HAL
open science

# Médias, multimédia et interactivité : jeux de rôles et enjeux sémiotiques

Eleni Mitropoulou

## To cite this version:

Eleni Mitropoulou. Médias, multimédia et interactivité : jeux de rôles et enjeux sémiotiques. Linguistique. Université de Limoges, 2007. tel-00916169

**HAL Id: tel-00916169**

**https://theses.hal.science/tel-00916169v1**

Submitted on 9 Dec 2013

**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.

## 1 – Préliminaires

### 1.1. Les choix

Il est une notion désormais bien connue pour avoir été suffisamment répétée et expliquée par ceux[1] qui ont développé la réflexion sur la triade du numérique *multimédia – hypertexte – hypermédia* : ce qui fait la spécificité des éléments constitutifs de la triade, tous niveaux d'approche confondus, c'est le principe d'interactivité. Que ce principe soit convoqué explicitement[2] ou non[3]. Que ce principe soit seulement compris comme le fondateur d'une technologie ou considéré simultanément comme un « *mode d'inscription parmi d'autres dans une stratégie expressive d'ensemble* »[4].

A quoi tient la primauté de l'interactivité ? Ni au *devoir être* du récepteur indispensable à l'existence de la communication, ni au *devoir participer* du récepteur au processus de communication mais au fait que le récepteur *doit agir* sur le processus pour qu'il y ait processus. Nous ne minimisons pas le débat que soulèvent les questions de ce qui mérite d'être nommé *le processus de communication* et de *la participation à ce processus* ou, dans une formulation plus sémiotique, de l'opposition entre ce qui *est* et ce qui *paraît être* participation / processus de communication, mais nous souhaitons insister sur l'interactivité comme condition *sine qua non* afin qu'il y ait texte (et discours).

Sont ici énoncées les prémisses d'une problématique prismatique dont les diverses facettes miroitantes et redoutables exigent une retaille selon un ciselage conceptuel précis. Nous allons donc tenter une *certaine* mise au point sur la problématique qui concerne les nouvelles technologies dans ce qu'elles ont de sémiotique dans leur technologique. Cela se fera, tout du moins dans l'espace limité de cette centaine de pages, au profit de quelques typologies médiatiques des nouvelles technologies et en fonction de certains outils et orientations sémiotiques parmi ceux possibles.

---

[1] Citons en pêle-mêle disciplinaire Balpe, Couchot, Vuillemin-Lenoble, Jeanneret, Vanderdorpe, Peraya, Giardina, Zinna, Mangenot, Duguet, Stockinger, Kisseleva, Barbosa, Propper… pour ne mentionner que des pistes de réflexion *en français*.
[2] Par exemple, Couchot en art et technologies.
[3] Par exemple, Zinna en sémiotique.
[4] Balpe, 2000, p. 199, c'est nous qui soulignons.

Nous pourrions consacrer tout de suite les lignes nécessaires pour présenter, expliquer et justifier nos choix et orientations. Nous ne le ferons pas parce que la manière selon laquelle la problématique s'est présentée à nous, ainsi que notre façon de l'appréhender, ont été déterminées, et pour le propos et pour sa lecture, par la prestation du prestidigitateur selon le principe du chapeau magique.

Nous n'entendons pas par là tenir des propos prodigieux ou suivre un mode de pensée occulte (nous ne sommes pas le prestidigitateur) mais procéder à une sorte de maïeutique du magique. L'objet médiatique technologique dit « multimédia », s'il attire parfois la méfiance, voire la haine, bénéficie surtout d'une aura, d'une admiration certaine de la part du grand public : c'est l'objet *multimédia* qui serait à la fois le prestidigitateur et le tour de magie, donc l'artiste et l'attraction de la prestidigitation.

En effet, les nouvelles technologies relèvent du magique pour la pratique commune, celle des non spécialistes - que nous sommes nous-mêmes d'ailleurs en matière de technique - et que la sémiotique observe.

Il est vrai également que nous pourrions proposer d'emblée des définitions et des explications concernant la problématique des technologies multimédia[5] et de l'interactivité[6] de façon à motiver notre réflexion et à nourrir cette exposition.

Si nous ne le faisons pas dans l'immédiat c'est parce que :

- primo, leur seule définition est une affaire délicate qui ne peut se régler avec leur exposition,
- secundo, ces définitions et explications en tant que telles ne permettent pas à notre propos d'avancer pertinemment c'est-à-dire d'avancer en introduisant les paramètres nécessaires à l'exploitation de ces définitions en fonction de notre projet,
- et tertio, contrairement aux apparences, nous compliquerions la tâche de notre lecteur qui est celle de suivre notre projet en vue de le comprendre.

Par conséquent, nous ferons le contraire puisque nous irons *vers* ces définitions en fonction du technologique comme tour de magie qui fait croire aux performances non seulement sans dévoiler les compétences mais surtout en *brouillant* les pistes d'attribution de ces compétences. Ce *tour de magie* de la part du multimédia porteur d'un *faire-croire* est l'objet d'une *maïeutique* à développer par le chercheur attentif aux indices patents ou ténus manifestés par le multimédia et vigilant au propos en train de se construire sur lui.

[5] Par exemple, Lancien, 2000.
[6] Par exemple, Fourmentraux, 2005.

### 1.2. Cadrage des choix

Notre point de départ, vers lequel convergent les descriptions et les observations menées à ce jour[7], est celui de l'interactivité comme fonction[8] des nouvelles technologies désignées communément par le terme de multimédia, qu'elles soient en ligne comme Internet ou hors ligne comme les CD-Rom, DVD…, chacune de ces technologies consistant en un objet multimédia.

L'interactivité est postulée par nous au titre de fonction des nouvelles technologies, à savoir de ce qui permet :

- de conférer une existence sémiotique à l'objet multimédia,
- de structurer l'objet multimédia,
- de déterminer la syntagmatique du textuel multimédia,
- de marquer axiologiquement l'objet multimédia.

| |
|---|
| L'interactivité est ici considérée dans sa fonction sémiotique, c'est-à-dire comme ce qui relate formes d'expression et de contenu dudit objet. |

Afin de s'engager dans la problématique articulant *multimédia - interactivité – modalités épistémiques*, commençons par le rapport entre (objet) multimédia et interactivité comme *faire*. Faisons-le à l'aide des médias de la communication médiatée précurseurs du multimédia, le radiophonique et le télévisuel, qui sont ceux auxquels le multimédia est confronté technologiquement et également sémiotiquement [9].

Cette confrontation selon la hiérarchie radiophonique/télévisuel/multimédia est relative d'après nous à l'échelle multimodale et à l'absence / présence du principe d'interactivité : disons, pour commencer, que radiophonie et télévision sont des médias de masse non interactifs contrairement à Internet. Afin de cibler la problématique annoncée et de canaliser la réflexion, nous nous consacrerons à cette confrontation selon la hiérarchie Radio-Télé/Internet légitimée par leur propriété commune de médias de masse *en ligne*. Cela ne saurait se réaliser sans prendre en compte les acceptions les plus communes de l'interactivité que nous convoquerons ultérieurement pour les interroger en vue de circonscrire la nature spécifique de l'interactivité au sein du multimédia.

---

[7] *Cf* Partie *Biographie du parcours de recherche* du présent volume.
[8] Greimas-Courtès, DRTL, 1979, p. 150-153.
[9] Il ne s'agit pas là d'une confrontation inédite, citons à titre d'exemple à ce sujet le projet de recherche de C. Ferjoux que l'on trouve sur *http://www.nomedia.org/docs/cferjoux_09-2005.pdf*.

En effet, le miracle technologique permet actuellement l'imbrication entre médias comme, par exemple, écouter la radio, regarder la télévision, consulter ses mails …. sur Internet à l'aide d'un ordinateur mais également d'un téléphone portable. Ce dernier, promu support multimédia, dépasse sa fonction de base de moyen de communication interpersonnelle, et fait assimiler la pratique de plusieurs médias à celle de l'interactivité.

De même, on peut distinguer au moins deux télévisions dites interactives, soit par référence au support écranique diffusant la télévision « classique » et affichant des opérations informatiques, soit par référence aux récents modes d'intervention, notamment par sms au sein d'une émission télévisuelle *classique*[10].

Ne négligeons pas non plus les plates-formes dites interactives que sont les sites Internet, le multimédia-service tels que le e-mail, la recherche d'informations par moteur de recherche, la participation à des groupes de discussion, la réalisation d'achats…. , parce qu'elles fonctionnent sur le mode « sollicitation-réponse ».

Pour l'essentiel, notre propos sémiotique ne concernera pas une exploration de l'interactivité en soi ni compte tenu de l'évolution technologique. Dans notre recherche, préoccupée par les fondements des théories du médiatique, nous optons pour une analyse des rapports entre interaction et interactivité tels qu'ils se présentent dans la pratique commune du multimédia, donc pour le seuil technologico-communicationnel primaire dans cette confrontation entre Radio-Télé et Internet.
Par conséquent, comme ce n'est pas le multimédia en tant que support technologique qui nous intéresse, nous devons réaliser une opération sémiotique de typologie à un double niveau, mais toujours relativement à l'interactivité. Dans un premier temps, il nous faut opposer Radio-Télé et Internet dans le champ des médias en ligne, sur la base *absence* vs *présence de l'interactivité.* Dans un deuxième temps, pour comprendre comment l'interactivité comme *faire* érige le multimédia en objet sémiotique spécifique, Internet est observé par nous au titre d'objet médiatique à la multimodalité interactive à travers la diversité des sites Internet ; la typologie recherchée concerne alors le pouvoir opératoire de cette interactivité. Pour ce faire, la confrontation Radio-Télé et Internet demeure une source d'observation non négligeable.

[10] Telle que, par exemple, l'émission *Ça se discute* sur France 2.

En ce qui concerne la première typologie, rassurons notre lecteur : nous ne souhaitons pas produire d'amalgame entre radiophonique et télévisuel sinon en termes de médias de masse en ligne non interactifs. En effet, ni la radio, ni la télévision ne nécessitent le *faire* du récepteur une fois que le bouton *ON* a été activé, soit le *faire* selon le premier seuil d'*agir* au titre de « *faire quelque chose* » [11], une sorte de degré 0 du *faire* [12]. Plus précisément, ils ne nécessitent pas le *faire* du récepteur pour qu'il y ait *déploiement* de texte (et de discours) : on peut rester immobile, dormir ou partir … le texte « avance » et les textes s'enchaînent tant qu'on n'a pas activé la position *OFF*. Une fois le bouton *OFF* activé, l'enchaînement continue, au titre d'une programmation à l'état virtuel bien entendu. Il s'agit là de la linéarité du fameux *flux* que nous souhaitons distinguer du *déploiement* de texte (de discours) dans le cadre de notre propos.

Rassembler les notions, et partant les phénomènes, d'*interactivité*, de *flux* et de *déploiement* [13] autour de l'expression *jeux de rôles* revient à les inscrire dans la dynamique du simulacre. Ainsi, lors du processus de communication, chaque phénomène se trouve investi de fonctions qui ne sont pas forcément les siennes mais qui lui ont été attribuées, associées ou déléguées, en vue d'un *paraître*. Ce sont cet investissement, ces fonctions, ainsi que leurs conséquences sur le processus de communication, qui vont attirer notre attention.

[11] Dictionnaire du français contemporain, Larousse, 1980.
[12] A la suite de ce que Couchot désigne par « « *établissement d'une jonction, degré zéro de la communication* », 1998, p. 70.
[13] Et par la suite les notions et phénomènes de *réception*, de *compétence*, d'*interaction* et d'*attraction.*

**2 - Premier jeu de rôles : interactivité, flux et déploiement**

Pour tout texte médiatique en ligne, multimédia ou non, *déploiement* introduit, en les privilégiant, les notions d'étendue et d'exposition tandis que *flux* privilégie celles d'écoulement et de circulation. Si *flux* implique que le(s) texte(s) continue(nt) à exister (donc virtuellement) même en position *OFF*, *déploiement* suggère que ce qui distingue le non multimédia du multimédia n'est pas l'existence du texte au sens sémiotique, puisque c'est toujours le cas, mais le fait que dans les médias en ligne - que sont la radio et la télé - le texte médiatique s'étend en s'exposant, se réalise, sans avoir besoin du *faire-réceptif* tandis qu'en multimédia en ligne - tel Internet - le texte ne peut s'étendre en s'exposant, se réaliser, sans l'intervention constante du *faire-réceptif*. Aussi, en termes de *faire-réceptif* en média en ligne, aussi bien *flux* et *déploiement* sont du continu textuel, alors qu'en multimédia en ligne le *flux* serait du continu textuel, le *déploiement*, lui, du discontinu textuel.
Observons cela de plus près.

Comme chacun sait, la syntagmatique du *flux* aussi bien en non-multimédia qu'en multimédia est indépendante du récepteur ; quant à la syntagmatique du *déploiement,* elle n'entretient pas le même rapport hiérarchique en termes de dépendance avec le *faire-réceptif* en non-multimédia et en multimédia. En effet, les syntagmatiques radiophonique et télévisuelle sont indépendantes du *faire-réceptif* puisque l'enchaînement des textes radiophoniques d'une même station et l'enchaînement des textes télévisuels d'une même chaîne sont, disons, inaltérables de l'extérieur.
Ceci n'est toutefois pas le cas ni pour la paradigmatique radiophonique ni pour la paradigmatique télévisuelle puisque aussi bien le passage d'une station radiophonique à une autre que celui d'une chaîne télévisuelle à une autre, soit le passage d'une syntagmatique à une autre syntagmatique, ne peuvent avoir lieu qu'en fonction de l'intervention du *faire-réceptif*. Néanmoins, même dans ce cas de la paradigmatique non-multimédia, le *faire-réceptif* n'est nécessaire qu'au « degré 0 », suffisant pour passer d'une station radiophonique à l'autre ou d'une chaîne télévisuelle à l'autre, c'est-à-dire pour passer d'un *déploiement* textuel à un autre *déploiement* textuel. En effet, le *faire-réceptif* « degré 0 » en non-multimédia est (paradoxalement ?) restreint (comme son niveau 0 l'indique) mais *intégral* en même temps :
il actualise le *flux* et, du coup, se réalise la fusion entre *flux* et *déploiement*. Le récepteur, lui, se trouve doté d'un *pouvoir réceptif pragmatique* « degré 0 ».

Quant au multimédia tel qu'Internet, aussi bien la syntagmatique que la paradigmatique du *déploiement* textuel se réalisent au moyen du principe d'interactivité considéré, par le récepteur, comme du *faire-réceptif doté d'un pouvoir émissif*, à ce titre pragmatiquement et cognitivement supérieur au *faire-réceptif* en non-multimédia en ligne. C'est cette dotation au récepteur que nous désignons par interactivité comme *faire*.

Cette évaluation/interprétation du récepteur de son *faire-réceptif* est due au fait que *cliquer* sur les liens hypertexte bénéficie d'une doxa selon laquelle le *savoir-faire* est de compétence supérieure à celle nécessaire pour *faire* avec un bouton radio ou une télécommande télé. La participation du récepteur en vue de l'exécution technologique du texte est (serait) de niveau, a priori, *hiérarchiquement* différent.

Aussi, sélectionner en Internet par *cliquer* n'est pas considéré du même niveau de compétences que sélectionner en média en ligne. Il est vrai que, sans *cliquer*, il n'y a pas de *déploiement* possible en Internet ; même les intrusions textuelles ponctuelles à valeur paradigmatique tel que le spam[14] ne sont pas automatiques.

Pour cette raison, il y a confusion entre *flux* et *déploiement* pour le récepteur en Internet : comme, en l'absence de son intervention, il n'y pas de *déploiement* possible, il considère qu'il n'y a pas de *flux* : il croit que non seulement le *déploiement* mais aussi le *flux* dépendent de son propre *savoir-faire*.

### 2.1. – Interactivité et modes d'existence du texte électronique

Il s'avère que les textes médiatiques en ligne des typologies radiophonique et télévisuelle bénéficient d'un *faire-émissif autonome* contrairement aux textes multimédia en ligne de typologie Internet qui sont présumés relever d'un *faire-émissif conditionnel*.

Les premiers doivent leur autonomie à la relation de présupposition réciproque qui lie *flux* et *déploiement* lors du *faire-réceptif*, qu'il soit passif (être là) ou actif (écouter/regarder).

Les seconds doivent leurs effets à la condition technologique d'un *faire-réceptif* actif (cliquer) qui fait croire à une relation de présupposition réciproque, d'une part entre *flux* et *déploiement,* d'autre part entre *flux*, *déploiement* et *savoir-faire*.

[14] « *Courrier électronique importun et souvent sans intérêt, constitué essentiellement de publicité, qui est envoyé massivement à un grand nombre d'internautes ou à une même adresse de courriel, et que l'on destine habituellement à la poubelle* »
*http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/Internet/fiches/8875047.html.*

Une question émerge : « Le texte non-multimédia peut-il alors prétendre à une quelconque autonomie si son mode d'existence demeure virtuel ? ». Cette interrogation qui met en cause la notion de souveraineté d'émission des médias en ligne est ici annexe : l'autonomie du texte, que ce soit celle du *flux* ou du *déploiement*, ne nous importe qu'au titre du contrat fiduciaire entre *faire-émissif* et *faire-réceptif.* Nous entendons par là que, en ce qui concerne les médias en ligne, bénéficier d'une vraie ou d'une fausse autonomie d'émission par principe (et en ce sens virtuelle) n'entraîne que des conséquences pragmatiques sur l'adhésion du récepteur. Ce qui n'est pas le cas pour Internet où le contrat fiduciaire installe comme *vraie* l'adhésion du récepteur par le *faire-cognitif* qui détermine le *faire-émissif* (d'où le statut *conditionnel* de ce dernier). Par conséquent en Internet, le *savoir-faire* par *faire-réceptif* est au cœur des rapports entre *flux* et *déploiement*.

Aussi, ce qui nous importe dans le *flux,* c'est le mode de son *déploiement* du fait qu'en Internet l'interactivité comme (savoir)faire manifeste ses modes d'existence précisément dans le *déploiement*.

Néanmoins, l'évaluation du *faire-réceptif* que nous venons de présenter, appelle des précisions. Dans quelle mesure, l'homologie entre *écouter/regarder* et *cliquer* est-elle légitime ? *Cliquer* ne devrait-il pas inclure *regarder/écouter* dans le cas d'un *faire-réceptif* actif en vue du *déploiement* en Internet ?

En effet, si *écouter/regarder* et *cliquer* présupposent *être là*, le *déploiement* textuel en Internet est fondamentalement dépendant d'une présence non virtuelle impliquée dans l'activité physique syncrétique de base *voir-toucher*, modulable (avec ou sans *entendre* par exemple) en tant que *faire-être* ou *faire-faire*.

Par *faire-être* ou *faire-faire en vue du déploiement,* il faut entendre *cliquer* comme impulser par *regarder* et orienter[15] et non par *voir* et orienter.

*Regarder* et non *voir*, parce que *voir* comme *faire-réceptif* passif (au même titre qu' *entendre*)[16] s'il n'est pas suivi de *regarder* (ou d'*écouter*) précède la jonction introduite par *cliquer* mais sans orientation d'une trajectoire.

[15] Le lecteur aura compris que :
- nous ne tenons pas compte du récepteur mal voyant dont la situation et la pratique sont à part que ce soit en média ou en multimédia en ligne
- nous ne privilégions pas *sélectionner* dans les traits pertinents de *cliquer* du fait que ce trait est commun entre média et multimédia en ligne.

[16] De Kuyper-Poppe, 1981, p.89 – Greimas-Courtès, *op. cit.,* p. 145 et p. 307.

Par conséquent, dans la perspective de l'interactivité *cliquer* n'est pas le seuil du *faire* « degré 0 » mais un seuil supérieur puisque *sélectif par impulsion orientée pragmatico-cognitivement*, soit le seuil « 0 » de l'interactivité. *Cliquer* est substantiel pour l'interactivité en Internet au titre de seuil primaire de l'interactivité.

Reprenons l'ensemble :

L'interactivité en Internet se présente comme le seuil 0 du *faire-réceptif* actif par *cliquer* au titre de *participer*[17]. L'interactivité est, en effet, le moteur qui permet le *déploiement* du texte électronique.

Mais la question du *déploiement* ne se limite ni au rapport avec *cliquer sur le texte* ni au rapport avec le *flux de texte(s)* d'où le fait qu'on ne peut pas se contenter de l'opération de *cliquer* et de la question du *flux* pour observer ce qui se passe en Internet. Parallèlement, il faut aborder la circulation continue des textes ainsi que leur *déploiement* au nom des modes d'existence sémiotiques du texte électronique.

Si la circulation des textes électroniques relève du mode virtuel, le *déploiement* des textes électroniques relève du mode actuel : aussi, en termes sémiotiques de *faire-réceptif*, le *flux* n'est pas une jonction, mais en revanche le *déploiement* en est une. En Internet, à partir du *faire-réceptif* « degré 0 » (cf. *ON/OFF*), il y a disjonction entre *flux* et *déploiement* ; pour qu'il y ait conjonction entre *flux* et *déploiement*, il faut un *faire-réceptif* actif par *cliquer*, soit par l'interactivité degré 0.

C'est donc le contraire des médias en ligne où sont indépendants du *faire-réceptif* actif non seulement (comme nous l'avons vu) les syntagmatiques du *flux* et du *déploiement* mais également la conjonction entre *flux* et *déploiement*. Appuyer sur les touches de la télécommande est une intrusion pragmatique, cognitivement faible, et non une modification ni pour le *flux* ni pour le *déploiement* sinon en termes de mode d'existence, concernant le passage de virtuel à réel. *Sélectionner* en média en ligne n'est pas de l'interactivité mais de la réactivité. Cette dernière ranime un texte tandis que l'interactivité l'anime.

[17] Nous revenons plus loin à la distinction entre *participation* et *interactivité*, la première comme premier seuil vers l'interaction, la deuxième comme une hiérarchie de modes interactionnels dont fait partie la *participation.*

Par conséquent :

- *Faire* « degré 0 » (mode actuel de l'opération *ON/OFF*) en média en ligne fusionne *flux* (mode virtuel) et *déploiement* du texte (mode réel).
- *Faire* « degré 0 » (mode actuel de l'opération *Cliquer* après son préalable *ON/OFF*) en Internet potentialise dans un premier temps le *flux* (mode virtuel) en *déploiement* du texte (mode réel) et dans un deuxième temps le *déploiement* du texte (mode réel) en animation du texte (mode actuel)…. Il s'agit là d'un fonctionnement *en boucle* des modes d'existence qui détermine le *déploiement* du texte électronique sur Internet.

L'interactivité se dessine telle une fonction jonctive dans l'orientation cognitive du *déploiement* textuel. Le *faire-réceptif* serait-il l'animateur pragmatico-cognitif de ce *déploiement* ou seulement l'exécutant pragmatique de la conjonction *flux*/*déploiement* ?

Une fois de plus, peut-on postuler que le *déploiement* du texte électronique en Internet *est la réalisation* d'un *flux* virtuel ? C'est qu'ici la question émergente n'est pas annexe : doit-on parler de réalisation de *flux* ou de réalisation de *stock* ? En Internet, l'intrusion du *faire-réceptif* dans le texte électronique active-t-elle du *flux* (continu) ou bien sort-elle un texte du dépôt (stock) ?

Nos incompétences techniques nous font, probablement, défaut à ce sujet, il n'empêche que nous devons ajouter cela aussi dans notre corbeille de questions inévitables et tenter une explicitation : identifier les rapports entre *flux* et *stock,* c'est réaliser un pas supplémentaire vers l'interactivité comme *faire-être* et vers l'interactivité comme *faire-faire*.

### 2.2. – L'Interactivité entre *faire-persuasif* et *faire-interprétatif*

Il est clair qu'en structures radio-télévisuelles on ne peut pas parler de *dépôt* pour le continu virtuel ; les stations radiophoniques et les chaînes télévisuelles non actualisées par le « faire degré 0 » constituent, à la limite, du stock….. mis en circulation !
On ne peut pas parler de *dépôt* pour le radio-télévisuel non plus parce qu'il n'y a pas de possibilité pour le récepteur de récupérer *en ligne* un texte de la syntagmatique du *flux* une fois le continu radio-télévisuel réalisé. Une émission réalisée (au sens de *qui a été mise en circulation*), est une émission passée. Le récepteur sait, par contrat, qu'une fois que l'émission radiophonique ou télévisuelle a fait l'objet de la conjonction entre *flux* et *déploiement*, elle est (cette fois !) devenue stock virtuel, récupérable seulement s'il a prévu son enregistrement préalable sur cd, cassette audio, cassette VHS, DVD ….

En multimédia, les sites Internet consistent en du *continu* réalisé par *faire réceptif* actif, à savoir par interactivité. Sont-ils pour autant du *continu virtuel* ou bien du *stock virtuel* ?
Qu'est-ce que l'interactivité fait passer de l'arrière plan (*flux*) en premier plan (*déploiement*) ?

En termes de *déploiement* du texte électronique, l'interactivité apparaît comme l'instance émettrice déléguée par le récepteur en vue d'extraire un état de texte disponible du stock multimédia. L'interactivité serait un chargé de mission mandaté par le *faire-réceptif*.

Le récepteur sait par contrat fiduciaire qu'il est considéré comme détenteur d'un *faire-faire*, c'est-à-dire d'un *faire manipulatoire* : il est le seul à pouvoir extraire le texte du stock par transformation du stock textuel (existence virtuelle) en continu textuel (*flux* réel c'est-à-dire *déploiement*). En Internet, le *flux* comme syntagmatique élaborée, donnée à l'actualisation du *faire-réceptif* actif, est du stock rassemblé (comme dans les médias en ligne) mais dont la continuité est conçue en vue d'être rompue (contrairement aux médias en ligne).
Aussi, l'inertie du texte en absence d'interactivité est-elle le résultat de ce phénomène.

Par conséquent,

En Internet, le *déploiement* du texte provient de l'extraction d'un élément du stock par jonction avec le *flux*. En revanche, dans les médias en ligne, il s'agit d'une conjonction automatique entre *flux* et *déploiement*, due à l'absence d'extraction.

*Extraire*, c'est mettre en premier plan ce qui est en arrière plan, selon un déplacement par *faire pragmatique* qui déclenche la mise en place d'un continu textuel paradoxal puisque ce continu est conçu pour être interrompu.

Cela dit, c'est une chose d'entrer en jonction avec le *flux* et autre chose que de manipuler le *flux*… *Entrer en jonction* avec le *flux* relève d'un *faire pragmatique* puisque c'est *cliquer* ; *manipuler le flux* consiste en un *faire cognitif* puisque c'est un *faire-faire* négocié entre *faire-émissif* et *faire-réceptif* en tant que *faire-émissif*.
Or, la mise en place du *flux* internet par interactivité résulte non de la négociation de pouvoir entre plusieurs *faire* mais de la délégation de pouvoir de la part du *faire émissif* textuel au *faire-réceptif*, soit d'un *faire-être*.

