

Modes de vie durables : la stratégie des ONG sur le web

Sandra MELLOT



Colloque Albi Médiations Sémiotiques – Actes

Collection Actes

Formes de vie et modes d'existence 'durables'

sous la direction de
Alessandro Zinna & Ivan Darrault-Harris

Editeur : CAMS/O

Direction : Alessandro Zinna

Collection Actes : Formes de vie et modes d'existence durables

1^{re} édition électronique : mars 2017

ISBN 979-10-96436-00-2

Résumé. La figuration par les ONG de ce que représente un mode de vie durable engage la construction de valeurs autour desquelles se construit l'engagement des usagers. Lorsque ces valeurs sont transmises au sein de l'espace partagé du web, elles rejoignent et/ou confrontent la manière d'interagir de l'utilisateur, la forme sensible de son expérience de l'*en acte*, son expérience de « l'activité vivante » (évolutive dans l'espace numérique) et « vécue » (au moment de son interaction) (Fontanille 2008 : 26).

Pour rendre compte des relations complexes entre l'ONG, comme instance énonciative légitimée, et l'utilisateur, comme co-énonciateur pourvu d'une sensibilité perceptive propre (Landowski 2005 : 44), nous abordons : Comment l'ethos de l'ONG en tant que représentation morale au sens de mœurs, valeurs et imaginaire (Pignier 2008 : 167), est-il mis en scène et légitimé dans le dispositif numérique ? Comment le parcours d'interaction configuré dans le dispositif permet plus ou moins à l'utilisateur de partager et co-construire les contours d'un mode de vie durable ?

SÉMIOTIQUE DES INTERFACES NUMÉRIQUES, STRATÉGIE PERFORMATIVE, PRATIQUE COMMUNICATIVE DES ONG

Sandra Mellot est docteure en sciences de l'information et de la communication au CeRes de Limoges et à iRaiser, département R&D à Nantes. Enseignante à l'Université de Nantes, à l'IUT de la Roche-sur-Yon et à l'École de Design de Nantes Atlantique, elle a notamment publié « Analyser les parcours d'interaction sur le web comme expériences d'immersion : entre promesses des dispositifs numériques et mode de perception de l'utilisateur », dans la revue *Les enjeux de la communication* (en avril 2016) ; « Les dispositifs exploratoires de la ville (dé)font-ils les nouveaux explorateurs ? », pour *Sciences du design*, n°3 (mai 2016) ; « Estudios de comportamiento y Ética en el ámbito digital : definición de un método de análisis de las relaciones interpersonales », pour *MediaEthics* (en 2016) ; avec T. Bourdier et M. Baccouche, « Une nouvelle méthode de Web Usage Mining basée sur une analyse sémiotique du comportement de navigation », in *15th international conference on extraction and knowledge management* (2014).

Pour citer cet article :

Mellot, Sandra, « Modes de vie durables : la stratégie des ONG sur le web », in Zinna A. et Darrault-Harris I. (éds), *Formes de vie et modes d'existence 'durables'*, Collection Actes, Toulouse, Éditions CAMS/O, p. 399-418, [En ligne] : <http://mediationsemiotiques.com/ca_9506>.

Modes de vie durables : la stratégie des ONG sur le web

Sandra MELLOT
(Université de Limoges)

Selon Bourdieu, « [...] la magie performative du pouvoir d'instituer, pouvoir de faire voir et de faire croire ou, en un mot, de faire reconnaître [...] » (Bourdieu 1979: 5), dont les ONG sont investies, s'appuie sur un constat de défaillance individuelle dans la construction de valeurs durables pour l'existence. Les ONG apportent « des images et du sens » (Aubertin 2002: 112) à la notion de mode de vie durable et sensibilisent les individus à des formes de représentation du monde légitimant des modes d'action. La stratégie numérique des ONG est constituée par ce couple: formes de représentation du monde / modes d'action. L'instance énonciative cherche en effet à mettre l'utilisateur du site internet en contact avec les valeurs qu'elle défend afin qu'il agisse (dans l'espace numérique ou dans l'espace réel) à ses côtés.

