérique peuvent également se projeter en dehors de l'espace qui institutionnalise cette pratique. Ainsi, nous considérons qu'une intensité perceptive forte de l'*ethos* sans acte performatif au sein de celui-ci peut occasionner un mode de vie particulier de l'usager, attentif aux valeurs qu'il a perçu dans le cours de la relation co-énonciative. Ainsi, la consultation du site web peut « nourrir » l'usager qui ne réalisera peut-être pas d'actions concrètes, au sein de l'espace numérique, mais modulera une façon de vivre dans son espace quotidien. Par la prise de connaissance du discours de l'ONG, l'usager construit son positionnement vis-a-vis de

> l'information. Ces informations peuvent prendre corps dans la vie de l'usager, notamment par la mise en pratique de gestes en faveur de l'environnement, et signifier ainsi une manière de vivre sinon « engagée », tout du moins guidée par des valeurs. Ainsi, si les consultations des sites web ne sont pas concrétisées dans l'espace numérique par un acte de médiation ou de don, elles doivent cependant être considérées comme une forme de mobilisation en construction. Il s'agit dès lors de saisir l'intensité avec laquelle l'usager entre en contact avec cette information.

C'est pourquoi, dans l'évaluation de la stratégie de MSF, nous définissons les présences liées à une prise de connaissance, à une projection ou à une re-connaissance de l'autre, sur l'axe stratégique de la co-construction de l'engagement.

Ni simple transfert des habitudes du réel au numérique, ni sur-investissement de la dimension performative, l'évaluation d'une stratégie de l'engagement doit permettre d'ouvrir les formes de mobilisation autant que s'exprime, par le tracé des usagers, la polyphonie des manières de se relier aux espaces d'interaction.

Conclusion

Nous avons constaté, au départ cette recherche, une certaine ambiguïté dans la manière de considérer l'usager en situation d'interaction sur le site web d'une ONG : le citoyen solidaire des « voies » d'un engagement tracées par l'ONG d'un côté, l'usager comme cible marketing, de l'autre.

La pratique des ONG montre que l'évaluation des stratégies numériques est fixée au niveau performatif : le potentiel de « transformation » d'un usager en donateur. Internet, considéré comme un outil de recrutement, les équipes de conceptualisation et conception des stratégies intègrent les nouveaux usages largement décrits dans la littérature sur les réseaux sociaux numériques, les serious game, les dispositifs immersifs, les quantified self par exemple. Nous avons en effet observé des démarches originales et attentives à ces évolutions de l'espace numérique dans certaines campagnes web comme « Run4Tiger » de WWF intégrant les technologies de

géolocalisation, « Voiceless-eyes » de RSF s'appuyant sur les technologies de capture des mouvements de l'usager, « Agir avec MSF » activant un dispositif conversationnel, etc.

Néanmoins, les sites institutionnels sont, quant à eux, plus axés sur un niveau informatif et ne recréent que très peu les conditions d'une inter-relation entre les objectifs assignés à la communication numérique avec la diversité des manières de s'engager. La logique performative resserrée à l'action de donner définit l'espace numérique comme un espace d'information et de sollicitation.

Notre objectif étant de redéfinir les indicateurs de l'efficience d'une stratégie nous posons la question, tout au long de notre analyse, des pouvoirs du design numérique, dessinant l'espace de l'interaction et des pouvoirs de l'usager, en situation de communication. Évaluer « les pouvoirs » de la situation de communication numérique des ONG dans le développement de l'engagement des usagers, c'est revenir sur ce que recouvre la notion d'engagement. L'état de l'art sur la question confirme notre constat d'un engagement perçu différemment dans l'espace réel et dans l'espace numérique assignant des rôles et des modes d'actions particuliers dans chacun de ces lieux. Les efforts de différenciation au niveau des stratégies numériques sont limités à la vocation « pragmatique » voire « utilitariste » de l'outil internet puis ouvertes aux potentiels d'influence révélés par les sciences cognitives et aux concepts de « communautés » avec les réseaux sociaux largement étudiés dans les disciplines autour des humanités numériques.

Notre contribution consiste, dans un premier temps, à cerner la dimension sémiotique de l'engagement dans l'espace numérique des ONG et ceci afin de ne pas refermer l'analyse de la situation d'interaction au niveau des objectifs « pragmatiques » de l'instance stratégique ou de l'usager. Pour cela, nous abordons l'engagement comme un processus de co-construction de sens entre l'usager et l'ONG médié par un dispositif dans le cours d'une relation co-énonciative. Cette définition permet de déplacer l'angle de la recherche au niveau de l'espace de médiation et de proposer un

cadre d'analyse de la relation se tissant dans un rapport de co-énonciation, l'usager apportant une voie singulière par sa manière d'interagir au sein du tracé de l'engagement créé par l'ONG.

Nous proposons un niveau d'analyse des manières de s'engager des usagers dans l'espace numérique: les styles d'interaction. Ces styles ne déterminent pas une seule façon de se mouvoir dans l'espace numérique pour un usager mais les multiples manières de figurer l'espace d'interaction dans l'*ici et maintenant*, variant d'un usager à l'autre, et se modulant également au cours de l'action d'un même usager. L'espace d'interaction est analysé au niveau de modèles d'interaction qui sont les tracés de l'expérience configurée au sein du site web. La grille d'analyse que nous construisons sur le modèle S/M=RC (le style d'interaction croisé avec un modèle d'interaction aboutit à une relation co-énonciative particulière) reprend les principes dégagés par A. Berque énonçant que « la réalité n'est que S/P : un rapport de prédication entre laTerre et un certain monde. » (Berque, 2002, p.49). Une telle méthode d'analyse nous permet de dégager la polyphonie des formes d'engagement dans l'espace numérique des ONG.

Pour mettre en œuvre l'analyse de la relation co-énonciative (S/M) nous abordons précisément les différents tracés de l'expérience d'interaction par les ONG. Nous cherchons à définir le plus finement possible les différentes modalités d'interaction configurées au sein des parcours des sites des ONG. Ces modalités sont liées à l'*ethos* d'un engagement c'est à dire aux valeurs éthiques, morales et imaginaires mises en scène par le design numérique et sont fondées sur des esthésies collectives, correspondant à une manière sensible d'interagir. Différents *ethos* et rhétoriques multimodales relevant d'esthésies caractérisent les tracés proposés par les ONG et permettent de saisir la pluralité des modes d'engagement configurés au sein de l'espace web. Dans cette première partie, les stratégies numériques ne sont plus considérées aux niveau de l'efficience d'un design pour recruter un donateur mais sur les potentialités de ce dernier à créer, déployer des relations co-énonciatives.

Nous proposons une évaluation du design numérique à partir de stratégies d'ajustement consistant à relier la mise en scène de l'engagement avec l'*ethos* de l'instance énonciative et les manières de vivre la communication configurée par le dispositif de médiation. La diversité des signes de l'engagement potentialisée révèle ainsi un espace numérique non réductible à sa dimension d'outil ou à ses potentialités de performance et de manipulation. L'espace numérique est alors considéré dans son pouvoir *faire voir*, *faire faire, faire croire* mais aussi *faire ressentir*, chacun de ces pouvoirs étant inter-relié au niveau des strates énonciatives du design dans un espace situationnel et expérientiel. En effet, la situation d'interaction de l'engagement se caractérise par le dessin d'une situation de communication au sein de l'interface et des modalités d'actions permettant la figuration de l'expérience. Ces dessins et desseins mis en scène confèrent une présence à l'usager : cliquer sur « un énoncé performatif » potentialise une présence /identifiant l'action/, « consulter et revenir au document source » préfigure une présence en /lecture profonde, réticulaire et autoritaire/, etc. C'est à la condition d'une description précise des parcours erghodiques potentialisés, c'est à dire des potentielles manières de se mouvoir dans le tracé d'un *ethos* de l'engagement particulier, que la pluralité des expériences d'interaction configurées est révélée.

À l'issue de cette analyse, nous redéfinissons les pouvoirs du design numérique dans la situation d'engagement vis-à-vis d'une ONG en fonction de l'*ethos* co-énonciatif proposé.

Nous observons dès lors un éclatement des « pouvoirs » bien au delà de l'objectif initial d'un « pouvoir transformer un usager en donateur » fixé par les concepteurs de stratégies :

- *le pouvoir faire comprendre* qui se fonde sur la mise en scène d'un *ethos* de l'engagement éclairé et d'une stratégie de l'inter-médiation ;
- *le pouvoir faire rencontrer : ethos* d'un engagement empathique et d'une

stratégie de la projection symbolique ;

- *le pouvoir faire re-connaitre : ethos* d'un engagement concerné et d'une stratégie de la valorisation ;
- *le pouvoir faire agir : ethos* d'un engagement concret et d'une stratégie de l'action ;
- *le pouvoir faire expérimenter : ethos* d'un engagement identificateur fondé sur une stratégie de l'action et de l'inter-médiation ;
- *le pouvoir faire contribuer : ethos* d'un engagement participatif et d'une stratégie de la création ;
- *le pouvoir faire construire un point de vue : ethos* d'un engagement créatif fondé sur une stratégie de la projection et de la valorisation ;
- *le pouvoir faire co-construire une pratique : ethos* d'un engagement militant fondé sur une stratégie de l'action et de la création.