Nous voyons alors mieux maintenant en quoi l'interactivité est porteuse d'un *faire-croire* : ce que le récepteur *confond*, c'est *faire-être* et *faire-faire*.
Plus précisément, la restructuration du texte électronique obtenue par le *déploiement* est assimilée (car, en fait, elle est donnée de façon à être assimilée) à une élaboration de texte.
Lors du processus de restructuration par interactivité, le récepteur croit que toutes les transformations opérées sur le texte électronique comme *état de choses*, transformations permises (et donc prévues) bien entendu par le texte électronique lui-même, sont des transformations élaborées par le *faire-réceptif* comme *savoir-faire*.
Cette croyance trouve sa source dans l'interactivité comme syncrétisme, celui qui résulte de la délégation d'un *faire-émissif* par le texte au *faire-réceptif* au titre de *pouvoir-faire*.

Or, s'il y a effectivement aussi du *savoir-faire* de la part du *faire-réceptif*, il s'agit en général d'un *savoir-faire* que nous pourrions désigner, à la suite des observations précédentes, par le *savoir-faire* « degré 0 », autrement dit un *faire cognitif* minimal, nécessaire pour permettre la réalisation du *faire-être*.

Le *pouvoir-faire* délégué par le texte électronique au moyen de l'interactivité est alors pris en charge par le *faire-réceptif* comme *savoir-faire*, cette délégation est comprise comme un appel au *faire-réceptif* en tant que compétence cognitive, tel un défi cognitif que le texte électronique lance à son utilisateur.

La conversion du *pouvoir-faire* en *savoir-faire* est favorisée par le *déploiement* par interactivité, et cautionnée comme *vraie* par les transformations subies et surtout manifestées par le texte électronique. Aussi, le récepteur s'approprie-t-il la compétence manipulatoire qui revient originairement, par principe, au texte électronique.

Pourtant, si, sémiotiquement en tout cas, une manipulation est toujours élaboration (*exécution* vs *non exécution*)[18], le cas de non transformation du texte par son récepteur est interprété par ce dernier comme un échec pour le texte et non pour les compétences manipulatoires de son utilisateur[19]. Est alors évaluée comme échec la procédure de délégation de *faire-émissif* par le texte au récepteur. Cette évaluation résulte de la dissociation erronée entre *déploiement* et l'interactivité par le récepteur.

Le *déploiement* est censé passer alors sous la responsabilité du texte électronique tandis que le récepteur s'approprie bien l'interactivité en tant que *savoir-faire* mais nullement en tant que *pouvoir-faire*, délégué ou non (en l'occurrence non délégué) par le texte.

Cette évaluation par le récepteur trahit le simulacre selon lequel, en Internet, le *faire-réceptif* se présente comme une élaboration cognitive inconditionnelle.

En effet, en règle générale, c'est-à-dire selon la pratique du plus grand nombre et selon la typologie de base des sites, le *faire-réceptif* est un *faire pragmatique* qui, en allant chercher la transformation par le *déploiement*, *fait-être* le pouvoir manipulatoire du texte électronique.

Toutefois, ce simulacre ne subsiste plus dans le cadre des déploiements conçus à la fois « *avec et pour l'Internet* »[20] que l'on peut rencontrer dans le cas du *Net art* par exemple, c'est-à-dire lors des déploiements que nous qualifions de déploiements proprement multimédia et à ce titre immanents dans leur statut de textes médiatiques interactifs impliquant un *savoir-faire* supérieur au degré 0.

[18] Nous préférons *élaboration* à *exécution* (Greimas-Courtès, DRTL, 1986, p. 135-137) du fait que, selon notre lecture du dictionnaire du français contemporain, *élaboration* est plus proche sémantiquement de la dimension cognitive du *faire* tandis que *exécution* serait plus proche sémantiquement de la dimension pragmatique du *faire.*

[19] C'est en tout cas ce qu'expriment les étudiants, notamment les futurs spécialistes en projets multimédia, quand ils sont interrogés sur leur pratique avec Internet.

[20] Fourmentraux, *op. cit.*, p. 90.

### 2.3. – L'Interactivité *actant* et le faire-réceptif *opérateur*

Mais, puisque nous nous sommes engagée dans la confrontation Radio-Télé et Internet, prenons à témoin au titre du simulacre définit ci-dessus, les sites internet de radios et de chaînes télévisuelles tels que Francebleu.fr et Tf1.fr. Ils permettent de constater que d'une part, le *flux* multimédia est bien une question de stock *donné* à la réalisation, et que, d'autre part, son actualisation est une opération (un *faire-être*) qui remplit les conditions de sa confusion avec la manipulation (un *faire-faire*).

Autrement dit, le processus de réalisation du stock par interactivité fait croire à un *faire pragmatique* déterminé, spécifié, orienté par le *faire cognitif* du *faire-réceptif* ; or, il s'agit d'un « faire orienté », cognitivement par le *faire-émissif* textuel, et pragmatiquement, par le *faire-réceptif*. En effet, il suffit de se connecter avec de tels sites Internet[21] pour constater qu'il s'agit de magazines virtuels où sont proposés, par sélection préalable du *faire-émissif*, les enregistrements d'émissions écoulées. Ces sites bénéficient des plans d'expression très animés, puisqu'ils constituent des espaces privilégiés pour l'expression pluricodique (souvent des animations en logiciel *Flash*), mais ce sont fondamentalement des lieux d'archivage.

Activer le *flux* par *faire-réceptif*, c'est, en l'occurrence, déployer un continu d'usage déguisé en continu de base : les stocks radiophonique et télévisuel intégrés à l'Internet contribuent à l'illusion d'un *flux* multimédia au moyen d'un stock média passé mais…. en ligne grâce à l'interactivité comme jonction. Celle-ci permet la réanimation du stock tel un enregistrement sur cassette VSH ; cette réanimation est obtenue par un *savoir-faire* fondamentalement pragmatique qui fait croire à la mise en place de la transformation *stock en ligne* / *flux en ligne* par un *faire-réceptif* comme *faire cognitif*. Cette croyance est due au produit même de la transformation : le *déploiement* du texte électronique.

Par ailleurs, et surtout, « Activer le *flux* par *faire-réceptif* » c'est doter le *faire-réceptif* d'une fonction d'opérateur. En effet, le *faire-réceptif* opèrerait à deux niveaux. D'abord à un niveau qui est celui, classique, du procès sémiotique, mais également à un autre niveau qui résulterait d'une conversion *axiologique* pour le *cognitif* par le *pragmatique*. Il s'agit de l'euphorie de la transformation par le sur-classement cognitif du récepteur. Ce sur-classement pour le *récepteur* – l'instance concrète de l'échange -, comme *observateur* - l'instance abstraite de l'échange -, est ce qui génère des modifications pour le statut sémiotique du *faire-réceptif* - le parcours abstrait de l'échange. C'est ce sur-classement qui fait du *faire-réceptif* en texte

[21] Qu'il ne faudrait pas confondre avec des liens intégrés dans les systèmes informatiques (*cf.* i-tunes) qui permettent d'écouter la radio, donc en direct, via ordinateur

électronique en ligne le parcours-modèle d'une conversion axiologique majeure : les valeurs modales deviennent elles-mêmes objet de valeur, leur quête par le récepteur le long du *faire-réceptif* en fait des valeurs descriptives au sein du frame «plaisir de croire-savoir ».

Par conséquent :

Il y a *flux* en Internet quand le *faire-réceptif*, par interactivité, en transformant un état de texte de virtuel à réel, transforme la *syntagmatique* textuelle.

Le *déploiement* Internet tient à cette double transformation.

Il y a donc *déploiement* en Internet quand le *faire-réceptif* introduit l'arrière-plan au premier plan en transformant le stock textuel en continu textuel.

L'interactivité en Internet est *transformation du mode d'existence d'un texte par faire-réceptif en ligne* ; c'est le *faire-réceptif en ligne* que nous désignons comme *actif* en Internet. L'interactivité est donc, également, ce qui permet au multimédia d'acquérir la configuration des médias en ligne : le *flux* au sens radio-télévisuel.

Nous sommes amenée à constater que l'interactivité se présente comme la grandeur qui permet de rattraper un décalage hiérarchique, où le seuil inférieur est occupé par le multimédia (*faire-émissif* conditionnel) et le seuil supérieur par les médias (*faire-émissif* autonome). L'interactivité au titre de *actant en ligne*[22], fait croire au *récepteur* qu'il occupe comme protagoniste le statut d'assistant-participant[23]. Par ailleurs, et surtout, l'interactivité dote le *faire-réceptif* du pouvoir *d'opérateur axiologique* dans l'évaluation de l'échange.

Il est vrai qu'en structure Internet *ne plus faire* consiste en la visualisation sur écran d'un *état donné* du texte qui demeurera en l'état si on est immobile, si on dort, si on part…. jusqu'à ce que, en général, le principe de veille vienne interrompre la visualisation en le ramenant à l'état de texte virtuel. Ici, pas de *déploiement*, rien n'avance ….. En effet, ainsi que nous l'avons signalé, le changement de mode d'existence sémiotique d'actualisation du stock en réalisation en *déploiement* par le *flux* n'est possible que s'il y a *agir* de la part du récepteur.

[22] Fontanille, 1998, p. 139 et suivantes.
[23] Conformément à l'échelle établie par Fontanille, 1989, p. 48.

Mais, une fois qu'il y a actualisation par le *faire-réceptif*, et donc disjonction qui déclenche la syntagmatique du *déploiement*, le récepteur est en conjonction avec un état de texte qui a fait aussi l'objet de transformations préalables indépendantes de l'actant en ligne : comme le journal radiophonique ou télévisé, le site Internet subit aussi des transformations telles que la mise à jour et des irruptions publicitaires, c'est-à-dire des transformations du textuel.

Que se passe-t-il alors entre *flux*, *déploiement* et *faire-réceptif* par interactivité ?

Il se passe le même phénomène, et c'est là une rupture supplémentaire au sein de la hiérarchie Radio-Télé/Internet. Contrairement à une transformation intervenant dans le *déploiement* des médias en ligne qui se fait toujours indépendamment du récepteur (telles que l'adjonction d'un reportage dans le JT, le remplacement d'une émission par une autre…), une transformation intervenant dans le stock multimédia ne peut toujours pas ne pas tenir compte du *faire-réceptif*. Aussi, même l'installation d'un nouveau lien profond entre deux sites internet existants consiste-t-elle en un mode d'inscription du *faire-croire* en termes de manipulation du *flux* multimédia, inscription déterminante pour le *déploiement* selon un *faire-réceptif* qui semble construire ce même *flux* : or, il ne fait toujours que construire le *flux* en *déploiement*.

C'est cette obligation de prévoir la prise en charge du *faire-réceptif* qui installe ce dernier comme indispensable pour la réalisation des programmes narratifs liés au *déploiement* et qui le renforce dans son pouvoir d'opérateur axiologique. Cette place incontournable du *faire-réceptif* dans le *flux* fait du récepteur, par projection, le protagoniste du *déploiement*. Ce statut de protagoniste est encore plus explicite dans le *déploiement* d'animations multimédia, celles du spectacle multimodal image-texte-son[24], spectacle pragmatiquement dépendant du récepteur (il faut l'activer et il peut l'arrêter) mais non cognitivement (il est simple focalisateur, il *est là*). Par conséquent, le *faire-réceptif* fait *être* le spectacle mais, en aucun cas, ne le fait *faire*. Même le fait de pouvoir arrêter le spectacle n'est pas une manipulation puisque ce n'est qu'une transformation du mode d'existence. Cet exemple permet de constater que le cas des animations multimédia ramène le *déploiement* en Internet au même niveau que le *déploiement* en média en ligne puisque le *pouvoir-faire* du récepteur est de *faire* « niveau 0 » (activer/désactiver le spectacle multimodal).

[24] Tel par exemple le site à visée touristique www.aegina.gr.

Notons également au passage que l'euphorie provoquée par le spectacle est le résultat du *faire pragmatique*, un *faire* hiérarchiquement supérieur que dans les médias en ligne mais toujours d'un niveau pragmatique. L'actualisation par interactivité porte l'illusion d'une performance pragmatique supérieure de l'actant en ligne.

### 2.4. – Comment l'interactivité modalise-t-elle le *continu* par *faire-réceptif* ?

Récapitulons en vue d'avancer vers ce questionnement :

1 En Internet, une transformation en ligne du mode d'existence d'un texte électronique fait croire au *récepteur* comme *protagoniste*. Si, dans les médias en ligne, l'insertion de tel texte radiophonique ou télévisuel, texte construit préalablement ou non, modifie le *flux* tout en imposant un nouveau *déploiement* au récepteur, le texte Internet (qui, par définition, est construit préalablement) :

- soit (cas n°1) nécessite le *faire-réceptif* pour le passage d'un *flux* à un autre *flux*,

- soit (cas n°2) impose, comme le non multimédia, la nouvelle syntagmatique.
Le cas de mise en attente du récepteur en lui imposant un texte de transition spécifiant la prochaine mise à jour est un cas intermédiaire qui se réalisera selon la première ou la deuxième possibilité.

Le cas n°1, qui est celui qui nous intéresse, atteste que l'interactivité comme actant en ligne positionne le *récepteur* comme protagoniste du *flux* : ce que le récepteur des média en ligne ne peut pas faire, le récepteur en Internet le pourrait.

2 En Internet, une transformation apportée dans l'état d'un texte par interactivité (donc par *pouvoir-faire délégué* au récepteur) fait croire en une transformation du *flux*. Ainsi que l'introduction d'un élément extérieur *dans* le texte télévisuel (sms, coup de fil…) fait croire au récepteur qu'il a modifié le textuel télévisuel, l'introduction du récepteur dans un blog où il laisse son message lui fait croire qu'il a modifié le *flux* multimédia.

Si nous appliquons ces dernières remarques à l'interactivité au titre d'actant en ligne en vue de la construction d'un *flux*, et reposons la question « Existe-t-il alors un continu Internet? », notre réponse serait : « Certes, il existe mais il n'existe que grâce à (ou à cause de) l'interactivité comme actant du discontinu ».

Malgré l'appartenance d'Internet aux structures du virtuel, le continu Internet est sémiotiquement d'une existence réelle, dépendante d'une conjonction dans laquelle le *flux* est de valeur différente que dans les médias en ligne.

En Internet, le *flux* est la propulsion par *transformation* du discontinu en continu. Dans les médias en ligne le *flux* est *adaptation*, ingénieuse par ailleurs, du discontinu dans le continu[25] sauf en situation de *direct* où le *flux* s'adapte, d'autant plus ingénieusement, au discontinu que le *direct* projette dans le continu.

Le *flux* en Internet s'apparente à ce dernier *déploiement* de type *en direct*, propre aux médias en ligne, qui s'expose selon les modalités de type *abracadabra.*

Ce mode d'existence comme réalisation accompagne, voire porte, l'impression d'élaborer le texte électronique en fonction d'un *faire-réceptif* « opérateur ».

Nous voilà donc face à un des effets sémiotiques du prestidigitateur multimédia.

L'interactivité se dessine telle *l'irruption orientée* de l'actant du discontinu dans le continu. Telle une tension sémiotique, l'interactivité donne au texte son déploiement, son étendue. *L'irruption orientée* est une question de valeur ou plutôt de valence[26], celle des rapports entre pragmatique, cognitif et thymique.

Bien sûr, l'irruption de messages (spam et autres pop-ups, mise à jour d'un site…) dans le texte électronique génère des modifications pour la syntagmatique qui sont indépendantes du *faire-réceptif.* Mais, en même temps, leur émission *autonome* constitue un degré supplémentaire dans la crédibilité d'un *faire-réceptif* au titre de *faire cognitif* qui gère les transformations du texte électronique. En effet, ces irruptions confortent le *faire-réceptif* en tant que détenteur d'un pouvoir, celui de permettre ou non à ces irruptions de modifier la syntagmatique en cours de réalisation. Selon que ces irruptions seront évaluées positivement

[25] Adaptation que les bandes annonces intertextuelles assument par ailleurs.
[26] Fontanille-Zilberberg, 1998, p. 29-43 - Fontanille, 1998, p. 69.

ou négativement par le récepteur, elles orienteront le *faire pragmatique* ; elles seront, alors, soit intégrées soit exclues de la syntagmatique en cours.

Toutefois, et c'est là un effet majeur du prestidigitateur multimédia par rapport au *faire-réceptif* « opérateur », cette réception positive ou négative qui est d'ordre fondamentalement thymique prétend augmenter cognitivement l'interactivité comme tension sémiotique puisque le mode d'existence de ces irruptions, tout comme celui de la syntagmatique en cours, dépend du même *pouvoir-faire* que le récepteur assimile à un *savoir-faire*. Face à ces irruptions, l'interactivité est elle-même *irruption* mais *orientée* en vue de la gestion à la fois des rapports entre continu et discontinu, et des valeurs que ces irruptions (messages…) véhiculent.

Aussi, la disjonction par interactivité permettant, ou bloquant, ces irruptions présume-t-elle que le *flux* Internet est effectivement plus ouvert à la coopération selon des valences aux retombées différentes entre pragmatique, cognitif, thymique que dans les médias en ligne.

Il s'agit là de deux statuts sémiotiques pour les structures média / multimédia qui ne doivent pas, à notre avis, se confondre avec leur mode de réception même si statut et réception sont intimement liés. Ainsi le statut sémiotique d'une structure médiatique telle qu'Internet est celui d'une structure qui favorise l'euphorie réceptive (participation) par principe de *pouvoir-faire* pragmatique (*cliquer*) en valorisant cognitivement le récepteur (qui a *su faire*) tel l'auteur d'une « *intelligence syntagmatique* »[27].

Nous entendons par *euphorie réceptive* le fait que, comme l'auditeur et le téléspectateur, l'internaute aussi s'investira dans la structure Internet en fonction d'un *faire-émissif* qui tient compte de son idiosyncrasie. Celle-ci en tant que *modèle* est caractérisée par l'installation du récepteur selon la croyance d'observateur *assistant-participant* grâce à l'interactivité et à son pouvoir *d'irruption orientée*.

Mais si le seuil primaire de l'interactivité est *cliquer*, qu'en est-il des autres seuils ? La croyance *d'assistant-participant* est-elle limitée au seuil primaire, ou perdure-t-elle sur d'autres seuils ? En fait, les frontières, d'une part entre ce qui est interactivité et ce qui ne l'est pas, d'autre part entre les différents seuils, sont brouillées et elles le sont sans cesse grâce aux répercussions technologiques. En vue d'identifier la fonction sémiotique de l'interactivité en regard d'éventuels autres seuils, nous proposons de revenir sur l'interactivité comme principe fondateur du multimédia en ligne tel qu'Internet dans sa confrontation avec les médias en ligne.

[27] Greimas-Courtès, 1979, p. 321.

**3 – Deuxième jeu de rôles : interactivité, seuils de réception, seuils de compétence**

Le téléspectateur qui envoie un sms pendant l'émission télévisuelle est à la fois, pragmatiquement, agent d'une simulation d'interactivité et, cognitivement, actant au titre *d'observateur-spectateur*. Il peut, en effet, envoyer bon nombre de sms dont la quantité, associée au pouvoir-participer, fait croire que le téléspectateur assume un seuil d'actant supérieur, *observateur-assistant*, par *faire une action puissante* dans le texte médiatique. A ce titre il croit franchir encore un seuil, celui *d'exercer une influence*, de *faire pression* sur le *déploiement* du texte électronique.

Nous identifions ici les seuils d'observateur *assistant-participant* et *assistant-protagoniste*.

Puisque, précisons-le à nouveau, nous envisageons l'interactivité en fonction de la notion de *déploiement* telle que nous l'avons exposée relativement au texte multimédia en ligne et par opposition au texte média en ligne, le *faire-réceptif* avec un récepteur comme actant au statut *d'observateur-assistant* est *vital* pour la réalisation du texte comme procès.
Le problème, sémiotiquement en tout cas, est que, pour le récepteur détenteur surtout d'un *faire pragmatique*, la fonction *d'assistant* dans l'exécution de la syntagmatique *est assimilée* à la fonction *d'assistant-protagoniste* dans la construction/élaboration de la syntagmatique par le faire manipulatoire.
A partir de là, le récepteur croit que *cliquer*, le seuil primaire d'interactivité, consiste en une dotation de pouvoir *et* de savoir qui *charge* cognitivement son statut de « *performateur* »[28].
Or, en Internet (et, donc, contrairement aux médias en ligne), cette intervention du récepteur au titre *d'assistant* influe sur ce que nous pourrions désigner par *syntagmatique de base* de la structure médiatique et qui s'articule à ce que l'on pourrait désigner par *syntagmatique d'usage* relative aux modifications paradigmatiques que la structure médiatique autorise.
Ces modifications paradigmatiques sont prévues, calculées et projetées préalablement sur un axe parallèle à la syntagmatique de base d'où leur désignation par *syntagmatique* d'usage.
Par conséquent, la syntagmatique d'usage a une fonction de *recadrage*, permettant à la structure médiatique Internet de se finaliser dans sa propriété de structure ouverte par le principe de *déploiement*.

[28] Fontanille, 1989, p. 47.

Si nous nous tournons de nouveau vers la structure des médias en ligne, *agir* implique *exercer une influence, faire pression* par le fait de *faire-croire* au récepteur qu'il a atteint les troisième et quatrième seuils du verbe *agir* que sont se *« conduire de telle ou telle façon en exerçant une action sur quelque chose »* et *« en déterminant le développement »* [29] qui correspondent au quatrième seuil de l'observateur, celui *d'assistant-participant*.

### 3.1. – *Faire-réceptif* par ancrage immédiat

En effet, l'intervention d'un sms dans une émission télévisée permet de *recadrer* la syntagmatique de base qui est celle, en général, des émissions qui investissent une structure flexible, ouverte, que le texte médiatique prétend offrir à la transformation par *faire-réceptif*.
Envoyer un sms simule la modification de la syntagmatique de base du texte médiatique ; or, il ne s'agit que de l'intégration du sms dans une syntagmatique d'usage préalable qui permet à l'émission télévisée de finaliser son *être* de structure flexible, ouverte à l'interaction. Si en plus le sms défile sur l'écran, le texte médiatique fournit *illico* (en ligne et lisible sur l'écran) la preuve au récepteur de son *faire-réceptif* au titre de *faire-émissif*.
Dans les médias en ligne, la situation de simulation interactive (seuil primaire avec *observateur-spectateur* par l'envoi du sms) est la condition du *faire-croire* à la communication effective par transformation du texte médiatique.
Il s'agit de communiquer par la preuve de contextualisation du processus de communication lui-même.
Qu'entendons-nous par là ?
Nous pensons que la manière dont la simulation interactive joue le rôle de *savoir-faire* cadre, c'est-à-dire habille et modélise, un mode communicationnel que les médias en ligne expérimentent, à savoir un mode précurseur dans la mise en valeur de la *présence non virtuelle* (que nous avons évoquée plus haut en vue du *déploiement* du texte électronique).
Ce mode est celui qui réunit texte médiatique et *faire-réceptif* dans un même contexte, non pas de réception (c'est là une évidence), mais d'émission : dans un même *contexte d'existence*.

[29] Dictionnaire du français contemporain, Larousse, 1980.

En Internet, qui est par définition une structure médiatique ouverte au *déploiement*, l'interactivité voudrait signifier l'homologation entre *pouvoir-faire* (avec sa part de *savoir-faire* concomitant) - seuil primaire par *cliquer* - et *savoir-faire* - seuils suivants par *naviguer*. Cette homologation est la condition nécessaire au *faire-croire* en l'illusion d'une augmentation de compétences du récepteur-performateur par *ancrage immédiat du mode communicationnel*.

Nous pouvons d'ailleurs constater, aussi bien dans la presse scientifique que dans la presse grand public[30], l'importance de cet ancrage dans les pratiques actuelles. C'est par cet ancrage immédiat du mode communicationnel que l'interactivité brouille les pistes entre *faire pragmatique* et *faire cognitif* tout en exploitant le registre thymique.

Pour le *faire-réceptif*, « naviguer », au titre de seuil supérieur, c'est croire à la transformation immédiate du pragmatique en cognitif : plus le *déploiement* fluidifie le texte électronique en le rendant immédiatement disponible, plus le récepteur croit franchir les seuils actantiels de l'observateur.

Il s'agit selon nous du *paraître* parce que si en Internet l'interactivité n'est pas une simulation, elle simule[31] au moyen du principe *actant en ligne* une *compétentialisation* en tant que « *augmentation voulue et programmée de la compétence* »[32], *en ligne*.

Cette *compétentialisation en ligne* comme *faire-croire* est le fruit d'un autre amalgame : entre structure interactive offerte à « l'ouverture » et interactivité comme compétence-clé.

Or, que ce soit dans les médias en ligne (jeu radiophonique, télé-réalité…) ou en Internet (blog, forum…), il s'agit de syntagmatiques de *nature technologique* différente, présentant une disponibilité d'adaptation plus ou moins grande (on prendra plus ou moins d'interventions en direct, on intercalera des bandes annonces en fonction du temps disponible, on autorisera tel message….. ). Toutefois, jeu radiophonique, télé-réalité, blog, forum…, en tant que constructions sémiotiques qui prétendent réguler l'intervention du *faire-réceptif* dans

[30] Citons, à titre d'exemple l'article dans l'Express au sujet du blog : « *Les moins de 18 ans, qui passent en moyenne cinq heures et demie par jour devant un écran de télévision ou d'ordinateur, ont trouvé sur internet la scène idéale pour s'exposer. « La grande majorité d'entre eux utilisent le réseau non plus pour son contenu, mais pour sa capacité à produire du lien* », constate Stéphane Hugon, chercheur au Centre d'étude sur l'actuel et le quotidien (Ceaq) » - L'Express, 17/08/06, p. 56, c'est nous qui soulignons.

[31] Avec ou sans vraies compétences cognitives fournies par le récepteur ; malheureusement, on n'est pas en mesure de les évaluer.

[32] Tel que l'introduit Greimas (1984) mais sans la limiter à l'intention didactique.

la formation de leur textuel, elles sont closes, ou semi-closes[33], ou même non-closes mais, à ce jour, elles ne sont jamais *ouvertes* si l'on entend par là *totalement* accessibles au *faire-réceptif*.

Cette hiérarchie du *clos* en Internet semble abolie par l'interactivité. Toutefois, des exemples de sites Internet tels que Louvre.fr (structure non close) et Quatuor.org (structure close) sont des exemples qui dénoncent relativement à Internet l'amalgame entre structure interactive et interactivité[34], amalgame que nous comprenons mieux grâce, une fois de plus, à la confrontation avec les médias en ligne.

Aussi, une émission non-close à l'interaction n'est pas pour autant une structure interactive même dans le cas où grand nombre d'auditeurs participe à un jeu radiophonique. Par ailleurs, l'absence d'auditeurs participant au jeu ne rimera pas avec *émission close* mais avec *objectif non atteint par l'émission* du fait que la paradigmatique filtrée par la syntagmatique d'usage (la participation d'auditeurs) n'a pu s'intégrer dans la syntagmatique de base (d'émission non close).