Nous recherchons donc les formes signifiantes du durable tant au sein du langage (le dispositif numérique) que des pratiques (les usages du dispositif) (Floch 1990). Le dispositif configure un environnement numérique permettant à l'utilisateur de vivre une expérience particulière sur le site web de l'ONG. Il constitue, de ce point de vue le reflet de la stratégie de l'ONG (Bonaccorsi et Julliard 2010) à partir des différentes situations de manipulabilité proposées à l'utilisateur (Saemmer 2012). Cette expérience est médiée par une interface, la page-écran du site web, à partir de laquelle l'utilisateur pratique « un langage gestualisé » (Davallon et Jeanneret 2004: 45), invente ce qui deviendra un usage, ce qui fera « système » selon

Barboza (2014), performe ou contre-performe le parcours configuré par l'instance énonciative (Gobert et Pignier 2015).

Nous cherchons donc à savoir:

- 1 Comment l'ONG, en tant qu'instance énonciative, construit et légitime la notion de mode de vie durable au sein de son site web (la stratégie configurée au sein du dispositif) ?
- 2 Comment et dans quelle mesure le dispositif numérique permet à l'utilisateur d'investir et de co-construire le sens de cette notion (les expériences médiées par la page-écran) ?

Nous proposons dans cet article l'étude des interfaces d'accueil des sites web de deux ONG: Greenpeace et WWF (Fonds Mondial pour la Nature), deux ONG identifiées comme acteurs majeurs des préoccupations environnementales. Nous apportons des éléments de comparaisons avec l'étude du site de MSF (Médecins sans Frontières) dont les missions humanitaires se situent dans un contexte d'urgence en offrant une assistance médicale. La confrontation des différents modes d'interactions médiés par les interfaces de Greenpeace et WWF permettra de s'interroger sur l'uniformisation ou la pluralité des définitions en jeu du durable au sein de l'espace numérique. Ce questionnement sur le « durable » dans la perspective environnementale n'est pas directement lié aux objectifs premiers de MSF. Ainsi, l'analyse du site web de MSF vise à mettre en évidence les différences stratégiques liées à des objectifs de figuration du durable d'un côté (Greenpeace et WWF) et de figuration de l'urgence de l'autre (MSF). Il s'agit de repérer les éléments d'une mise en scène singulière du durable.

Nous analysons la stratégie configurée au sein du dispositif et nous interrogeons les formes de mises en scène de la notion de durable au sein de la page-écran (son orchestration multimodale) comme les potentielles expériences médiées par l'interface (les fonctionnalités activables par l'utilisateur). Ces modèles d'interaction (orchestration de la page et fonctionnalités) font de l'interface un « partenaire de l'interaction » pourvu d'une sensibilité réactive telle que définie par E. Landowski (2005). C'est « l'agencement vivant de l'acte d'énonciation » mais aussi « la manipulation et le tâtonnement qui sont propres à l'usage » (Zinna 2009: 72) que caractérisent les modèles d'interaction au sein de la page-écran. Les modèles d'interaction reflètent la stratégie communicationnelle des ONG pour apporter définitions et formes de concrétisation du durable dans un double mouvement qui va du numérique au numérique et du numérique au réel.

Pour résumer, l'enjeu de cette analyse est de définir si les modèles d'interaction médiés par les interfaces des trois ONG renvoient à une perception uniformisée de la notion de durabilité ou au contraire s'étendent à des formes perceptives plurielles ? Et ainsi, de s'interroger sur les possibilités offertes à l'utilisateur de choisir un scénario du « mode de vie durable » plutôt qu'un autre, d'investir les valeurs véhiculées par une ONG plutôt qu'une autre et de contribuer à la construction collective de ces valeurs.

