

Le parcours d'interaction sur le web comme expérience d'immersion : entre promesses des interfaces des ONG et mode de perception de l'utilisateur.

Browsing a website with immersive experience: web interfaces of NGO and the perception of the users.

Interacción on website como experiencia de inmersión: la configuración de los dispositivos digitales de los ONG y el modo de percepción del usuario.

Article inédit, mis en ligne le 15 mai 2016.

Sandra Mellot

Sandra Mellot est doctorante en sémiotique au sein du département de recherche d'iRaiser (Nantes) et du laboratoire CeReS de l'Université de Limoges. Elle prépare actuellement une thèse sous la direction de Nicole Pignier portant sur le design numérique et les pratiques communicationnelles des ONG. L'objectif de cette recherche est d'appréhender le processus perceptif de l'utilisateur en ligne sur des sites d'ONG et de mesurer l'impact du design numérique sur son mode d'action. smellot@iraiser.eu

Plan de l'article

Introduction

La promesse relationnelle du dispositif

Préfiguration de la rencontre / configuration de l'expérience.

De l'expérience d'immersion à sa concrétisation

Le pouvoir de l'utilisateur

Pouvoir être et pouvoir faire

Pouvoir de réalisation ou de résistance

Conclusion

Références bibliographiques

Résumé

Nous analysons les interfaces d'ONG présentant un parcours immersif afin d'évaluer le potentiel de factivité des dispositifs numériques, en considérant l'objectif d'adhésion aux valeurs de l'ONG. Nous définissons un cadre d'analyse sémiotique des dispositifs permettant de mesurer l'étendue des expériences possibles pour l'utilisateur. C'est ensuite l'intensité avec laquelle l'utilisateur rentre en contact avec les valeurs de l'ONG médiées par le dispositif que nous tentons de déterminer.

Mots clés

Dispositifs immersifs, parcours d'interaction, perception de l'utilisateur, pratiques communicationnelles des ONG.

Abstract

We analyze the immersive experience of NGO websites in order to assess the potential impact on the adhesion to the value of the group. We propose a semiotic approach to quantify the user's experience. Finally we try to understand with which intensity the user's interacts.

Keywords

Immersive experience on website, perception of the users, web communication of the NGO.

Resumen

Analizamos las interfaces web de las ONG y evaluamos el potencial de inmersión que tienen los dispositivos digitales para que los usuarios adhieran a los valores de las organizaciones. Proponemos una metodología de análisis semiótica que permite de medir las experiencias configuradas tal como la intensidad con la cual el usuario interactúa.

Palabras clave

Experiencia de inmersión, dispositivos digitales, modo de percepción del usuario, modo de comunicación digital de las ONG.

Introduction

La promesse communicationnelle du numérique s'avère être aujourd'hui avant tout une promesse relationnelle, qui ne se limite pas aux critères de puissance et de rapidité de la mise en relation avec autrui, un environnement, un objet. Cette promesse relationnelle est relative à la qualité du lien d'interdépendance, d'interaction entre l'utilisateur et le dispositif. Concernant les sites internet, les fonctions et les stratégies « codées » au sein du dispositif (Bonaccorsi, Julliard, 2010, p.4) sont mises en relation avec l'utilisateur par les interfaces. L'utilisateur n'est en effet pas uniquement relié à la réalité matérielle de l'écran ou au contenu du cadre formel de la page. L'interface admet une fonction médiatrice étendue comme « zone de contact [...] entre l'utilisateur et un dispositif plus vaste : les acteurs du cloud ou des plateformes de téléchargement, les autres objets matériels, les logiciels interconnectés avec l'objet - support sur lequel l'utilisateur informe, s'informe, communique » (Mitropoulou, Pignier, p.19).

Les interfaces web constituent ainsi le lieu de rencontre entre les valeurs de l'instance énonciative et le mode de perception de l'utilisateur qui fait l'expérience de la mise en relation. La qualité de cette rencontre médiée par l'interface est dépendante du processus de co-construction de sens entre l'utilisateur et le dispositif (Pignier, Drouillat, 2005, p.13), processus qui se révèle lors du parcours d'interaction. Nous considérons en effet les interfaces et contenus interactifs « comme partenaires de l'interaction », pourvus d'une « sensibilité réactive » c'est à dire « d'une capacité (prévue lors de sa conception) à réagir très exactement aux impulsions auxquelles nous les soumettons ». (Landowski, 2005, p.41). L'utilisateur doué d'une sensibilité perceptive reçoit cette expérience, agit sur et avec le dispositif en fonction de sa manière de ressentir, de vivre la relation.

L'analyse sémiotique permet d'interroger les conditions d'émergence du sens de l'interaction considérant à la fois les potentiels d'expérience inscrits dans le dispositif (formes de « contrats de coopération » selon Dominique Boullier (2002, p.48), et le pouvoir de l'utilisateur (tel « un échangeur » selon Louise Merzeau (2010, p.18) de les faire circuler ou bifurquer.

Le cadre général de notre recherche vise à évaluer le potentiel d'influence des sites internet des organisations non gouvernementales (ONG) sur les modes de perception et d'action des usagers. Nous restituons dans cet article un questionnement resserré sur l'expérience d'immersion lorsqu'elle est intégrée à une campagne web (la création d'un site web pour une période déterminée) visant à susciter l'empathie des usagers pour la cause défendue. Nous cherchons à déterminer par quels processus et avec quelle intensité l'utilisateur valorise ou non un parcours d'immersion et ainsi évaluer la qualité de la mise en relation d'un usager avec les valeurs de l'organisation. Nous testons ensuite

notre cadre d'analyse sur un corpus d'interfaces issues de campagnes web récentes (2014-2015) et présentant différentes stratégies immersives. Nous proposons de déterminer si l'utilisateur s'immerge effectivement dans l'environnement numérique proposé en fonction (i) de la force de l'expérience immersive configurée dans le dispositif et (ii) du pouvoir (de concrétisation, détournement, résistance) de l'utilisateur en situation d'interaction.

La promesse relationnelle du dispositif

Préfiguration de la rencontre / configuration de l'expérience.

Notre analyse à partir des approches communicationnelles des ONG cherche à définir les modalités d'expression de la promesse relationnelle au sein du dispositif numérique. Comment les ONG, en tant qu'instances énonciatives, configurent-elles (au sens de donner un aspect fonctionnel à l'idée) cette relation ? Nous reprenons le questionnement de Julia Bonaccorsi et Virginie Julliard sur les stratégies de configuration du dispositif : « Quelles actions de communication suggèrent, autorisent ou prohibent-ils ? Dans quelle mesure ces possibilités d'action révèlent-elles une stratégie des concepteurs ou échappent-elles à cette stratégie ? » (Bonaccorsi, Julliard, 2010, p.1).