Chacun de ces « pouvoirs » est configuré par la combinaison de modalités d'interaction : M.I. Analogie, M.I. Information, M.I. Performatif, M.I. Co-créatif, proposant des parcours erghodiques aux usagers : parcours-guide, parcours-fouille, parcours-impulsion, parcours-mécanique, etc. Cette démarche répond à notre objectif de définir des indicateurs sémiotiques pour évaluer une stratégie et ainsi ouvrir les « pouvoirs du design numérique ». Dans ce cadre, la stratégie est évaluée au niveau du déploiement de la relation co-énonciative et non pas strictement au niveau de la performance « contractualisée ». Cette première étape vise à déterminer les conditions idéales pour que l'usager soit en situation de valoriser les dessins et desseins de l'engagement.

La deuxième étape consiste en une analyse du cours de l'interaction au delà de la situation « idéale » projetée par l'évaluation heuristique. Nous proposons la visualisation de ce cours de l'interaction par un schéma tensif présentant les

différentes modalités d'interaction configurées et la situation de l'usager au sein de celui-ci en fonction de l'intensité de son geste : valorise t-il plus ou moins le design d'une interface configuré par un modèle d'interaction d'information et d'analogie par exemple ? Cette approche étend considérablement les pouvoirs du design dans la situation d'interaction au delà d'un pouvoir de manipulation mais contraint le geste perceptif dans une situation de communication idéale. En effet, nous avons fixé préalablement les zones du schéma tensif en fonction des stratégies fondées sur un *ethos* de l'engagement et relevant d'une esthésie collective.

Or, nous nous intéressons à l'intensité d'un geste perceptif capable de résistance vis-à-vis de la stratégie configurée. Ainsi, pour suivre les traces du parcours des usagers nous augmentons en amont notre cadre d'analyse des potentiels usages déviatifs. Les descripteurs sémiotiques des expériences d'interaction qualifient ainsi tout autant les actes de figuration que de contre-figuration d'un modèle. L'anticipation de formes critiques de la pratique d'interaction permet d'intégrer, dans notre schéma tensif, des marges intensives et extensives, c'est à dire des zones de sur-valorisation ou sous-valorisation des modalités d'interaction proposées.

L'analyse des parcours en temps réel, c'est à dire dans l'*ici et maintenant* de la situation d'interaction, consiste à retranscrire, via les descripteurs sémiotiques, la figuration ou contre-figuration par l'usager du modèle d'interaction dans lequel il se meut. La création d'une ontologie sur les manières d'interagir (les descripteurs sémiotiques que nous définissons en fonction des gestes de l'usager sur un espace situationnel et expérientiel particulier) constitue une nouvelle donnée, une méta-donnée précisément, capable selon nous de rompre avec une vision uniformisée des pratiques dans l'espace numérique.

Dans le cadre appliqué de cette recherche au sein de l'entreprise iRaiser ce nouveau corpus de métadonnées sémiotiques sur les interactions permet de qualifier l'usager non plus en fonction de son identité, de ses préférences, de ses caractéristiques socio-culturelles, démographiques, mais en fonction de son expérience de l'espace co-

énonciatif au cours de l'interaction.

Un tel changement de paradigme dans l'identification de l'usager appelle à une nouvelle considération de l'individu engagé sur le web vis-à-vis de l'ONG. Il est considéré ici comme co-constructeur du sens de l'engagement et donc susceptible de déployer des modalités d'actions et de perception tout à fait singulières dans sa manière de s'engager, en relation avec la saisie qu'il fait de l'*ethos* et de l'esthésie collective médiée par l'ONG.

Notre proposition ne considère pas le style d'interaction comme une donnée stable mais comme un processus évoluant au gré des expériences co-énonciatives. Nous identifions chaque variation en fonction des changements de valorisation par l'usager de telles ou telles modalités. L'usager peut en effet valoriser dans un premier temps principalement les modalités d'accessibilité puis dans un second temps dévaloriser les modalités performatives, etc. Les modulations du geste de l'usager dans un cours de l'interaction permet ainsi d'observer des présences co-énonciatives s'enroulant au sein d'un même modèle d'interaction, s'amplifiant d'un modèle à l'autre, s'atténuant ou s'échappant.

Les pouvoirs de l'usager ne sont donc plus seulement une transposition des attentes de la stratégie mais les réponses co-énonciatives qu'il exprime au cours de la relation. Différents styles sont ainsi identifiés au cours d'une même situation d'interaction : qu'il soit opérateur, cibleur, cartographieur, concentré, étoilé, vagabond, inter-diégétique, contemplatif, inter-réactif, ou co-créatif, ce n'est pas l'identité de l'usager qui est caractérisée mais la présence de son geste en fonction de l'expérience d'interaction figurée ou contre-figurée. La diversité des manières d'être en relation avec le tracé de l'engagement est alors mis à jour offrant de nouvelles pistes de recherche pour un design projectif d'un *ethos* et d'une esthésie du mieux-vivre ensemble.

La polyphonie des formes de présences produit un éclatement de profils types. En

effet, notre analyse démontre les multiples dessins du tracé de l'usager : formes de présence attentives, structurées, projetées, dévoilées, directes, totalisantes, programmées, personnalisées, identifiantes, inter-reliées, immergées, réflexives, saturées, inactives, éparpillées, découragées, fuyantes, mécaniques, repliées, bloquées, échappées. Cette diversité répond à la capacité de chaque usager à vivre l'expérience de manière singulière et à co-construire un sens de l'engagement à partir du parcours médié par le dispositif.

Une telle analyse ne prétend néanmoins pas livrer l'ensemble des relations co-énonciatives possibles et encore moins une définition exacte de l'expérience sensible de chaque usager. Notre projet se situe au niveau de l'expérience potentialisée par le dispositif puis de l'expérience figurée ou contre-figurée par l'usager. La dimension sensible en jeu dans les relations co-énonciatives échappe, pour une part, à notre méthode et pourrait être en partie révélée par d'autres cadres d'observation : le recueil d'expériences auprès d'usagers comme les procédés de l'évaluation cognitive sont des démarches que nous considérons comme complémentaires et que nous envisageons de convoquer dans de prochains développements. Ces méthodes sont cependant d'emblée exclues dans notre thèse s'agissant d'interroger un tracé sans rien percevoir de l'identité ou des déclarations de l'usager. Si la part subjective de l'usager est écartée dans ce travail de recherche, nous sommes néanmoins conscients des risques de retranscription de la sensibilité du chercheur dans la manière de qualifier les parcours, de caractériser les différents tracés de l'usager. Le travail de définitions des descripteurs sémiotiques s'est effectué dans une démarche de précision sur chaque élément participant à l'orchestration multimodale des interfaces et sur chaque geste de l'usager sur l'élément afin de limiter un maximum ce biais d'une étude marquée des émotions ou des horizons d'attente de celui qui analyse.

Nos principales contributions se situent :

- d'une part, dans cette démarche de description sémiotique d'un cours de l'interaction proposant des outils de l'évaluation d'une stratégie ;

- d'autre part, dans la mise à jour de cette polyphonie de l'engagement appelant à une révision des méthodes d'analyse traditionnelles de « comportement » ou web usage mining.

Nous concluons ainsi à l'inefficacité d'une technique de ciblage lorsque l'évaluation porte sur les fluctuations des présences co-énonciatives. Apparaît une multiplicité de formes de vie de l'engagement non réductibles à quelques profils types. Ainsi, les stratégies de personnalisation alimentées par les techniques de segmentation nous semblent inopérantes dans l'objectif de déploiement des relations co-énonciatives.

C'est dans l'ajustement de la situation d'interaction aux pratiques que se situent, selon nous, les enjeux du design dans l'espace du web. Ce travail permettant de détecter et caractériser les formes de présence de l'usager dans l'espace numérique des ONG en lien avec l'*ethos* et relevant d'une esthésie collective, le prolongement de cette étude consisterait à interroger le design projectif : comment ajuster la situation d'interaction aux signes de l'engagement perceptible dans le parcours de l'usager au sein du tracé de l'ONG ? Comment le design peut-il nourrir ces relations co-énonciatives dont nous avons ici proposé une méthode pour les détecter, qualifier et analyser en considérant la dimension polyphonique des formes de présence qu'elles déploient ? Ces stratégies d'ajustement consisteraient, selon nous, non pas à une personnalisation type de l'interface mais à une logique d'inter-personnalisation, en tant que réponse à la relation co-énonciative. Nous considérons cette thèse comme une étape, celle de la description sémiotique des parcours pour la détection des formes de présence dans le cours de l'interaction, étape qui appelle une collaboration avec une équipe de designers pour la mise en scène, en corps et en fonctionnalités de stratégies d'ajustement du design au geste perceptif de l'usager.