1. Accéder au durable: global + local

Les modèles d'interaction procèdent d'un plan d'expression permettant la mise en scène, la figuration des valeurs de l'ONG par le biais de l'orchestration multimodale de la page-écran et d'un plan de contenu occasionnant les expériences de l'utilisateur médiées par les fonctionnalités du dispositif numérique. Nous cherchons alors quelles combinaisons de modèles d'interaction permettent de figurer le « durable » du point de vue de l'ONG ou plus exactement de donner images et sens à l'expression de « mode de vie durable ».

L'agencement des langages visuels et textuels au sein des interfaces d'accueil des trois ONG étudiées laissent percevoir une catégorie fondamentale dans la figuration de cette notion: global vs local. L'enchaînement des images et des textes sur les interfaces d'accueil des sites web analysés se fait l'écho de cette mise en tension des deux registres: paysage totalisant (embrassant un ensemble) vs photographies d'actions ciblées; actualités transversales vs actualités localisées. Nous percevons cette répartition de la figuration du local et du global sur la page d'accueil du site de WWF (*Fig. 1*). Le paysage totalisant sans point d'ancrage temporel ou géographique renvoie à la notion de global. Les liens hypertextuels annonçant les actualités se répartissent entre: figuration du global par l'information « risques sociaux et environnementaux » associée à un visuel montrant des personnages de dos dans des locaux non identifiés et figuration du local par les actualités localisées « pandathlon 2015 », « réserve de Chérine » associées à des visuels contextualisant l'information.

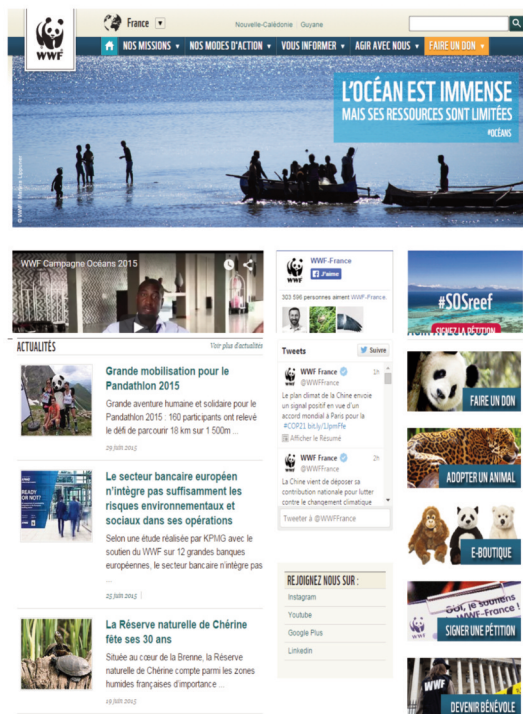


Fig. 1: Page d'accueil du site web WWF (France), avril 2015

Figurer un mode de vie durable c'est figurer une manière d'habiter le monde. L'énoncé « habiter le monde » fait cohabiter ces deux registres en tension: local/global.

« Habiter » c'est se localiser, s'inscrire dans un territoire quand « monde » renvoie à une perspective globalisante. La mise en scène d'un mode de vie durable serait la mise en scène d'une perception globale en adéquation avec l'action locale et, réciproquement, une mise en scène des actions locales agissantes sur la perception globale. Ainsi, la manière d'être à un lieu se répercute sur la manière d'être au monde. L'équilibre parfait action locale/perception globale, fait naître la relation durable à l'environnement, au monde, c'est à dire considérant « le devenir du monde ». Sa relation contradictoire induit une relation passive: aucune action (considérant que l'action est forcément localisée) naît d'aucun discours ou d'un discours localisé. Cela revient à nier ou à remettre en cause

la fiabilité du discours et l'impact de l'action. Lorsque l'action locale est associée à un discours lui aussi localisé il s'agit d'intervenir de manière ciblée pour pallier une défaillance perçue, ressentie sur le terrain dans un contexte qui n'est plus celui de la durabilité mais celui de l'urgence. La perception globale non assortie d'actions fixe la norme, le discours sans mise à l'épreuve réelle.