Toutefois, pour qu'il y ait interactivité, il faudrait qu'il y ait *transformation* dans le textuel médiatique (en l'occurrence radiophonique) et pas seulement *adaptation* à la structure du textuel médiatique (la participation comme gage de structure non close).

Or, pour le *faire-réceptif*, la question de la structure interactive semble relever de la « *décision sémiotique* »[35] en fonction de la présence ou non de la communication effective par ancrage immédiat : c'est le récepteur qui décide quand la participation est communication. En règle générale, la simulation d'interactivité signifie participation mais surtout l'absence de participation signifie absence d'interactivité.

Ainsi, pour le récepteur des médias en ligne, l'interactivité signifie plutôt présence/absence de communication que seuils de compétences.

En revanche, en Internet, les seuils de compétence que l'interactivité implique en fonction du degré et du type de coopération établis par la structure multimédiatique sont bien une question de décision sémiotique de la part du récepteur : ces seuils sont là pour signifier une performance en fonction du *faire-réceptif* comme compétence, à savoir comme ce qui fait être la performance. Mais, si le récepteur était *effectivement* positionné en situation de décision

[33] Cas de figure qui pourrait être pertinent à étudier en médias en ligne mais non en internet où *semi* n'a pas de valeur distinctive.
[34] Tel qu'ont permis de le constater des enquêtes de réception menées par des étudiants en sciences du langage de l'Université de Franche-Comté dans le cadre de leurs travaux de recherche en Master.
[35] Klinkenberg, 1996, p. 64-65.

sémiotique par rapport aux seuils de compétence en vue d'évaluer les significations potentielles de l'interactivité, il ne confondrait ni *flux* ni *déploiement* ni même son propre rôle. Par conséquent, l'amalgame à propos d'Internet entre structure interactive et interactivité est, à notre avis, moins une question de technologie qu'une question d'axiologie.

### 3.2. – L'interactivité comme *compétence*

L'homologie que nous découvrons entre *média / multimédia en ligne* et *structure close /non close* explicite en la recoupant celle que nous avons proposée dans le chapitre précédent entre les deux structures médiatiques et leur mode de *déploiement* du *flux actualisé / réalisé*.
Il serait erroné de prétendre qu'elle se poursuit par l'opposition concernant la syntagmatique de base *non offerte / offerte au faire* puisque, à des degrés divers, chacune des deux structures médiatiques peut présenter une des deux alternatives de la syntagmatique de base. Précisons que ce qui rassemble médias et multimédia en ligne, même lorsque leur syntagmatique de base est *offerte au faire*, n'est jamais soumis au *faire-faire* du récepteur[36] : émission radiophonique, émission télévisuelle, site Internet ….. au moment où sont écrites ces pages !

Par conséquent, si une structure interactive comme Internet ne relève donc pas forcément de l'interactivité, deux questions se posent qui doivent structurer la suite de notre propos :
1 - qu'est-ce qu'une structure interactive avec interactivité ?
2 - qu'est-ce qu'une structure interactive sans interactivité ?

Ainsi, ce n'est pas le nombre élevé de liens hypertexte, caractéristique d'une structure particulièrement non-close donc à seuil interactif élevé, qui définit une structure interactive du point de vue sémiotique. Ce n'est donc pas parce que le récepteur a un grand pouvoir de participation que le texte Internet permet un grand pouvoir d'interaction. On l'aura compris, de notre point de vue sémiotique, l'interactivité est transformation seulement au titre de *faire-faire* soit comme transformation par faire manipulatoire.
Il s'avère nécessaire, méthodologiquement, de distinguer interaction et interactivité au sein des structures Internet à la morphologie de *déploiement solidaire.*

[36] L'enregistrement sur magnétoscope et sur magnétophone sont comme chacun sait des moyens qui permettent de stocker mais en aucun cas de constituer un *faire-faire* ; par ailleurs, notre propos concerne les enjeux des structures en temps réel.

D'un point de vue sémiotique, on l'a vu, dans le cas des médias en ligne, le mode d'existence *réel* pour le texte médiatique est indépendant de l'instance réceptrice au-delà de l'intervention de cette dernière en termes de *ON/OFF* (*agir* au sens de *faire quelque chose*, soit le seuil de *l'observateur-focalisateur*).

En revanche, en Internet, le mode d'existence *réel* pour le texte électronique est dépendant du *faire-réceptif* selon des seuils d'observateur différents qui vont de *spectateur* à *assistant-participant,* mais toujours selon l'illusion *d'assistant-protagoniste.*

Nous avons donc identifié une confusion entre l'interactivité comme *faire-être* et l'interactivité comme *faire-faire* pour *le faire-réceptif comme faire-émissif*. Cette confusion émane du *faire-croire* de la part du texte électronique en Internet comme technologie de l'agir au titre d'actant en ligne.

Nos déductions révèlent que l'interactivité doit être distinguée de l'interaction notamment quant à la syntagmatique des modes d'existence : du point de vue d'une sémiotique de la communication l'interactivité doit être considérée moins comme une *virtualisation* (viser une transformation sous l'angle de la probabilité et de l'intention) que comme une *actualisation* (viser une transformation en tant qu'elle repose sur une disjonction) ; quant à l'interaction, elle est *réalisation* (obtenir une transformation).

## 4. - Troisième jeu de rôles : interactivité, interaction et multimédia

### 4.1. Deux disjonctions interactives : *zapping* et *butinage*

Puisque l'interactivité est disjonction préalable, comme principe de mode d'emploi des sites Internet, elle n'est pas toujours distinguée du *zapping*, son précurseur en media de masse en ligne. En effet, le *zapping* peut être assimilé à de l'interactivité du fait que tous deux sont porteurs du *pouvoir-faire* lié à la transformation.

Dans le cas d'Internet, le mode du *zapping* pourrait correspondre à l'interactivité par *butinage*, une espèce de parcours-errance, qui se différencie de la navigation caractérisée par la notion de parcours à finalité.

En tous cas, l'équivalence établie entre *butinage* et *zapping* permet de rendre compte du rapport entre média, *faire-réceptif* et mode actuel. Quel que soit le média, entre support et récepteur, s'établit toujours un jeu dominant/dominé que le support tente de gérer sous l'égide du contrat de lecture et que le récepteur tente de contourner en usant des moyens mis à sa disposition par le média lui-même. Mais le *zapping*, quel que soit le média, n'autorise que des déplacements inter-textuels[37], contrairement au *butinage* sur Internet qui autorise des déplacements inter *et/ou* intra-textuels : l'exemple du site Internet renseigne sur cette différence fondamentale qu'est sa morphologie de *déploiement solidaire*.

Le *zapping* ne nuit donc pas à l'autonomie du texte des médias en ligne. Au contraire, il met en avant les limitations du *pouvoir-faire-réceptif* selon le *faire* « degré 0 », le *zapping* comme interaction *sanctionne* le *déploiement* d'un texte télévisuel en cours mais le mode disjonctif du *zapping* ne fait que confronter le récepteur à l'autonomie du *flux* télévisuel, ce qui implique, par ailleurs, que la sanction pour le *déploiement* n'est qu'un simulacre. Aussi, si le récepteur peut aller d'un texte à l'autre, soit d'une chaîne à l'autre, son parcours est d'une interactivité degré 0 : il actualise le *flux*, son interaction avec le texte est « épidermique » alors qu'il croit être un actant en ligne. Donc, le *zapping* est le précurseur d'Internet comme actant en ligne au titre d' « *actant positionnel* »[38].

[37] Au sens étymologique c'est-à-dire entre textes différents.
[38] Fontanille, 1998.

En revanche, malgré l'autonomie faible du texte Internet, l'interaction par *butinage* accroît le *déploiement* du texte, le mode disjonctif étant une libération pour le *flux* que le récepteur inscrit à son propre compte. Si le récepteur peut aller d'un site à l'autre, soit d'un texte électronique à l'autre, mais également d'un endroit du texte électronique à un autre endroit du même texte électronique, son parcours-errance est assimilé à de l'interactivité mais dont l'interaction avec le texte, en tant qu'actant en ligne au titre de réalisateur du *flux*, est tout autant épidermique. Sauf qu'ici, en Internet, pouvoir animer notamment *l'intérieur* du texte simule une interaction au pouvoir manipulateur que nous avons déjà évoquée.

Du point de vue de la simulation d'une interaction au pouvoir transformateur, ce qui vaut pour le *butinage* vaut pour la navigation. Entre la *mauvaise* et la *bonne* manière d'utiliser le pouvoir interactif d'un texte, et malgré les frustrations du récepteur (il sait qu'il ne peut jamais *tout faire*), le texte Internet non-clos est d'une haute performance de *déploiement* interne et externe.

Et pourtant le texte Internet est faible dans son autonomie comme nous venons de l'écrire.
Il est faible parce qu'il « se laisse faire », il s'offre à l'interaction ce qui n'est donc pas le cas pour l'exemple télévisuel où le texte (film, JT, publicité…) circule sans se soumettre aux interventions extérieures.

Ces dernières remarques nous font aussitôt penser aux médias écrits (avec ou sans visuel) où il existe une situation intermédiaire entre média, *faire-réceptif* et mode actuel puisque la lecture, au sens le plus traditionnel du terme, peut être soit *zapper* soit *butiner* soit *naviguer*.
Du média le moins technologique au média le plus technologique, y aurait-il alors, dégradation ou rupture du lien récepteur/interaction ? Que notre lecteur considère cette dernière remarque comme une interrogation oblique : nous ne souhaitons pas nous y engager, mais seulement souligner la portée de sa problématique.
Revenons donc à interaction / interactivité.

### 4.2. Eléments pour une interactivité de surface

Nous savons également que c'est l'interactivité qui fait l'aura du multimédia dans les pratiques individuelles et collectives : l'interactivité comme *faire* dans la logique narrative du multimédia est ce qui attire voire fascine son récepteur. Ce dernier plonge dans les discours qui sont plus que nulle part ailleurs en acte, là où la sémiose relève du non stop[39] puisque cet enchaînement orienté du *faire par le faire* (cf. la logique narrative) éblouit en projetant l'existence d'un univers dynamique de la sémiose dynamique[40]…… En tout cas, c'est ainsi que l'interactivité habille et marque la pratique au contact de la morphologie multimédia.
Que cette interactivité soit passive ou active[41], c'est elle qui fait du multimédia un objet et une pratique distincts des autres objets médiatiques et de leur pratique, comme nous avons pu le mentionner déjà au fil de notre propos.
Par conséquent, si le terme « multimédia » implique étymologiquement une fusion entre différents médias, il implique technologiquement le principe d'interaction : « (*En multimédia), l'interaction est physique : l'utilisateur est à l'extérieur du dispositif et appuie sur un bouton, ou encore la chaleur de son corps ou ses mouvements déclenchent un effet* » [42].
D'un point de vue dictionnairique, c'est cette interaction physique avec un dispositif technologique que désigne le terme d'interactivité.

Ainsi que nous le disions au début, l'interactivité est ce qui détermine chacune des composantes de la triade *multimédia – hypertexte – hypermédia* permettant notamment de distinguer le multimédia au titre d'interactivité de surface, l'hypertexte au titre d'interactivité de structure et l'hypermédia comme le point de rencontre des deux[43]. Il s'agit là d'une approche selon des aspects plutôt technologiques des nouvelles technologies qui, rappelons-le, n'est pas la nôtre mais qui esquisse néanmoins des perspectives intéressantes pour l'avancée de notre projet. Alors, qu'entendons-nous au juste par *multimédia* en fonction du couple interaction / interactivité ?

---

[39] Fontanille-Zinna, 2005, p. 40.
[40] Nous adoptons en l'adaptant à notre propos la remarque de Balpe « *Le numérique est l'univers de la sémiose dynamique ou, plus exactement même, celui d'une sémiose de la sémiose* », *op. cit*., p. 105.
[41] *Ibidem*, p. 54.
[42] *Dictionnaire des arts médiatiques*, Université du Québec à Montréal, 1996 http://www.comm.uqam.ca/~GRAM/frames/termI.html.
[43] Lamizet-Silem, 1997, p. 313.

Si *multimédia* désigne plusieurs médias du numérique en interaction non seulement entre eux mais avec le récepteur, nous devrions dans ce cas y inclure le radiophonique et le télévisuel que nous avons désigné par médias de masse en ligne. En effet, lorsque l'auditeur ou le téléspectateur utilise son téléphone, notamment portable, pour intervenir de vive voix ou par sms dans une émission, nous sommes en présence de communication multimédia. De même, lorsque dans une exposition d'art contemporain un écran visualise des DVD ou DVDI nous sommes en présence de deux technologies interactives multimédia différentes.

Aussi, dans notre propos, désignons-nous par multimédia la convergence entre :

- une technique qui «*résulte de la possibilité de transmettre, grâce à la numérisation, tous les types de signaux, voix, données et images, sur un même support* »[44],

- un processus communicationnel qui situe l'interaction comme « *une classe d'événements qui ont lieu d'une présence conjointe et en vertu de cette présence conjointe* »[45] et

- un phénomène sémiotique au titre d'un *faire-réceptif* à la fois sur la dimension pragmatique, cognitive et thymique mais qui se distingue en *faire opératoire* ou en *faire manipulatoire* du point de vue modal (abstraction faite des constituants qualitatifs de l'interaction, hommes *vs* choses) [46].

Par ailleurs, nous nous limitons à la configuration la plus répandue du multimédia, celle de l'ordinateur dont le système (informatique) permet la consultation de produits off-line mais surtout on-line par l'accès aux sites Internet que nous avons déjà qualifiés de multimédia de masse en ligne.

A ce titre, radiodiffusion, télévision …. ne font pas partie de notre définition du multimédia.

[44] *Ibidem*., p. 156.
[45] Goffman cité par Mucchielli, 1998, p. 15.
[46] Greimas-Courtès, 1979, p. 144-145.

Selon cet angle, le multimédia est assimilé à l'espace discursif écranique. C'est, en effet, là où *ça se passe*, puisque c'est là où est *visible* le technologique, sa mise en énonciation par la pratique de l'interactivité. *Assimilé* veut dire *adopté comme tel* lors de la pratique du plus grand nombre, à l'issue de ce que J. Courtès rappelle par « *signification primaire* »[47], celle qui concerne, rappelons-le, la sémiotique.

Le multimédia ainsi considéré a préalablement investi le statut de structure de surface comme forme, pour les transformations opérées à un niveau plus profond du système informatique en question. Tel un corps, le multimédia constitue une expression syncrétique de la transformation dans laquelle l'interactivité fait office de moelle épinière. Ainsi, d'un point de vue sémiotique, le *multimédia / interactivité de surface* concrétise l'interactivité dans ce qu'elle a de *visible / lisible* surtout par l'affichage visuel des liens hypertexte (ou hyperliens), notamment l'affichage des liens qu'assument les constituants multimodaux (verbal, visuel, sonore). Ainsi, à un niveau qui est celui de l'écriture multimédia comme production d'une sémiotique, un hypermot ou une hyperimage constituent le plan d'expression d'une transformation/manipulation potentielles.

Précisons qu'à ce titre le multimédia est aussi le canal visuel pour la navigation puisqu'il affiche les déplacements commandés à un niveau structurel profond par l'hypertexte. L'*hypertexte / interactivité de structure* est l'interactivité dans ce qu'elle d'architectonique, siège des relations/corrélations. C'est là où l'on prescrit et où *se montent* les transformations par les liens, là où l'on détermine le degré de complexité de l'expression syncrétique en fonction de la prise en charge des relations/corrélations par la multimodalité.

Quant à l'hypermédia, qui résulte de la combinaison entre les deux niveaux d'interactivité quand l'hypertexte monte en réseau du multimédia (donc non seulement du texte écrit mais aussi des images et des sons), il constitue, aussi pour la sémiotique, un niveau d'approche encore différent puisqu'il s'agit de celui de l'articulation entre multimodal et structurel.

[47] 1991, p. 60-61.

Or, nous avons décidé de nous intéresser aux articulations sémiotiques de l'interactivité multimodale et de délaisser - provisoirement - celles de l'interactivité structurelle (hypertexte) et de l'interactivité mixte entre multimodal et structurel (le cas de l'hypermédia). Nous intéressent seulement ici le mode d'expression de l'interactivité et ses relations avec le *croire* et le *paraître*. Que devient alors le principe de navigation que désigne le «*déplacement de l'utilisateur dans un hypertexte ou dans un hypermédia* »[48] ? Si, en effet, la navigation prend vie dans l'hypertexte[49], c'est le multimédia qui porte sa *forme* au moyen du parcours virtuel. La navigation est donc le pivot de la rencontre entre multimodalité et interactivité.

Dire, ainsi que nous venons de le faire, que nous nous intéressons aux articulations sémiotiques entre multimodalité et interactivité revient à dire que nous nous intéressons au plan de l'expression de la navigation.

### 4.3. Multimédia ou la multimodalité démontée

Dans cette rencontre entre multimodalité et interactivité que nous désignons par multimédia, la navigation comme messager de l'hypertextuel est l'outil de l'actualisation multimédia dont l'étape préalable, la virtualisation hypertexte, anticipe, *in absentia* bien sûr, les nœuds (d'information) par des liens (hypertexte). Dans le multimédia, la navigation est une jonction par l'interactivité. A ce titre, elle est porteuse de l'interactivité comme pouvoir de transformation en vue de la réalisation d'un parcours. C'est ce spectacle technologique, et technognosique, que le multimédia met en scène en se faisant l'expression du montage des nœuds par des liens. Cette mise en scène est celle d'un syncrétisme interactif.

Bien entendu nous abordons par là une notion complexe, celle du nœud d'information.

[48] *Dictionnaire des arts médiatiques, op. cit.*.
[49] Le multimédia étant du multimodal interactif, l'hypermédia est d'un seuil supérieur d'hypertexte puisque c'est du multimédia interactif.

Si le nœud désigne « *une unité fondamentale d'information* »[50], l'adjectif « *fondamental* » accentue l'ambiguïté de la notion de *nœud*, définie tantôt comme « *un bloc de texte, un tableau ou un diagramme, une image ou une séquence d'images (animées ou vidéographiques), un son ou une suite de sons, ou une combinaison de ces éléments* »[51], tantôt comme « *un document élémentaire dont le contenu exprime une seule idée: c'est une unité sémantique* »[52].

La définition donnée par le DESIC[53] tente de réduire cette ambiguïté. Le nœud serait l' « *unité de base d'information que définit le concepteur (une page, une fenêtre, un mot…), ces unités sont insécables et peuvent contenir des informations de nature différente (texte, son, images, graphiques…)* ». Toutefois, le remplacement de « *fondamentale* » par « *de base* » maintient l'ambiguïté. En revanche, soulignons l'importance de l'adjectif « *insécable* ». Un nœud serait une unité de nature et de taille variables mais considérée comme totalité textuelle (et discursive), éventuellement un ensemble syncrétique, que l'on ne peut dissocier.

De ce point de vue, selon l'acception conférée à *totalité textuelle indissociable de nature et de taille variables*, un site Internet peut être considéré soit comme un seul nœud d'information soit comme un ensemble formé de nœuds d'information.

Ainsi, le Dictionnaire des arts médiatiques retient la première de ces deux conceptions quand il estime qu'un site Internet « *est en effet assimilable à un noeud d'information d'où proviennent certains liens conduisant à d'autres sites, et où conduisent certains liens provenant d'autres sites* ». Parmi ces liens, rappelons le cas du lien appelé profond, déjà convoqué par nous, qui a la particularité de transférer vers des *contenus* d'autres sites sans passer par la page d'accueil de ces sites.

Au vu de ces ambiguïtés, dont l'explicitation malgré son intérêt sémiotique n'est pas notre priorité, nous proposons de conserver comme référence, quand il faudra décider de ce qui est nœud, cette notion d'«*unité insécable* » qu'elle constitue une ou plusieurs unités sémantiques.

[50] *Dictionnaire des arts médiatiques, op. cit..*
[51] *Ibidem.*
[52] Balpe-Lelu-Saleh, 1995.
[53] Lamizet-Silem*, op. cit.,* p. 405.

Si nous tenons compte des remarques faites jusqu'ici et de celles qui les ont nourries, le multimédia se présente à la croisée du synesthésique et du syncrétique comme résultant de l'articulation entre *interaction physique avec le technologique* et *interaction de langages*. Toutefois, dans le propos qui suivra, nous nous limiterons au rapport entre multimédia et interaction sans nous aventurer sur le terrain du sensible mais en portant attention à sa dimension syncrétique. Comme structure médiatique immanente, le multimédia résulte du montage des nœuds au moyen des liens par principe d'interactivité. De l'immanence de sa structure résulte la question de l'immanence de sa pratique : par principe d'interactivité, le récepteur re-monte les nœuds. « Re-monte » les nœuds ou « démonte » les nœuds ?

Si un nœud est « *une unité insécable* », le récepteur ne peut rien démonter….., la navigation comme pratique médiatique serait, ni plus ni moins, assimilable aux pratiques médiatiques hors multimédia où rien n'est démontable comme nous l'avons vu. Pourtant, *on se doute* que ce n'est pas la même chose, que même le fait de re-monter les nœuds au moyen d'une navigation superficielle mais par sa propre action nous met face à un objet de forme sémiotique singulière, un objet médiatique qui ne fait pas sens comme les autres. Un objet médiatique qui consiste en une sémiotique-objet de la multimodalité impulsée[54]. Nous souhaitons alors réfléchir, cette fois, sur l'interactivité comme grandeur dans le système anatomique multimédia, c'est-à-dire l'interactivité au titre d'idiosyncrasie morphologique du multimédia.

Par conséquent, notre propos se reconstruit à partir de la définition de base du multimédia comme « *média intégré interactif* » en ligne (Internet), qui résulte de la « *convergence de trois univers technologiques : les télécommunications, l'informatique et l'audiovisuel* »[55] et dont les spécificités morphologique et syntaxique reposent sur l'interactivité comme « *propriété des médias, des programmes et des systèmes liés de façon plus ou moins constitutive à un ordinateur de pouvoir entretenir un dialogue plus ou moins poussé avec l'utilisateur* » [56].

[54] Mitropoulou, *http://wl.ens-lsh.fr/labo/plumme/prog.htm* - Volume HDR n°2, p. 140
[55] Lamizet-Silem, *op. cit.,* 392.
[56] *Dictionnaire des arts médiatiques.*

Notre réflexion,

- primo : retient de cette définition que le multimédia rassemble plusieurs médias notamment audiovisuels, qu'il est un média de masse numérique dont la structure et la réception sont caractérisées par le principe d'une *participation externe,*
- secundo : s'intéresse aux sites Internet en tant que structures interactives *de surface*.

En fait, c'est la question de l'interactivité et de ses degrés (« *dialogue plus ou moins poussé avec l'utilisateur »*) qui mérite d'être approfondie du point de vue sémiotique également. Il s'agit de considérer l'interactivité au sein d'une hiérarchie, celle qui rend compte de l'interactivité comme niveau, en relation avec les niveaux de la réactivité et de l'interaction.

Par ailleurs, il est possible que la complexité de cette relation inter-niveaux alimente toujours les propos de la problématique entre réaction, interaction, interactivité autour du multimédia.

Il est probable que ce soit notamment la question du rapport entre multimédia et interactivité qui motive et nourrisse encore le débat sur la spécificité, ou non, du multimédia comme construction et système médiatiques.

**5 - Quatrième jeu de rôles : l'interactivité comme force d'attraction**

Nous avons vu que l'interactivité se situe sur les deux plans constitutifs, morphologique et syntaxique, du multimédia. Elle est à la fois ce qui fait du support technologique qu'est le multimédia une ossature du dialogue et ce qui permet la réalisation du dialogue. Une ossature *du* dialogue et non une ossature ouverte *au* dialogue telles que peuvent l'être la radio ou la télévision comme il nous a été permis de le constater. Ces dernières proposent des ouvertures ponctuelles à l'interactivité (envoi de sms, interventions téléphoniques en direct…) selon des degrés de participation variables, donc des *structures à potentiel interactif* mais non des *structures à morphologie interactive*.
Notre souci terminologique est ravivé. Il nous faut désormais confirmer une mise en garde jusqu'à présent seulement suggérée : ne pas confondre interactivité et interaction.

Pourtant, nous venons de citer comme exemple d'interactivité l'envoi de sms et les interventions téléphoniques…. Or, ce qui définit l'interaction du point de vue des sciences de l'information et de la communication, point de vue qui est l'un des plus légitimes sitôt qu'on parle des nouvelles technologies, c'est un « *ensemble de dynamiques engagées au cours d'un procès de communication intersubjective qui entraînent des effets réels réciproques sur les partenaires de la relation d'échange* »[57]. La conversation téléphonique fait bien partie des communications intersubjectives mais, comme dans l'exemple présent, elle lie une personne à une foule de personnes il s'agit moins de communication intersubjective que de communication médiatée (présence de média de masse). Est-on alors en situation d'interaction (c'est toujours du téléphone) ou d'interactivité (média de masse) ? Quant au sms, c'est une forme de courrier mais la nature électronique de ce courrier, ne le rapproche-t-elle pas davantage de l'interactivité que de l'interaction ?

Des éclaircissements se trouvent peut-être dans notre questionnement même. Qu'est-ce alors qu'une structure à morphologie interactive ? C'est d'abord une structure à morphologie attractive qui, à ce titre, revendique un statut de structure interactive. Ou plus exactement, une structure dont la morphologie technologique est attractive. Une structure technologique possédant une force d'attraction.

[57] Lamizet-Silem, *op. cit.,* p. 308.

### 5.1. - L'interactivité multimédia *substantielle*[58]

**Exemple du site Internet du moteur de recherche Google (http://www.google.fr)**

Dans l'exemple d'un moteur de recherche tel que **Google** l'expression syncrétique, aussi bien de la page d'accueil que des pages de réponses, est caractérisée par la présence notable de formes d'interactivité :

En quoi ces formes peuvent-elles être attractives ?

Le plan d'expression de la page d'accueil, malgré sa sobriété due à sa modestie grapho-scripturale, et contrairement à la plupart des moteurs de recherche qui relèvent du genre portail (Yahoo par exemple), met au centre de la scène le chef-lieu de l'interactivité, à savoir le cadre réservé à la saisie de la demande. Tous les mots et syntagmes posés en satellite autour de ce cadre sont des hypermots et des hypersyntagmes : à nouveau des traces d'interactivité. Plus encore, le texte, à statut de péritexte par rapport à l'unité centrale, consiste en des liens.

[58] Inspirée, ainsi que les suivantes, des catégories établies par Floch, 1990.