Références bibliographiques

Aarseth, Espen J. *Cybertext: perspectives on ergodic literature.* JHU Press, 1997

Amato, Stéphane, et Eric Boutin. *Engagement online et expérimentation en milieu naturel : retours d'expériences.* In journée de recherche : L'engagement, de la société aux organisations, 1–14, 2012

Amitay, Einat, David Carmel, Adam Darlow, Ronny Lempel, et Aya Soffer. *The connectivity sonar: detecting site functionality by structural patterns,* In Proceedings of the fourteenth ACM conference on Hypertext and hypermedia, 38–47. ACM, 2003

Aubertin, Catherine. *De Rio à Johannesburg, les avatars de la biodiversité,* Martin, J.-Y, 2002

Aubertin, Catherine. *Loi Biodiversité et choix de société.* Natures Sciences Sociétés 23, no 3 (16 novembre 2015): 215-16

Austin, John Langshaw, et Gilles Lane. *Quand dire, c'est faire.* Paris, Éditions du Seuil, 1970 (traduction par Gilles Lane de How to do things with Words: The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955, Ed. Urmson, Oxford, 1962)

BADILLO, PATRICK-YVES, ET NICOLAS PÉLISSIER. *Usages et usagers de l'information numérique. Renouvellement des problématiques et nouveaux enjeux pour les SIC.* Revue française des sciences de l'information et de la communication, no 6, 2015

BARATS, CHRISTIANE. *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et sociales.* 2ème édition., Armand Colin, 2016

BARBOZA, PIERRE. *L'impact du codage numérique.* in Gervereau Laurent dir., Peut-on apprendre à voir ?. Paris, l'image & École nationale supérieure des Beaux-Arts, 1999

BARBOZA, PIERRE. *Pratiques numériques: l'action de la machine.* Méthodes de recherche sur l'information et la communication, 2014, p.169 - 183

BARTHES, ROLAND. *L'effet de réel.* Communications 11, no 1 (1968) : 84–89

BARTHES, ROLAND. *Rhétorique de l'image.* Communications 4, no 1 (1964) : 40–51

BARTHES, ROLAND. *Mythologies.* Paris, Seuil, 1957

BATESON, GREGORY, JURGEN RUESCH, GÉRALD DUPUIS, ET PAUL WATZLAWICK. *Communication et société.* Ed. du Seuil, 1988

BEAUDOUIN, VALÉRIE, SERGE FLEURY, MARIE PASQUIER, BENOÎT HABERT, ET CHRISTIAN LICOPPE. *Décrire la toile pour mieux comprendre les parcours.* Réseaux, no 6 (2002) : 19–51

BEAUVISAGE, THOMAS. *Compter, mesurer et observer les usages du web: outils et méthodes.* In Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et sociales, 2ème édition., 187-211. Armand Collin, 2016

BEAUVISAGE, THOMAS. *Sémantique des parcours des utilisateurs sur le Web.* PhD in Sciences du Langage, University of Paris X, Nanterre, 2004

BERNARD, FRANÇOISE. *Questionner la notion et les processus d'engagement: la proposition de la communication engageante.* Organisations, performativité et engagement, 2013, 17 p

BERNARD, STIEGLER, ET ARS INDUSTRIALIS. *Réenchanter le monde. La valeur esprit contre le populisme industriel.* Paris, Flammarion, 2006

BERQUE, AUGUSTIN. *Indigènes au-delà de l'exotisme.* Diogène, no 4 (2002): 46–57

BERTIN, ERIK. *Penser la stratégie dans le champ de la communication : une approche sémiotique.* AS - Actes Sémiotiques, no 110 (17 janvier 2007), 2007

BERTRAND DENIS. *Cultures et valeurs: questions sémiotiques de comparabilité.* In Texte du colloque Médiations Sémiotiques, 20 novembre 2015

BEYAERT-GESLIN, ANNE. *Formes de table, formes de vie. Réflexions sémiotiques pour vivre ensemble.* Objets et communication, 2009 : 99–110

BEYAERT-GESLIN, ANNE. *Le panorama, au bout du parcours.* Protée 33, no 2 (2005) : 68–78

BEYAERT-GESLIN, ANNE. *Sémiotique du design.* Paris, Presses Universitaires de France, 2012

BIMBER, BRUCE, ANDREW FLANAGIN, ET CYNTHIA STOHL. *Collective Action in Organizations: Interaction and Engagement in an Era of Technological Change.* Cambridge University Press, 2012

BOÉRI, JULIE. *Vers une approche communicationnelle de l'engagement: les récits des traducteurs-interprètes du réseau Babels dans le mouvement altermondialiste.* Revue française des sciences de l'information et de la communication, no 5 (2014)

BOLTANSKI, LUC, ET LAURENT THÉVENOT. *De la justification : les économies de la grandeur.* Paris, Gallimard, 1991

BONACCORSI, J., ET V. JULLIARD. *Dispositifs électroniques et discours politique. Le forum en ligne d'IDEAL-EU.* Séminaire du CÉDITEC, Université Paris 12 (2009) : 15

BONACCORSI, JULIA. *Chapitre 6 - Approches sémiologiques du web.* In Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales, 2ème édition., Armand Colin, 2016 : 125 – 146

BONACCORSI, JULIA, ET MAGALI NONJON. *« La participation en kit : l'horizon funèbre de l'idéal participatif ».* Quaderni. Communication, technologies, pouvoir, no 79 (2012) : 29–44

BONACCORSI, JULIA, ET VIRGINIE JULLIARD. *Écrire, parler, documenter: enjeux normatifs et pratiques situées de l'expression dans les procédures de débat public.* In Communiquer dans un monde de normes. L'information et la communication dans les enjeux contemporains de la « mondialisation », 243, 2012

BOUCHARDON, SERGE. *Hypertexte et art de l'ellipse.* Les Cahiers du numérique 3, no 3 (2002) : 65–86

BOUCHARDON, SERGE. *Manipulation des médias à l'écran et construction du sens.* Médiation et Information (MEI) n 34 (2011): 77–90

BOUGHZALA, YOUNÈS, ET JEAN MOSCAROLA. *Le mur d'images dans les enquêtes en ligne: comment stimuler pour observer et mesurer ?* In International Marketing Trends Conference, 2013

BOULLIER, DOMINIQUE. *Les sciences sociales face aux traces du big data.* Revue française de science politique 65, no 5 (2015) : 805–828

BOULLIER, DOMINIQUE, ET FRANCK GHITALLA. *Le Web ou l'utopie d'un espace documentaire.* Information-Interaction-Intelligence 4, no 1 (2004)

BOURDIER, TONY ET ANTOINE GERBAUD. *Revue de la littérature : pourquoi donne-t-on aux associations ?.* Rapport de recherche 2014-01, iRaiser, Nantes, 2014

BOURDIEU, PIERRE. *Les trois états du capital culturel.* Actes de la recherche en sciences sociales 30, no 1 (1979) : 3–6

BOUTAUD, JEAN JACQUES, ET FABIENNE MARTIN-JUCHAT. *La communication du sensible médiée par l'Internet.* Revista Interin 1, no 1 (2012)

BOUTAUD, JEAN-JACQUES. *Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible.* Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours, no 23 (2007)

BOUTAUD, JEAN-JACQUES. *L'esthésique et l'esthétique. La figuration de la saveur comme artification du culinaire.* Sociétés & Représentations, no 34 (2013): 85–98

BOUTAUD, JEAN-JACQUES. *L'outil et l'ethos. Quand sémiotique, communication et organisation progressent dans l'application.* Communication et organisation, no 39 (1 juin 2011): 17-36

BOUTAUD, JEAN-JACQUES. *L'imaginaire de la table: convivialité, commensalité et communication.* Paris, L'Harmattan, 2004

BOUTAUD, JEAN-JACQUES. *Le sens gourmand: de la commensalité, du goût, des aliments.* Jean-Paul Rocher éditeur, 2005

BREUER, ANITA, TODD LANDMAN, ET DOROTHEA FARQUHAR. *Social media and protest mobilization: Evidence from the Tunisian revolution.* Democratization 22, no 4 (2015): 764–792

BRUSILOVSKY, PETER. *Adaptive educational hypermedia.* In International PEG Conference, Vol. 812, 2001

CALLON, MICHEL. *The laws of the markets.* Vol. 6. Blackwell Oxford, 1998

CAPEL, HORACIO. *L'image de la ville et le comportement spatial des citadins.* Espace géographique 4, no 1 (1975): 73–80

CARDON, DOMINIQUE. *Le design de la visibilité.* Réseaux, no 6 (2009): 93–137

CARDON, DOMINIQUE. *A quoi rêvent les algorithmes: Nos vies à l'heure des big data.* Seuil, 2015

CARDON, DOMINIQUE, ET FABIEN GRANJON. *Les mobilisations informationnelles dans le mouvement altermondialiste.* In Colloque Les mobilisations altermondialistes, 3–5, 2003

CHARAUDEAU, PATRICK. *Analyse du discours et communication. L'un dans l'autre ou l'autre dans l'un ?* Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours, no 23 (1 avril 2007)

CHARAUDEAU, PATRICK. *Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives.* Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours, no 22 (10 novembre 2006)

CHARTIER, DENIS. *Penser le Monde sans négliger la singularité des lieux: un défi cosmopolitique pour les ONG internationales environnementales.* Pineau, G. et al. Habiter la terre. Ecoformation terrestre pour une conscience planétaire. Paris, L'Harmattan, 2005, 241–255

CHIBOIS, J. *Twitter et les relations de séduction entre députés et journalistes. La salle des Quatre Colonnes à l'ère des sociabilités numériques.* Réseaux, 2014

CHOO, CHUN WEI, ET OTHERS. *Environmental scanning as information seeking and organizational learning.* Information Research 7, no 1 (2001) : 7–1