Nous utilisons le terme de *modèle d'interaction* pour définir le mode de configuration du dispositif (Beaudoin-Lafon, 1997) selon l'orchestration multimodale de l'interface (l'agencement de différents langages visuels, cinématiques, textuels) et les expériences d'interaction possibles via les fonctionnalités. Nous avons mis en évidence cinq types de modèles d'interaction.

- *Le modèle d'information* est fondé sur l'accessibilité, l'efficacité de la mise en relation. Il permet à l'utilisateur, par de multiples biais, d'atteindre l'information recherchée (cartes, listes, barres de recherche, images lien).
- *Le modèle d'analogie* simule un environnement réel dans sa représentation (ressemblance avec le monde environnant) ou dans sa perception (création d'un univers polysensoriel).
- *Le modèle performatif* engage un rapport de concrétisation de l'action. L'utilisateur est invité à agir dans ce nouvel espace et d'en éprouver « *les effets en retour* » (Fogel, Patino, 2013) par exemple en signant une pétition ou en postant un commentaire.
- *Le modèle co-créatif* permet à l'utilisateur de contribuer à la transformation, à la création d'un nouvel espace. L'utilisateur peut déplacer des éléments, faire apparaître des images, enrichir les contenus, personnaliser une page.

Ces modèles se croisent au sein des interfaces et c'est leur combinaison et la force accordée à chacun qui fixent la stratégie communicationnelle de l'instance énonciative. Pour que la rencontre se réalise il est nécessaire que l'utilisateur agisse sur le modèle d'interaction et valorise l'expérience contenue dans le dispositif.

Nous avons proposé, en regard des modèles d'interaction, la notion de *style d'interaction*. Le style d'interaction caractérise cette sensibilité perceptive contenant l'esthésie de l'utilisateur (Pignier, 2012, p.6), sa manière d'appréhender, de ressentir, de prolonger l'expérience. En fonction de son style d'interaction, donc de sa manière de percevoir, l'utilisateur valorise ou dévalorise plus ou moins le parcours contenu dans le modèle d'interaction. Pour analyser un style d'interaction, il est nécessaire d'intégrer à la fois l'étendue de l'action (son étendue spatiale et temporelle) et l'intensité de l'action (sa profondeur). C'est tout l'enjeu de l'analyse sémiotique définie par Jacques Fontanille (Fontanille, 1998, p.71), intégrant le sensible à l'analyse actantielle greimassienne qui portait sur l'aspect structurel de l'enchaînement des actions.

Ainsi, un style d'interaction s'analyse à partir :

- des caractéristiques de l'élément sur lequel agit l'utilisateur (l'agencement des langages et les modes de fonctionnalité), correspondant à l'étendue spatiale d'un style d'interaction.
- la durée de son interaction (étendue temporelle),
- l'aspect itératif, la cohérence et la finalité de son parcours, caractérisant la profondeur des actions et donc l'intensité du style d'interaction.

De la rencontre d'un *style d'interaction* avec un *modèle d'interaction* naît une relation co-énonciative particulière dont la polarisation plus ou moins positive nous renseigne sur la qualité du processus relationnel engagé. L'analyse du style d'interaction permet ainsi de supposer la désaffection, le penchant ou l'adhésion au modèle d'interaction proposé. On peut alors en déduire une forme d'expérience de l'en acte, de l'activité vivante (évolutive pendant l'interaction) et vécue à un moment particulier de l'interaction (Fontanille, 2008).

Nous proposons ci-dessous, sous la forme d'un tableau, les expériences de l'en acte possibles en croisant un modèle d'interaction (d'information, d'analogie, performatif, co-créatif) et l'intensité d'un style d'interaction (désaffection, penchant, adhésion). Ainsi, un utilisateur valorisant (en situation de penchant) un modèle d'analogie peut faire l'expérience de la réassurance, du confort, etc.

Une telle approche croisée nous permet de définir l'expérience d'interaction non seulement en regard de l'analyse des potentiels inscrits au sein du dispositif mais aussi et surtout en fonction du pouvoir de l'utilisateur de concrétiser ou non ces potentiels. L'expérience immersive est, dans une première partie, analysée en fonction des potentialités des modèles d'interaction (immersion, concrétisation) puis précisée, dans une deuxième partie, en fonction des capacités de l'utilisateur : son « pouvoir faire » et « pouvoir être ».

	Désaffection	Penchant	Adhésion
Modèle d'information	Expérience de l'ennui, routine	Expérience du repérage, de la réflexivité	Expérience de l'efficacité dans l'accès
Modèle d'analogie	Sentiment de déjà-vu, sentiment de non-appartenance à l'univers	Expérience de la réassurance, du confort	Expérience de l'immersion, l'appropriation d'un univers.
Modèle performatif	Non implication, expérience de l'abandon	Expérience de la contribution	Expérience de la concrétisation
Modèle de <u>co-création</u>	Expérience de la désorganisation, perte de repères	Expérience de la découverte, surprise	Expérience de la transformation, de la création

Fig. 1 - Les expériences de l'interaction en fonction de l'analyse croisée des styles d'interaction avec les modèles d'interaction

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

- Le modèle d'interaction « *comme une sémiotique-objet résultant d'une segmentation du monde comportant lui-même, en tant que macro-sémiotique, au moins un principe d'interaction* » entre « *les énergies* » (les actions configurées) « *et les matières* » (les orchestrations multimodales).
- Les styles d'interaction qui résultent « *d'un effet de champ perceptif (la prise de position d'un observateur (ici, un utilisateur) qui impose à une portion (de l'interface) un centre de référence, une profondeur, des horizons ;* »
- La relation sémiotique (la relation co-énonciative) qui « *résulte d'une activité perceptive, et d'une co-présence entre un corps percevant et une portion du monde sensible.* » (cf Caprettini, 2003, p.6-7).

- La relation naît de la « *tension entre les modes d'existence (virtuel, actuel, potentiel et réel) projetés sur les prédicats d'expérience* » et « *les modes d'expérience (devoir, vouloir, croire, savoir, pouvoir) projetés sur les prédicats d'existence* » (Caprettini, 2003, p.3)

Ainsi, l'existence virtuelle de l'expérience (contenue dans la configuration du modèle d'interaction) confrontée à l'existence sensible de l'expérience (définie par les styles d'interaction) nous renseigne sur la valorisation ou la dévalorisation de la promesse relationnelle.