Par conséquent, l'interactivité est omniprésente et, à première vue, deux seuils sont identifiables,

- celui relatif à une interactivité *interne* à la page d'accueil puisqu'il s'agit du principe de sélection par action de cocher :

Rechercher dans : ❍Web – ❍Pages francophones – ❍Pages : France,

à ne pas confondre avec le principe du lien intra-page

- celui d'une interactivité *externe*[59] dénotée par les mots et syntagmes soulignés en bleu (par défaut) soit l'interactivité qui *fait sortir* de la page d'accueil vers les autres pages du moteur de recherche, à savoir une interactivité à base de liens intra-site.

Par contraste avec ses potentialités en interactivité, ce plan d'expression est faiblement multimodal. S'il est fortement offert à l'interactivité (ce qui devrait lui valoir la qualification de fortement interactif), il comporte, pour l'essentiel, du texte écrit. Il est faiblement syncrétique présentant du texte en noir et blanc, du texte en couleurs avec trois cadres rectangulaires et trois cercles.

On peut alors se permettre d'avancer que ce syncrétisme est d'autant pauvre en formes d'expression qu'il est riche en promesses de contenu : l'interactivité y assure le rôle principal ; dans ce plan d'expression, l'acteur de la sémiose est une fonction. L'interactivité est là pour elle-même, elle se met en scène par ce qui lui est propre : son pouvoir interactif.

Pourtant, est-ce le manque d'attractivité multimodale qui fait que cet exemple est qualifié de *peu interactif* si l'on prête attention aux évaluations de ses récepteurs ? L'absence de multimodalité animée est à l'origine de la *modestie syncrétique* du plan d'expression qui, malgré le statut substantiel de l'interactivité, fait classer cet exemple parmi les sites peu interactifs.

Absence d'attraction rimerait-elle avec absence d'interaction ? L'attraction étant une question de multimodalité et non une question d'interactivité, ce qui est le cas de la seconde…… bref, plan interactif et plan attractif font souvent l'objet d'une confusion. *Confusion* qui peut aussi être le résultat d'un *faire-croire*, celui qui cherche à simuler l'interactivité au nom de la multimodalité et dont l'absence sur le site de **Google** produirait des effets néfastes…

[59] Interne et externe étant, sans doute, des adjectifs imprécis mais suffisants à notre propos pour l'instant.

Bien sûr, il s'agit dans notre exemple du plan d'expression d'un moteur de recherche : *faire* (au titre de *chercher*, *rechercher*, *explorer*) est ici une mission. En effet, si nous avons choisi cet exemple, c'est pour illustrer le cas où l'attraction est dans l'interaction elle-même en dépit de tout spectacle multimodal. Si le plan d'expression est évalué de faiblement interactif par le récepteur *lambda*, ce plan d'expression vise à faire de l'interactivité son attraction de base : c'est ce qui résulte lorsque nous portons l'attention sur le point nodal de ce plan, constitué d'une juxtaposition entre cadres rectangulaires de taille et de forme différentes.

Aux angles droits du rectangle supérieur s'opposent les angles arrondis des deux rectangles inférieurs. Le rectangle supérieur est plus long que la somme des deux rectangles inférieurs, le premier est réservé à l'écriture, les deux autres sont, rappelons-le, des hyperliens. Le rectangle supérieur est le lieu de formulation de la demande par le récepteur, il en est le contenant ; c'est le lieu du *faire interactif opératoire*, celui qui *fait-être* la demande dans sa dimension pragmatique.

Les rectangles inférieurs sont les lieux (notamment celui de *Recherche Google*) du *faire interactif manipulatoire*, celui qui exécute la demande (exécution au sens de transmission de la demande au traitement informatique), c'est le lieu du *faire-faire* postulant la dimension cognitive de la demande, dimension qui est (ne peut qu'être) déléguée au traitement informatique comme agent voire comme adjuvant (celui de *J'ai de la chance* qui bascule directement sur le premier site de la liste).

Le rectangle supérieur est celui d'une interactivité instrumentale et pragmatique, une interactivité du *faire pragmatique*. Les rectangles inférieurs sont ceux d'une interactivité du *faire-croire*, une interactivité du *faire pragmatique* qui se prétend être une interactivité du *faire cognitif*. Pourquoi *prétend être* puisque le récepteur sait d'emblée que c'est le système informatique qui traitera sa demande ? Il s'agit de *faire-croire* que le *faire-faire* de la demande d'exécution est déterminé par le *faire-être* de la demande, ce qui n'est pas faux en soi. En effet, plus la demande est concise et précise, et c'est en ce sens qu'elle constitue une *bonne* demande, plus les résultats seront à la hauteur de la demande.

Mais du fait que les deux niveaux de rectangle sont en relation de présupposition réciproque (puisque l'utilisation de l'un implique l'utilisation de l'autre) et en imbrication multimodale, le récepteur, par l'interactivité, fait partie intégrante de l'imbrication multimodale en devenant *lui-même*, de par ses actions d'écrire et de cliquer, du *pouvoir-faire*.

Le plan d'expression de l'exemple en question fait croire à la participation cognitive du récepteur, force d'attraction qui caractérise cet exemple du multimédia et que confirme l'obtention de réponses. Que se passe-t-il en l'absence de réponses (plutôt exceptionnelle) ? Cette absence administre la preuve de l'existence du *faire-croire* !

Donc, si la formulation de la demande implique bien *aussi* l'intervention de la dimension cognitive, l'interactivité se présente comme la pratique du cognitif. Or, ici en tout cas, l'attribution du cognitif au récepteur par l'interactivité est travestie en appropriation.

L'ordre logique des actions de base à suivre par le récepteur, à savoir *saisir par écrit* suivi de *cliquer*, installe le récepteur dans un simulacre d'écriture au sens de production élaborée. Les informations obtenues, qu'elles soient les bonnes ou non, seront produites grâce à son intervention, c'est grâce à cette intervention, que l'étape suivante sera celle de la profusion des informations au moyen du spectacle multimédia.

L'interactivité est bel et bien « *l'auxiliant positif quand ce rôle est assumé par un acteur autre que le sujet du faire : il correspond à un pouvoir-faire individualisé qui, sous forme d'acteur, apporte son aide à la réalisation du programme narratif du sujet…* »[60].
C'est ce statut d'adjuvant pour l'interactivité qui constitue la force attractive du multimédia.

Néanmoins, l'interactivité est la performance d'une compétence fantôme puisque le récepteur croit que son *savoir-faire* pragmatique est un pouvoir cognitif.

Qu'en est-il dans les cas à multimodalité forte ?

[60] Greimas-Courtès, 1979, p. 10.

### 5.2. - L'interactivité multimédia *oblique*

**Exemple 2 - Site de l'Ostellerie du vieux Perouges (http://www.ostellerie.com/)**

**Confrontation exemples 1 et 2**

Sur l'exemple du site de **l'Ostellerie du Vieux Perouges** (désormais désigné **OVP**) qui se rapproche de la morphologie du genre portail[61], images, texte écrit statique et dynamique (en défilé), effets spéciaux (flèche et étoiles animées), graphoscriptural en animation permanente (versions anglaise et allemande), hyperliens thématiques…. constituent un ensemble qu'articulent les pôles chromatiques de rouge, de bleu et de jaune en organisant un plan d'expression fortement multimodal :

[61] C'est-à-dire « *qui s'apparente à la morphologie de Site Web dont la page d'accueil propose, en plus d'un moteur de recherche, des hyperliens avec une foule d'informations et de services utiles et attrayants ; qui est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès au réseau* ». *Dictionnaire des arts médiatiques, op. cit*.. Dans l'exemple présent, on ne propose pas de moteur de recherche.

L'espace écranique comme plate-forme interactive est donc très attractif par la mise en scène de l'interactivité par le spectacle multimodal. Ce plan d'expression est, syncrétiquement, hiérarchiquement supérieur à celui de **Google** (que nous avons précédemment désigné par *substantiellement donné à l'interactivité*) et auquel nous pouvons attribuer la visée de *mettre en scène la multimodalité en mettant en scène l'interactivité*. Dans ce cas, l'interactivité est au service de la multimodalité, cette dernière propulsant le dialogue, poussant vers le *faire* en stimulant l'envie de *vouloir-faire*, l'attraction ici est dans le syncrétisme comme pouvoir interactif.

Les plans d'expression des deux exemples, indicateurs d'une prise en charge hétérogène de l'interactivité, permettent de constater que, dans **Google**, le récepteur est l'instance nécessaire pour qu'il y ait texte[62] (de son état virtuel à sa réalisation) et que, dans l'exemple de **OVP**, le récepteur est l'instance nécessaire pour qu'il y ait transformation de texte (d'un texte à un autre texte).
En effet, si dans **Google** le dynamique est *substantiel* pour le texte comme mode d'existence, dans **OVP** le dynamique est *substantiel* pour la transformation de texte. Toutefois, cette transformation est là pour promouvoir autre chose… Contrairement à l'exemple **Google**, le multimodal est ici ce qui fait croire au *pouvoir-faire* de la plate-forme, de la plate-forme interactive comme lieu d'interaction, c'est-à-dire comme lieu d'effets réciproques réels avec le récepteur.
Quant au *faire-croire* à la participation cognitive du récepteur dans la transformation, il ne change que de forme d'un exemple à l'autre. Dans le deuxième exemple c'est aussi une force d'attraction. Nous en reparlons un peu plus loin.

Pour l'instant, concentrons-nous sur l'interactivité que nous venons de désigner implicitement en fonction de deux niveaux, un premier niveau de type substantiel qui est le présupposé d'un deuxième niveau. En effet, l'interactivité en tant qu'interaction physique est la condition *sine qua non* pour qu'il y ait texte et pratique d'échange avec le texte. C'est cette extension de l'existence du texte par sa pratique que représente le deuxième niveau manifesté par le site **OVP**. Il existe donc bien deux niveaux d'interactivité, le deuxième étant l'extension du premier. En même temps, ce deuxième niveau ne se limite pas à l'extension du premier

[62] Au sens le plus abstrait.

puisqu'il met en place, ainsi que nous venons de le préciser, une plate-forme avec son propre système manipulatoire.

En fait, le plan d'expression de **OVP** comme ossature du dialogue réunit les conditions sémiotiques de la communication interpersonnelle : prise en charge du récepteur (n° de visiteur, trois versions linguistiques) et personnalisation du contact (« *a le plaisir de vous accueillir* »), ancrage spatio-temporel (date de mise à jour, photographies contextualisées), état de réactivité permanente (syncrétisme dynamique). Dans ce rapport entre récepteur (personne) et site (produit), d'une part, la multimodalité n'est pas totalement interactive (ni les photos, ni le mot d'accueil sont dynamiques), d'autre part la mise en scène de l'interactivité joue d'un rapport entre personne (récepteur) et personne (site) comme force attractive.

Voici une définition complémentaire de l'interactivité qui permet de mieux rendre compte de ce glissement entre *personne* / *produit* vers *personne* / *personne* : « *l'interactivité d'un produit multimédia désigne le système d'échanges qui s'établit entre la personne et le produit qui lui est présenté au travers d'un processus conversationnel supporté par un logiciel* »[63].
La plate-forme multimédia (voire hypermédia) opère ici (**OVP**) le dérapage du processus conversationnel par logiciel en processus conversationnel interpersonnel, comme si derrière l'espace écranique multimédia, il y avait quelqu'un qui animait l'échange….

Quand on sait que la question de la vérité est au cœur de la communication intersubjective, cette illusion de l'échange animé prend d'autres dimensions sémiotiques en termes de manipulation. L'animation du plan d'expression par interactivité est l'actualisation permanente de cette *présence* virtuelle par multimodalité. Tel un concentré de compétences en fusion, la plate-forme multimédia de **OVP** *fait être* l'interactivité, par la mise en valeur des fonctions conative et phatique tant au niveau du verbal que du visuel.

[63] Mucchielli, 1998, p. 49.

Mais la force attractive du multimédia ne tient pas toujours avant tout à sa fonction d'adjuvant pour l'interactivité, comme dans l'exemple de **Google**, mais, à sa propriété (grâce au syncrétisme de sa plate-forme) d'être une valence interactive comme le relève l'exemple de **OVP**.

Aussi, les sites à fort potentiel multimodal sont des lieux de fusion / confusion entre interaction et interactivité. C'est ce qui rend l'interactivité attractive. C'est également ce qui permet de constater, d'une part que le mode d'existence pour l'interactivité est celui de l'actualisation, d'autre part que c'est ce mode d'existence pris en charge par l'animation multimodale qui constitue la force d'attraction (peu importe les niveaux d'interactivité).

### 5.3. - L'interactivité multimédia *mythique*

**Exemple 3 - Site de Neuf Télécom (http://www.neufportail.fr)**

**Confrontation exemples 1, 2 et 3**

Après le plan d'expression d'un moteur de recherche tel que **Google** caractérisé par la mise en scène d'une interactivité à valeur substantielle (interactivité du *faire*) et celui d'un site internet tel **OVP** à visée touristico-commerciale caractérisé par la mise en scène d'une interactivité à valeur d'interaction (interactivité de *l'échange*), nous proposons de convoquer le plan d'expression de la page d'accueil relevant du genre dit *portail*[64] relatif au fournisseur d'accès **Neuf** :

[64] « *Site Web dont la page d'accueil propose, en plus d'un moteur de recherche, des hyperliens avec une foule d'informations et de services utiles et attrayants, et qui est conçu pour guider les internautes et faciliter leur accès au réseau* », *Dictionnaire des arts médiatiques, op. cit.*.

Ce plan se présente comme le syncrétisme des exemples 1 et 2 : il combine, comme l'indique sa définition en tant que portail, l'interactivité comme fonction primaire du *faire* (moteur de recherche **Google** intégré d'ailleurs dans la page) et l'interactivité comme spectacle multimodal de l'illusion par l'animation d'un échange interpersonnel. Notons que, suite aux modifications en vue du syncrétisme avec le moteur de recherche **Google** intégré dans le portail de **Neuf**, il y a adaptation du plan d'expression de **Google**. Ce qui fait, désormais, partie du plan d'expression du portail de **Neuf** a gardé sa valeur substantielle, dénotée par l'enclavement multimodal de l'interactivité. Toutefois, cette partie n'existe plus qu'à travers le plan d'expression d'un nouvel ensemble syncrétique très animé multimodalement.

Par conséquent, dans cet exemple 3, l'interactivité-fonction participe du spectacle.

Par conséquent, il n'y a plus d'interactivité-fonction ; à partir du moment où celle-ci fait partie d'un syncrétisme, elle appartient à *l'unité insécable* d'une expression globale.

La valeur substantielle de l'interactivité est ici aussi au service de la valeur d'interaction de l'ensemble multimodal. Toutefois, la force d'attraction du multimédia par l'interactivité n'est pas celle de l'exemple **OVP**.

Plutôt que de porter sur l'illusion d'échange interpersonnel, la mise en valeur, dans cet exemple 3, concerne l'illusion d'apport de savoir et de compétences, bref de *savoir-faire*.

Nommons ce cas interactivité-légende, c'est-à-dire interactivité comme « *machine à fabriquer du bonheur…. (c'est le) spectacle pour le spectacle* »[65], l'interactivité Père Noël…..

Sans s'inscrire dans une finalité didactique, le plan d'expression de l'exemple 3 est construit en fonction d'une multimodalité non seulement thématique et animée (cf. l'exemple de **OVP**) mais, surtout, descriptive, suggestive et directive. Cette multimodalité fournit du savoir de toutes sortes selon un découpage en unités multimodales insécables déterminant des univers interactifs thématiques tels que :

- interactivité-information (rubriques *à la une*, *actualités*…)
- interactivité-culture (rubriques *cinéma, sport, loisirs, shopping, voyages*…)
- interactivité-promotion interne (*infos clients*…)……

sans oublier celui de l'interactivité-primaire (liens menu, moteur de recherche, raccourcis…).

C'est l'interactivité *tout-en-un*.

[65] Floch, *op. cit*., p. 201 et 204.

L'ensemble syncrétique de la page d'accueil du fournisseur d'accès convoite le rang de fournisseur de compétences au nom d'un *état de savoir* dont l'articulation multimodale promet une bonne maîtrise du réseau. Ce panorama d'un *état de savoir* se donne au récepteur via l'interactivité des unités multimodales : cette interactivité a la valeur de compétentialisation telle que nous l'avons préalablement évoquée. La valeur du pouvoir interactif des unités multimodales dans **Neuf.fr** est différente de la valeur du pouvoir interactif des unités multimodales dans **OVP**.

Au-delà des valeurs il s'agit du *faire-croire* comme valence : valeur du faire, valeur de l'échange, valeur de compétentialisation sont les valeurs d'une valeur, celle de la manipulation. Les trois exemples soulèvent alors la question de la multimodalité comme valence pour l'interactivité comme manipulation.

### 5.4. - L'interactivité, hiérarchie de modalités interactionnelles

Par conséquent, si une structure à morphologie interactive est notamment une structure à morphologie attractive pour l'interactivité, la question de la valence se pose pour l'interactivité qui oscille entre réactivité, interaction et aptitude. Mais, si c'est l'interaction physique entre technologie et récepteur qui constitue la première force d'attraction pour le multimédia, toutefois, il est bien question de cette même force de la part des structures à potentiel interactif comme la radio. L'intensité de la force n'est sans doute pas la même mais cela suffit-il, pour autant, pour opposer *morphologie interactive* à *potentiel interactif* ? Il nous semble que le *pouvoir-faire*, aussi séduisant qu'il puisse être, est insuffisant pour faire de l'euphorie interactive une réalité interactive….

Une distinction majeure se révèle nécessaire entre une ossature médiatique dont la syntaxe résulte, tient son existence de la réalisation du dialogue et une ossature médiatique dont la syntaxe permet la réalisation de dialogue. En fait, *dialogue* n'est probablement pas le bon terme, sauf peut être si nous le considérons sous l'angle du *faire* : *faire* qui, soit, à la fois, manipule, construit et transforme l'ossature médiatique, soit qui s'adapte à l'ossature médiatique.

Reprenons.

Il se confirme la distinction entre une ossature médiatique du *ne-pas-pouvoir-ne-pas-faire* et une ossature médiatique du *pouvoir-faire*.

Aussi, la première ossature, celle du multimédia en ligne, serait une ossature du *devoir-faire*, la seconde, celle de la radio et/ou de la télévision, serait une ossature du *vouloir-faire*.

Ou, plus précisément, si radio et télévision ont besoin de la présence d'une instance réceptrice pour exister au sens qu'implique tout système d'expression (multimédia y compris), le multimédia se distingue par le fait qu'il a besoin pour exister en tant qu'objet non seulement de la présence de l'instance réceptrice mais aussi de son assistance. Plus encore, *assistance* est ici faible sémantiquement, il s'agit plutôt de son *engagement*. Nous pensons bien *engagement* et non *participation* que nous réservons, justement, aux ossatures médiatiques non multimédia au titre du *pouvoir-faire*. Pour nous, la participation se situe à un seuil inférieur de l'engagement (même total)[66].

[66] Contrairement à certaines positions comme celle de Popper au sujet de l'art numérique où « *La participation est un engagement total d'une personne…* », Balpe, *op. cit*., p. 154.

Il nous semble également que la distinction entre *participation* et *interactivité* [67] gagne à être hiérarchisée en fonction de la notion d'engagement. Ainsi que nous l'avons déjà suggéré, nous considérons la participation comme un « faire degré 0 », un effet primaire entre l'action-réaction et l'interactivité comme hiérarchie de modes interactionnels dont la participation. Quant au rapport à la connaissance - notre lecteur l'aura compris - il relève de l'interactivité comme *faire-faire*. L'interactivité serait une promesse de *pouvoir-faire* de la part d'un média (quel qu'il soit) qui peut aller jusqu'au pouvoir de transformation par *savoir-faire* (multimédia). Il y aurait donc de ce point de vue deux seuils d'interactivité, le seuil inférieur de la *participation-promesse/engagement* et le seuil supérieur de la *participation-appropriée/engagée*.
Par conséquent, pour nous, l'engagement spécifie la participation et non le contraire.

Dans le cas de ce que nous avons désigné, pour l'instant, par interactivité *ponctuelle*, celle propre aux ossatures médiatiques audio/audiovisuelles, nous sommes dans une sorte de communication hybride dont le syncrétisme repose, justement selon nous, sur le principe d'interactivité par *pouvoir-faire* et non par *devoir-faire*. Il s'agit, ici aussi, sur fond de communication de masse, de développer la communication médiatée qui prend en charge une communication intersubjective. C'est ce qui se passe quand par un coup de fil l'auditeur ou le téléspectateur intervient dans l'émission radiophonique ou télévisuelle en cours. Dans le cas d'un sms en direct, le plus souvent visualisé en défilé sur l'écran télévisuel, il s'agit pour le sms visualisé de constituer la preuve d'un *vouloir-faire* réalisé grâce au *pouvoir-faire* interactif. C'est ce que nous avons constaté également dans le cadre de l'exemple du site **OVP** : à des niveaux de compétences technologiques différents persiste le principe de *faire-croire* à une communication intersubjective, à savoir *faire-croire* à la relation de personne à personne.

Toutefois, en milieu de site Internet, le *faire-croire* est-il de même nature que le *faire-croire* des structures non multimédia ?

[67] Par rapport à l'œuvre d'art numérique, Balpe, *op. cit*, p. 29, distingue, avec raison d'ailleurs, la participation au titre d'attitude par rapport à l'œuvre d'art de l'interactivité au titre de présence dans l'œuvre d'art. Quant à Couchot, *op. cit.,* p. 89*,* il précise que « *la participation cherche à produire une connaissance par l'expérimentation (des processus artistiques)* », c'est nous qui mettons entre parenthèses.

Dans les structures médiatiques de type radio-télévision, nous sommes dans le cas d'une participation de type *engagement par promesse* où l'interactivité se confond avec l'interaction. Le medium technologique, constitutif de la définition de l'interactivité, est ce qui permet la mise en place pour le récepteur d'une « *interactivité alibi* »[68] : la médiation technologique fait croire à une médiation négociée inter-subjective.

Par conséquent, non seulement l'interactivité se confond avec l'interaction mais, en plus, il s'agit une fausse interaction…..

Mais alors, de quoi s'agit-il vraiment ?

Il est possible qu'il s'agisse de la simple réaction : le seul retour pour le téléspectateur tient à la lecture sur écran de son propre sms et de ceux des autres téléspectateurs c'est-à-dire à un *avoir pu faire, avoir participé*.

C'est ce cas que nous désignons par ***interactivité référentielle***.

Par conséquent, les ossatures médiatiques audio/audiovisuelles non seulement ne sont pas interactives mais, à première vue, elles seraient tout juste réactives[69]….

Alors, que sont-elles précisément ?

Pour tenter de le comprendre, retournons-nous à nouveau vers les ossatures multimédiatiques en ligne telles que nous les avons définies précédemment : l'interactivité comme *ne-pas-pouvoir-ne-pas-faire*.

[68] Balpe, *op. cit. - Dictionnaire des arts médiatiques, op. cit.*
[69] Lamizet-Silem*, op. cit.,* p. 313.

## 6. - Réactivité, interaction, interactivité : tentative d'articulation sémiotique pour le multimédia

### 6.1. - Interactivité *interactive* et interactivité *non interactive*

Les sciences de l'information et de la communication possèdent des distinctions précises pour chacun de ces trois domaines du dynamique, leur description permettant d'identifier les traits pertinents pour chaque domaine. Aussi la réactivité est une première étape d'interactivité ; en même temps, il faut se garder de les confondre. En fait, les deux domaines sont traités en termes de « hiérarchie ».

1- Hiérarchie organisationnelle puisque, d'une part interactivité présuppose réactivité[70] selon une navigation dont la syntagmatique articule les informations du mode pyramidal au mode transversal, ce dernier étant spécifique à l'interactivité :

Réactivité – mode pyramidal ➔ Interactivité – mode transversal
----------➔
*Navigation*…….

2 - Hiérarchie axiologique puisque, d'autre part réactivité et interactivité correspondent chacune à une forme spécifique de navigation en tant que niveau :

N2_____
Interactivité – mode transversal
↑
N1_____
Réactivité – mode pyramidal

[70] *Ibidem*, p. 472.

Le *technologique* permet le traitement des deux dynamiques en termes de niveaux, c'est la grandeur qui opère, à la fois, leur syncrétisme selon une hiérarchie syntagmatique en vue d'une performance et leur distinction selon une hiérarchie axiologique au vu de deux types de compétence. Cette distinction en termes de hiérarchie et de niveau n'est pas appliquée dans les théories entre interactivité et interaction. Toujours selon le DESIC, l'interaction n'est pas définie en tant que présupposée par l'interactivité et, par ailleurs, si l'interactivité est définie par rapport à la réactivité elle ne l'est pas vraiment, par rapport à l'interaction. En fait, les deux termes occupent deux champs différents d'un même domaine : celui de l'échange dynamique. Ici le technologique est ce qui distingue l'une, interactivité, de l'autre, interaction, puisqu'il est réservé à l'interactivité. En revanche, ce qui est réservé à l'interaction, comme nous l'avons déjà signalé, est la notion de réciprocité et plus précisément «*des effets réels* » réciproques[71].

Paradoxalement, cette dimension liée au *réciproque* n'est pas, tout du moins pas explicitement, convoquée au sujet de l'interactivité dont on parle en termes de « *relation* » et de « *médiation* » *technologiquement structurées*[72], à savoir du seuil sémantique premier pour l'interactivité, celui de la connexion. Interactivité se désigne comme une rencontre de degré 0, un contact amorphe, un *no man's land* pour la communication comme échange. Cela laisse supposer que l'interactivité pourrait être, ou ne pas être, une forme possible pour l'interaction. Dans ce sens il y aurait, il pourrait y avoir, de *l'interactivité interactive* et de *l'interactivité non interactive*….

Dans le cadre d'une *interactivité interactive* il s'agirait d'un échange avec le technologique (telle que l'utilisation d'un moteur de recherche) ou/et via le technologique (telle que la participation à un site Internet comme le blog où il s'agit d'utiliser le technologique pour aller vers le humain) selon une réciprocité factuelle émergeant du *ne-pas- pouvoir-ne-pas- faire*.
Quant à *l'interactivité non interactive*, elle correspondrait à l'interactivité selon ce que nous venons de désigner par seuil sémantique premier : être lien.

[71] *Ibidem*, p. 308.
[72] *Ibidem*, p. 309.

En ce qui concerne le premier cas, l'interactivité interactive, interactivité et interaction auraient, en termes de niveau, le même rapport que réactivité et interactivité :

N2_____

Interaction (interpersonnel, réciproque, réel)

↑

N1_____

Interactivité (technologique, structurel, abstrait)

*Cas de l'interactivité interactive*

Ce rapport se développe au sein d'une syntagmatique à la hiérarchie composite et aux allures paradoxales où le technologique *gouverne* l'interpersonnel, le réciproque *conduit* le structurel, l'abstrait *se manifeste* concrètement ….

technologique (interpersonnel) réciproque (← structurel) abstrait ←→ concret……

----------→

*Navigation selon l'interactivité interactive*

En fait, plus que la question de la constitution de telle ou telle syntagmatique, il s'agit de la mise en place, en temps réel, d'un remodelage hiérarchique, comme si les paramètres de l'interaction et de l'interactivité, sous la pulsion de la participation, déclenchaient une articulation inédite entre *faire-émissif* et *faire-réceptif.* Cette articulation serait le résultat de l'interactivité interactive grâce à son principe de participation selon le mode de l'appropriation ; elle serait inédite parce que, par la réciprocité, elle distribue sans cesse les rôles de destinateur et de destinataire.