CHRÉTIEN, JEAN-LOUIS. *Note furtive sur la présence.* Études 395, no 9 (2001) : 187–195

COURBET, DIDIER, MARIE-PIERRE FOURQUET-COURBET, ROBERT-VINCENT JOULE, ET FRANÇOISE BERNARD. *Communication persuasive et communication engageante pour la santé: Favoriser des comportements sains avec les médias, Internet et les serious games..* Publicité et Santé: des liaisons dangereuses? Le point de vue de la psychologie, 2013, 21–46

COURTÉS, JOSEPH. *L'énonciation comme acte sémiotique.* Vol. 58. Presses Univ. Limoges, 1998

CRAWFORD, KATE. *Following you: Disciplines of listening in social media.* Continuum: Journal of Media & Cultural Studies 23, no 4 (2009) : 525–535

DAVALLON, JEAN. *L'économie des écritures sur le web.* Cachan, Hermès Lavoisier, 2012, 91-122

DAVALLON, JEAN. *La médiation: la communication en procès.* Médiation & information (MEI), 2004, 39–59

DAVALLON, JEAN, ET YVES JEANNERET. *La fausse évidence du lien hypertexte.* Communication et langages 140, no 1 (2004): 43-54

DAVALLON, JEAN, NATHALIE NOEL-CADET, ET DANIÈLE BROCHU. *L'usage dans le texte: les traces d'usage du site Gallica.* Lire, écrire, réécrire, Objets, signes et pratiques des médias informatisé, Paris. ed. Bibliothèque Publique d'Information, 2003, 47–89

DENI, MICHELA. *Le design de services: projeter le bien-être.* Communication & Organisation, no 2 (2015): 129–142

DENI, MICHELA. *Les objets factitifs.* Les objets au quotidien 2 (2005): 79

DENIS, JÉRÔME. *Préface: Les nouveaux visages de la performativité.* Études de communication. langages, information, médiations, no 29 (1 décembre 2006): 8-24

DOLBEAU-BANDIN, CÉCILE, ET BÉATRICE DONZELLE. *En campagne sur twitter: au risque de l'empowerment?* Les Cahiers du numérique 11, no 4 (2015): 91–118

DOMENGET, JEAN-CLAUDE, JULIA BONACCORSI, ET VALÉRIE CARAYOL. *Introduction au dossier.* Humanités numériques et SIC» ». Revue française des sciences de l'information et de la communication, no 8 (2016)

DUBAR, CLAUDE. *Formes identitaires et socialisation professionnelle.* Revue française de sociologie, 1992, 505–529

DUBAR, CLAUDE. *La socialisation-5e édition: Construction des identités sociales et professionnelles.* Paris, Armand Colin, 2015

DUFOUR, STÉPHANE, ET JEAN-JACQUES BOUTAUD. *L'indicible et l'indiciel. Empreinte gustative et trace figurative.* L'homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines. Paris, ed. CNRS, 2011, 151–170

ECO, UMBERTO. *Kant et l'ornithorynque.* Paris, Grasset, 1999

ERTZSCHEID, OLIVIER. *D'un numérique l'autre: des moteurs, des libraires, et des usages..* cahiers de la librairie, no 5 (2006): 33–42

ERTZSCHEID, OLIVIER. *L'homme, un document comme les autres.* Hermès, La Revue, no 1 (2009): 33–40

ERTZSCHEID, OLIVIER. *Le lieu, le lien, le livre : les enjeux cognitifs et stylistiques de l'organisation hypertextuelle.* Thèse de doctorat de l'Université de Toulouse II, 2002

ERTZSCHEID, OLIVIER. *Pratiques énonciatives hypertextuelles : vers de nouvelles organisations mémorielles.* Archee-Cybermensuel, 2004

ERTZSCHEID, OLIVIER. *Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s' en libérer.* Revue française des sciences de l'information et de la communication, no 6 (2015)

ERTZSCHEID, OLIVIER, GABRIEL GALLEZOT, ET BRIGITTE SIMONNOT. *Chapitre 3 - À la recherche de la « mémoire » du web : sédiments, traces et temporalités des documents en ligne.* In Manuel d'analyse du web, 2 ème édition., 53-73. Paris, Armand Colin, 2016

FERREE, MYRA MARX, ET FREDERICK D. MILLER. *Mobilization and meaning: Toward an integration of social psychological and resource perspectives on social movements.* Sociological Inquiry 55, no 1 (1985): 38–61

FILLIEULE, OLIVIER. *Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel.* Revue française de science politique 51, no 1 (2001): 199-215

FINDELI, ALAIN. *La recherche-projet: une méthode pour la recherche en design.* In Texte de la communication présentée au premier Symposium de recherche sur le design à HGK de Bâle sous les auspices du Swiss Design Network, Bâle, 2004

FINDELI, ALAIN. *Qu'appelle-t-on "théorie" en design ? Réflexions sur l'enseignement et la recherche en design.* In Le design. Essai sur les théories et les pratiques, édité par B. Flamand, 77-98. Editions IFM, 2006

FINDELI, ALAIN. *Searching for design research questions: some conceptual clarifications.* Questions, hypotheses & conjectures: discussions on projects by early stage and senior design researchers, 2010

FINDELI, ALAIN, ET RABAH BOUSBACI. *The Eclipse of the Object in Design Project Theories.* The Design Journal 8, no 3 (1 novembre 2005): 35-49

FLICHY, PATRICE. *L'innovation technique.* 2e ed. Paris, La Découverte, 2003

FLOCH, JEAN-MARIE. *Identités visuelles.* Paris, Presses Universitaires de France, 2015

FLOCH, JEAN-MARIE. *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies.* Paris, Presses Universitaires de France, 1990

FONTANILLE JACQUES. *Pratiques sémiotiques.* Paris, PUF, 2008

FONTANILLE, JACQUES. *L'analyse des pratiques: le cours du sens.* Protée 38, no 2 (2010): 9–19

FONTANILLE, JACQUES. *L'analyse du cours d'action: des pratiques et des corps.* Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours, no 32 (2011): 131–158

FONTANILLE, JACQUES. *Lumières, matières et paysages.* Protée 31, no 3 (2003): 17–30

FONTANILLE, JACQUES. *Territoire: du lieu à la forme de vie.* Limoges, AS-Actes Sémiotiques, 2014

FONTANILLE, JACQUES. *Sémiotique du discours.* Limoges, Presses Universitaires de Limoges, 1998

FONTANILLE, JACQUES, ET ALESSANDRO ZINNA. *Les objets au quotidien.* Vol. 2. Presses Universitaires de Limoges, 2005

FONTANILLE, JACQUES, ET XOCHITL ARIAS, GONZALEZ. *Les objets communicants: des corps, entre texte et pratiques.* Médiation Et Information, no 31 (2010): 53–68

FOURQUET-COURBET, MARIE-PIERRE, ET DIDIER COURBET. *Les serious games, dispositifs de communication persuasive.* Réseaux, no 6 (2016): 199–228

GEORGES, FANNY. *Immersion et métaphore de l'intériorité.* In Actes de la conférence internationale Ludovia, 2006

GEORGES, FANNY. *L'identité numérique dans le Web 2.0.* Le mensuel de l'Université, no 27 (2008)

GEORGES, FANNY. *L'identité numérique sous emprise culturelle.* Les cahiers du numérique 7, no 1 (2011): 31–48

GEORGES, FANNY. *Représentation de soi et identité numérique.* Réseaux, no 2 (2009): 165–193

GEORGES, FANNY. *Sémiotique de la représentation de soi dans les dispositifs interactifs. L'Hexis numérique.* Thèse de doctorat de l'Université Panthéon-Sorbonne-Paris I, 2007

GHIGLIONE, RODOLPHE. *Attitudes psycholinguistiques et perception des mots.* Journal de psychologie normale et pathologique, Paris, 1974

GHITALLA, FRANCK, DOMINIQUE BOULLIER, PERGIA GKOUSKOU-GIANNAKOU, L. DOUARIN, ET AURÉLIE NEAU. *L'Outre-lecture: Manipuler,(s') approprier, interpréter le Web. Paris, Bibliothèque Publique d'Information, 2004.* Paris, Bibliothèque Publique d'Information, 2004

GIRANDOLA, FABIEN, ET ROBERT-VINCENT JOULE. *La communication engageante: aspects théoriques, résultats et perspectives.* L'année Psychologique 112, no 1 (2012): 115–143

GOBERT, THIERRY. *Les outils numériques comme ennui: une nouvelle opposition au concept de plaisir lors de l'échange interactif.* Les Enjeux de l'Information et de la Communication, no 14/2b (2013): 33–47

GOFFMAN, ERVING. *La mise en scène de la vie quotidienne, tome 1: La présentation de soi.* Paris, Minuit, 1973

GOFFMAN, ERVING, ET ALAIN KIHM. *Les rites d'interaction.* Paris, Les éditions de minuit, 1974

GOFFMAN, ERVING, ET ISAAC JOSEPH. *Les cadres de l'expérience.* Paris, Les éditions de minuit, 1991

GONZALEZ-QUIJANO, YVES. *Internet, le « Printemps arabe » et la dévaluation du « cyberactivisme arabe ».* Égypte/Monde arabe, no 12 (25 mars 2015)