De l'expérience d'immersion à sa concrétisation

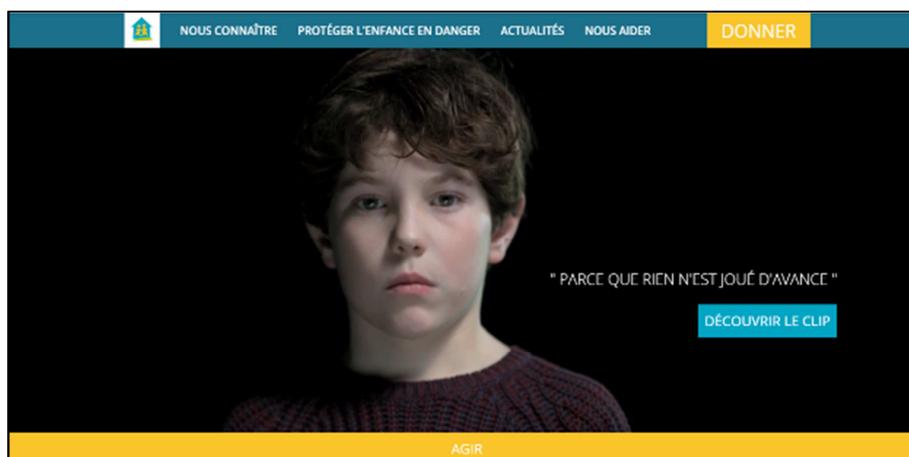
« *L'expérience [...] ne trouve son sens que dans l'immersion dans le monde. C'est un processus créateur d'objets de valeur (des connaissances, des souvenirs, des compétences, des routines, des empreintes, etc.), dont le critère décisif est l'immédiateté de la relation aux objets, aux situations, au monde en général ; il s'agit d'éprouver les choses, dit Le Robert, et toutes les variantes en diachronie le confirment : faire l'essai de, tenter et risquer, c'est, entre autres et d'abord, se confronter directement aux choses et aux faits. C'est pourquoi on peut définir l'expérience comme production et acquisition de valeurs grâce à l'immédiateté de la relation au monde.* » (Caprettini, 2003, p.3).

Jean-Jacques Boutaud décrit l'expérience d'immersion en regard des pratiques du marketing, comme étant le désir d'une société plongée dans « *l'hypermodernité [recherchant] la parenthèse "enchantée", sorte d'injonction à vivre pleinement le moment de l'expérience sensible. Plus que jamais le sens de l'expérience est guidé par la recherche de sensations, par l'immersion dans des contextes enveloppants, polysensoriels. Le régime dominant est donc celui de l'esthésie et des émotions sensorielles favorisées par synesthésie, par coopération des sens. Mais ce paradigme sensoriel s'est développé, dans notre société, à un seuil d'intensité élevé, que l'on qualifie d'hyperesthésie. Rien d'étonnant dans un contexte d'hypermodernité.* » (Boutaud, 2007, p.6).

Nous avons procédé à l'inventaire des modèles d'interaction des ONG configurés dans cette logique immersive et avons observé deux types dans les dispositifs.

Le premier type consiste en la mise en scène d'un univers comme simulacre du terrain d'action de l'ONG ou comme présentation de ses valeurs. Cette approche est configurée dans le modèle d'analogie. Ces formes de mise en scène du quotidien poursuivent un objectif d'immersion de l'utilisateur en ligne dans une atmosphère particulière liée aux enjeux de l'ONG. Ainsi, l'orchestration multimodale de l'interface permet la création d'un univers polysensoriel censé reproduire ou faire ressentir les conditions de vie ou d'actions liées à la cause de l'ONG.

L'interface d'accueil de la campagne web d'Action-Enfance (www.actionenfance.org) intitulée *L'Envolée*, met en scène les conditions des enfants isolés socialement. L'agencement de la page joue sur une structuration en unités provoquant une rencontre directe avec la seule image proposée, celle d'un enfant au centre d'un environnement sombre.



Capture d'écran 1 - Page d'accueil d'Action-Enfance (1ère image) - Campagne web *L'Envolée*

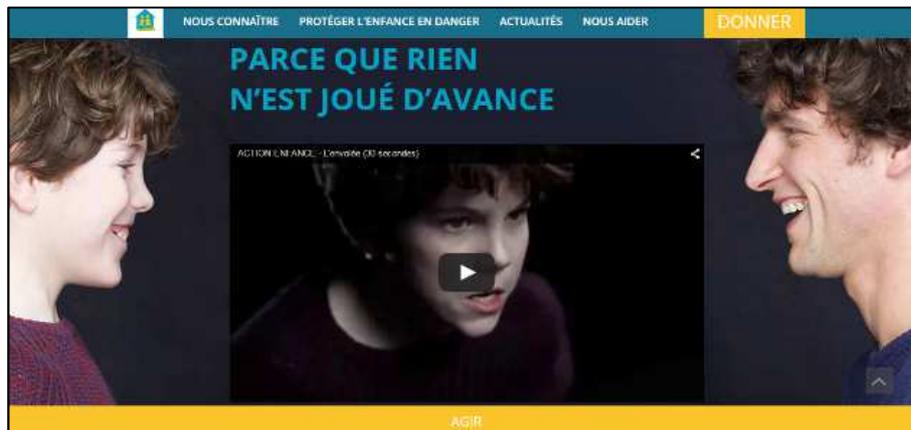
L'immersion est provoquée par un univers visuel enveloppant et intrigant, dépourvu d'alternative pour le regard : ou le noir, ou l'enfant au visage éclairé s'offrent à nous.

L'image qui, dans une première perception inattentive, semble fixe, est en fait une vidéo dans laquelle l'enfant bouge de gauche à droite très lentement et de manière répétitive. La vidéo est silencieuse. Le signe de la rencontre, proposée en première lecture, est transformé par le principe d'incommunicabilité signifié par l'attitude de l'enfant.



Capture d'écran 2 - Page d'accueil d'Action-Enfance (2ème image s'intercalant à la 1ère)
Campagne web *L'envolée*

Une deuxième image s'intercale au bout de quelques secondes présentant un point de vue en hauteur, actant une forme de distance entre notre espace et celui de l'enfant. L'enfant alors de dos, animé par ce mouvement très lent, se retrouve dans un espace théâtralisé par un jeu de lumière. Un premier faisceau lumineux marque sa position dans l'obscurité et un deuxième suggère une sortie impossible, un mur.