En ce qui concerne le deuxième cas, l'interactivité non interactive, la syntagmatique « ne voit jamais le jour », ou il s'agit plutôt d'une syntagmatique qui n'arrive pas à se finaliser, le niveau 1 étant en *disjonction fatale* avec le niveau 2. En disjonction fatale *permanente* parce que l'interpersonnel est manifesté dans le textuel médiatique mais ne pas pris en charge par le textuel médiatique. Citons en exemple la mise en commun des sms ou l'inclusion de la conversation téléphonique. Il s'en suit, forcément, l'absence de réciprocité, seulement, des traces de réaction. Quant aux effets d'échange réel, ils sont saufs grâce au *pouvoir-faire.*

L'interactivité non interactive serait donc celle des médias radiophonique et télévisuel. Nous disions préalablement que les ossatures médiatiques audio/audiovisuelles non seulement ne sont pas interactives mais, qu'à première vue, elles seraient tout juste réactives. C'est leur cas que nous désignons par interactivité non interactive à savoir une interactivité stérile en termes de lien entre les deux *faire*. Dans ce cas, pourquoi garder le terme d'interactivité ?

Parce que cette interactivité du *lien stérile* se rencontre aussi sur les ossatures multimédiatiques où elle assume la fonction sémiotique de *faire-croire* (au titre de *faire-émissif cognitif* délégué par le technologique) grâce à la présence de l'interaction comme activité communicationnelle qui « *peut conduire à une modification profonde du comportement des acteurs, provoquée soit par eux-mêmes, soit par les autres, consciemment ou non* »[73].

La visée de cette manipulation est de *faire-croire* à la transformation, non pas uniquement des acteurs (tel que par exemple sur les lieux du polémique en Internet), mais aussi du textuel en soi, au même titre que la personne intervenant dans une émission politique croit avoir modifié l'émission…..

Par conséquent, si d'un point de vue sémiotique relativement au *faire-faire,* l'interactivité se présente telle une jonction, alors l'interactivité non interactive se présente comme une jonction-disjonction et l'interactivité interactive se présente comme une jonction-conjonction.

[73] *Ibidem*, p. 312.

### 6.2. – Interactivité et les trois niveaux de transformation

Dans nos indications schématiques précédentes sur l'interactivité interactive, encore sommaires dans l'attente de réflexions ultérieures, les points de suspension signalent la nécessité d'éléments complémentaires pour cette description. Les éléments constitutifs de l'interactivité interactive que nous avons détectés relèvent seulement de l'approche dictionnairique de l'interactivité par les sciences de l'information et de la communication[74].

Nous allons maintenant nous engager un peu plus dans l'approche sémiotique de l'interactivité. Pour ce faire, nous devons préciser les statuts sémiotiques des deux types d'interactivité que nous avons mentionnés. Il s'agit notamment d'identifier, d'une part, les conditions nécessaires pour une interactivité interactive (désignée désormais par **I-i**), d'autre part, les points de rupture avec l'interactivité non interactive (désignée désormais par **I-*n*i**), responsable de *l'illusion interactive*.
Aussi contradictoire, voire saugrenue, que puisse paraître la qualification de l'interactivité comme interactive ou non interactive, celle-ci porte la conviction que nous souhaitons mettre à l'épreuve tel que nous l'avons souligné dès le début de notre propos : plus que tout autre média, le multimédia, au moyen notamment des sites Internet, bénéficie d'une aura hors pair.
Les pratiques nous le confirment davantage chaque jour. Au-delà et en dépit des considérations philosophiques, sociologiques, économiques, psychologiques….. tenues sur cette aura, et afin de mieux l'appréhender sémiotiquement, nous postulons qu'elle a ses points d'ancrage dans une double vie, celle de l'interactivité entre *vrai* et *faux*. Comme le principe de double vie l'exige, elle ne dure qu'un temps, puisque à un moment, il va bien falloir passer à la confrontation, à la mise à nu du vrai et à l'élimination du faux.
C'est alors le moment de faire ressurgir de notre corbeille la question de l'interactivité comme manipulation.

De notre point de vue, un site Internet est une structure multimédia interactive dans la mesure où c'est une ossature du *faire-faire* structurée par l'interactivité, c'est-à-dire une structure qui est donnée à la *transformation*. Ce qui distingue l'interactivité de l'interaction au titre d'action-réaction c'est, selon nous, justement le fait que la transformation doit être une finalité pour l'interactivité, ce qui n'est pas forcément le cas pour l'interaction.

[74] Pour une approche plus commentée nous suggérons le chapitre « *L'espace social de l'interaction : interdiscursivité et intersubjectivité* », Jean-Jacques Boutaud, 1998, p. 148-156.

La distinction première entre **I-i** et **I-*n*i** repose sur cette *présence / absence de la transformation* comme objectif atteint. Aussi, faire de l'interaction ce qui spécifie l'interactivité (qu'elle soit **I-i** ou **I-*n*i**) c'est postuler l'existence *d'effets réels* de transformation (à savoir l'**I-i**) par opposition à l'absence d'effets réels de transformation (à savoir l'**I-*n*i**).

Dans nos syntagmes de **I-i** et de **I-*n*i**, le terme *d'interaction* introduit le principe *d'effet réel* que nous associons à celui de *transformation*. Cet *effet réel de la transformation* est dépendant de la dénotation multimédia, c'est-à-dire de la manière dont l'interactivité modifie (**I-i**) ou non (**I-*n*i**) la construction multimodale. Nous pensons que la manipulation multimédia prend sa source ici même par le fait d'opérer un sur-classement des transformations : *faire-croire* que telle transformation *vaut* pour une transformation qui lui est hiérarchiquement supérieure afin de sur-classer les compétences/performances du récepteur (ce qui rejoint nos remarques préalables sur les faux statuts d'observateur).

Par conséquent, nous pensons qu'un site Internet *est* du multimédia si, en tant que construction multimodale interactive en ligne, il mobilise trois niveaux de transformation :
- une transformation de type élémentaire que nous désignons par transformation sur la syntaxe multimédia,
- une transformation de niveau supérieur que nous désignons par transformation de l'énoncé multimédia et
- une transformation de niveau encore supérieur que nous désignons par transformation de l'énonciation multimédia.

Ces trois niveaux de transformation constituent ce que l'on pourrait appeler la sémio-génèse de l'interactivité comme *faire-faire* donc l'interactivité interactive.

Nous pensons alors que l'immanence médiatique du multimédia tient à l'articulation de ces trois niveaux de transformation qui sont autant de niveaux d'interactivité. En l'absence de cette articulation, nous sommes en présence d'un simulacre de multimédia, par conséquent en présence d'une somme de médias dont le montage est d'une immanence mécanique et non d'une immanence sémiotique. Dans ce cas, le statut même du multimédia comme langage médiatique serait mis en cause.

### 6.3 – La multimodalité comme valence de l'interactivité

Décrivons alors un peu plus en détail les trois transformations dans la perspective de ce que nous entendons par *manipulation multimédia*.

Le multimédia, tel que nous l'avons défini, est une structure de la manipulation : le multimédia *est* manipulation et il l'est par l'interactivité. Bien entendu, chaque média est manipulation par ses discours. Ce n'est donc pas dans ce sens que nous l'entendons ici. En effet, les discours du multimédia relèvent d'intentions manipulatoires au même titre que les discours médiatiques en général. Or, nous ne souhaitons pas considérer les discours du multimédia mais seulement nous intéresser à la structure modale qui permet leur énonciation, ce qui nous ramène à la première phrase de ce même paragraphe : le multimédia comme *structure* de la manipulation, construction immanente et hiérarchisée du *faire-croire*.

Les trois transformations hiérarchisent le *faire-croire* ; y aurait-il donc trois modes de *faire-croire* ? Non, trois transformations n'impliquent pas forcément trois *faire-croire* mais plutôt trois niveaux de la dimension cognitive du même *faire-croire*, soit trois manipulations d'usage pour un *faire-croire* de base. Ces manipulations, comme toute manipulation, relèvent d'une problématique de valeurs. Le *faire-croire* au titre de *faire-cognitif*, à l'aide du *faire-persuasif*, dérange, déplace ou crée des valences soit des *ambiances* de valeur. Cette notion *d'ambiance* pour être descriptive n'en est pas moins opératoire. Les trois exemples d'écran qui ont servi de guide à notre propos permettent de distinguer trois valeurs qui investissent l'interactivité en fonction de la multimodalité comme valeur de ces valeurs. La description qui suit de ces valeurs souhaiterait ouvrir des pistes de réflexion sur la manipulation multimédia comme *faire-persuasif*.

Convoquons dans un premier temps, la *valeur primaire* de l'interactivité qui, en termes sémiotiques de la manipulation, fait croire à la puissance cognitive de l'interactivité, puissance issue, comme par défaut, de la dimension pragmatique de l'interactivité comme *être (du) faire*. La valeur primaire de l'interactivité est à l'origine du principe de manipulation puisque c'est elle qui *fait-être* la transformation de la syntaxe multimédia à savoir la transformation la plus visible pour le récepteur (qui selon nous entraîne la légitimation des autres transformations).

A partir des échanges élémentaires que sont *demander une information et obtenir des réponses* ou *cliquer sur un lien et changer de page ou bouger dans la même page….* , l'interactivité concilie un *avant* et un *après* c'est-à-dire *avant le faire / après le faire* qui correspond au passage d'une syntagmatique à une autre syntagmatique, ou si l'on préfère, d'une relation à une autre relation au moyen de l'interactivité comme porteur d'une co-relation (au sens de Hjelmslev). Cette valeur primaire fait de l'interactivité le porteur de la co-relation, parce que c'est par elle que s'engage le paradigme, que ce paradigme soit une information ou un déplacement potentiels. Cette valeur primaire constitue le premier *faire-persuasif* de la part de la structure vis-à-vis du récepteur : c'est le *faire-persuasif* qui fait-croire que l'intervention du récepteur par l'interactivité comme *pouvoir-faire* est une transformation *voulue* par lui. Or, nous l'avons vu, la valeur primaire de l'interactivité est du *ne-pas-pouvoir-ne-pas-faire*, donc du *devoir-faire* ; par conséquent, si c'est le récepteur qui détient le pouvoir pragmatique pour déclencher la transformation ce n'est pas lui qui la prescrit mais l'hypertexte. Le *faire-persuasif* multimédia fait croire à l'interactivité comme performance.

A partir du fonctionnement de cette valeur primaire, les deux autres valeurs qui investissent l'interactivité sont des variantes de la performance propre à l'interactivité comme valeur primaire.

En effet, la *valeur d'échange* de l'interactivité est celle qui fait croire à une transformation de l'énoncé. Précisons ce point.

L'échange investit les modalités de l'interaction sociale qui suppose « *au moins deux individus qui interagissent (le comportement de l'un déterminant le comportement de l'autre) et peut s'étendre à un groupe de personnes dans un cadre spatio-temporel bien défini ….. cette interaction peut conduire à une modification profonde du comportement des acteurs, provoqués soit par eux-mêmes,soit par les autres, consciemment ou non* »[75].

Le récepteur est donc l'objet d'un *faire-persuasif* qui lui fait croire qu'il peut réaliser des transformations de type profond. Nous entendons par là que, grâce à l'interactivité portée par l'interaction, il croit pouvoir influencer l'état des choses et, à ce titre, les transformer. Le spectacle multimodal, celui de la promotion d'une interactivité interactive fantôme, canalise la dimension phatique sur le simulacre de l'échange interpersonnel *ici et maintenant*.

[75] Lamizet-Silem*, op. cit.*, p. 321.

A l'origine du spectacle multimodal au service de la promotion d'un échange entre personnes, il y a très souvent l'image animée. Prenons-la à témoin pour avancer vers les deux autres seuils de transformation. Il s'agit donc ici de l'image comme énoncé visuel qui subit des transformations suite à l'interactivité.

L'énoncé visuel en tant qu'image en multimédia investit le statut d'image multimédia que nous définissons à la suite de nos remarques préalables comme une image donnée à l'animation, c'est-à-dire susceptible de subir les effets du *faire-réceptif*. Il s'agit là d'une condition préalable qui distingue l'image dynamique en fonction de sa dotation, ou de l'absence de dotation, d'un pouvoir transformationnel. Ainsi, une image qui se trouve agrandie en plein écran après un clic sur elle est dynamique selon un seuil interactionnel minimal, très faible, qui est une transformation pour l'image au sens d'adaptation de l'image à la technologie du dynamique : l'image a une performance à la hauteur de la compétence du premier seuil de l'interactivité, *cliquer*.

De même, une image dynamique telle qu'une œuvre d'art (ce sont les cas les plus rencontrés en Internet et même en produits hors ligne) qui, non seulement peut être redimensionnée mais également s'animer en fonction des moyens visuels et sonores, est certes une image dynamique de seuil hiérarchiquement supérieur, mais elle l'est dans sa *performance* et non du point de vue des compétences fournies par le récepteur. Très souvent, ce qui distingue le deuxième cas de figure du premier, c'est le nombre de clics. Il s'agit donc dans le deuxième cas d'un pouvoir cliquer plus important mais qui n'implique pas un *savoir cliquer* particulier.
En revanche, ce que nous entendons par image transformée par interactivité au sens d'énoncé résulte du *pouvoir-faire* qui fait subir à l'image un *savoir-faire* produisant une conversion.
Dans ce cas, le spectacle multimodal lié à la transformation de l'image n'est pas une illusion de performance du *faire-réceptif* mais bien le résultat d'un *faire-faire*. Aussi, l'image multimédia n'est transformée au sens d'énoncé que par *faire-faire*, à savoir par l'interactivité dans sa dimension cognitive.

Un exemple de ce type apparaît dans le site Communimage.ch, site de création collective d'une œuvre d'art où l'on peut insérer l'image de son choix dans les emplacements prévus, et à ce titre encore disponibles, en vue de contribuer à l'élaboration d'une *méga-image* de type patchwork :

L'insertion d'image modifie l'image-énoncé par *faire-faire* aux allures - cette fois !- de *faire pragmatique.* En effet, au nom d'une opération d'adjonction d'une image à l'image de base, dynamique ou non dynamique, avec manipulation possible en ligne, il s'agit, aussi, d'une opportunité pour le *faire-réceptif* de détourner l'image-énoncé de base. Ainsi peut être insérée, par exemple, une image pornographique à côté d'une image de réunion de famille. Par conséquent, la transformation d'une image-énoncé peut concerner la manipulation de l'énoncé lui-même et/ou la valeur manipulatoire de cet énoncé au sein de l'énonciation. Dans ce dernier cas, nous sommes en présence du troisième seuil de la transformation, celui que nous désignons par *transformation de l'énonciation* afin de souligner un *pouvoir-faire* conditionné par un *savoir-faire* aussi bien cognitivement (noologiquement) que pragmatiquement (technologiquement).

En effet, si la transformation par l'image est une transformation pour le texte électronique lui-même, alors l'interactivité par *faire-faire* est celle du seuil qui engage une *transformation de syncrétisme*. Dans le cas de notre exemple d'œuvre d'art collective, où l'image-énoncé de base se trouve modifiée dans son fonctionnement (par exemple, par adjonction d'images vidéo elle devient image dynamique animée) *et* dans son statut sémiotique (elle se transforme en tant que syncrétisme donc en tant que texte), elle a bénéficié de l'interactivité au titre *d'actant en ligne « transformationnel »*[76] et a franchi le seuil d'interactivité substantielle en vue de la transformation.

Ainsi, la transformation de l'énonciation multimédia est-elle la transformation avec un grand T, la Transformation comme valeur de base ayant l'image-énoncé comme valeur d'usage. En fait, il s'agit d'un détournement de l'image grâce à son statut d'œuvre d'art collective : sa valeur sémiotique de texte artistique peut être déviée au profit de sa valeur sémiotique de texte dynamique, c'est-à-dire de texte fonctionnalisé. Pourquoi *déviée* ?

Parce que la fonctionnalisation de l'image artistique est là pour elle-même. Autrement dit, les transformations dont elle est l'objet détournent les dimensions pragmatique/cognitive liées à l'image artistique au profit des dimensions pragmatique/cognitive liées à l'image hypertexte, c'est-à-dire à l'image *performante technologiquement*. A l'issue de cette transformation de l'énonciation qui est une transformation par détournement de valeur se trouve la dimension thymique soit l'euphorie du *pouvoir-faire* selon un *croire-faire* : croire que le faire technologique est un *faire-cognitif* par rapport à l'image artistique voire un *faire-cognitif artistique* (tel le cas de la participation à la construction d'œuvres collectives).

D'après notre exemple, dans la mesure où, la transformation par l'image *énoncé d'usage* implique une transformation pour l'image *énoncé de base*, l'intrusion de l'image *énoncé d'usage* convertit celle-ci d'élément d'un syncrétisme à grandeur syncrétique. Mais cette transformation concerne-t-elle également le texte électronique ? L'image de base en tant qu'énonciation est-elle effectivement transformée par le *faire-réceptif* ou offerte à la transformation du texte électronique ?

En fait, ce qui appartient au récepteur est le choix du passage d'un syncrétisme imposé à un autre préétabli et non le choix *du syncrétisme lui même* que seuls certains logiciels permettent en exigeant des moyens et des *savoir-faire* spécifiques (même dans ce cas, il s'agit toujours

[76] Fontanille, 1998.

de syncrétismes programmés). Mais, comme nous convoquons ici le multimédia comme pratique primaire, seuil observable par la sémiotique, la distinction entre compétences acquises, promises et nécessaires est loin d'être annexe. C'est justement sur la minimisation voire l'effacement de cette distinction que repose le *faire-croire*.

Un site Internet est donc une structure multimédia interactive dans la mesure où c'est une ossature du *faire-faire* structurée par l'interactivité qui n'est ni *participation*, ni *collaboration*, mais triple *transformation* par interactivité interactive. Ce qui distingue l'interactivité de l'interaction en tant qu'action-réaction est, selon nous, cette triple transformation à la fois de syntaxe, d'énoncé et d'énonciation. Sous cet angle, l'interactivité se désigne telle une sémio-génèse pour le texte électronique en ligne. En l'absence, de cette triple transformation il n'y aurait pas interactivité mais simulacre d'interactivité donc simulacre de multimédia.

**7 - Interactivité et "Web 2.0." : innovation ou itération ?**

A la suite de ces réflexions nous convoquerons le *phénomène* "Web 2.0.", dispositif qui s'expose médiatiquement sous la formule de « *l'Internet participatif* »[77]. Abordée du point de vue du "Web 1.0."[78] comme *faire-faire*, cette formule de « *l'Internet participatif* » fait office de pléonasme. Mais envisagée d'un autre point de vue, celui du "Web 1.0." comme *simulacre de faire-faire*, cette formule acquiert une certaine pertinence opératoire. D'autant plus que la qualification de "Web 2.0." comme « *l'Internet participatif* » est introduite par les mêmes interprétants qui prônent (prônaient) Internet - à savoir "Web 1.0."- comme *le pouvoir-faire du savoir-faire*. Quant aux spécialistes du Web - promoteurs et créateurs de projets multimédia sur Internet -, ils semblent convenir que "Web 2.0." ne consiste pas en un enjeu technologique pour eux, les actants de la conception, mais en un enjeu technologique pour les actants de la réception. "Web 2.0." serait un dispositif qui cherche à répondre *plus* et *mieux* aux *besoins* des utilisateurs d'Internet (et cette évaluation en termes de *besoin* nous semble importante à retenir).

Nous trouvons une expertise précise portant sur le "Web 2.0." dans le dossier spécial en ligne du Monde[79] : « *Le Web 2.0. n'est pas un standard d'Internet ou une nouvelle technologie particulière. C'est un concept plutôt large, qui désigne des principes d'utilisation des technologies actuelles sur le Réseau* »,
alors "Web 2.0." serait :
« *une transition de l'Internet, voire une renaissance (...)* » qui « *annonce l'appropriation des outils et des contenus par les internautes dans le respect des standards*[80] *mais dans un bouillonnement d'idées et de pratiques inédits*».

C'est à partir de ces remarques que nous allons amorcer la réflexion sur "Web 2.0."[81].

éléni mitropoulou 25/10/06 14:05
**Supprimé:** Web 2.0.
éléni mitropoulou 26/10/06 21:09
**Supprimé:** A
éléni mitropoulou 26/10/06 21:09
**Supprimé:** A
éléni mitropoulou 26/10/06 21:09
**Supprimé:** A
éléni mitropoulou 26/10/06 21:09
**Supprimé:** A
éléni mitropoulou 26/10/06 21:10
**Mis en forme:** Tout en majuscule
éléni mitropoulou 26/10/06 21:10
**Mis en forme:** Tout en majuscule
éléni mitropoulou 26/10/06 21:10
**Mis en forme:** Tout en majuscule
éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** w
éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** w
éléni mitropoulou 26/10/06 21:10
**Mis en forme:** Tout en majuscule
éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** internet
éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** i
éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** w
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Justifié
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

[77] Formule utilisée dans le site de *Courrier International* à propos de "Web 2.0." dans l'interview de Claude Leblanc.
[78] A savoir le Web « de base » actuel auquel nous nous sommes référée jusqu'à maintenant. Certes, le Web n'est qu'un protocole d'Internet. Aussi ne s'agit-il pas de faire un amalgame entre Internet et Web mais de convoquer ce protocole en fonction de la problématique jusque-là esquissée.
[79] Sur *www.lemonde.fr*, rubrique « Technologies » et sous forme non numérique en annexes.
[80] A savoir les *standards de la communication* mis en place par "Web 1.0."
[81] Réflexion qui nous a été suggérée par Jacques Fontanille.

### 7.1. "Web 2.0." et frustration technologique

La première réalité que mettent en relief les évaluations que nous venons de rapporter est l'absence de « *nouvelle technologie particulière* » pour "Web 2.0.". En effet, ce point est souvent rappelé : « *Le caractère innovant du "Web 2.0." ne vient pas forcément des technologies utilisées (Flash, AJAX...) mais plutôt de la volonté de proposer* plus *et* mieux »[82]. Cette dernière réflexion rejoint celle qui évoque le concept qui « *désigne des principes d'utilisation des technologies* »[83].
Nous pourrions alors, dans un premier temps, supposer que "Web 2.0." comme technologie du *vouloir* - plus et mieux – *faire* est une réponse, ou un début de réponse, à notre proposition concernant la nécessité d'une triple transformation pour une *interactivité interactive* : à la fois *transformation de syntaxe*, *transformation d'énoncé* et *transformation d'énonciation* pour le texte électronique en ligne. Quant au fait que "Web 2.0." serait, effectivement, « *une renaissance* », cette proposition rejoindrait notre conception de l'interactivité comme *sémio-génèse* pour le texte électronique en ligne.

Nos vœux (sémiotiques) seraient-ils exaucés ?

"Web 2.0." se profile alors comme la technologie à la performance *compétentialisée* par adjonction de valeurs non technologiques : « *Le **Web 2.0** est donc l'appropriation par les développeurs web de technologies âgées de cinq à dix ans pour apporter une ergonomie différente à leurs utilisateurs : si c'est une révolution, c'est une révolution dans l'utilisation des technologies et non une révolution des technologies elles-mêmes* »[84]. En effet, rappelons-le une fois de plus, "Web 2.0." est assimilé à l'« *Internet participatif* ». Toutefois, étant donné les modalités véridictoires relatives à la « *prétention*[85] Internet », cette formulation d'« *Internet participatif* » fait pléonasme : Internet a toujours revendiqué son statut de média participatif d'où notre propre démarche en vue de comprendre et d'expliquer ces modalités en fonction du paramètre *interactivité* comme actant. Citons également un passage de *Courrier International* qui explicite cette formule d'« *Internet participatif* » et qui confirme, par ailleurs, l'absence de nouvelle technologie pour "Web 2.0." : « *C'est la possibilité de tout un chacun de proposer quelque chose à l'ensemble de la communauté. Ce contenu est ensuite évalué par les internautes qui l'utilisent à leur tour et le développent si besoin est. (...) Technologiquement parlant, on ne peut pas dire qu'il y a eu de percées gigantesques pour le "Web 2.0.". On a adapté des technologies existantes pour les rendre plus faciles d'utilisation afin que les internautes lambda*

[82] Le site personnel *www.fredcavazza.net*, c'est nous qui soulignons.
[83] *www.lemonde.fr* – rubrique « Technologies », c'est nous qui soulignons.
[84] *http://xmlfr.org/actualites/decid/051201-0001#N48* .
[85] Pour reprendre dans un autre registre la formule d'Yves Jeanneret.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Non souligné
Unknown
**Code de champ modifié**
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Lien hypertexte, Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Justifié

*comme vous et moi puissent "participer" à l'aventure cybernétique (...) Nous ne sommes plus spectateurs ou consommateurs, mais nous sommes acteurs. (...) Le "Web 2.0.", c'est l'Internet ouvert au grand public. Voilà la grande différence avec le "Web 1.0."*».

Mais n'étions-nous pas, déjà, des « *acteurs* » dans le dispositif Internet ? N'est-ce pas grâce à notre faire, pragmatique, que le *déploiement* est possible sur Internet ? N'est-ce pas sur Internet que le *faire-réceptif* par son statut de médiateur comme opérateur axiologique *fait être* les transformations comme des valeurs ?

Il se profile, alors, que nous devenons des *évaluateurs avertis et pertinents* en tant qu'« *interprétants* »[86]. Alors, peut-être que nous avions *un* rôle, isolé, à assurer et que nous aurons *des* rôles, solidaires, à assumer dans la perspective d'un méga « *actant syncrétique* »[87], au cœur d'Internet, comme « *actant collectif* »[88] dans le rôle de maître d'une hiérarchie de dominances et de ses cérémonies ?

C'est peut-être de cette « *transition* » dont il s'agit. Et quand on lit qu'il est désormais possible que « *les internautes lambda comme vous et moi puissent "participer" à l'aventure cybernétique (...) Nous ne sommes plus spectateurs ou consommateurs* », nous constatons qu'est ici bel et bien convoqué ce que nous avons identifié par *simulacre* d'un *faire pragmatique* (motivé par la thymie) aux apparences d'un *faire cognitif*. Il s'avère que, d'une part Internet comme *savoir-faire*, d'autre part le récepteur comme *assistant-participant,* renvoient aux internautes qui ne sont pas « *lambda* » mais – très - avertis technologiquement. Simultanément, se désigne une hiérarchie que nous avions également projetée, celle des internautes « *lambda* » - à savoir ceux du *faire pragmatique* à prétention de *faire cognitif* - qui sont des « *spectateurs ou consommateurs* », et les autres, ceux du *faire cognitif*, qui sont des « *acteurs* », termes utilisés par les discours médiatiques au sens commun bien entendu mais qui interpellent leur valeur sémiotique.