GREIMAS, ALGIRDAS J., ET J. COURTÉS. *Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage.* Sémiotique: dictionnaire raisonné de la théorie du langage, Paris, Hachette, 2, no Tomes 1 et 2 (1979 ; 1993)

GREIMAS, ALGIRDAS JULIEN, ET JACQUES FONTANILLE. *Sémiotique des passions: des états de choses aux états d'âme.* Seuil, 1991

GUNTHERT, ANDRÉ. *L'image conversationnelle. Les nouveaux usages de la photographie numérique.* Etudes photographiques, no 31 (2014) : p–54

HOC, JEAN-MICHEL, ET FRANCOISE DARSES. *Psychologie ergonomique: tendances actuelles.* Paris, Presses Universitaires de France, 2015

HUSSERL, EDMUND, ET PAUL RICOEUR. *Idées directrices pour une phénoménologie.* Paris, Gallimard, 1985

ION, JACQUES. *S'engager dans une société d'individus.* Paris, Armand Colin, 2012

JACOB, YANN, TONY BOURDIER ET SANDRA MELLOT. *Prédiction du comportement de navigation des internautes pour la levée de fonds en ligne.* Conférence francophone sur l'Apprentissage Automatique, 2016

JANSEN, BERNARD J., AMANDA SPINK, JUDY BATEMAN, ET TEFKO SARACEVIC. *Real life information retrieval : A study of user queries on the web.* In ACM SIGIR Forum, 1998, 5–17

JEANNERET YVES. *Faire trace : un dispositif de représentation du social.* in Intellectica, n°59, 2013. [Consulté le 10 août 2016. http://intellectica.org/fr/faire-trace-un-dispositif-de-representation-du-social.]

JEANNERET, YVES. *Cadre pratique, cadre symbolique et cadre technique dans la dite "société de l'information".* In Technique, Communication et Société: A la recherche d'un modèle de gouvernance : Les technologies de l'information et de la communication et les limites du paradigme de la raison communicationnelle. Presses universitaires de Namur, 2007 : 316-332

JEANNERET, YVES. *Complexité de la notion de trace. De la traque au tracé.* L'Homme trace, Perspectives anthropologiques des traces contemporaines, Paris, Editions du CNRS, 2011, 59–86

JEANNERET, YVES. *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran.* Communication et langages 145, no 1 (2005) : 3-15

JEANNERET, YVES. *La prétention sémiotique dans la communication.* Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours, no 23 (1 avril 2007)

JEANNERET, YVES. *Y-a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Nouvelle édition revue et corrigée. Vol. 23. Presses Univ. Septentrion, 2011

JEANNERET, YVES, ET EMMANUEL SOUCHIER. *Pour une poétique de l'écrit d'écran.* Xoana 6 (1999) : 97–107

JEANNERET, YVES, ET EMMANUËL SOUCHIER. *La communication médiatisée est-elle un « usage » ?* Communication et langages 132, no 1 (2002): 5-27

JENSEN, KLAUS BRUHN. *Media convergence: The three degrees of network, mass and interpersonal communication.* Routledge, 2010

JOHSUA, FLORENCE. *Anticapitalistes: une sociologie historique de l'engagement.* Paris, La Découverte, 2015

JOUET, JOSIANE. *Nouvelles techniques: des formes de la production sociale.* Technologies de l'information et société 1, no 3 (1989)

JOUËT, JOSIANE, ET CORALIE LE CAROFF. *L'observation ethnographique en ligne.* In Manuel d'analyse du web en Sciences Himaines et Sociales, 2ème édition., 147–165. Paris, Armand Colin, 2016

JOULE, ROBERT-VINCENT, ET JEAN-LÉON BEAUVOIS. *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens.* Presse Universitaire de Grenoble, 1987, réédité en 2002

LAMIZET, BERNARD. *La polyphonie urbaine: essai de définition.* Communication et organisation, no 32 (2007): 14–25

LAMIZET, BERNARD. *L'oeil qui lit: esthétique et sémiotique de l'image.* Paris, L'Harmattan, 2013

LANDOWSKI, ERIC. *Les interactions risquées.* PULIM, Université de Limoges, 2006

LANDOWSKI, ERIC. *Passions sans nom: essais de socio-sémiotique III.* Paris, Presses Universitaires de France, 2004

LANDOWSKI, ÉRIC. *En deçà ou au-delà des stratégies, la présence contagieuse.* Vol. 83. Presses Univ. Limoges, 2002

LAPLANTINE, FRANÇOIS. *Le social et le sensible: introduction à une anthropologie modale.* Téraèdre, 2005

LAROSE, DANIEL T., ET THIERRY VALLAUD. *Des données à la connaissance : Une introduction au data-mining.* Vuibert informatique, 2005

LATOUR, BRUNO. *La sciences en action.* Paris, La Découverte, 1989

LATZKO-TOTH, G., ET S. PROULX. *Enjeux éthiques de la recherche sur le web.* in Manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales. Paris. Armand Colin, 2013 : 32-48

LICOPPE, CHRISTIAN. *Les apparitions médiatisées et leurs effets performatifs.* Réseaux, no 5 (2010) : 131–162

LICOPPE, CHRISTIAN. *Un tournant performatif ? Retour sur ce que « font les mots et les choses ».* Paris, La Découverte, 2010

LICOPPE, CHRISTIAN, ET LAURENCE DUMOULIN. *L'ouverture des procès à distance par visioconférence.* Réseaux, no 5 (2007) : 103–140

LUC, BOLTANSKI, ET THÉVENOT LAURENT. *De la justification. Les économies de la grandeur.* Paris, Gallimard, 1991

MABI, CLÉMENT, ET ANAÏS THEVIOT. *La rénovation par le web? Dispositifs numériques et évolution du militantisme au PS.* Participations, no 1 (2014) : 97–126

MABILLOT, VINCENT. *Du regard à la caresse : Évolution du design interactif des hyperliens sur le web, allant d'une symbolisation visuelle à une actualisation gestuelle.* In Colloque d'Albi, 2005

MABILLOT, VINCENT. *Immersions ludiques: Comment les passages se créent.* 1-15, In Colloque Ludovia, 2006

MABILLOT, VINCENT. *Les proximités de l'interactivité.* Communication et langages 138, no 1 (2003) : 105–121

MARCHIOLI, AUDREY, ET DIDIER COURBET. *Communication de santé publique et prévention du sida. Une expérimentation sur l'influence de mini-actes engageants via Internet.* Hermes, no 58 (2010) : 169-74

MARIN, LOUIS. *Philippe de Champaigne ou la présence cachée.* Paris, Hazan, 1995

MATHIEU, NICOLE. *Mobiliser les sciences de la société pour penser et agir face au changement climatique.* l'Académie d'agriculture de France, 2015, p–1

MAUSS, M. *Essai sur le don: Introduction de Florence Weber.* Paris, PUF, Octobre, 2007

MCADAM, DOUG, SIDNEY TARROW, ET CHARLES TILLY. *Pour une cartographie de la politique contestataire.* Politix 11, no 41 (1998) : 7–32

MCLUHAN, MARSHALL. *Laws of the Media.* ETC: A Review of General Semantics, 1977, 173–179

MEAD, G. *The self.* Organisation and Identities. London, Glasgow, New York : International Thompson, 1994, 99–106

MEAD, G. H. *Mind, Self and Society.* 1933, réédition avec une préface de L. Quéré : L'esprit le soi la société, Paris, PUF, 2006

MELLOT, SANDRA, TONY BOURDIER ET MOEZ BACCOUCHE. *Une nouvelle méthode de Web Usage Mining basée sur une analyse sémiotique du comportement de navigation.* In EGC 2015, RNTI, 299-304

MERLEAU-PONTY, MAURICE. *Phénoménologie de la perception.* Editions Gallimard, 1945

MERZEAU, LOUISE. *Éditorialisation collaborative d'un événement.* Communication & Organisation, no 1 (2013) : 105–122

MERZEAU, LOUISE. *Entre événement et document: vers l'environnement-support.* Cahiers de la SFSIC, no 9 (2014) : 230–233

MERZEAU, LOUISE. *La présence plutôt que l'identité.* Documentaliste-Sciences de l'Information 47, no 1 (2010) : 32–33

MERZEAU, LOUISE. *Penser la médiation.* Régis Debray et la médiologie, 2016, in http://merzeau.net/category/recherche/penser-la-mediation/. Consulté le 11 août 2016

MITROPOULOU, ELÉNI, ET NICOLE PIGNIER. *Interroger les supports ?* Communication et langages, Paris, Necplus, 2015

MITROPOULOU, ELÉNI, ET NICOLE PIGNIER. *Introduction : de l'interactivité aux interactions(s) médiatrices(s).* Interfaces numériques. Cachan, Lavoisier, 2012

MONDADA, LORENZA. *Temporalité, séquentialité et multimodalité au fondement de l'organisation de l'interaction: le pointage comme pratique de prise de tour.* Cahiers de linguistique française 26 (2004) : 269–292

NEVEU, ERIK. *Sociologie politique des problèmes publics.* Paris, Armand Colin, 2015

NIZET, JEAN, ET NATALIE RIGAUX. *La sociologie de Erving Goffman.* Paris, La Découverte, 2014

NORRIS, PIPPA, ET SINA ODUGBEMI. *Evaluating media performance.* Public Sentinel : News Media & Governance Reform. Washington, DC : The World Bank, 2010, 3–30