Capture d'écran 3 - Page d'accueil d'Action-Enfance (après visualisation du clip)
Campagne web *L'envolée*

Les signifiants de la rencontre (l'enfant seul, la lumière) sont rendus inopérants par leurs propres signifiés (le silence de l'enfant renvoyant à l'incommunicabilité et la lumière artificielle renvoyant à l'absence de sortie réelle). Les signes de présence renvoient, par relation afférente, à l'absence et réciproquement : présence de lumière - absence de sortie ; présence d'un être - absence de vie sociale (silence et mouvement lent) ; absence de lumière - présence d'une vie ; absence de son - présence d'un mouvement, marquant ainsi l'inadéquation entre l'enfant et son environnement. L'absence de son peut être considérée ici comme une modalité puisque la vidéo suppose de voir mais aussi d'écouter. Ainsi, l'orchestration multimodale - visuelle, dynamique (mouvement lent), sonore (par l'absence) - nous immerge dans l'univers mental de l'enfant afin de reproduire sa sensation de malaise. Et le mode textuel « parce que rien n'est joué d'avance » crée un rapport synesthésique ; cette citation se perçoit comme une voix, celle de l'ONG, pour la voix de l'enfant.

Le deuxième type d'immersion est proposé par le registre de l'action émergeant du modèle d'interaction performatif (cf. fig.1). Il s'agit cette fois de s'immerger par le geste et par la double concrétisation de ce geste dans le numérique et dans le réel.

Le modèle performatif est la simulation d'un espace dans lequel l'utilisateur peut influencer sur le cours de l'action proposée. La modalité textuelle, figurée par les boutons jaunes « Donner » et « Agir » et le bouton bleu « Découvrir le clip » différencie deux niveaux d'actions. En bleu, une action qui ne sort pas de l'espace numérique : l'utilisateur découvre le clip. L'utilisateur sort ainsi du dispositif immersif refermé sur le malaise de l'enfant pour rejoindre un dispositif immersif ouvert par la présentation d'une vidéo. Le clip met en scène une sortie, celle du franchissement du mur par l'enfant. L'action de l'utilisateur a symboliquement *ouvert* ce passage au sein de l'espace numérique. Les boutons bleus « Agir » ou « Donner » renvoient à des pages de sollicitation de l'utilisateur pour une participation financière ou sur le terrain. Là encore l'action de l'utilisateur permet de passer d'un univers *fermé* vers un espace *ouvert* sur le bonheur d'enfants souriants. Cette représentation de l'enfance heureuse manifeste le possible retentissement de l'implication de l'utilisateur. Cette fois-ci l'action est tournée vers le réel : il s'agit de donner pour permettre la sortie de l'enfant de cette impasse que constitue son quotidien.



Capture d'écran 4 - Page de don du site web d'Action-Enfance (après avoir cliqué sur *DONNER*)

La simulation de l'espace et la stimulation de l'expérience citoyenne par le geste permettent à l'utilisateur en ligne d'agir sur cette mise en scène. Il s'agit de « se voir faire », « se voir agir » impliquant un processus de réflexivité à l'œuvre dans les dispositifs immersifs (Boutaud, 2007).

Le pouvoir de l'utilisateur

La « communication relation » établie par la stratégie communicationnelle de l'ONG fait ainsi émerger une « combinaison d'informations » (Badillo, 2013, p.147) : l'information immersive configurée dans le modèle d'interaction d'analogie et l'information de la concrétisation configurée dans le modèle d'interaction performatif.

Nous avons analysé cette combinaison « immersion-concrétisation » sur plusieurs sites d'ONG afin d'établir une grille d'étude du potentiel de factivité du dispositif. Nous recherchons ce que la configuration du dispositif permet à l'utilisateur de vivre, et ce, en fonction du degré d'importance accordé à chacun des modèles d'interaction : d'analogie et performatif.

L'étude de cette combinaison répond à la logique relationnelle des ONG dans l'accompagnement de l'utilisateur comme donateur potentiel. L'immersion correspond aux phases *susciter l'intérêt*, *établir une relation de confiance* ; la concrétisation correspond à l'étape *faire adhérer aux valeurs, aux actions*. Cette logique relationnelle retranscrite par le dispositif se définit par une étape d'immersion : du numérique au numérique, puis une étape de concrétisation : du numérique au réel.

Ainsi enveloppé dans un univers polysensoriel, l'utilisateur ne doit pas pour autant perdre tous ses repères de la vie réelle afin que le passage à l'acte ne soit pas vécu comme une rupture mais bien comme le prolongement légitime de l'expérience qu'il est en train de vivre.

Quels sont alors les *pouvoirs*, au sens de capacités accordés par le dispositif, et le *pouvoir* au sens de puissance d'influence sur le dispositif, dont dispose l'utilisateur ?

« Pouvoir être » et « pouvoir faire »

L'expérience d'immersion configurée dans le modèle d'interaction d'analogie correspond à la capacité pour l'utilisateur d'*être*, d'exister dans un nouvel espace, d'accueillir une nouvelle représentation de soi comme *être dans l'univers de la victime* ou *être à la place de la victime* ou de l'ONG.

L'expérience de concrétisation configurée dans le modèle d'interaction performatif renvoie à la capacité de *faire*, agir sur la situation numérique ou/et réelle. Ainsi, la combinaison du modèle d'analogie et du modèle performatif est celle du *pouvoir être* et du *pouvoir faire* à partir des possibilités offertes par le dispositif et la force de chacun des modèles dans le dispositif.

A titre d'exemple, un modèle d'analogie fort associé à un modèle performatif faible implique un *pouvoir être* fort, pouvoir se figurer dans l'environnement recréé, mais avec un *pouvoir faire* faible ou inexistant, c'est à dire sans être en capacité d'agir sur l'univers dans lequel l'utilisateur est immergé.

Représenté sur le schéma tensif (Fontanille, 1998) les relations entre *pouvoir être* et *pouvoir faire* se distribuent en quatre zones identifiant les possibilités de l'utilisateur en fonction de l'intensité du modèle d'analogie et l'intensité du modèle performatif.