Il semble y avoir entre "Web 1.0." et "Web 2.0." le principe de *celui qui lave plus blanc que blanc* entraînant beaucoup de perplexité (et nous rappelant, au passage, Coluche qui a dénoncé cette pratique commerciale *du mieux que le mieux* avec son humour caractéristique).

Surgit en même temps une question d'éthique pour le sémioticien, pointée par le discours

[86] Au sens de Peirce et ainsi que le précise Klinkenberg, *op. cit*., p. 239, en termes de « *médiation* », d' « *outil que l'interprète utilise dans l'interprétation* », de ce qui est mobilisé par l'interprète ; l'interprétant est doublement dynamique : d'une part il est à la fois le produit d'une expérience et une action, d'autre part le processus d'interprétation est en principe illimité.

[87] Fontanille, 1985, p. 49.

[88] Greimas-Courtès, 1979, p. 43.

médiatique lui-même[89] au sujet de la dimension sociale des usages :

« *Ainsi donc le "Web 2.0." marquerait l'avènement d'une nouvelle forme de démocratie. L'internaute utilise le service auquel il contribue avec sa communauté en enrichissant le système (wikis, plateformes communautaires, blogs). Mais, petite inquiétude, certains parlent de main-d'œuvre globale ! Comment protéger en effet les données que l'on met en réseau et comment les récupérer ? Le partage d'applications par un même profil garantit-il la protection de la vie privée ? Et l'éthique là dedans ? Le film Epic 2014 – qui a marqué de nombreux esprits il y a deux ans en évoquant un futur de l'Internet où tout profil serait contrôlé par une société née de la fusion de Google et Amazon, Googlzone – n'est plus un film d'anticipation...* ».

Nous y reviendrons plus tard en fonction du principe d'une méta-éthique qui se fait observateur des systèmes de valeurs posés comme normes ainsi que de leur mise en place. Pour l'instant, voici notre postulat :

Comme le récepteur du premier seuil de compétences ne peut ni ne sait réaliser l'ensemble des trois types de transformation (*syntaxe, énoncé, énonciation*), il *se sent au bout* de son *pouvoir-faire* et ambitionne à *plus* de *pouvoir-faire*. Cette *frustration* du récepteur liée à « Cliquer, c'est assez » est d'origine technologique. C'est parce que son action n'est pas suffisamment *technologiquement* mise en valeur *dans* et *par* le texte électronique qu'il réclame plus de pouvoir : en tous cas c'est sur cette réclamation que "Web 2.0." semble vouloir anticiper. Par conséquent si, en faisant confiance aux professionnels du technologique, nous adhérons à "Web 2.0." comme une transformation qui n'est pas technologique en soi mais comme une adaptation du technologique existant, alors le récepteur serait bénéficiaire d'un surplus de *pouvoir-faire* selon un autre *croire-être*. Ce surplus de *pouvoir-faire* pour la pratique du récepteur avec le Web prend le relais sur la pratique existante pour emmener le récepteur vers un nouveau simulacre, celui d'un *faire-réceptif* où le quantitatif fait office de qualitatif : c'est le *plus* de technologie *pour le récepteur* qui rend les compétences du récepteur bonifiées, régénérées, perfectionnées … à savoir le principe *qui lave plus blanc que blanc*. Il s'agit donc d'une amélioration pour le *faire* aux allures d'une amélioration *d'état*. *Quantitatif* et *qualitatif* sont mis en rapport selon une relation de présupposition simple toutefois paradoxale : *plus de performance* pour le récepteur génère - générerait - *plus de compétence* pour le récepteur. Or, nous le savons, pour modifier la *performance,* il faut préalablement modifier la *compétence*.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique, Souligné

[89] *www.lemonde.fr* – rubrique « Technologies ».

"Web 2.0." va dont *chercher à anticiper* sur cette réclamation du récepteur pour *plus* et *mieux* et il le fera avec le *faire-croire* habituel. En effet, si nous prenons à témoin le site d'échanges entre récepteurs avertis en technologie Web, fredcavazza.net, nous y voyons posée la question suivante liée à une démarche de vulgarisation du "Web 2.0." :

« *Qu'est-ce que le Web 2.0 m'apporte à moi (être humain) ?* »

question qui reçoit la réponse suivante :

« *Le Web 2.0 apporte un ensemble d'innovations sur l'interface qui permettent :*

1. ***moins de clics*** *(grâce à l'utilisation du drag & drop*[90]*...) ;*
2. ***plus d'informations affichées à l'écran*** *(à l'aide des panneaux dépliants et autres layers) ;*
3. ***moins de temps de chargement*** *(en ne faisant circuler que les données et pas l'interface à chaque fois)* ».

Sont donc répertoriées trois *avancées technologiques* pour le récepteur.

Commentons-les rapidement en fonction de nos préoccupations.

1. « *Moins de clics, grâce au drag & drop* ».

*Drag & drop* (*glisser-déposer* en français) devient le seuil perfectionné de l'interactivité et, à ce titre, revendique être le seuil premier de l'interactivité dans "Web 2.0." ; il délègue alors à *cliquer* le seuil premier de l'interactivité *du "Web 1.0."*. *Glisser-déposer* comme action favoriserait « *la recherche de l'intuitivité et donc la diminution du besoin de formation des utilisateurs* »[91]. Si *cliquer* était déjà la promotion de l'intuitif dans le rapport entre médium et récepteur, alors *glisser-déposer* est à la fois une intension et une extension pour le *faire* : *glisser-déposer* comme *faire* est un mode sensible en plus de *cliquer* et, en même temps, un mode du *faire* hiérarchiquement *plus* sensible que *cliquer*. Mais retenons également cette remarque :

« *Dans certains cas, le Glisser-déposer bénéficie de perfectionnements. Par exemple, le gestionnaire de fichiers Konqueror est capable de pénétrer dans plusieurs niveaux d'arborescence afin de déposer un élément à l'endroit choisi. Pour cela, il suffit de laisser le fichier à déposer quelques secondes sur l'icône du répertoire à ouvrir sans lâcher le bouton de la souris. Le répertoire s'ouvre alors, et continuer de même jusqu'à obtention du bon endroit. Le relâchement du bouton de la souris provoque son largage, et le retour dans le niveau d'arborescence d'origine* »[92].

---

[90] « *Action par laquelle l'utilisateur sélectionne avec le pointeur de la souris un objet à l'écran, le déplace jusqu'à une autre position en maintenant le bouton de la souris appuyé, puis le lâche* ». www.journaldunet.com ou encore « *Le glisser-déposer (de l'anglais drag & drop) est dans un environnement graphique une méthode consistant à déplacer un élément graphique présent sur l'écran d'un ordinateur d'un endroit à un autre en utilisant un système de pointage. Généralement ce système de pointage est une souris* ». www.wikipedia.org. Parfois on parle aussi de *tirer et lâcher* mais cette formulation est beaucoup moins pratiquée.

[91] www.wikipedia.org, c'est nous qui soulignons.

[92] *Ibidem.*

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

Par conséquent, que ce soit à un niveau *basique* du *drag & drop* :

« *il faut cliquer sur un élément graphique du bouton principal de la souris (le gauche en mode droitier ou le bouton unique), maintenir ce bouton enfoncé, et ne le relâcher que lorsque le pointeur a atteint sa cible* »[93],

ou que ce soit à un niveau *perfectionné* du *drag & drop*, c'est la fonction améliorée de la souris – donc de la technologie liée à l'outil/lien sensible - qui re-valorise pragmatiquement le *pouvoir-faire* du récepteur avec les extensions thymiques qui s'imposent. Il ne s'agit donc pas d'une nouvelle valeur cognitive pour l'action du récepteur : « *laisser le fichier à déposer quelques secondes sur l'icône du répertoire à ouvrir sans lâcher le bouton de la souris* » désigne un *faire* toujours autant fondamentalement pragmatique, intégré dans une *ambiance cognitive* imprégnée du *savoir-faire* « hors usage »[94] et guidé par l'intuitif. Comme dans *cliquer*, ici aussi, c'est une technologie non maîtrisée par le récepteur qui *fait faire*. Toutefois le *faire-réceptif* est potentialisé puisqu'il est saisi dans son statut d'opérateur axiologique par sur-classement du sensible comme … intelligible.

C'est le *faire-réceptif médiateur* au sens où nous l'avons défini dans nos observations précédentes : être là avec son propre *sensible* pour permettre à la syntagmatique d'actions d'exister *réellement* et pour attribuer la valeur d'un *faire-faire* de niveau *énonciation* au *faire-réceptif*.

2. « *Plus d'informations affichées à l'écran* ».

Cette avancée technologique relève notamment d'une quantité plus importante de *panneaux dépliants* (*layers*) et est relative à l'adjonction d'éléments par déploiement de couches supplémentaires dans le plan de l'expression. Elle nous semble être attachée davantage à la question de l'animation multimodale qu'à celle de l'interactivité. Aussi, ce que nous avons désigné précédemment - en parlant des écrans et de leur contenu comme interfaces - par *plan d'expression riche syncrétiquement* devient encore plus riche, mais, bien sûr, encore faut-il distinguer ce qui est de l'ordre de ce qui renforce le syncrétisme comme spectacle du pluricodique (animations multiples et diverses) de ce qui renforce le syncrétisme en termes de composante codique (par exemple adjonction de *verbal*).

[93] *http://fr.wikipedia.org/wiki/drag_and_drop.*
[94] C'est-à-dire indépendamment de l'intervention du récepteur comme *savoir-faire*.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique, Souligné

3. « *Moins de temps de chargement* ».

La revendication par "Web 2.0." d'une autre gestion pour les données de l'espace de l'expression

- d'une part pour le récepteur (par *drag & drop*),
- d'autre part pour la multimodalité (par affichage),

s'étend également au *faire-réceptif* comme bénéficiaire d'une gestion *différente* du temps par rapport à "Web 1.0.". Cette gestion du *temporel* se présente – sans doute avec raison - comme une avancée technologique ; toutefois elle propage ses effets technologiques en générant des effets sémiotiques sur les deux autres innovations qui relèvent plutôt de *l'espace* multimédia. Les effets sémiotiques sont ceux de l'illusion d'une avancée technologique pour chacune des trois innovations et non seulement pour celle concernant la vitesse de chargement. Il est vrai que la *rapidité* est une des valeurs positives les plus évidentes pour toute avancée technologique : *plus vite* rime avec *plus* et *mieux* technologiquement.

Le *temps* emporte alors *l'espace* dans le tourbillon d'une pratique médiatique innovante … par ses promesses. C'est la *rapidité* comme valeur de base de la pratique avec l'outil technologique qui installe une *valence* entre le nombre *plus élevé d'informations* et le nombre *moins élevé de clics*. Les trois paramètres comme *valeurs de l'innovation* deviennent la valeur d'usage qui renouvelle l'équivalence entre *faire-réceptif* et son statut de *médiateur*. Si le faire réceptif dans "Web 1.0." est positionné entre *plus* (extension) et *mieux* (intension)[95] en fonction, justement, du niveau de *faire-faire*, dans "Web 2.0.", le *faire-réceptif* bénéficie d'un double positionnement sur *plus* ET *mieux*, c'est-à-dire qu'il bénéficie à la fois d'une intensité élevée et d'une extensité élevée. *Intensité élevée* par *drag & drop* et *extensité élevée* par *layers* : "Web 2.0." revendique alors une corrélation directe entre sensible et intelligible. Plus *on glisse* sur le savoir, plus *on a du savoir* / Moins *on glisse* (donc *plus on clique*), moins *on sait* : dysphorisation du *faire-réceptif* en "Web 1.0.". De même, en "Web 2.0.", la diminution de *clics* (extensité basse) et l'augmentation de la vitesse (intensité élevée) mettent en corrélation inverse *intelligible* et *sensible* : *plus* il y a de *clics, moins* c'est technologique. Réapparaît de nouveau la dysphorisation du *faire-réceptif* de la pratique en "Web 1.0.".

[95] Fontanille-Zilberberg, *op. cit.*

En fait, une fois de plus, nous constatons[96] que ce qui *fait être* le *faire-réceptif* dans "Web 2.0." dans son statut d'opérateur axiologique c'est son pouvoir de médiation - donc de transformation - d'une *valence*, celle entre intelligible et sensible.

### 7.2. Innovation pour l'expérience, itération pour la pratique

Ce qui évolue entre "Web 1.0." et "Web 2.0." en termes de pratique médiatique liée à la transformation, c'est *l'expérience avec l'énoncé*[97], ou formulé autrement, ce qui fait l'objet de transformations, c'est l'expérience avec l'énoncé et non l'énoncé lui-même. Nous voilà conduite à convoquer ce que nous avons désigné par ailleurs sous l'appellation d'*expérience idiosyncrétique*[98] comme ce qui résulte, lors de la pratique en multimédia, de la fusion entre expérience *personnelle* et expérience *collective*. L'*expérience idiosyncrétique* est relative à la pratique en multimédia (et notamment à la pratique d'Internet) par négociation modale. C'est au moyen de cette négociation que la pratique du récepteur *fait sens* par la transformation *singulière* du texte électronique selon un *pouvoir-faire collectif* à valeur « *d'hypercodage idéologique* »[99]. C'est cette expérience, par les modalités qui la caractérisent en la spécifiant en tant que *faire-réceptif*, qui transforme la *réception en ligne* en *pratique d'une idéologie* et, par conséquent, le *récepteur* en *lecteur*.

A ce titre, il est à remarquer que dans "Web 2.0." - et par rapport à "Web 1.0." - l'expérience idiosyncrétique transforme *de moins en moins* l'énoncé, *moins que jamais* l'énonciation, tout en renforçant le *faire-croire* d'une transformation pour cette dernière.

[96] Mitropoulou, « Quelques péripéties sémiotiques de la lecture électronique », 2005, à paraître – Volume HDR n°2, p. 120.
[97] *Ibidem* : également souligné lors du colloque « *L'adaptation des pratiques culturelles sur support multimédia : vers de nouvelles formes de vie ?* », par Nicole Pignier, CeReS, Limoges 2006.
[98] Par laquelle nous avons proposé de désigner « *l'expérience de lecture en multimédia en référence :*
- *au concept du syncrétisme comme fusion de l'hétérogène et du discontinu en vue d'une complémentarité (Greimas-Courtès, 1986 – Fontanille, 1985, p. 49),*
- *aux pratiques définies elles-mêmes comme « ensembles signifiants syncrétiques » (Fontanille, 2006) et*
- au concept de « l'acquisition » en *fonction de la relation entre « idios » et les modes « transitif » ou « réfléchi » (Greimas-Courtès, 1979) »*, Mitropoulou, *Ibidem*.

[99] Eco, 1985, p. 105.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Times New Roman
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Times New Roman
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Times New Roman
éléni mitropoulou 26/10/06 21:39
**Supprimé:**
éléni mitropoulou 26/10/06 21:39
**Supprimé:** rappelé
éléni mitropoulou 26/10/06 21:39
**Supprimé:** par Nicole Pignier,
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 21:40
**Supprimé:** dans le cadre de la communication intitulée
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Times New Roman
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Avec puces + Niveau : 1 + Alignement : 0,63 cm + Tabulation après : 1,27 cm + Retrait : 1,27 cm
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Times New Roman
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Times New Roman, Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme** ... [1]
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 21:47
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 21:47
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 21:48
**Supprimé:** *Quelques péripéties sémio* ... [2]
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique
éléni mitropoulou 26/10/06 21:48
**Supprimé:** 2005, à paraître

Quant à la *transformation de syntaxe*, que nous avons désignée comme la transformation basique porteuse de toutes les autres, elle est toujours privilégiée mais elle fait l'objet, également, d'un nouveau *paraître*. Elle est *privilégiée*, parce que cette transformation, qui résulte de l'intervention du récepteur dans la réglementation de surface selon le mode d'un *encodage prescrit,* est désormais prise en charge par le *glisser-déposer*. Celui-ci mobilise le *faire-réceptif* dans son pouvoir d'encodage lui signifiant une performance nouvelle au nom d'une action nouvelle dans sa *morphologie*.

Avec le *glisser-déposer,* "Web 2.0." sous-entend le passage du *faire-réceptif* d'une « *chronosyntaxe* » à une « *toposyntaxe* »[100] et le nouveau *paraître* est relatif à ce passage. Il s'agit donc d'une opposition concernant le *faire-réceptif* comme syntagmatique. En effet, la *linéarité* du faire syntaxique qui relève dans "Web 1.0.", ainsi que nous l'avions signalé, d'un *devoir-faire* se veut remplacée dans "Web 2.0." par un faire syntaxique *non-linéaire* par accumulation croisée qui sous-entend la prépondérance d'un *vouloir-faire*.

Toutefois, il y a là un effet de commutation puisque les deux dispositifs appartiennent au même système de règles pour le *faire* qui est régi par le *devoir* et seulement *motivé* par le *vouloir*. Le passage, pour le faire réceptif, d'une séquence linéaire qui construit l'espace en fonction d'une temporalité (*cliquer*) à une syntagmatique par exploration fondamentalement spatiale (*glisser-déposer*) ne modifie pas le principe d'une syntagmatique *imposée*. Par ailleurs, pour que « ça marche », le *devoir-faire* nécessite toujours autant un *savoir-faire* « hors usage » pour *pouvoir-faire*. Aussi, le prétendu remplacement d'une syntagmatique linéaire d'actions par une syntagmatique non-linéaire d'actions n'a pas d'incidence sur une transformation de performance pour le récepteur : ce qui change, c'est la morphologie de l'action et non sa syntaxe.

C'est donc au moyen d'une nouvelle morphologie pour le *faire* que "Web 2.0." vise un transfert du *signifié de la pratique* dans sa valeur de pratique intelligible : nouveau plan de l'expression pour l'action rime avec action comme nouvelle performance.

La rupture entre "Web 1.0." et "Web 2.0." ne concerne donc pas le *faire-réceptif* comme opérateur de nouvelles valeurs modales mais le technologique comme *nouveau* médiateur de valeurs, probablement, descriptives. *Nouveau* parce que la forme de l'expression de l'usage technologique de base n'est plus celle d'un *faire linéaire (cliquer)* mais celle d'un *faire tabulaire (glisser-déposer)*.

[100] Klinkenberg, *op. cit.*, p. 118.

Mais, comment distinguer *faire linéaire* et *faire tabulaire* ? La réponse de "Web 2.0." concerne la révolution technologique pour le *faire-réceptif* en confrontant *glisser-déposer une forme sur une autre forme* comme action déterminée topologiquement, porteur d'une euphorie, à *cliquer sur une forme* comme action déterminée chronologiquement, désormais dysphorique. Cette dichotomie thymique par *formes/contenus enchaînés* versus *formes/contenus superposés* interpelle une autre, celle de *non sélection* versus *sélection*. Toutefois, qu'il s'agisse de l'enchaînement ou de la superposition, c'est toujours du *prévu*. Aussi, en favorisant le *faire par tabularité* "Web 2.0." prétend favoriser le principe de sélection et, par conséquent, fait croire au *faire-réceptif* qu'il procède plutôt par *vouloir-faire* que par *devoir-faire*.

Intéressons-nous maintenant à la transformation *de moins en moins* de l'énoncé.

Parallèlement à la reconnaissance implicite du "Web 1.0." comme Web du *pouvoir-faire*, puisque le "Web 2.0." « *n'est plus à sens unique* »[101], nous constatons la reconnaissance du "Web 2.0." comme Web du *savoir-faire* :

« *La capacité à se déplacer, produire des contenus et les échanger où que l'on soit développe les savoir-faire ("Do it yourself") et encourage la publication et la mise en œuvre d'applications partagées. L'objectif, c'est le collaboratif (...) le Web incarne l'échange : d'individu à individu (avec le courrier électronique puis le téléphone via Internet), de un à plusieurs (sites perso puis blogs) et de plusieurs à plusieurs (forums, chatrooms et SkypeCast aujourd'hui) (...) Dans le Web 2.0, ce n'est plus le sujet qui est premier, mais l'individu ou le groupe d'individus qui lance la discussion (... ) Anonyme ou non, avec ou sans pseudonyme, la personnalité est mise en avant (...)Tout se fait désormais depuis son espace personnel*»[102].

En même temps que nous constatons la primauté de l'expérience idiosyncrétique au moyen de l'expérience technologique, nous constatons une priorité donnée à *l'échange* et c'est cette même *valeur d'échange* de l'interactivité que nous avons introduite qui fait croire à une transformation de l'énoncé dans "Web 2.0.".

Les exemples de *You Tube, Daily Motion, FlickR,* mais également le concept (au sens marketing) de *Wikipédia,* sont intéressants pour la pratique sur Internet comme fusion entre expérience personnelle et expérience collective revendiquant la transformation de l'énoncé par des nouvelles manipulations. Ainsi qu'il est précisé dans Le Monde en ligne :

« *On stocke, on diffuse et surtout on partage films et photos en ligne sur des sites comme You Tube, Daily Motion, FlickR* »,

[101] Tel l'intertitre dans le dossier du Monde sur Internet.
[102] *Ibidem.*

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** internet

il s'agit d'effectuer plusieurs tâches *en même temps* et de les réaliser *tout seul* en vue d'*échanger*. Ces tâches - stockage, diffusion, …- accomplies de façon isolée jusque là -, sont désormais solidarisées puisque *mises en réseau pour le réseau*.

C'est possible que se passe ici ce que « *Habermas appelle « interaction sociale », ou J. Baudrillard « l'échange symbolique », c'est-à-dire la prise en comte de l'activité communicationnelle comme constituante de la socialisation* »[103]. Les tâches en question comme *procédé* n'ont pas changé entre "Web 1.0." et "Web 2.0." : si les images qui seront intégrées au dispositif peuvent être, par exemple, plus travaillées, ce travail est *préalable* à leur mise en ligne. Ces tâches se sont éventuellement étendues ; ainsi on peut « *tagger* »[104], c'est-à-dire référencer les photos-énoncés selon des catégories diverses. Mais, en aucun cas, ces tâches ne se sont modifiées comme *savoir-faire*, c'est-à-dire que la transformation pour l'énoncé (ici, l'énoncé photographique) est toujours du même niveau de *savoir-faire* que dans "Web 1.0.", même si l'énoncé bénéficie d'avancées technologiques désormais visibles par le récepteur. Dans tous les cas, ces tâches se sont intégrées dans une nouvelle *activité communicationnelle* attribuant une valeur sociale à leur propriété d'avancée technologique. En fait, ces avancées sont d'une amélioration qualitative et quantitative pour le *pouvoir-faire*, tel le transfert par un réseau plus rapide donc plus performant. Au moyen de cette performance liée à la *rapidité* que nous venons d'évaluer comme amélioration qualitative et quantitative pour le *pouvoir-faire* - à savoir le dispositif "Web 2.0." comme *mieux* -, le principe FlickR postule la création d'un surplus de valeur d'échange pour l'énoncé :

« *FlickR régénère les pratiques photographiques, qui, si elles ont toujours été en partie fondées sur l'échange, trouvent là un nouveau mode d'expression (…), l'activité principale de FlickR c'est présenter les meilleures ou les plus récentes photographies téléchargées (…). Par les tags, les utilisateurs créent de la valeur pour les autres (…), sans contacts, FlickR ne pourrait pas marcher* »[105],

tout en déplaçant la valeur de *l'énoncé échangé* sur *ceux qui échangent* - à savoir le dispositif "Web 2.0." comme *plus*.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Justifié

éléni mitropoulou 27/10/06 13:07
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 27/10/06 13:07
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** *internet*

[103] Maffesoli, 1976, p. 182.

[104] « *Le « tagging » se prête à des associations multiples et redondantes, plus semblables à celles que notre cerveau réalise que des catégories rigides. Exemple typique : la photo d'un chiot dans FlickR peut être taguée par les termes « chiot » et « mignon » - permettant donc de retrouver la photo suivant un cheminement naturel grâce, une fois de plus, à l'activité des utilisateurs* », www. Internetactu.net/ ?p=6472

[105] *Ibidem*.

Par conséquent, ce que "Web 2.0." favorise, c'est la valeur d'échange qui prétend faire l'objet d'une corrélation directe : en augmentant l'étendue de la valeur d'échange, "Web 2.0." prétend augmenter l'intensité de la valeur d'échange.
Aussi la valeur d'échange prétend-elle se situer dans la zone tensive de l'intensité et de l'extensité élevées. Mais, quel est le bénéficiaire des transformations ? C'est l'expérience technologique avec l'énoncé sous prétexte d'une transformation de l'énoncé.

Par conséquent, "Web 2.0." comme *paraître* donne l'impression de transformer *l'intelligible* - par augmentation de la diversité et du nombre d'échanges - au moyen du technologique comme *sensible*. Or, *l'être* de "Web 2.0." tient à la transformation de la valeur affective de l'échange par le technologique comme intelligible, c'est-à-dire par le technologique comme dispositif cognitif *accessible parce que visible*.
En fait, « *You Tube, Daily Motion, FlickR* » sont les nouveaux services du même protocole. Ils proposent de nouveaux dispositifs d'affichage pour les énoncés en permettant, par définition, la production d'une nouvelle co-textualisation pour l'énoncé sans autoriser pour autant la production d'un nouvel énoncé. Ces nouveaux dispositifs d'affichage sont, entre autres, fondés sur le rapport hyperonyme / hyponyme (par exemple la rubrique « Asie » avec des photos du Japon) ou bien uniquement thématiques (par exemple la rubrique « Chat » avec des photos de chats) mais intégrés dans une praxis énonciative approximative et empirique :

« *Le système de « folksnomy » (taxinomie émergeant des mots mêmes des utilisateurs, sans hiérarchie ni organisation préalable) est bien évidemment imparfait mais il est à la fois suffisamment simple d'utilisation pour se voir massivement adopté par les utilisateurs, et suffisamment efficace pour donner du sens et faire ressortir des groupements thématiques ou des actualités à partir de la masse d'images disponibles sur le site* »[106].

Nous avons là, à notre avis, des indices intéressants relativement au dispositif "Web 2.0." comme « *l'Internet participatif* » selon *plus* et *mieux*. En fait, avec "Web 2.0." il s'agit, plutôt que de *déplacer* la valeur de *l'énoncé échangé* sur *ceux qui échangent,* de *partager le déplacement* de la valeur de *l'échange* à *l'exposition* de l'échange : "Web 2.0." serait la *valeur d'exposition* de la valeur d'échange… :

« *FlickR se distingue des autres services de stockage de photo numérique en ligne par trois caractéristiques essentielles :*

- *par défaut, les photos mises en ligne son publiques ;*
- *l'utilisateur peut indexer par des mots-clés (tags) chaque photo qu'il télécharge sur les serveurs de FlickR ;*
- *le service propose un ensemble de fonctions sociales qui permettent aux utilisateurs de se découvrir, se retrouver, échanger, se regrouper en communautés, etc.*

[106] *Ibidem*, c'est nous qui soulignons.