OLLITRAULT, SYLVIE. *De la caméra à la pétition-web: le répertoire médiatique des écologistes.* Réseaux 17, no 98 (1999): 153–185

OLLITRAULT, SYLVIE. *L'Europe, usages et construction des sources. Les ONG et le rôle des institutions européennes dans les mobilisations médiatiques.* En quête d'Europe, Médias européens et médiatisation de l'Europe, 2004, 131–150

OLLITRAULT, SYLVIE. *Les mobilisations citoyennes au XXIe siècle: un défi pour les ONG?* Humanitaire. Enjeux, pratiques, débats, no 41 (2015): 80–87

OLLITRAULT, SYLVIE. *Les mobilisations humanitaires. Du global au local, créer un 'apolitisme' militant.* Les frontières du politique. Enquêtes sur les processus de politisation et de dépolitisation, 2005, p–79

OLLITRAULT, SYLVIE, ET DENIS CHARTIER. *ONG et développement durable: les liaisons dangereuses.* Le développement durable: enjeux politiques, économiques et sociaux, 2005, p–93

OUAKRAT, ALAN, ET JULIEN MÉSANGEAU. *Resocialiser les traces d'activités numériques: une proposition qualitative pour les SIC.* Revue française des sciences de l'information et de la communication, no 8 (2016)

OUELLET, PIERRE. *Lecture à vue, perception et réception.* In L'acte de lecture, Éd. rev. et mis à jour., 307-24. NB Poche 2. Québec: Éd. Nota Bene, 1998

OUELLET, PIERRE. *Poétique du regard.* Littérature, Perception, Identité, Limoges, PULIM – Sillery, Les éditions du Septentrion, 2000

OUELLET, PIERRE. *Le Soi et l'Autre : L'énonciation de l'identité dans les contextes interculturels.* Presses Université Laval, 2003

OUELLET, PIERRE. *Politique de la parole: singularité et communauté.* Montréal: Trait d'union, 2002

PASSY, FLORENCE. *Interactions sociales et imbrications des sphères de vie.* Le désengagement militant, Belin, Paris, 2005, 111–130

PASSY, FLORENCE. *L'action altruiste: contraintes et opportunités de l'engagement dans les mouvements sociaux.* Librairie Droz, 1998

PASSY, FLORENCE, ET MARCO GIUGNI. *Social networks and individual perceptions: Explaining differential participation in social movements.* In Sociological Forum, 16:123–153. Springer, 2001

PIERRE, NICOLE, ET A. ARNAUD. *La logique de port royal.* Paris, Librairie Classique d'Eugène Belin, 1878, réédité par la BNF, Paris, 2013

PIGNIER, NICOLE. *Analyse sémiotique de la webpublicité.* Semiotica. 2005, no 157 (2005): 521–538

PIGNIER, NICOLE. *De la vie des textes aux formes et forces de vie. Texte, sens et communication, entre esthésie et éthique.* AS-Actes Sémiotiques, 2013

PIGNIER, NICOLE. *Le blog, symptôme viral de l'intimité.* Médiation Et Information 22 (2005): 71–82

PIGNIER, NICOLE. *Le plaisir de l'interaction entre l'usager et les objets TIC numériques.* Interfaces numériques 1, no 1 (2012): 123

PIGNIER, NICOLE. *Pour une Approche sémio-pragmatique de la Communication.* Questions de communication, no 9 (30 juin 2006) : 419-33

PIGNIER, NICOLE. *Sémiotique du webdesign : quand la pratique appelle une sémiotique ouverte.* Communication & langages 2009, no 159 (2009): 91–110

PIGNIER, NICOLE. *De l'expérience multimédia : usages et pratiques culturelles.* Paris, France: Hermès science publications: Lavoisier, 2009

PIGNIER, NICOLE, BENOÎT DROUILLAT, PREF. JACQUES FONTANILLE. *Penser le webdesign : modèles sémiotiques pour les projets multimédias*. Paris, France, 2004

PIGNIER, NICOLE, ET BENOÎT DROUILLAT. *Le webdesign : sociale expérience des interfaces web*. Paris, France: Hermes science: Lavoisier, 2008

PIGNIER, NICOLE, ET MICHEL LAVIGNE. *Mémoires & internet*. éd. MEI. Media et information, Paris, France : L'Harmattan, 2010

PIGNIER, NICOLE, ET THIERRY GOBERT. *Sens, supports et dispositifs Le design des TIC en termes de dessins et de desseins*. In XIXe congrès de la Société française des siences de l'information et de la communication. Paris, L'Harmattan, 2014

PIPONNIER, ANNE, ANNE BEYAERT-GESLIN, ET STÉPHANIE CARDOSO. *Introduction au n°46 de Communication & Organisation*. Design & Projet, no 46 (2015)

PORTER, CONSTANCE ELISE. *A typology of virtual communities: A multi-disciplinary foundation for future research*. Journal of Computer-Mediated Communication 10, no 1 (2004)

QUÉRÉ, LOUIS. *Sociabilité et interactions sociales*. Réseaux 6, no 29 (1988) : 75–91

RAMBAUD, ELSA. *L'organisation sociale de la critique à Médecins sans frontières*. Revue française de science politique 59, no 4 (2009): 723–756

RAMBAUD, ELSA. *Médecins sans frontières: sociologie d'une institution critique*. Paris 1, 2013

RÉNIER, ALAIN. *Les espaces opérateurs de la sémiosis architecturale*. AS - Actes Sémiotiques, 26 février 2008

RIZO GARCÍA, MARTA. *La interacción y la comunicación desde los enfoques de la psicología social y la sociología fenomenológica. Breve exploración teórica*. Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura, no 33 (2006): 45–62

ROBERT, PASCAL. *De la « subversion sémiotique » comme mode d'existence matériel de la bande dessinée*. Communication et langages, no 167 (2011)

RODRIGUEZ, SANDRA. *S'engager à l'ère du Web : attitudes, perceptions et sens de l'engagement chez la "génération de l'information"(20-35 ans)*. Thèse doctorale de l'Université de Montréal, 2014

ROGINSKY, SANDRINE, ET OTHERS. *Social network sites: an innovative form of political communication? A socio-technical approach to media innovation*. The Journal of Media Innovations 2 (2014) : 97–125

SAEMMER, ALEXANDRA. *Approche sémio-rhétorique du texte animé dans la publicité en ligne.* Recherches en Communication 39, no 39 (2013) : 165–181

SAEMMER, ALEXANDRA. *De la confirmation à la subversion : Les figures d'animation face aux conventions du discours numérique.* Protée 39, no 1 (2011) : 23–36

SAEMMER, ALEXANDRA. *Hypertexte et irradiation iconique.* Les Cahiers du numérique 7, no 3 (2012) : 47–69

SAEMMER, ALEXANDRA. *Penser la (dé-)cohérence: Le rôle de l'hypertexte dans la formation à la culture informationnelle.* Bulletin des bibliothèques de France 5 (2011) : 40–45

SAEMMER, ALEXANDRA. *Rhétorique du texte numérique: figures de la lecture, anticipations de pratiques.* Paris, Presses de l'Enssib, 2016

SAWICKI, FRÉDÉRIC. *Les temps de l'engagement. À propos de l'institutionnalisation d'une association de défense de l'environnement.* La politisation. Paris, Belin, 2003, 123–146

SOUCHIER, EMMANUËL. *L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique.* Communication et langages 107, no 1 (1996): 105–119

SOUCHIER, EMMANUËL. *L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale.* Les Cahiers de médiologie, no 2 (1998) : 137–145

SOUCHIER, EMMANUËL, YVES JEANNERET, ET JOËLLE LE MAREC. *Lire, écrire, récrire: objets, signes et pratiques des médias informatisés.* BPI, 2003

STRAUSS, ANSELM. *Miroirs et masques.* Paris, Métailié, 1992

STRAUSS, ANSELM L. *Negotiations : Varieties, contexts, processes, and social order.* ed. Jossey-Bass Inc Pub, 1978

STRAUSS, ANSELM, ET OTHERS. *La trame de la négociation.* Sociologie qualitative et interactionnisme, 2 (1992)

THEUREAU, JACQUES. *L'hypothèse de la cognition (ou action) située et la tradition d'analyse du travail de l'ergonomie de langue française.* Activités 1, no 1-2 (2004)

THEUREAU, JACQUES. *Le programme de recherche "cours d'action" et ses éventuelles relations avec la logistique.* La logistique entre management et optimisation, 2004, 121–133

THÉVIOT, ANAÏS, ET CLÉMENT MABI. *Présentation du dossier : S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques.* Politiques de communication, no 3 (2014) : 5–24

THOMAS, RACHEL. *Marcher en ville : faire corps, prendre corps, donner corps aux ambiances urbaines.* Archives contemporaines, 2010

TILLY, CHARLES. *From mobilization to revolution.* Mcgraw-Hill College, 1978

VALLACHER, ROBIN R., DANIEL M. WEGNER, ET JAMES FREDERICK. *The presentation of self through action identification.* Social Cognition 5, no 3 (1987) : 301

VALLACHER, ROBIN R., ET DANIEL M. WEGNER. *What do people think they're doing? Action identification and human behavior.* Psychological review 94, no 1 (1987): 3