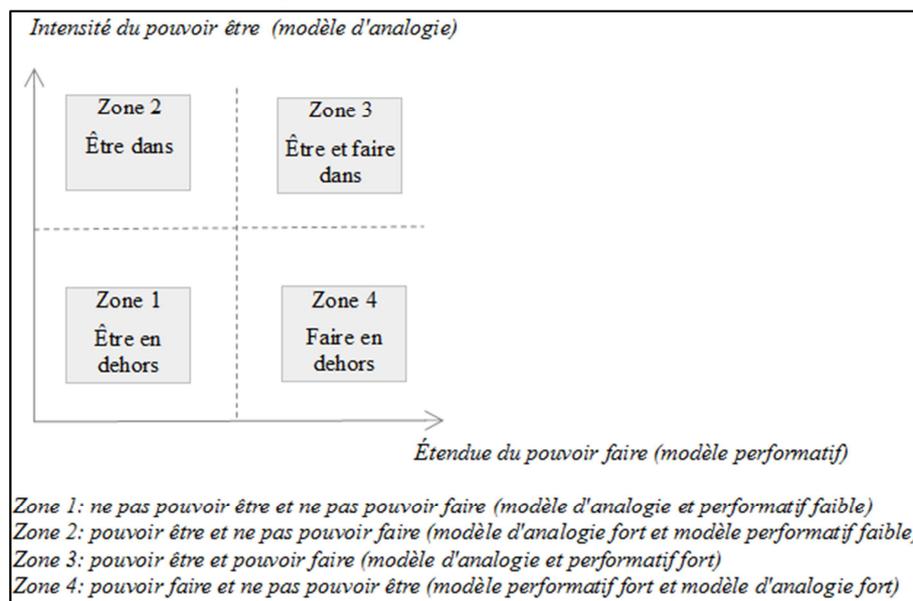


Fig. 2 : schéma tensif du « pouvoir faire » et « pouvoir être » configuré dans le dispositif numérique

Pour illustrer ces relations entre *pouvoir être* et *pouvoir faire* configurées au sein du dispositif numérique par la combinaison de modèles d'interaction, nous comparons les campagnes sur le web d'Action-Enfance (*L'envolée*), WWF (*Earthours*), Reporters Sans Frontières (*Voiceless*), Solidarités Internationales (*Devenez porteur d'eau*), Amnesty International (*SOS Europe*).

Quand l'interface d'Action-Enfance joue principalement sur le registre du *pouvoir être* (être en mesure de ressentir le malaise de l'enfant), l'interface proposée par WWF pour la campagne *Earth Hour* (<https://earthour.paris/>) illustre celui du *pouvoir faire* en proposant à l'utilisateur d'éteindre une lumière de la tour Eiffel virtuellement. L'utilisateur s'approprie une ampoule par un geste (un clic) sur la représentation du monument. La simulation du geste citoyen en faveur de l'économie d'énergie insiste sur la notion de pouvoir contenue dans l'action individuelle virtuelle : « exercez votre

pouvoir » (phrase d'accroche de l'interface d'accueil). La translation de ce pouvoir virtuel vers un pouvoir réel lors de l'événement qui eut lieu le 25 mars 2015 éteignant la tour Eiffel durant une heure est la mise en scène réelle de cette première implication dans l'espace numérique.



Le lieu d'immersion et d'action de l'utilisateur se dessine en fonction de la force de chacun des modèles (d'analogie ou performatif). En effet, si l'étendue des possibilités du modèle d'analogie est forte mais celle du performatif faible l'utilisateur sera dans l'espace numérique à vivre (*être dans*) mais s'il souhaite agir, ce sera *en dehors* de cet espace. Dans ce cas, aucune possibilité n'est configurée dans le dispositif pour concrétiser son immersion.

L'exemple de l'interface mise en place par RSF (Reporters sans frontières) pour la campagne *Voicelless* (<http://www.voicelless-eyes.com/>) illustre ce cas de figure.



L'utilisateur est invité à se représenter ce que serait l'information sans les reporters. Le dispositif propose une immersion forte par le biais d'une expérience volontaire. Une part de la configuration du modèle d'analogie est visible car l'utilisateur doit intervenir en activant sa webcam et en restant immobile le temps de la reconnaissance de son visage par le dispositif. Lorsque celui-ci a capturé la position du visage, l'expérience peut commencer.



Des images de populations victimes défilent. L'utilisateur est invité à passer sa main devant sa bouche. La détection de ce geste fait apparaître une image trafiquée occultant l'expression du crime. Ainsi, sans la voix des reporters, l'information serait biaisée.



L'utilisateur est dans l'action, immergé. Si la configuration du modèle performatif permet ici à l'utilisateur d'agir dans l'espace par le mouvement de son corps, il ne permet pas de concrétiser cette action en dehors. Il s'agit ici d'accentuer la sensation d'immersion d'être dans l'action, d'être à la place de mais sans « effets en retour sur le réel » (Fogel, Patino, 2013).

Une très forte empreinte du modèle performatif et du modèle d'analogie engage une valeur de responsabilisation plus grande. C'est le registre de l'obligation morale que développe cette stratégie. Il s'agit de *devoir faire* en étant et agissant dans l'espace (*être et faire dans*).

Amnesty International réalise une campagne sur les demandeurs d'asile et la dangerosité de leur traversée en mer : *SOS Europe* (<http://www.amnesty.fr/Nos-campagnes/SOS-Europe/Presentation>). L'immersion est orchestrée par une vidéo occupant intégralement l'écran et se déclenchant automatiquement.



L'utilisateur plonge dans les mers sombres d'une traversée clandestine. Un homme tombe à la mer. L'utilisateur est l'observateur impuissant de la noyade, jusqu'à ce qu'il soit invité à intervenir. En effet, le temps d'immersion par la vidéo est interrompu par la modalité textuelle proposant la signature d'une pétition pour l'amélioration des conditions de traversée. L'action de l'utilisateur en ligne va déclencher deux scénarios possibles.



Le sauvetage de l'homme si la pétition est signée ou la noyade en l'absence de réaction de l'utilisateur. L'utilisateur agit sur l'univers proposé et pour lequel il a ressenti le cours de l'action. Il est placé dans une situation de *devoir faire dans* l'environnement recréé.

À l'inverse, si la stratégie communicationnelle de Solidarités internationales lors de sa campagne « devenez porteur d'eau » (<http://www.votregouttedeau.org/>) contient cette promesse immersive dans l'énoncé par « devenez », les modèles performatif et d'analogie sont cependant faibles.



La configuration du dispositif est pensée au niveau de l'information et non de l'immersion. L'orchestration multimodale (vidéo, texte, boutons d'action) a vocation d'illustration de l'information. L'action de l'utilisateur est limitée à la signature de la pétition, agissant en dehors d'un environnement immersif.