*Ainsi, 80% des photos chargés sur FlickR sont publiques ; la moitié est balisée de mots clefs et plusieurs dizaines de milliers d'utilisateurs participent d'un groupe ou d'une communauté* »[107].

Ce commentaire sur les fonctions FlickR rencontre nos remarques : en vantant les mérites de FlickR, le commentaire dénonce, sans le vouloir bien entendu, les fondements de son *faire-croire*. A partir de sa fonction technologique principale comme service de stockage photo, FlickR déclenche presque automatiquement la transformation du *stock* en *déploiement* : le *déploiement* réintègre la valeur d'exposition qu'il occupe dans les médias en ligne. Ce qui se veut *nouveau* est-ce cette réintégration ?

Le *stockage* du *plus* et *mieux* (à savoir le *stockage impliquant déploiement*) attribue trois fonctions sémiotiques au *faire-réceptif* que sont :

- publier,
- évaluer,
- exister ,

« exposer » étant *catégorisant* et *catégorisé par* cet ensemble Si, ainsi que nous le précisions dans nos pages précédentes, d'une part « le *déploiement* du texte en Internet provient de l'extraction d'un élément du stock par jonction avec le *flux* », et que, d'autre part « c'est une chose d'entrer en jonction avec le *flux* et autre chose que de manipuler le *flux* », la conjonction entre *pouvoir stocker* et *pouvoir déployer* en vue de « stocker *pour* déployer», prétend à une manipulation du *flux : « On est passé d'un modèle où l'on accède à des pages vers un modèle où l'on accède à des flux »*[108]. Mais pas uniquement. En fait cette manipulation du *flux* serait manipulation par création de *flux* : c'est par le stockage, qui devient un *faire-faire,* qu'il y aurait *flux* et, surtout, de plus en plus de matière pour le *flux*.

Cette *prétention* est favorisée par une espèce de négociation interne au *faire-réceptif* : le *faire-réceptif* négocie avec lui-même en se positionnant tel un *faire-émissif* au titre de *publier* et *d'évaluer*. Aussi, par *glisser-déposer* notamment, il y a *devoir stocker* pour *pouvoir déployer* : un nouveau mode d'extraction, c'est-à-dire un nouveau *faire pragmatique*, revendique d'être une nouvelle performance en termes de *savoir-faire*. Toutefois le fond des choses n'a pas changé : comme *cliquer*, *glisser-déposer* n'est qu'un mode d'exposition pour le savoir, un *déploiement.* Toutefois, et c'est important, ce *déploiement* n'est plus seulement un mode d'exposition pour l'énoncé qu'il met en circulation mais, surtout, un moyen d'exposition

[107] *Ibidem.*
[108] *Tariq Krim, Netvibes, sur http://www.01net.com/article/293830.html*

d'une nouvelle performance pour son porteur, le récepteur : « *Un certain nombre de choses qui étaient traitées par des serveurs sont contrôlées par le client* » [109].

Par conséquent, ce que s'affiche comme une transformation pour l'énoncé par *stocker-déployer* est une nouvelle *forme de vie* pour l'énoncé, ce dernier étant pris dans un nouveau jeu de langage. Aussi, ce qui se transforme c'est l'environnement de l'énoncé. Cet *environnement de l'énoncé* se précise (ou même se caractérise ?) par la recherche d'une valeur culturelle pour Internet au moyen du dispositif "Web 2.0." comme défenseur et promoteur de l'expérience individuelle. Cette expérience nous semble être, à son tour, investie axiologiquement par la valeur du *politique*.

Du Trésor de la langue française (TLI) qui propose 4 (grandes) pages sur « *le politique* » et presque autant sur « *la politique* », nous retenons de l'adjectif ce « *qui a rapport à la société organisée* »[110] et du substantif féminin son rapport avec *le principe* et *l'idéologie*[111]. Même la description commune de « *politique* » en fonction de la définition large de cette notion est révélatrice du système de valeurs activé par "Web 2.0." :

« *structure et fonctionnement d'une communauté, d'une société … c'est principalement ce qui a trait au collectif, à une somme d'individualités et/ou de multiplicités. Toute personne qui ne s'intéresse pas qu'à elle-même, pratique donc, de fait, la politique* »[112].

L'innovation par l'expérience cherche à s'assimiler à une innovation pour la pratique en multimédia comme pratique du politique. Or, la pratique comme ensemble signifiant syncrétique, c'est-à-dire comme langage, n'a pas subi de modification pour son plan du contenu malgré la dotation d'un nouveau plan d'expression pour l'expérience idiosyncrétique.

Et l'interactivité dans tout ça ? Il nous semble plus pertinent de tenter une réponse après avoir convoqué le seuil de la *transformation pour l'énonciation* en "Web 2.0.". C'est, selon nous, ce seuil que "Web 2.0." prétend rendre accessible au récepteur.

[109] *Ibidem*.
[110] Tome 13, 1988, p. 715.
[111] *Ibidem*, p. 720.
[112] *Wikipédia*, c'est nous qui soulignons.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

### 7.3. L'interactivité comme actant du politique

En ce qui concerne ce seuil qu'est la *transformation pour l'énonciation*, rappelons-le, nous l'avons défini par un *pouvoir-faire* conditionné par un *savoir-faire* aussi bien cognitivement (noologiquement) que pragmatiquement (technologiquement) et qui correspond à une transformation de *syncrétisme*. Ce troisième seuil relatif à l'interactivité comme actant en ligne *transformationnel* n'est pourtant pas atteint par le dispositif "Web 2.0." puisque les trois innovations (cf. *moins de clics, plus d'infos, moins de temps*) ne modifient le *faire-réceptif* lié à une navigation du *plus* et *mieux* qu'en fonction d'une valence pragmatico-thymique. Le seuil de la *transformation pour l'énonciation*, et son devenir dans "Web 2.0.", nous orientent à convoquer ce que nous avons nommé ailleurs « *dimension de conversion* »[113], à laquelle nous avons délégué la gestion du rapport récepteur / texte électronique lors du faire réceptif par interactivité. Parallèle, dépendante et décisive par rapport aux dimensions pragmatique cognitive et thymique, elle se distingue d'elles par le fait d'être *valence* pour les valeurs des dimensions pragmatique, cognitive, thymique.

Il nous semble que c'est justement cette propriété d'être *valence* pour la dimension de conversion qu'exploite "Web 2.0.". Aussi, la construction du faire réceptif par navigation selon la *valence* pragmatico-thymique du « *plus* et *mieux* faire » est étayée par la dimension de conversion puisque c'est elle qui soutient et promeut le *glisser-déposer* en tant qu'outil qui, en éclatant *mieux* le savoir en circulation, le transformerait *plus*.

Pour "Web 2.0." la dimension de conversion est ce qui permet de revendiquer une corrélation directe entre *éclatement* et *transformation* : plus le savoir est éclaté par superposition entre formes, plus il est transformé (« vive "Web 2.0." ! ») ; et plus le savoir est éclaté par *clic* sur une forme, moins il est transformé (« à mort "Web 1.0." ! »).

Si, avec "Web 1.0.", le récepteur croyait transformer l'énoncé, avec "Web 2.0.", il croit transformer l'énonciation. A l'origine de cette illusion il y a la promotion du *faire-réceptif* comme *faire* par *superposition entre formes* au détriment du *faire-réceptif* comme *faire* par *cliquer sur une forme.* La *superposition entre formes* prétend correspondre au seuil de la *transformation pour l'énonciation* : une nouvelle forme d'expression pour la navigation prétend être transformation pour la *praxis énonciative*.

[113] Mitropoulou, http://semiologie.net/page.php?page=33 et http://w1.ens-lsh.fr/labo/plumme/prog.htm - Volume HDR n°2, p. 129 et p. 140

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** *internet*

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

Quant à la *superposition entre formes,* elle contribue également à l'illusion d'un changement de *syncrétisme,* donc d'une mutation pour l'énonciation multimodale. Mais cette *superposition entre formes* ne peut être, au mieux, qu'une *superposition entre syncrétismes*, à savoir une expérience différente avec les modes d'énonciation de l'énoncé.

Mais, alors, peut-on parler de "Web 2.0." comme *transformation* ?

Si "Web 1.0." est ce qui prétend à *l'interactivité interactive* en fonction d'une *interactivité non interactive*, il nous semble que "Web 2.0." ambitionne d'assurer quelque chose de plus global, quelque chose qui aurait le statut d'un *idéal* et qui pourrait être *l'expérience de vie interactive*. L'interactivité dans "Web 2.0." change, elle aussi, d'environnement et, en changeant d'environnement elle aspire – épaulée par la primauté du *contexte* selon la doxa (même scientifique) – à *sémiotiser autrement* ses causes et ses effets. L'interactivité dans "Web 2.0." *s'approprie* ce qui était une expérience virtuelle pour en *faire* une vie virtuelle, c'est-à-dire Internet comme *projet de vie*.

Comme dans "Web 2.0.", l'*expérience virtuelle* est promue au rang d'*expérience de vie interactive* par la valorisation de sa double spécificité personnelle / collective, on pourrait alors avancer que dans le dispositif "Web 2.0.", l'expérience idiosyncrétique est *le projet de vie* interactive par complémentarité et par extension à l'expérience idiosycrétique de "Web 1.0." comme *expérience* interactive. *Interactive* apporte alors à l'expérience – et par conséquent à "Web 2.0." et prochainement au dispositif Web tout court - une *valence* nécessaire en termes de dynamique et d'animation. S'il devient un projet de vie, c'est que le multimédia – tout du moins Internet, tout du moins le Web – bénéficie de son propre espace social et de sa propre éthique.

Ceci ne pouvant être qu'une utopie, un non-lieu, "Web 2.0." serait encore plus manipulatoire pour le *faire-réceptif* que "Web 1.0.", d'autant plus porteur de simulacre. Le dispositif "Web 2.0." serait donc un ensemble de compétences au service de la performance du simulacre.

Il se peut que cette expérience sacralisée excessivement en *projet*, et donc de *moyen* en *finalité*, soit exploitée par certaines réalisations Internet qui semblent faire un usage de cette tendance axiologique. Nous convoquons à titre d'exemple les créations Web d'Ariel Malka, non pas pour déterminer leur appartenance à "Web 1.0." ou à "Web 2.0.", mais pour interroger *l'expérience de vie interactive* / *projet de vie* comme un phénomène Web général et assumé par la perspective du "Web 2.0." en particulier.

Ariel Malka[114], qui se qualifie lui-même d' informaticien et de Web-designer, et non d'artiste, exploite souvent ce que nous avons traité dans la partie précédente, à savoir la dichotomie *flux / déploiement* sur Internet. Quel est le statut des conceptions multimédia d'Ariel Malka telle que le manifestent ses réalisations[115] sur chronotext.org en termes de *flux / déploiement* en fonction du *faire-réceptif* ? Il est probablement complexe technologiquement mais il est sans doute orienté idéologiquement au moyen d'énoncés grapho-scripturaux dynamiques d'origine religieuse (textes « sacrés ») ou politique. Le *faire-faire* de la conception - qui selon nous relève d'un faire artistique – exploite comme faire manipulatoire d'un savoir des métaphores visuelles et d'autres figures rhétoriques qui deviennent les assises d'un discours de propagande[116], à savoir du *faire-persuasif* en tant que genre. En quoi cela peut-il nous être utile ? Les réalisations d'Ariel Malka se caractérisent par l'absence *d'interactivité-interactive* et par la présence du seuil premier d'interactivité, seul seuil nécessaire pour qu'il y ait *faire-réceptif* comme *expérience interactive*. Etant donné l'univers de références des énoncés impliqués et en fonction du seuil premier d'interactivité pour le *faire-réceptif*, les animations multimodales proposées ne peuvent que renforcer la visée persuasive du syncrétisme par valeur et puissance idéologiques. Nous pouvons alors, légitimement nous semble-t-il, interroger cette démarche en fonction du "Web 2.0." comme *pouvoir-faire* supplémentaire et qualitatif délégué au récepteur et comme développement de l'expérience idiosyncrétique. De telles animations ne pourraient-elles permettre au *faire-réceptif* d'assumer pleinement son statut d'opérateur axiologique au sein de la stratégie énonciative comme praxis ? Les bénéfices du "Web 2.0." ne devraient-ils s'appliquent à tous les syncrétismes et permettre un échange et l'exposition de cet échange sur d'autres formes d'expression que, par exemple, le traditionnel album photo ? Qu'en est-il de ces viviers pour l'idéologique comme expérience de vie interactive qui pourraient permettre au récepteur de « *trouver là un nouveau mode d'expression* »[117] ?

Si, comme il est revendiqué par le dispositif "Web 2.0." en vue du nouveau Web, le *faire-réceptif* est constitué en valeur de base pour le texte électronique par la technologie comme valeur d'usage, alors la perspective d'une telle évolution serait une conversion pour le *faire-réceptif* en tant qu'opérateur axiologique *effectif* et non en tant que simulacre de médiation.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** *internet*

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** *internet*

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** *internet*

éléni mitropoulou 26/10/06 21:00
**Supprimé:** *internet*

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique, Souligné

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique, Souligné

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique, Souligné

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique, Souligné

[114] Que nous avons eu le plaisir de rencontrer et d'entendre au colloque « *L'adaptation des pratiques culturelles sur support multimédia : vers de nouvelles formes de vie ?* ».
[115] Réalisations qui sont souvent des commandes, notamment muséales.
[116] Dont nous ne souhaitons pas développer les engagements ici.
[117] *www.internetactu.net/ ?p=6472*.

Dans un exemple tel que les réalisations d'Ariel Malka, le texte électronique pourrait devenir le lieu de *rencontre* en vue d'une *transformation inter-culturelle*. *Rencontre* rejoint une autre des propriétés de Web 2.0, à savoir « *applications partagées … l'objectif, c'est le collaboratif… »*. Dans Web 2.0, ce qui est premier c'est l'individu ou le groupe d'individus. Aussi, la *transformation inter-culturelle* n'est pas convoquée par nous au sens de mise en place du polémique par propagande mais au sens de ce qui fait être l'*expérience idiosyncrétique* comme valeur d'un *projet de vie interactive* qui ne conforte pas mais qui interroge les systèmes de valeurs de l'individu et du groupe.

Mais, bien entendu, dans ce cas, le risque est imminent pour que la structure discursive donnée à l'acquisition soit de moins à moins *transitive* et de plus en plus *réfléchie* puisqu'elle deviendrait, désormais, structure discursive par *interactivité interactive*.

Nous voici alors face à la notion d'éthique, évoquée par ailleurs : « *Web 2.0 marquerait l'avènement d'une nouvelle forme de démocratie* »[118], à savoir, et en schématisant, par le choix de donner le pouvoir au plus grand nombre. Ainsi que nous l'avions souligné nous-même, ce qui est *valeur* dans "Web 2.0.", ce n'est ni l'énoncé lui-même ni sa transformation, mais sa fonction sociale. Le Web, et probablement plus généralement Internet et le multimédia, se construisent une valeur *sociale* au sein de leur valeur *culturelle* et au moyen de la valeur *cultuelle* dont nous avons fait état dès le début de ces pages.

Les nouvelles technologies sont alors engagées dans la recherche d'un « *sens éthique* »[119] ; en s'inscrivant explicitement dans un projet axiologique, "Web 2.0." élabore son système de valeurs, le Web construisant son éthique en re-construisant les pratiques.

Cette (re-)construction est motivée par le lien individuel/collectif comme idéal. Plus précisément, l'idéal que le Web souhaite faire partager est celui de la pratique collective comme promoteur de la pratique individuelle et vice versa.

Dans cette entreprise axiologique, l'interactivité pourrait être l'équivalent du *vote* à la fois comme *droit* et comme *devoir* citoyens. Dans "Web 2.0.", l'interactivité est actant du politique.

C'est par la dimension de conversion comme valeur de la valeur que se trouvent réunies *aura* (ici des nouvelles technologies) et *expérience politique* (du récepteur). Cette jonction, que

[118] C'est nous qui soulignons.

[119] Qui fait référence au développement actuel d'une problématique sémiotique, « *Le sens de l'éthique et les figures de l'éthos* » - Séminaire Intersémiotique, Paris, saison 2006-2007.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

Benjamin[120] a introduite en l'exploitant par rapport à l'expérience esthétique, nous semble déterminante dans le multimédia comme élaboration et partage d'une éthique.

Il ne s'agit pas pour autant de tenter une homologation quelconque et néanmoins présomptueuse entre le projet scientifique de Benjamin en art et le nôtre en multimédia. Mais le fait est que les deux dimensions de l'aura – à savoir *distance* et *singularité* [121]- qui caractérisent le type de lien entre œuvre d'art et récepteur nous semblent opératoires pour convoquer, mais non assimiler, le type de lien que constitue l'interactivité entre le texte électronique en ligne et son récepteur.

Dès les premières page de notre étude, nous avons fait état de l'aura de l'objet technologique en ce sens que le principe d'aura implique une valeur cultuelle relativement à son objet. Aussi, avons-nous dit dans un élan de métaphorisation que « *l'objet médiatique technologique dit « multimédia », s'il attire parfois la méfiance, voire la haine, bénéficie surtout d'une aura, d'une admiration certaine de la part du grand public : c'est l'objet multimédia qui serait à la fois le prestidigitateur et le tour de magie, donc l'artiste et l'attraction de la prestidigitation* ». Et nous avons, plus loin, identifié un de ces effets sémiotiques du multimédia / prestidigitateur au nom de ce qui *fait être*, comme par un tour de magie, le *faire-réceptif* comme opérateur axiologique dans le texte électronique en ligne. Le dispositif "Web 2.0." en joue encore plus puisqu'il exploite le *double* statut « d'artiste et d'attraction » pour le compte du *faire-réceptif*. Par attribution d'une valeur d'exposition pour l'énoncé *et* pour l'expérience avec l'énoncé, "Web 2.0." installe encore plus que "Web 1.0." la valeur cultuelle liée au technologique. Seulement, si pour Benjamin, la valeur d'exposition est la négation de la valeur cultuelle (soit la négation de l'aura), en "Web 2.0." c'est le contraire : l'appropriation publique de l'énoncé par valeur d'exposition *porte* la valeur cultuelle liée au technologique. Ce syncrétisme entre valeurs opposées est obtenu par l'éthique comme grandeur : "Web 2.0." fait de la valeur d'exposition une valeur du démocratique. Rappelons au passage que, pour Benjamin, la valeur d'exposition est bien une valeur démocratique (c'est d'ailleurs, probablement, le seul élément positif qu'il reconnaît à la valeur d'exposition).

[120] *Walter Benjamin*, 1990, notamment pp. 25-27.
[121] *Ibidem*.

Au moyen de la valeur d'exposition, "Web 2.0.", plutôt que la négation de l'aura (de *son* aura) propage l'aura du support médiatique sur son récepteur : "Web 2.0." est lui-même en train de *partager,* et, pour que ce partage ait lieu, il faut la pratique médiatique du récepteur, à savoir l'interactivité. Par conséquent, la valeur d'exposition (énoncé / expérience) fait valoir la valeur cultuelle ("Web 2.0.") en tant que valeur démocratique. C'est ce que nous appellerions, plus généralement, le « sens éthique » du multimédia.
C'est ainsi que le récepteur devient médiateur en fonction du sens étymologique de cette notion complémentaire à son sens sémiotique : en tant que *faire*.

Aussi, dans "Web 2.0.", c'est de nouveau l'interactivité en tant que *Transformation* qui revendique la vedette. Seulement, cette revendication ne « passe » plus ni par l'énoncé, ni par l'énonciation, ni même par un ensemble de règles inhérentes à l'objet sémiotique multimédia mais par le *Récepteur porteur de la Transformation*.
Le terme de *besoin* figurant souvent dans les descriptions du "Web 2.0." – et que nous avons indiqué comme pertinent – éclaire de façon intéressante cette dernière remarque. *Besoin* intervient dans ces descriptions pour vanter "Web 2.0." comme un dispositif qui implique moins de besoins en matière de *formation* pour le récepteur. En fait, grâce à "Web 2.0.", le récepteur fait plus de choses tout seul, il devient alors de plus en plus acquéreur de l'objet de valeur par appropriation. Dans cette perspective, l'interactivité devient un *faire-faire* en direction du récepteur : elle lui fait croire qu'il est lui-même *transformation* par l'attribution d'une valeur de *médiation* à son expérience.
Or, si Internet comme sémiotique particulière (et plus généralement le multimédia) est un dispositif producteur d'énoncés et de valeurs, une grammaire[122] sémiotique et axiologique, qu'il s'agisse de "Web 1.0." ou de "Web 2.0.", le récepteur ne peut entrer dans cette grammaire. Les fameuses métadonnées - à savoir le lieu de production des transformations technologiques -, génératrices d'idéologies, ne sont toujours pas accessibles.
Aussi, les avancées technologiques désormais visibles grâce à "Web 2.0." par le récepteur non technologiquement averti, d'une part, ne sont pas pour autant partagées, d'autre part, même si elles l'étaient, vu l'état actuel des choses sont davantage des *conforts* technologiques que des *avancées* technologiques *pour* le récepteur. Certes, dans la notion de *confort,* il y a celle

[122] Klinkenberg, *op. cit.*, p. 92.

*d'avancée,* mais il y a aussi celle de *surplus,* donc l'idée de *plus que nécessaire*. Ce *plus* est attaché au *faire-croire* par valeur ajoutée, celle d'exposition.

Enfin, "Web 2.0." surgit telle la force sociale qui dynamise une force politique. A priori, il ne semblerait pas aberrant de citer Marx pour qui :

« *la séparation entre l'homme privé et l'homme public trouve son effet et sa cause dans l'état politique (...) c'est n'est que lorsque l'homme individuel aura recouvré le citoyen abstrait, lorsqu'en tant qu'homme individuel dans sa vie empirique, dans son travail individuel, dans ses relations individuelles, il sera devenu être générique ; ce n'est que lorsque l'homme aura reconnu et organisé ses « forces propres » comme forces sociales et ne séparera donc plus de lui la force sociale sous la force politique ; c'est alors seulement que l'émancipation humaine sera accomplie.* »[123].

Quant on connaît parmi les paradoxes médiatiques celui de s'emparer du principe de « *communication communautaire* »[124], on peut se permettre d'envisager l'intention du Web de s'inscrire dans les grands principes fondateurs de l'Homme, pour son propre compte, en tant qu'outil de l'Homme pour l'Homme. Cette recherche par le Web, et par le multimédia en général, d'une identité idéologique comme *force* ne peut laisser indifférent le sémioticien qui doit inscrire, toujours autant, ses projets scientifiques dans la conception du sens comme intelligible et chercher à expliquer les modalités de cette intelligibilité en les décrivant.

A ce jour, il s'avère que la *force* majeure du multimédia, c'est sa capacité de faire prendre au récepteur *ses rêves pour de la réalité*. Ceci n'enlève en rien aux *forces* technologiques à haut potentiel interactif inhérentes au dispositif qui, elles, sont réelles : le multimédia est comme la télévision, il sera ce que l'on en fera.

[123] Maffesoli, *op. cit.*
[124] Développée par rapport à l'entreprise, elle constitue une des formes de sa communication (aux côtés de celles de communication de produit, de marque, d'entreprise, institutionnelle) et est relative à la place de l'entreprise comme acteur social, « *c'est la manière dont l'entreprise assume son rôle social* ». Parmi ses orientations, il y a notamment celle de son inscription dans un champs éthique : « *de l'entreprise-machine on passe à l'entreprise ouverte qui permet à l'entreprise de jouer pleinement son rôle d'acteur social* ». Elle inscrit son rôle dans le principe de la cohésion sociale : « *l'entreprise est amenée à jouer un rôle dans la lutte contre la désertification sociale, l'exclusion, et le manque de formation...la complémentarité entre le projet individuel et le projet collectif contribue à restructurer le groupe* », Milon-Jouve, 1996, pp. 157-162.

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Justifié

éléni mitropoulou 26/10/06 10:00
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 10:08
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 10:10
**Mis en forme:** Police :Italique

éléni mitropoulou 26/10/06 10:10
**Mis en forme:** Police :Italique

**8. – Conclusions perspectives**

Il est désormais possible de constater que *cliquer* et *glisser-déposer* sont les *coopérations* praxéologiques de l'interactivité. Par *coopération* nous signifions que, *cliquer* et *glisser-déposer* dans l'interactivité comme praxis sont les principes qui règlent « *les échanges sémiotiques, auxquels les participants de l'échange sont censés se conformer* »[125].

En dispositif classique, à savoir "Web 1.0.", *cliquer* est ce qui permet la *conjonction* entre texte électronique et *faire-réceptif* en fonction d'une coopération engagée sur la base des *modalités déontiques* : pour qu'il y ait coopération le statut *cliquer* doit être de prescription. En effet, pensons notamment au bandeau publicitaire en ligne (spam) qui comme *clic de validation* ou *clic forcé* « *est non motivé par la volonté du visiteur d'en savoir plus sur l'offre de l'annonceur, mais obligatoire pour valider une action sans rapport avec la publicité* »[126]. Aussi, *cliquer* spécifie la coopération en tant que « *norme* »[127].

En revanche, en dispositif « amélioré », à savoir "Web 2.0.", *glisser-déposer* est ce qui permet de régénérer la coopération entre texte électronique et *faire-réceptif* en fonction des *modalités volitives* : c'est donc le statut de « *méta-vouloir* »[128] dans la coopération qui revient à *glisser-déposer*. Par conséquent, si, par *cliquer* le récepteur assumait déjà l'inscription de son intention dans l'obligation, avec *glisser-déposer,* le récepteur assume la *norme* comme un *désir* (l'une des six passions primitives[129]). En effet, si *glisser-déposer* est, d'un point de vue technologique, le prolongement de *cliquer* puisque *glisser-déposer* est : « *Cliquer sur un objet graphique, maintenir le bouton enfoncé, déplacer la souris et lâcher le bouton une fois arrivé à destination* »[130], *glisser-déposer* est le prolongement de *cliquer* également du point de vue de l'intensité des valeurs modales en jeu. *Glisser-déposer* manifeste ainsi la coopération en tant que « *tendance à la pertinence*»[131] visant l'optimisation *thymique* de la praxis. Le passage pour le récepteur de *cliquer* à *glisser-déposer* crée l'impression du passage d'une *norme* à un *choix*, ou dans une autre formulation, avec le *glisser-déposer,* le *faire-réceptif* semble participer à la construction même de cette optimisation. Le *faire-réceptif* est (serait) partie intégrante de la stratégie d'optimisation de la praxis en texte électronique en ligne.