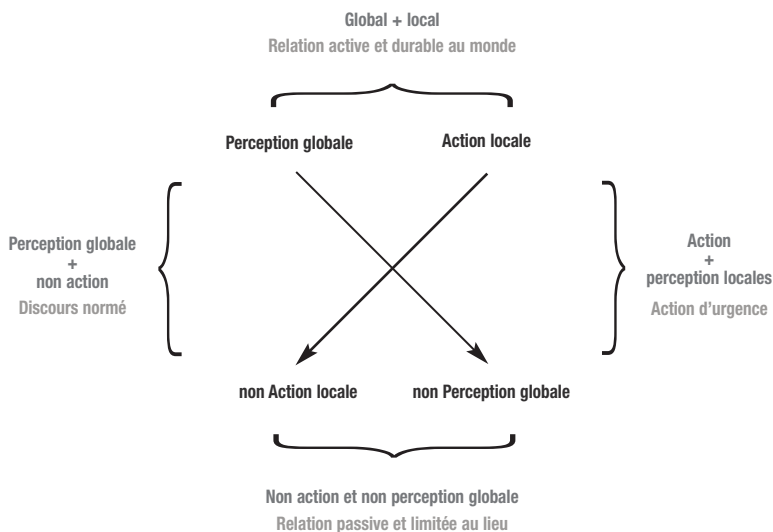


Fig 2: Carré sémiotique – Perception globale / Action locale

Le modèle d'interaction d'information rejoue dans un premier temps cette approche global/local au sein des interfaces d'accueil analysées. Le modèle d'interaction d'information est celui qui, par la mise en scène de signes cliquables sur la page écran, « donne accès à », « permet la mise en relation avec » le discours de l'ONG. Avant même que l'utilisateur ne s'engage dans la construction de son parcours de lecteur dans l'actualité, quels sont les signes annonceurs de l'expérience configurée pour lui au sein de l'interface d'accueil ? Que véhicule le signe qui va permettre cet accès avant d'être activé ? À quoi peut s'attendre l'utilisateur en le manipulant ? Une attente informationnelle est à l'origine de la manipulation d'un signe permettant un accès à l'actualité et la communication de cette information est nourrie de référents liés au système de valeurs de l'ONG. Le lien hypertexte rapproche la sphère fonctionnelle (permettant l'accès) de la sphère communicationnelle (véhiculant un contenu) (Zinna 2009). Sa

fonction première qui « est l'intermédiation utilitaire entre les usagers et l'information » (Pignie et Drouillat 2008) se double d'un langage perceptible au niveau de son agencement au sein de la page-écran. Cette jonction langage-fonction permet à l'utilisateur de percevoir les nuances des discours d'une ONG à l'autre avant même de faire l'expérience de ce discours. Considéré comme signe iconique (Pignier et Drouillat 2008; Saemmer 2011), l'hypertexte « livre par sa structure percevable une représentation de son référent d'expériences. » (Saemmer 2011: 49).

Sur les interfaces d'accueil des trois ONG les signes permettant un accès à l'actualité – se présentent sur une colonne dans le corps de la page-écran. L'utilisateur est invité à cliquer sur celui-ci s'il n'a pas d'ores et déjà choisi une rubrique par le biais du sommaire.

Ainsi, le modèle d'interaction d'information de MSF renvoie à une approche exclusivement localisée par l'intermédiaire d'une association texte-image, précisant chaque territoire d'une actualité démultipliée: Soudan, Afghanistan, Tanzanie, etc.. L'alerte du texte rouge, l'action des médecins en images, la localisation des populations en souffrance, le nombre important d'actualités identifient le référent du signe-actualité: celui de la relation de l'ONG à l'urgence.