On repère donc, à partir de la configuration de l'interface, quelle promesse est véhiculée par l'instance énonciative en terme de *pouvoir faire* ou de *pouvoir être* de l'utilisateur, pouvoir exercé dans ou hors de l'environnement recréé.

L'étude sémiotique permet de replacer les promesses des interfaces des sites sur le schéma tensif du pouvoir être et du pouvoir faire déterminant ainsi le potentiel de factivité du modèle d'analogie et performatif.

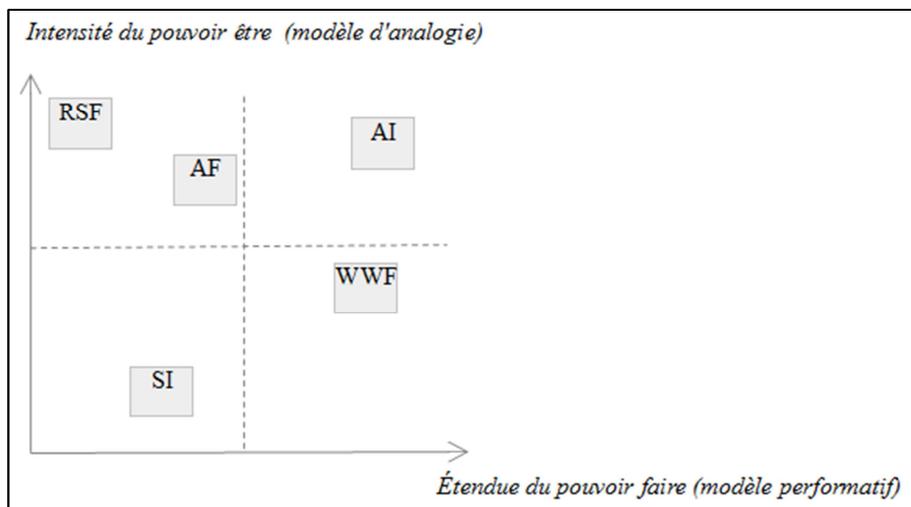


Fig. 3 - Schéma tensif du « pouvoir faire » et « pouvoir être » configuré dans les dispositifs numériques des ONG

Nous proposons ici le résumé de cette étude à partir des quatre campagnes analysées :

Organisations	Modèles d'interaction	Promesses du dispositif	Potentiel de factivité
Action enfance (AF)	Modèle d'analogie	Pouvoir être à la place de l'enfant victime	Immersion dans les valeurs d'Action Enfance
WWF	Modèle performatif	Pouvoir faire éteindre la Tour Eiffel	Concrétisation réelle de son implication dans l'espace numérique
RSF	Modèle d'analogie fort/ modèle performatif contraint	Pouvoir faire l'expérience d'être dans un monde sans information	Immersion dans l'action de RSF
Amnesty International (AI)	Modèle d'analogie fort/ modèle performatif fort	Devoir agir pour le sauvetage d'un demandeur d'asile	Concrétisation numérique de son immersion dans les valeurs de l'ONG
Solidarités internationales (SI)	Modèle performatif contraint/ modèle d'analogie faible	Pouvoir agir pour un accès à l'eau potable	Information pour agir en dehors de l'espace numérique

Pouvoir de réalisation ou de résistance

Ainsi présenté, nous avons le résultat du potentiel d'expression de la communication-relation configurée par la combinaison de modèles d'interaction. Ce potentiel est ensuite à confronter avec les parcours d'interaction des usagers. En effet, la valorisation ou dévalorisation de ce potentiel est soumise au style d'interaction de l'utilisateur, à l'intensité avec laquelle il se meut dans l'espace à vivre proposé. Le *pouvoir être* et *pouvoir faire* dans une valorisation maximale de la part de l'utilisateur aboutit à la figure passionnelle de l'empathie. Il s'agit de créer un lien fort en se plaçant à l'intérieur de la souffrance, de ce qui est éprouvé par l'autre.

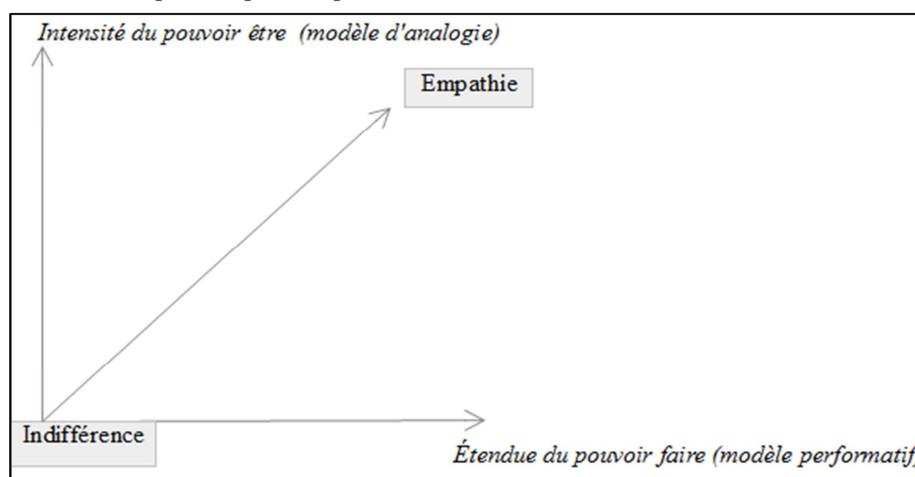


Fig. 4 - Figure de l'empathie sur le schéma tensoriel du pouvoir être et pouvoir faire

L'utilisateur a donc le pouvoir d'entrer en empathie avec ou de rester en dehors, indifférent aux causes défendues par l'ONG. Nous considérons l'importance de ce que Cécile Paganelli (2012, p.126) définit comme étant des « *stratégies individuelles* », c'est à dire des stratégies développées par les utilisateurs pouvant contourner le dispositif ou le détourner de sa finalité.

Les stratégies individuelles sont, dans le cadre de cette étude, la corrélation entre les objectifs de l'utilisateur et les moyens qu'il met en œuvre pour y parvenir. Ces objectifs sont lisibles dans le contenu des pages visitées (contenu informatif, témoignage, pétitions...) et en fonction de l'action finale de l'utilisateur (don, signature, adhésion). Les moyens mis en œuvre sont identifiés par le parcours d'interaction. Le style d'interaction contient ces contournements et ces détournements signalés par Cécile Paganelli. Notons, par exemple, que le téléchargement fréquent d'images sur les sites d'ONG est une appropriation personnelle qui peut-être à des fins de contemplation, ce qui ne correspond pas directement à la stratégie d'adhésion ou de valorisation mise en place par l'organisation. Ce type

d'usage ne rentre pas en contraction avec les valeurs mais ne répond pas directement à la promesse communicationnelle de l'ONG.