---

[125] Klinkenberg, *op. cit.*, p. 242.
[126] *http://www.olf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/Internet/fiches/8364912.html.*
[127] Klinkenberg, *op. cit.*, p. 244.
[128] Selon Coquet cité par Fontanille, 1998, p. 174.
[129] Parret, 1986, p. 21-22.
[130] C'est nous qui soulignons, *http://www.linux-france.org/prj/jargonf/G/glisser-deacposer.html*.
[131] Klinkenberg, *op. cit.*, p. 244.

Toutefois, selon nous, qu'il s'agisse de "Web 1.0." ou de "Web 2.0.", le *scénario praxéologique* est le même en ce qui concerne le *principe* de coopération (qui est le principe qui nous intéresse dans la présente étude). Si par scénario praxéologique nous entendons *action stéréotype* propre à un *hypercodage*[132], il s'agit alors d'un *seul* programme *d'action*[133] pour *deux* mouvements coopératifs qui se présente comme deux programmes d'actions, soit deux scénarios : un programme pour l'action *cliquer* en "Web 1.0." et un programme pour l'action *glisser-déposer* en "Web 2.0.". Toutefois, s'il s'agit probablement de deux programmes d'action informatique[134], il ne s'agit que d'un seul et même programme, d'une part axiologique, d'autre part cognitif. En effet, prendre en compte *cliquer* et *glisser-déposer* comme action *stéréotype*, revient, pour nous, à les considérer en fonction des *valeurs* que l'action fait miroiter au récepteur. Ces valeurs déterminent deux systèmes idéologiques, le premier lié à *la promotion de l'individuel* (*cliquer*), le second lié à *la promotion du collectif* (*glisser-déposer*). Ces valeurs participent de la même axiologie, celle de l'échange, de l'ouverture et du partage. Elles sont portées dans leur dimension pragmatique par les deux mouvements coopératifs - *cliquer* / *glisser-déposer* -, qui sont donc distincts *pragmatiquement*. Toutefois, en ce qui concerne la dimension cognitive de ces valeurs, c'est-à-dire en ce qui concerne leur appréhension par le récepteur et la fonction sémiotique de cette appréhension dans le *faire-réceptif*, ces valeurs sont également du même niveau cognitif.

Par conséquent, ce qui fait que nous sommes face à un seul et même programme praxéologique ne tient pas la nature des valeurs investies dans la transformation de *cliquer* par *glisser-déposer* puisque sont d'abord alternés et par la suite combinés *idiosyncrasique* et *démocratique*. C'est la *finalité sémiotique du scénario* qui est ici déterminante : qu'on clique ou qu'on glisse, on « exécute un rituel », c'est de ce *frame* dont il s'agit pour l'interactivité comme échange.

[132] En prenant appui sur les propositions d'Eco (1985, notamment pp. 98 à 106) où le scénario est défini en fonction de la notion de « *frame* » qui « *est une structure de données qui sert à représenter une situation stéréotype* », p. 100.
[133] A la suite de Fontanille, nous situons l'action sur la dimension pragmatique ayant comme logique la transformation, 1998, p. 183.
[134] Ce qui reste à vérifier étant donné que, ainsi que nous l'avons signalé, les spécialistes estiment qu'il n'y a pas de différence technologique majeure entre "Web 1.0." et "Web 2.0.".

Néanmoins, il doit être précisé que cette *exécution* comme « *axiologie générique* »[135] liée à l'interactivité investit un hypercodage, celui de *l'échange comme compétence idéologique*, hypercodage étayé, quant à lui, par *deux* scénarios. Le premier scénario *tend* vers le second scénario, celui-ci étant un *objet de valeur* pour celui-là (matérialisé dans le tableau suivant par la mise en forme en *italiques* et par une flèche orientée) :

| **Axiologie de l'échange par interactivité** | |
|---|---|
| *Idéologie du faire individuel. « Moi, je fais »* à | Idéologie du faire collectif. « Faisons tous ensemble » |
| *« Cliquer »* à | « Glisser-déposer » |
| *Compétence de base*[136] à | Compétence sélectionnée[137] |
| *Scénario thymique 1 de type « commun »* à | Scénario thymique 2 de type « intermédia»[138] à Scénario de type « commun » |
| ***Dysphorie*** à | **Euphorie** |

Si nous introduisons le scénario « intermédia », c'est pour impliquer qu'au-delà du texte médiatique cette axiologie de l'échange en internet, et plus généralement en multimédia, est en réseau sémiotique avec les autres médias en ligne (radio, télévision), lesquels « tendent vers » cette idéologie du « faisons tous ensemble » de la même façon qu'ils « tendent vers » l'interactivité. Par ailleurs, le scénario de type « intermédia », à son tour, « tend vers » le scénario de type « commun » : en effet, l'hypercodage idéologique de la « communauté faisant » affiche comme objectif le partage le plus étendu possible.

[135] Courtès, 1991, p. 242.
[136] Au sens de compétence que le récepteur « *partage avec la majeure partie des membres de la culture à laquelle il appartient* », Eco, *op. cit.*, p. 104.
[137] Au sens de compétences qui font partie « *d'un bagage sélectionné (...) que les membres d'une culture donnée ne possèdent pas tous* », Eco, *Ibidem.*
[138] Normalement, Eco distingue le « *scénario commun* » du « *scénario intertextuel* », *Ibidem.*

Par conséquent, lorsqu'il s'agit de l'axiologique, il s'agit bien ici de deux scénarios qui, du fait que *cliquer* augmente en dysphorie pendant que *glisser-déposer* augmente en euphorie, installent l'échange par interactivité dans l'ambivalence : euphorie et dysphorie en même temps. Les deux scénarios thymiques sont donc en voie d'imbrication au sein d'un scénario praxéologique qui subit des tensions sémiotiques.

Aussi, c'est l'introduction, par *glisser-déposer,* d'une nouvelle tension sémiotique dans le scénario de la praxis - par principe d'optimisation – qui fait de *cliquer* une *frustration*. En effet, c'est la *frustration* qui émane du rapport avec la *norme*, de ce rapport qui lie texte électronique et récepteur lors de la construction du *faire-réceptif* en ligne. La « part » de *cliquer* dans *glisser-déposer*[139] représente la *frustration* en voie de *guérison* : les pulsions pour une nouvelle coopération praxéologique vont être comblées par le *glisser-déposer*. Si, du point de vue de non-spécialiste qui est le nôtre, la *frustration* peut être le refus de la satisfaction, le texte électronique en ligne crée cette *frustration* le long de la construction du *faire-réceptif* par *cliquer* en fonction d'une stratégie qui pourrait être comparée à celle du principe *d'innovation*. En effet, la *frustration* ici créée engendre le même effet sémiotique que *l'innovation* qui :

« *joue de la surprise, qui procéderait elle-même d'une attente … le récit de l'innovation ne consiste donc pas à identifier un manque ou un besoin et à chercher à le supprimer : au contraire, il consiste d'abord à mettre en évidence in problème inaperçu jusqu'alors et à avancer une solution. Le récit de l'innovation se passe donc pour l'essentiel sur la dimension cognitive, et non sur la dimension pratique. Il en résulte que l'innovation invente de la valeur, elle déplace la valeur d'un objet sur un autre, d'une catégorie sur une autre* »[140].

Aussi, le passage d'une coopération praxéologique à une autre sous forme de « course de relais » emprunte à l'innovation qui « *invente le problème en même temps que la solution* »[141], selon le principe d'une issue-miracle : nous voici face à un nouvel effet du multimédia prestidigitateur !

La solution-miracle est portée, à la fois, par *cliquer* et par *glisser-déposer* au moyen de *l'ambition*. Celle-ci, générée par la frustration du récepteur à la suite de *cliquer,* est libérée par *glisser-déposer* qui délivre le récepteur de sa pulsion . Par conséquent, s'il y a bien un seul scénario praxéologique, il se caractérise, toutefois, par deux orientations thymiques relatives au principe de la coopération. Il nous semble qu'il s'agit, d'une part, d'une orientation vers

[139] Rappel de la définition de « glisser déposer » : *Cliquer sur un objet graphique, maintenir le bouton enfoncé, déplacer la souris et lâcher le bouton une fois arrivé à destination.*
[140] Fontanille, 1999, p. 17-18.
[141] *Ibidem,* p. 18.

*l'ambition* et, d'autre part, d'une orientation vers la *soumission*. *L'ambition* résulte de la *norme* comme *frustration* et la *soumission*, comme *optimisation.*

*Soumission*, parce que *glisser-déposer* est également une *normalisation,* mais qui n'est pas encore perçue comme telle par le récepteur.

*Frustration - ambition - soumission* sont, selon nous, les composantes passionnelles fondamentales du syncrétisme thymique de la réception en ligne et dont la grandeur est *l'impulsion*. Il s'avère que le scénario praxéologique sur internet, et sur le Web plus particulièrement, est un scénario de la *soumission* qui varie les modes de subordination du récepteur au texte électronique sans modifier la performance puisque la coopération comme *faire* n'est modifiée que dans son statut pragmatique. La performance fait alors office d'un scénario standard dans lequel viennent s'inscrire *cliquer* et son alter ego axio-cognitif *glisser-déposer* comme les motifs de ce scénario qui déterminent des parcours de lecture en tant que « *scénarios situationnels* »[142] personnalisables … par praxis personnalisée.

En revanche, la coopération comme *faire* est modifiée dans sa dimension thymique à partir de variations de compétences qui entraînent des valences cognitives. Ces compétences sont de nature idéologique, elles motivent la coopération par leur rôle de devoir-être/faire : *cliquer* et *glisser-déposer* représentent non seulement des performances du point de vue praxéologique, ils sont aussi ce qui *font être* les idéologies. En ce qui concerne le prescriptif *cliquer*, il est ce qui fait être l'idéologie de l'action *individuelle* et il est cette idéologie : *je clique donc je transforme*.

Quant à *glisser-déposer*, il est ce qui fait être l'idéologie de l'action *collective* et il est cette idéologie : (après *je clique donc je transforme*) *je glisse pour que nous puissions transformer … le monde*. *Cliquer* comme faire pragmatique est assiégé par *glisser-déposer* comme faire pragmatique ; *l'individuel* est assiégé par le *collectif.*

Récapitulons : du "Web 1.0." au "Web 2.0.", nous avons un hypercodage pour deux scénarios idéologiques et un scénario praxéologique pour deux stratégies, la stratégie du texte électronique en vue de la soumission de la stratégie du *faire-réceptif*.

[142] Eco, *op. cit.*, p. 103.

## 9. Bibliographie

ABLALI, Driss, *La sémiotique du texte : du discontinu au continu*, L'Harmattan, Paris, 2003

*ACTES SEMIOTIQUES* - Bulletin, *Aspects de la conversion*, V, 24, CNRS, décembre 1982

*ACTES SEMIOTIQUES* - Bulletin*, L'actant collectif,* VIII, 34, CNRS, juin 1985

*ACTES SEMIOTIQUES* - Bulletin, *Sémiotiques syncrétiques – Activités de G.R.S.L. 1983-1984*, VI, 27, CNRS, septembre 1983

ADAM, Jean-Michel, *Les textes : types et prototypes*, Nathan Université, Paris, 1992

ANIS, Jacques et LEBRAVE, Jean-Louis (sous la direction de), *Texte et ordinateur, les mutations du Lire-Ecrire*, Editions de l'espace européen, La Garenne-Colombes, 1991

ANIS, Jacques, CHISS, Jean-Louis et PUECH, Christian (avec la collaboration de), *L'écriture, théories et descriptions*, De Boeck Université, Bruxelles, 1988

ANIS, Jacques, *Texte et ordinateur*, De Boeck Université, Bruxelles, 1998

ARABYAN, Marc et KLOCK-FONTANILLE, Isabelle (textes réunis et présentés par), *L'écriture entre support et surface*, L'Harmattan, Paris, 2005

BALPE, Jean-Perre, LELU, Alain, SALEH, Imad, *Hypertexte et hypermédias : réalisations, outils et méthodes,* Hermès, Paris, 1995

BALPE, Jean-Pierre, *Contextes de l'art numérique*, Hermès Science, Paris, 2000

BAUMGARTNER, Emanuelle, FIORATO, Adelin, REDONDO, Augustin (études recueillies par), *Problèmes interculturels en Europe Xve – XVIIe siècles*, PSN, Paris, 1998

*BENJAMIN WALTER*, Revue d'esthétique, Hors série, Jean-Michel Place, Paris, mai 1990

BERTIN, Eric, « Penser la stratégie dans le champ de la communication. Une approche sémiotique », NAS 89-91, PULIM, Limoges, 2003

BESSIERE, Jean et ANDRE, Sylvie (extraits réunis par), *Multiculturalisme et identité en littérature et en art*, L'Harmattan, Paris, 2002

BORDRON, Jean-François, « La fonction structurante » dans « Structures élémentaires de signification », Complexe, Bruxelles, 1976

BORDRON, Jean-François et FONTANILLE, Jacques, *Sémiotique du discours et tensions rhétoriques*, Langages, 137, Larousse, Paris, 2000

BOUAZIS, Charles, « Théorie de l'écriture et sémiotique narrative », SEMIOTICA, X, Mouton, The Hague, 1974 - 4

BOUTAUD, Jean-Jacques, *Sémiotique et communication, Du signe au sens*, L'Harmattan, Paris, 1998

CABIN, Philippe (coordonné par) *La Communication – Etat des savoirs*, Sciences Humaines, Auxerre, 1998

CAILLET, Elisabeth (avec la collaboration d'Evelyne LEHALLE), *A l'approche du musée, la médiation culturelle*, PUL, Lyon, 1995

CALLEDE, Jean-Paul (textes réunis par), *Métamorphoses de la culture*, MSHA, Pessac, 2002

CAMILLERI, Carmel, COHEN-EMERIQUE, Margalit (sous la direction de ), *Choc des cultures*, L'Harmattan, Paris, 1989

CAUNE, Jean, *Culture et communication, convergences théoriques et lieux de médiation,* PUG, Grenoble, 1995

CAUNE, Jean, *Pour une éthique de la médiation*, PUG, Grenoble, 1999

CHARAUDEAU, Patrick, *La médiatisation de l'espace public comme phénomène de fragmentation*, « La médiatisation des problèmes publics », Etudes de communication n° 22, Lille 3, ANRT, 1999

CHARLES, Michel, *Rhétorique de la lecture*, Seuil, Paris, 1977

COUCHOT, Edmond, *La technologie dans l'art, de la photographie à la réalité virtuelle*, Chambon, Nîmes, 1998

COURTES, Joseph, *Analyse sémiotique du discours, de l'énoncé à l'énonciation*, Hachette, Paris, 1991

COURTES, Joseph, *Du lisible au visible*, De Boeck Université, Bruxelles, 1995

COURTES, Joseph, *Introduction à la sémiotique narrative et discursive*, Hachette Université, Paris, 1976

COURTES, Joseph, *L'énonciation comme acte sémiotique*, NAS 58-59, PULIM, Limoges, 1998

COURTES, Joseph, *La sémiotique du langage*, Armand Colin, Paris, 2003

DARRAULT, Ivan, *Modalités - logique, linguistique, sémiotique*, Langages N°43, Didier – Larousse, Paris, 1976

DAVALLON, Jean, *L'exposition à l'œuvre – Stratégies de communication et médiation symbolique*, L'Harmattan, Paris, 1999

DE KUYPER-POPPE, *Voir et regarder*, « Les ordres de la figuration », Communications n°34, Seuil, Paris, 1981

DE MEREDIEU, Florence, *Arts et nouvelles technologies, art vidéo – art numérique*, Larousse, Bologne, 2003

DEBRAY, Régis, *Croire, Voir, Faire - Traverses*, Odile Jacob, Paris, 1999

DEMORGON, Jacques, *L'histoire interculturelle des sociétés*, Anthropos, Paris, 1998

DUFAYS, Jean-Louis, *Stéréotype et lecture*, Mardaga, Liège, 1994

ECO, Umberto, *La structure absente, Introduction à la recherche sémiotique*, Mercure de France, Paris, 1972

ECO, Umberto, *Lector in Fabula*, Grasset & Fasquelle, Biblio essais, Paris, 1985

ECO, Umberto, *Les limites de l'interprétation*, Grasset & Fasquelle, Biblio essais, Paris, 1992

ECO, Umberto, *Sémiotique et philosophie du Langage,* PUF Formes sémiotiques, Paris, 1984

FABRE, Martine, *Sceau médiéval, Analyse d'une pratique culturelle*, L'Harmattan, Paris, 2001

FLOCH, Jean-Marie, *Sémiotique, marketing et communication*, PUF, Paris, 1990

FONTANILLE, Jacques, « Pratiques sémiotiques : immanence et pertinence, efficience et optimisation », NAS 104-106, PULIM, Limoges, 2006

FONTANILLE, Jacques, BARRIER, Guy (sous la direction de), *Métiers de la sémiotique*, PULIM, Limoges, 1999

FONTANILLE, Jacques, *Le savoir partagé, Sémiotique et théorie de la connaissance chez Marcel Proust*, Hadès-Benjamins, Paris-Amsterdam, 1987

FONTANILLE, Jacques, *Les espaces subjectifs - Introduction à la sémiotique de l'observateur*, éditions Hachette Supérieur, Paris, 1989

FONTANILLE, Jacques, *Protoactant, actant syncrétique, actant collectif*, Actes sémiotiques - Bulletin VIII, 34, CNRS, juin 1985

FONTANILLE, Jacques, *Sémiotique du discours*, PULIM, Limoges, 1998

FONTANILLE, Jacques, *Sémiotique du visible*, PUF, Paris, 1995

FONTANILLE, Jacques, ZILBERBERG, Claude, *Tension et signification*, Mardaga, Belgique, 1998

FONTANILLE, Jacques, ZINNA Alessandro (sous la direction de), *Les objets au quotidien* NAS, PULIM, Limoges, 2005

FOUCAULT, Michel, *L'archéologie du savoir*, Gallimard, Paris, 1969

FOURMENTRAUX, Jean-Paul, *Art et Internet, les nouvelles figures de la création*, CNRS éditions, Paris, 2005

FRIED, Michael, *Esthétique et origines de la peinture moderne*, Gallimard NRF essais, Paris, 1980

GERVAIS, Bertrand, *Récits et actions, Pour une théorie de la lecture*, Le Préambule, Québec, 1990

GIARDINA, Max, *L'interactivité, le multimédia et l'apprentissage*, L'Harmattan, Paris, 1999

GOETSCHEL, Pascale, LOYER, Emmanuelle*, Histoire culturelle et intellectuelle de la France au 20è siècle*, HER/Armand Colin, Paris, 1995, 2001

GREIMAS, Algirdas Julien, « Pour une sémiotique didactique », Actes Sémiotiques - Bulletin, 7, CNRS, 1984

GREIMAS, Algirdas Julien, COURTES, Joseph, *Sémiotique, dictionnaire raisonnée de la théorie du langage,* Tome 1, Hachette Université, Paris, 1979

GREIMAS, Algirdas Julien, COURTES, Joseph, *Sémiotique, dictionnaire raisonnée de la théorie du langage*, Tome 2, Hachette Université, Paris, 1986

GREIMAS, Algirdas Julien, *Du sens II, essais sémiotiques*, Seuil, Paris, 1983

GREIMAS, Algirdas Julien, *Du sens, essais sémiotiques*, Seuil, Paris, 1970

GREIMAS, Algirdas Julien, *Eléments pour une théorie de l'interprétation du récit mythique,* Communications**,** Seuil, 1966

GREIMAS, Algirdas Julien, FONTANILLE, Jacques, *Sémiotique des passions, Des états de choses aux états d'âme*, Seuil, Paris, 1991

GREIMAS, Algirdas Julien, *La soupe au pistou ou la construction d'un objet de valeur*, Actes sémiotiques - Documents, N°5, CNRS, septembre 1979

GREIMAS, Algirdas Julien, LANDOWSKI, Eric, *Introduction à l'analyse du discours en sciences sociales*, Hachette Université, Paris, 1979

HENAULT, Anne (sous la direction de), *Questions de sémiotique*, PUF, Paris, 2002

HJELMSLEV, Louis, *Le langage*, PUF, Paris, 1985

HJELMSLEV, Louis, *Nouveaux essais*, Folio essais, Paris, 1966

HJELMSLEV, Louis, *Prolégomènes à une théorie du langage*, Les éditions de minuit, Paris, 1968-1971

ISER, Wolfgang, *L'acte de lecture, théorie de l'effet esthétique*, Mardaga, Liège, 1976

JEANNERET, Yves, « La prétention sémiotique dans la communication. Du stigmate au paradoxe », « Sémiotique et Communication », SEMEN n°23, Besançon, 2007, à paraître

JEANNERET, Yves, *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?,* PU du Septentrion, Villeneuve d'Ascq, 2000

JOST, François, *Comprendre la télévision*, Colin cinéma, Paris, 2005

JOST, François, *Introduction à l'analyse de la télévision*, Ellipses, Paris, 1999

JOUVE, Vincent, *La lecture*, Hachette supérieur, Paris, 1993

JUSTON-COUMAT, Rémy, *L'interactivité : bidirectionnalité et fedd-back dans la communication de demain*, Milan-Midia**,** Toulouse, 1989

KISSELEVA, Olga, *CYBERART, un essai sur l'art du dialogue*, L'Harmattan, Paris, 1998

KLINKENBERG, Jean-Marie, *Précis de sémiotique générale*, De Boeck, Bruxelles, 1986

KRISTEVA, Julia, « Narration et transformation », SEMIOTICA, I, Mouton, The Hague, 1969 - 4

LAMIZET, Bernard et SILEM, Ahmed, *Dictionnaire encyclopédique des sciences de l'information et de la communication*, Ellipses, Paris, 1997

LANCIEN, Thierry (coordonné par), *Multimédia : les mutations du texte*, Cahiers du Français contemporain, ENS, 2000

LANDOWSKI, Eric, *Passions sans nom*, PUF, Paris, 2004

LOTMAN,Youri, *La sémiosphère*, NAS, PULIM, Limoges, 1999

LOTMAN,Youri, *La structure du texte artistique*, NRF Gallimard, Paris, 1973

MAFFESOLI, Michel, *Logique de la domination*, PUF, Paris, 1976

MAINGUENEAU, Dominique, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Seuil mémo, Paris, 1996

MALLENDER, Ariane, *Ecrire pour le multimédia*, Dunod, Paris, 1999

MARIN, Louis, *Lectures traversières*, Albin Michel, Paris, 1992

MASSELOT-GIRARD, Maryvonne, « Lire, interpréter, évaluer : des lecteurs-acteurs », « Multimédia et construction des savoirs », PUFC, Paris, 2000

*MÉDIAMORPHOSES*, N°6, INA, novembre 2002

METZ, Christian, *La grande syntagmatique du film narratif*, Revue Communications, Seuil, 1966

METZ, Christian, *Langage et cinéma*, Albatros, Paris, 1977

MIEGE, Bernard, *Les industries du contenu : face à l'ordre informationnel*, PUG, Grenoble 2000

MIGOZZI, Jacques (sous la direction de), *De l'écrit à l'écran, Littératures populaires : mutations génériques, mutations médiatiques*, PULIM, Limoges, 2000

MILON, Alain, JOUVE, Michèle, *Communication et organisation des entreprises, Approche critique et cas pratiques*, Bréal, Rosny, 1996

MITROPOULOU, Eléni, « Lecteur et lecture : une nouvelle dimension sémiotique pour le savoir », *www.semiologie.net*, 2006

MUCCHIELLI, Alex, Les sciences de l'information et de la communication, Hachette supérieur, Paris, 1998

PARRET, Herman, *Eléments pour une typologie raisonnée des passions*, Actes sémiotiques – Documents, IV, 37, CNRS, 1982

PARRET, Herman, *Les passions, essai sur la mise en discours de la subjectivité*, Mardaga, Bruxelles, 1986

PERAYA, Daniel, « La formation à distance : un dispositif de formation et de communication médiatisées. Une approche des processus de médiation et de médiatisation », *http://www.revue-tice.info/document.php?id=520*

PICARD, Michel, *La lecture comme jeu*, Les éditions de minuit, Paris, 1986

QUINTON, Philippe, *Design graphique et changement*, L'Harmattan, Paris, 1997

RICOEUR, PAUL, *Du texte à l'action*, Seuil, Paris, 1986

RICOEUR, PAUL, *Entre herméneutique et sémiotique*, NAS, 7, PULIM, Limoges,1990

RICOEUR, PAUL, *L'idéologie et l'utopie*, Seuil, Paris, 1997

RICOEUR, PAUL, *Lectures 2*, Seuil, Paris, 1992

RUSH, Michael, *Les Nouveaux Médias dans l'art*, Thames & Hudson, Paris, 2000

*Sémiotique, L'École de Paris* (ouvrage collectif), Hachette Université, Paris, 1982

SOUCHIER, Emmanuël, JEANNERET, Yves, Le MAREC, Joëlle (sous la direction de), *Lire, Ecrire, Recrire, Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Bibliothèque publique d'information Paris, 2003

STENGERS, Isabelle, SCHLANGER, Judith, *Les concepts scientifiques*, Folio essais Gallimard, Paris, 1991

STOCKINGER, Peter, *Les nouveaux produits d'information : conception et sémiotique du document*, Hermès, Paris, 1999

STOCKINGER, Peter, *Prolégomènes à une théorie de l'action*, Actes sémiotiques - Documents, VII, 62., CNRS, septembre 1985

TODOROV, Christo, « La hiérarchie des liens dans le récit », SEMIOTICA, III, Mouton, The Hague, 1971 - 2

VANDENDORPE, Christian, *Du papyrus à l'hypertexte, essai sur les mutations du texte et de la lecture,* La Découverte, Paris, 1999

VERON, Eliseo, « L'analyse du « contrat de lecture » : une nouvelle méthode pour les études de positionnement des supports presse », IREP, Paris, 1985

VERON, Eliseo, « Sémiosis de l'idéologie et du pouvoir », Communications n°28, Seuil, Paris, 1978

VERON, Eliseo, *Construire l'événement*, Les éditions de minuit, Paris, 1981

VIGNAUX, Georges, *Du signe au virtuel - Les nouveaux chemins de l'intelligence*, Seuil, Paris, 2003

VUILLEMIN, Alain, LENOBLE, Michel (textes réunis par), *Littérature, Informatique, Lecture, de la lecture assistée par ordinateur à la lecture interactive*, PULIM, Limoges, 1999

WOLTON, Dominique, *Penser la communication,* Flammarion, Paris, 1997

ZILBERBERG, Claude, *Modalités et pensée modale*, NAS, 3, Trames, Limoges, 1989

ZINNA, Alessandro, « Les objets d'écriture et leurs interfaces », Bulletin de l'Association Française de Sémiotique, N°3, Limoges, Juin 2003

ZINNA, Alessandro, *Décrire, produire, comparer et projeter. La sémiotique face aux nouveaux objets de sens*, NAS, 79-81, PULIM, Limoges, 2002

ZOLKIEWSKI, Stefan, « Des principes de classement des textes de culture », SEMIOTICA, VII, Mouton, The Hague, 1971 - 1