VIAL, STÉPHANE. *De la spécificité du projet en design: une démonstration.* Communication & Organisation, no 46 (30 mars 2015) : 17-32

VIAL, STÉPHANE. *Design et création: esquisse d'une philosophie de la modélisation.* l'encyclopédie de la création et de ses usages, publication scientifique en ligne, 2013

VIAL, STÉPHANE. *Court traité du design.* Paris, Presses Universitaires de France, 2014

VIAL, STÉPHANE. *L'être et l'écran : Comment le numérique change la perception.* Paris, Presses Universitaires de France, 2013

VITALI ROSATI, MARCELLO. *Qu'est-ce que l'éditorialisation ?* Sens Public, 2016

ZIMMER, MICHAEL. *But the data is already public: on the ethics of research in Facebook.* Ethics and information technology 12, no 4 (2010): 313–325

ZINNA, ALESSANDRO. *Le Interfacce degli oggetti di scrittura. Teoria del linguaggio e ipertesti.* Roma, Meltemi, 2004

Table des illustrations

Illustration 1 : Capture d'écran de la page d'accueil du site « j'agis#avecmsf », www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013.....84

Illustration 2 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », introduction, www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013.....87

Illustration 3 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », séquence 1, www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013.....88

Illustration 4 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », séquence 2, www.avecmsf.fr, consultée en novembre 2013.....89

Illustration 5 : Capture d'écran de la vidéo « j'agis#avecmsf », séquence finale, www.avecmsf.fr, consulté en novembre 2013.....89

Illustration 6 : Capture d'écran de la page d'accueil, campagne web Reporters sans Frontières a 30 ans, www.rsf.org, consultée en mars 2016.....93

Illustration 7 : Capture d'écran de la page d'accueil (1er écran), campagne web d'Action Enfance, L'envolée, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.....96

Illustration 8 : Capture d'écran de la page d'accueil (2ème écran), campagne web d'Action Enfance, L'envolée, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.....99

Illustration 9 : Capture d'écran de la page d'accueil (après visualisation du clip), campagne web d'Action Enfance, L'envolée, www.actionenfance.org, consultée en mai

2015.....99

Illustration 10 : Capture d'écran de la page de don d'Action Enfance, www.actionenfance.org, consultée en mai 2015.....100

Illustration 11 : Capture d'écran de la page d'accueil de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.....101

Illustration 12 : Captures d'écran de la vidéo de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.....103

Illustration 13 : Capture de la 2ème page-écran de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.....104

Illustration 14 : Capture d'écran de la troisième page-écran de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.....104

Illustration 15 : Capture de la dernière page-écran de la campagne web Kit de dignité, Solidarités International, www.kitdignite.org, consultée en mai 2016.....105

Illustration 16 : Capture d'écran de la page d'accueil du site web de WWF lors de la campagne L'Océan est immense, www.wwf.fr, consultée en mars 2015.....113

Illustration 17 : Capture d'écran de la page d'accueil du site web de Greenpeace, www.greenpeace.org/france, consultée en mars 2015.....113

Illustration 18 : Capture d'écran de la page d'accueil de la campagne web « Arrêthon », Greenpeace, consultée en mars 2015.....114

Illustration 19 : Plateforme de pages personnelles de collecte, Pandathlon : site web WWF (France), consultée en avril 2015.....116

Illustration 20 : Page personnelle de collecte d'un usager-auteur, Pandathlon, site web WWF, France, consultée en avril 2015.....117

Illustration 21 : Captures d'écran du dispositif « I Know who grew it », site web Greenpeace, (France) consulté en avril 2015.....118

Illustration 22 : Capture d'écran d'un article « type » du site web de RSF, consulté en juin 2016, https://rsf.org/fr/actualites/afghanistan-un-journaliste-americain-et-un-photojournaliste-afghan-tues.....131

Illustration 23 : Capture d'écran de la page d'accueil de l'ancienne version du site web de RSF, consultée en mars 2015, https://rsf.org/fr.....136

Illustration 24 : Capture d'écran de la page d'accueil de l'ancienne version du site web de RSF, consultée en mars 2015, https://rsf.org/fr.....137

Illustration 25 : Capture d'écran de la page d'accueil de la nouvelle version du site web de RSF, consulté en juin 2016, https://rsf.org/fr.....137

Illustration 26 : Capture d'écran de la page d'accueil (après clic sur la rubrique « pays ») de la nouvelle version du site web de RSF, consulté en juin 2016, https://rsf.org/fr.....138

Illustration 27 : Capture d'écran du plan interactif « zone Ebola », site web de MSF, consulté en mars 2014, www.msf.fr.....139

Illustration 28 : Capture d'écran de la carte interactive « répression au nom des religions », site web de RSF, consulté en mars 2014.....140

Illustration 29 : Capture d'écran de la rubrique « 1euro par semaine », site web de MSF, consulté en mars 2014.....141

Illustration 30 : Capture d'écran de la page d'accueil (2ème affichage écran après scroll) de la campagne « RSF a 30 ans », consultée en mars 2016.....145

Illustration 31 : Capture d'écran de la 1ère séquence de la campagne Arrêthon de Greenpeace, http://www.greenpeace.org/france/fr/campagnes/oceans/arrethon/, consultée en mars 2015.....161

Illustration 32 : Capture d'écran de la campagne « Arrêthon », Greenpeace, site web http://www.greenpeace.org/france/fr/campagnes/oceans/arrethon/ consulté en mars 2015.....163

Illustration 33 : Capture d'écran de la campagne web https://earthhour.paris/ consultée en mars 2014.....170

Illustration 34 : Captures d'écrans de la campagne web de RSF, (http://www.voiceless-eyes.com/, consultée en mars 2014.....175

Illustration 35 : Captures d'écran de la campagne run4tiger.com, WWF, consultée en mars 2016.....186

Illustration 36 : Capture d'écran de la page d'accueil du site http://www.msf-crash.org/, consultée le 18 juillet 2016.....253

Illustration 37 : Capture d'écran blog.msf.org/fr, consulté le 19 juillet 2016.....254

Illustration 38 : Capture d'écran de la page d'accueil de msf.fr, consultée le 19 juillet 2016 291

Table des figures

Figure 1 : Grille d'analyse des expériences de l'usager médiées par les interfaces.....45

Figure 2 : Niveaux macro et micro des analyses sur l'engagement.....63

Figure 3 : Schéma tensif de la construction de l'engagement.....72

Figure 4 : Niveaux d'analyse du processus sémiotique de l'engagement dans l'espace numérique co-énonciatif des ONG. 74

Figure 5 : Tableau : mise en scène de l'ethos de l'engagement à partir de l'espace situationnel (MSF et RSF).....95

Figure 6 : Tableau : Mise en scène de l'ethos de l'engagement à partir de l'espace situationnel d'Action enfance et de Solidarités International.....107

Figure 7 : Carré sémiotique Perception globale / Action locale.....109

Figure 8 : Schéma tensif des points de vue face au paysage.....111

Figure 9 : Tableau : ethos et stratégie médiés par les interfaces des ONG analysées.....121

Figure 10 : (a) Modèle d'information : tableau présentant les signes d'un engagement légitimé.....134

Figure 11 : Signes d'un engagement éclairé dans le modèle d'interaction d'information. 146

Figure 12 : Signes de l'engagement empathique à partir du modèle d'analogie.....153

Figure 13 : Configuration du « pouvoir faire » de l'usager dans le couplage de modèles d'interaction : analogie + information.....164

Figure 14 : Signes d'un engagement concrétisé dans le modèle d'interaction performatif 171

Figure 15 : Configuration d'un « pouvoir expérimenter » par le couplage des modèles : Information + performatif.....177

Figure 16: Configuration d'un type immersif par la combinatoire des modalité du « Pouvoir Faire » et du « Pouvoir être ».....182

Figure 17 : Configuration d'un « pouvoir s'immerger par l'action » par le couplage des modèles : analogie + performatif.....187

Figure 18 : Schéma tensif de la forme de vie empathique.....189

Figure 19 : Signes d'un engagement co-construit dans le modèle d'interaction co-créatif 193

Figure 20 : Configuration d'un « pouvoir construire un point de vue» par le couplage des modèles : co-créatif + analogie/information.....199

Figure 21 : Configuration d'un « pouvoir co-construire une pratique » par le couplage des modèles : co-créatif + performatif.....201

Figure 22 : Schéma des valorisations d'un modèle d'interaction (M.I.).....248

Figure 23 : Schéma tensif des expériences au sein d'un M.I. d'information.....251

Figure 24 : Schéma des expériences du MI Analogie en fonction de l'intensité perceptive de l'usager.....258

Figure 25 : Schéma tensif de la figuration ou contre-figuration d'un MI Analogie + Information.....260

Figure 26 : Schéma tensif des expériences au sein d'un M.I. Performatif.....262

Figure 27 : Schéma tensif de la figuration ou contre figuration des MI Performatif + Information.....264

Figure 28 : Schéma tensif de la figuration ou contre figuration des MI Performatif + Analogie.....266

Figure 29 : Schéma tensif des expériences au sein d'un M.I. Co-créatif.....267

Figure 30 : Synthèse des expériences de figuration et contre-figuration des différents modèles d'interaction.....268

Figure 31 : Visualisation du parcours d'un utilisateur (n°15) sur le site de MSF.....272