Jacques Fontanille (2008) met en évidence le principe d'ajustement, d'accommodation de la pratique au cours d'une situation en fonction de la stratégie de l'instance énonciative et Nicole Pignier souligne les possibles résistances de l'utilisateur à ces stratégies (Pignier, 2012).

Ainsi, le degré de valorisation de l'utilisateur du modèle d'interaction peut prolonger ou altérer l'expérience. La tension entre l'étendue du modèle, c'est à dire l'étendue des possibilités d'interaction, et l'intensité avec laquelle l'utilisateur valorise ce modèle, montre les catégories d'expérience sensible.

Ainsi, l'utilisateur vit l'expérience d'immersion lorsqu'il agit avec l'ensemble des possibilités offertes par le modèle d'interaction d'analogie. L'utilisateur est *dedans*, dans l'espace à vivre proposé. Un modèle d'analogie fort mais avec une valorisation faible de la part de l'utilisateur implique une submersion pour l'utilisateur. Il se retrouve *en dessous* des possibilités configurées dans le dispositif, et est ainsi submergé (conséquence négative de l'immersion) par l'univers proposé. Un modèle faible avec une valorisation forte place l'utilisateur *au-dessus*. Il émerge par rapport à la capacité réactive du modèle et peut donc être frustré du peu de possibilités offertes. Une intensité et une étendue faibles reviennent à laisser l'utilisateur *en dehors*. Il ne peut pénétrer dans un univers qui n'existe pas.

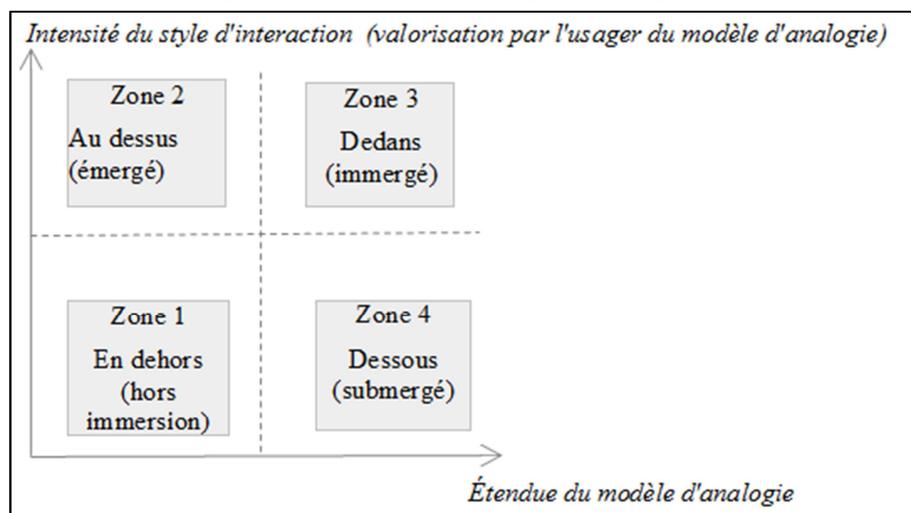


Fig. 5 - Schéma tensif de l'expérience d'immersion dans le dispositif numérique

Prenons l'exemple de l'interface de RSF, *Voiceless*. L'utilisateur s'appropriant le dispositif se retrouve à vivre une expérience d'immersion dans l'action de RSF. Nous considérons que ce modèle contient un fort potentiel (étendue du modèle). Cependant, si l'utilisateur est découragé par le dispositif à mettre en place ou n'a pas tous les outils pour être dans l'expérience (la caméra), il peut être submergé c'est à dire en dessous des possibilités du modèle. La présence du dispositif peut-être ressenti comme trop forte, trop visible pour que le processus de l'expérience ne se réalise. Si l'utilisateur décide de ne pas activer l'expérience dans sa configuration interactive du fait d'un dysfonctionnement du dispositif, d'un matériel absent (la caméra) ou par manque de temps, l'interface de RSF propose une alternative qui est le défilement des images montrant l'information réelle puis l'information trafiquée. Les possibilités d'immersion deviennent faibles ; si l'utilisateur est en attente et manifeste une intensité forte, il se situera cette fois au-dessus du dispositif et l'expérience configurée sera affaiblie.

Le même cadre de raisonnement appliqué au modèle performatif montre une expérience de réalisation au sens de concrétisation lorsque le modèle performatif est fort et que l'utilisateur en valorise les possibilités d'interaction. A l'inverse, le mode de perception de l'utilisateur peut être dé-réalisant lorsque le modèle performatif est très fort et que l'utilisateur résiste à la sollicitation. Une sollicitation trop faible de l'action de l'utilisateur peut l'inviter à sur-réaliser c'est à dire à chercher des modes d'actions autres pour pallier au manque de sensibilité réactive du dispositif. Si le modèle performatif

est faible et que l'utilisateur ne cherche pas à agir, la concrétisation ne se fait pas et reste dans un cadre irréalisable.

Le cas de la campagne sur les demandeurs d'asile (*SOS Europe, Amnesty international*) présente un modèle performatif fort. La valorisation de ce modèle permet la concrétisation. L'utilisateur se réalise alors en tant que sauveteur. Mais dans le cas d'une non-action il y a une forme de déréalisation figurée par la noyade de l'homme.

Concernant la campagne *L'Envolée* d'Action-Enfance, l'immersion forte est couplée à un modèle performatif limité. L'intensité du mode de perception de l'utilisateur peut instaurer une sur-réalisation c'est à dire une recherche vaine d'actions à réaliser sur l'interface.

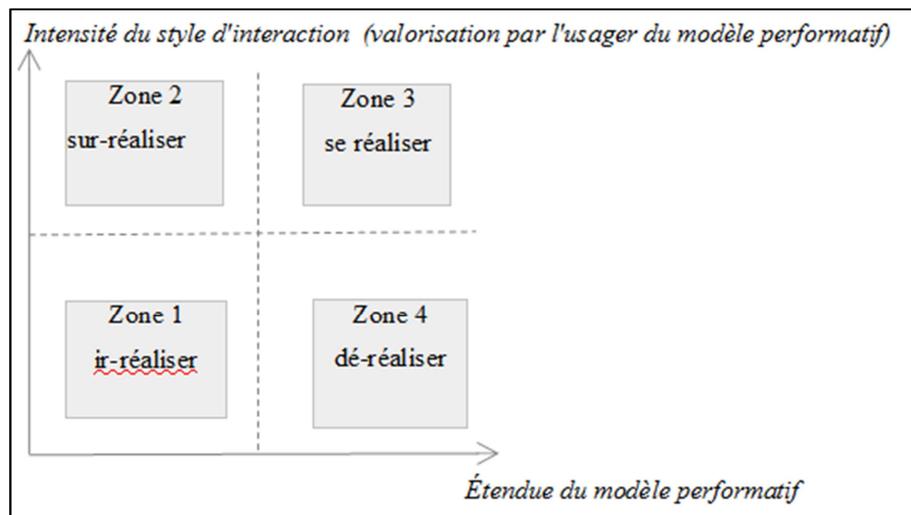


Fig. 6 - Schéma tensif de l'expérience de réalisation (concrétisation) dans le dispositif numérique

Repérer ces variations d'intensité c'est admettre le caractère mouvant de la relation entre les co-énonciateurs et les capacités de l'utilisateur à infléchir une stratégie configurée dans l'interface par la combinaison de modèles d'interaction.

Il s'agit donc de pourvoir le dispositif d'une sensibilité réactive en capacité d'accomplir la promesse relationnelle. Cette étude contribue à fournir des outils d'analyse des parcours d'interaction en évaluant le potentiel de factivité du dispositif numérique. Les possibles expériences dépendant de la configuration du dispositif mais aussi des stratégies développées par les utilisateurs, nous avons créé deux catégories d'analyse : modèle d'interaction et style d'interaction. L'analyse croisée de modèles et de styles permet d'intégrer des indicateurs sur le mode de perception de l'utilisateur (Mellot et al., 2015) à l'étude des potentialités du dispositif.

Conclusion

Cette analyse fixe les enjeux de l'expérience configurée au niveau de l'adhésion de l'utilisateur aux valeurs de l'ONG. La combinaison du modèle d'interaction d'analogie et du modèle performatif révèle des potentialités d'expérience immersive. Le modèle d'analogie est configuré pour permettre à l'utilisateur de ressentir un environnement, d'être dans cet environnement. Quant au modèle performatif, orchestration multimodale et fonctionnalité invitent l'utilisateur à agir, à concrétiser ses actions au sein de l'environnement. La combinaison du *pouvoir être* et du *pouvoir faire* configurée dans ces modèles aboutit à la fabrication de l'empathie médiée par le dispositif, en plaçant l'utilisateur en capacité de vivre et ressentir à la place de l'autre, à l'intérieur de l'environnement de l'autre. Nous pensons que les potentiels ouverts par les technologies numériques souffrent très souvent d'une inadéquation entre les promesses et les modes de perception des utilisateurs, voire de tentation d'uniformisation. C'est pourquoi la relation entre modèle d'interaction et style d'interaction nous

apparaît comme essentielle pour réaliser la rencontre entre l'ethos de l'instance énonciative c'est à dire ses valeurs morales et imaginaires (Pignier et Drouillat, 2012, p.50) et le mode de perception de l'utilisateur.

Références bibliographiques

Badillo, Pierre-Yves (2013), «Les théories de l'innovation revisitées : une lecture communicationnelle et interdisciplinaire de l'innovation ? Du modèle "émetteur" au modèle communicationnel », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° 14/1, p.19-34, [en ligne] URL :

<http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2013/Badillo/index.html>.

Beaudouin-Lafon, Michel (1997), « Interaction instrumentale : de la manipulation directe à la réalité augmentée », Actes des *Neuvièmes Journées sur l'Interaction Homme-Machine*, IHM'97.

Bonaccorsi, Julia ; Julliard, Virginie (2010), «Dispositifs de communication numériques et nouvelles formes de médiation du politique, le cas du site web d'Ideal-EU » in *Usages et enjeux des dispositifs de médiation*, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, p. 65-78.

Boullier, Dominique (2002) « Objets communicants, avez-vous donc une âme ? Enjeux anthropologiques », *Les Cahiers du numérique*, 2002/4 (Vol. 3), p. 45-60.

Boutaud, Jean-Jacques (2007), « Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible », *Semen* [En ligne], mis en ligne le 22 août 2007, consulté le 08 avril 2015. URL: <http://semen.revues.org/5011>

Caprettini Gian Paolo (2003), « Paesaggio, esperienza ed esistenza. Per una semiotica del mondo natural », *Semiotiche*, n°1/03. trad. française en ligne : http://www.unilim.fr/pages_perso/jacques.fontanille/articles_pdf/visuel/Paysagesexistenceexperience.pdf

Fogel, Jean-François ; Patino, Bruno (2013), *La nouvelle condition numérique*, Paris : Grasset.

Fontanille, Jacques (1998), *Sémiotique du discours*, Limoges : Presse Universitaire de Limoges, (collection « actes sémiotiques »).

Fontanille, Jacques (2008), *Pratiques sémiotiques*, Paris : Presses Universitaires de France.

Mellot, Sandra ; Bourdier, Tony ; Baccouche, Moez (2015), « Une nouvelle méthode de Web Usage Mining basée sur une analyse sémiotique du comportement de navigation. » *15ème conférence internationale sur l'Extraction et la Gestion des Connaissances*, Luxembourg : Hermann, Janvier 2015, p.299-304.

Merzeau, Louise (2010), « L'intelligence de l'utilisateur », *L'utilisateur numérique*, Nancy : INRIA, p 9-37.

Mitropoulou, Eleni ; Pignier, Nicole (2014), Introduction : Réinterroger les supports ? Matières, formes et corps, *Communication & Langages*, n°182, décembre 2014, p.13-28.

Paganelli, Céline (2012), *Une approche infocommunicationnelle des activités informationnelles en contexte de travail : Acteurs, pratiques et logiques sociales*, Grenoble : Library and information sciences, Université de Grenoble.

Pignier, Nicole (2012), « De l'interactivité aux interaction(s) médiatrice(s) », *Interfaces numériques*, Paris : Lavoisier, n° 1, février 2012, 232 p.

Pignier, Nicole ; Drouillat, Benoit (2004), *Le webdesign, Sociale expérience des interfaces web*, Paris : Lavoisier.