Figure 32 : Visualisation du parcours n°18.....278

Figure 33 : Traces de valorisation du MI Information par les usagers de MSF (sur 136 parcours).....283

Figure 34 : Parcours d'interaction n°60 sur le site de MSF.....286

Figure 35 : Traces de valorisation du M.I. Analogie par les usagers de MSF (sur 136 parcours).....289

Figure 36 : Traces de valorisation des modalités performatives sur le site de MSF.....292

Figure 37 : Synthèse des styles d'interaction.....295

Figure 38 : Visualisation du parcours n°96.....298

Figure 39 : Traces de valorisation des M.I. Analogie + Information par les usagers de MSF (sur 136 parcours).....302

Figure 40 : Traces de valorisation des M.I. Performatif + Information par les usagers de MSF (sur 136 parcours).....304

Figure 41 : Traces de valorisation des M.I. Performatif + Analogie par les usagers de MSF (sur 136 parcours).....306

Figure 42 : Synthèse des formes de présence observées sur 136 parcours d'interaction (site de MSF).....308

Figure 43 : Schéma tensif du déploiement des formes de présence.....318

Figure 44 : Liste des descripteurs sémiotique des parcours d''interaction.....319

Figure 45 : Intensité de la présence des usagers au niveau de la relation co-énonciative.320

Figure 46 : Intensité de la présence des usagers au niveau performatif.....320

Figure 47 : Intensité de la présence des usagers au niveau de l'analyse des stratégies d'ajustement.....322

Table des matières

Sommaire....4
Introduction....6
Partie I - « Tracer » l'engagement dans l'espace numérique....16
Chapitre I. [Concepts] La situation d'interaction numérique....18
I. Définition du design numérique....18
I.1. Le processus créatif à visée stratégique....18
I.2. Le dispositif d'interaction 20
II. Scène d'interaction....25
II.1. Visée de l'interaction et stratégies co-énonciatives....25
II.2. La mise en scène de l'interaction : l'univers référentiel....30
II.3. La potentialisation des expériences....34
III. L'expérience d'interaction....37
III.1. ethos co-énonciatif....37
III.2. formes de vie et styles d'interaction....40
III.3. Cadre d'analyse de l'expérience d'interaction....43
Chapitre II. L'expérience co-énonciative de l'engagement....48
I. [État de l'art] Orientations des recherches sur l'engagement....48
I.1. Le processus pragmatique et identitaire de l'engagement....48
I.2. Le processus « interactionnel » et formes de mobilisation numérique 52
I.3. Le cours de l'action....61
II. Notre conception de l'engagement comme processus sémiotique....64
II.1. La séquence : attachement / détachement....64
II.2. Fluctuation de la relation co-énonciative....71

II.3. Définition de l'engagement, hypothèse et méthode....73
Chapitre III. ethos énonciatifs de l'engagement 82
I. De l'actant stratégique vers l'actant source....83
I.1. ethos de l'engagement fondé sur l'expertise....83
I.2. Stratégie de l'intermédiation....90
II. De l'actant source vers l'actant cible 95
II.1. ethos de l'engagement fondé sur un devenir....95
II.2. Stratégie de la projection symbolique....105
III. L'actant source face à l'actant cible....108
III.1. ethos de l'engagement fondé sur la stratégie du point de vue 108
III.2. Stratégie de la valorisation....112
III.3. Stratégie de l'action....117
Chapitre IV. Modèles d'interaction et signes de l'engagement....122
I. Modèle d'interaction d'information....126
I.1. Les signes d'un engagement légitimé 126
I.2. Les signes d'un engagement éclairé....135
II. Modèle d'interaction d'analogie....148
II.1. Les signes d'un engagement empathique....148
II.2. Couplage M.I. Analogie + Information : les signes d'un engagement concerné....153
III. Modèle d'interaction performatif 165
III.1. Pouvoir « agir sur »....165
III.2. Couplage M.I. Performatif + Information : signes d'un engagement fondé sur l'identification de l'action....172
III.3. Couplage des M.I. Performatif + Analogie : signes d'un engagement réflexif 179
IV. Modèle d'interaction co-créatif....189
IV.1. « Pouvoir créer »....189
IV.2. Couplage des M.I. Co-créatif + Analogie / Information : les signes d'un engagement créatif....194
IV.3. Couplage des M.I. Co-créatif + Performatif : les signes d'un engagement co-construit....200
Chapitre V. Le tracé des ONG....202
I. L'inscription de la présence sociale énonciative 202
I.1. Stratégie de la présence....206
I.2. Stratégie performative....212
I.3. Stratégie d'ajustement 214
II. Méthode d'évaluation du tracé configuré par le Design numérique....218
Partie II - Tracer le geste de l'engagement....228
Chapitre I. Conception de la trace comme présence....230
I. Orientation des recherches sur les traces....230
I.1. Traces technologiques....230
I.2. Traces construites....234

II. La trace comme présence co-énonciative.....239
II.1. Présence vs Identité.....240
II.2. Notre positionnement et définition 244
Chapitre II. Anticipation de la présence « résistante ».....246
I. Contre-figuration de l'autorité.....248
I.1. Scénario de déviation du M.I. Information : méfiance et confusion.....248
I.2. Exemple d'anticipation des pratiques résistantes : les remparts à la distanciation.....251
II. Contre-figuration des symboles.....256
II.1. Scénario de déviation du M.I. Analogie : fantasme et démystification.....256
II.2. (dé)culpabilisation (M.I. Analogie + Information).....259
III. Contre-figuration des modalités performatives.....261
III.1. VII.3.1 Scénario de déviation du M.I Performatif : dysfonctionnement et submersion.....261
III.2. Ennui et intrusion (M.I. Performatif + Information).....262
IV. Contre-figuration des sensations et des modalités de création.....265
IV.1. Normalisation et dérèglement sensoriel (M.I. Analogie + Performatif).....265
IV.2. Scénario de déviation du M.I. co-créatif : auto-complaisance et cacophonie.....266
Chapitre III. Analyse des figurations et contre-figurations en situation d'interaction .270
I. Méthode d'analyse sur corpus de la trace comme présence co-énonciative.....271
I.1. Dispositif et critères d'observation.....271
I.2. Analyse située dans les modèles d'interaction : figuration et contre figuration de la stratégie d'inter-médiation 276
I.2.i. Valorisation du modèle d'interaction d'information : relation co-énonciative « guidée ».....277
I.2.ii. Valorisation du modèle d'analogie : relation co-énonciative scénarisée.....285
I.2.iii. Valorisation du modèle performatif : relation co-énonciatives concrétisées.....290
I.3. Catégories d'interprétation : les styles d'interaction 292
II. Dessins des formes de présence observées (formes, forces et rythmes des styles d'interaction) 295
II.1. Formes de présence qui s'enroulent ou s'échappent 295
II.2. Formes de présence qui s'amplifient ou s'atténuent.....297
II.2.i. Relation co-énonciative de la re-connaissance.....297
II.2.ii. Contre-figuration de la re-connaissance par la présence dispersée.....300
II.2.iii. Relation co-énonciative basée sur l'identification de l'action.....302
II.2.iv. Contre-figuration de la relation d'identification par la sur-sollicitation 303
II.2.v. Relation co-énonciative basée sur l'immersion.....304
III. Conclusions de l'analyse située des parcours d'interaction sur le site de MSF..306
III.1. Les relations co-énonciatives entre tracé de l'ONG et traces de présence des

usagers.....306
III.2. Polyphonie des formes de présence et ouverture des formes de mobilisation 312
III.2.i. Ouverture de la valeur « don ».....313
III.2.ii. Ouverture des formes de mobilisation 318
Conclusion.....326
Références bibliographiques.....336
Table des illustrations.....354
Table des figures.....358
Table des matières.....362

Évaluer les « pouvoirs » du design des interfaces des sites web des ONG sur les formes et forces de l'engagement : entre éthique, esthésie et résistances.

Nous analysons le niveau d'engagement de l'usager sur les sites web des ONG.

(i) La création d'un cadre d'analyse sémiotique mettant en perspective usage et dispositif de médiation ;

(ii) La description des formes et des rythmes de la présence du geste de l'usager (son style d'interaction) par la création de métadonnées sémiotiques.

sont des outils permettant d'aborder la question des stratégies sous l'angle des modulations de la relation co-énonciative.

La prise en considération du mode de perception du co-énonciateur, se révèle être un nouvel indicateur du degré de responsabilisation et d'ajustement de l'usager en lien avec le message éthique de l'Organisation énonciatrice. Nous mettons en évidence ici le déplacement du point de vue de l'analyse pour l'évaluation d'une stratégie numérique : de l'exigence performative ciblée sur le don à l'exigence d'une relation co-énonciative propice à l'engagement. Les procédures d'ajustement observées dans le cours de l'interaction nous permettent de préciser les modes de valorisation co-énonciatifs. L'analyse des inter-relations établies par les usagers entre les différents modèles d'interaction (la figuration ou contre-figuration de combinaisons de modèles d'interaction) restitue la pluralité des formes d'engagement ouvertes par le design, allant de l'ignorance de l'autre à l'identification de sa responsabilité citoyenne vis-à-vis de l'autre.

Mots-clés : design ; interface ; sémiotique ; engagement, ONG, stratégie, communication numérique.