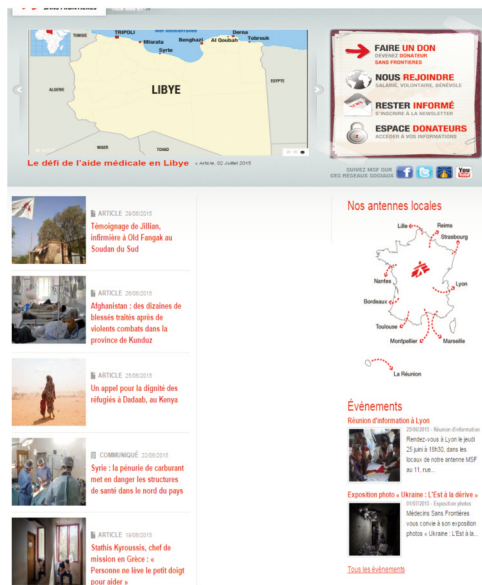


Fig. 3: Page d'accueil du site web de MSF (France), consulté en avril 2015



Fig. 4: Page d'accueil du site de Greenpeace (France), consulté en avril 2014

Le modèle d'information de l'interface de Greenpeace permet également un accès démultiplié avec cette fois une accroche exclusivement textuelle aux couleurs de son engagement. La figuration du global dans l'énoncé (au sens de thèmes annoncés sans localisation: pesticide, nucléaire, COP21) est supplantée par une perception localisée sur le texte (le regard de l'utilisateur n'embrasse pas un ensemble texte-image mais se focalise sur une série d'annonces textuelles). Le signe-actualité formé de ces textes verts situe l'approche de Greenpeace entre le durable et l'urgence, comportant le référent « action » dans sa relation au durable. Une approche active et combative présente dans les énoncés (« Action: Arrêtez les frais liés au nucléaire et investissez dans les renouvelables !») démultipliant ainsi les formules d'interpellation. Contrairement à Greenpeace ou MSF, WWF limite l'accès par l'actualité (ce qui procède d'un modèle plus auto-

ritaire), propose un équilibre local/global dans le contenu des actualités annoncées et met en avant un registre visuel esthétisant dans son modèle d'information. Le signe-actualité de WWF laisse percevoir une figuration du durable reliée à la norme apportant le référent de l'observation. Les énoncés comportent ce registre de l'observation voire de l'atténuation: « le secteur bancaire n'intègre pas suffisamment les risques environnementaux et sociaux dans ses opérations ».

2. Figurer le durable et non la catastrophe

L'analyse du modèle d'interaction d'analogie va venir conforter ces variations dans la figuration du durable. Le modèle d'interaction d'analogie consiste en la création d'un monde permettant à l'utilisateur de s'immerger dans les valeurs de l'ONG. L'orchestration de registres visuels, dynamiques et sonores recrée les conditions d'un univers polysensoriel permettant de s'imprégner voire de s'immerger, dans la forme la plus aboutie du modèle d'analogie.

La mise en place d'un univers à habiter pour servir l'énoncé « habiter le monde » revient à s'interroger sur le rapport entretenu avec le paysage, dans les images qui peuplent l'univers numérique de l'ONG. Bien que le paysage durable ne soit pas perceptible, ne soit pas figurable en soi car il est, par définition, la projection d'un devenir du paysage. Seuls les effets du non durable sont figurables sous le signe de la catastrophe, de la blessure de l'environnement. Il s'agit cependant là d'images constats qui peuvent servir à éveiller les consciences mais qui ont une portée symbolique figée à un événement.

Nous constatons que les images manifestes sont peu présentes sur le site de WWF et de Greenpeace et interviennent dans des rubriques très ciblées. Sur le site de MSF, au contraire, elles interviennent comme jalon du parcours d'interaction coïncidant avec la figuration de l'urgence en réponse à la catastrophe.

Pour évaluer le modèle d'interaction d'analogie, sa capacité à immerger l'utilisateur dans un monde, au sein des interfaces des ONG, nous déterminons la position de l'utilisateur du site face aux images de paysages.

Le paysage, dans le cadre de la figuration de la notion de durable, correspond selon nous à la figuration du « lieu-monde » (Denis Chartier 2005: 241-254), c'est-à-dire d'un espace global dont l'appropriation individuelle et collective abolit non pas les particularités mais les distances entre chaque lieu. La position de l'énonciateur par rapport au lieu-monde est ainsi double et en apparence contradictoire: à distance, pour embras-

ser la globalité de l'espace et proche dans la sensation d'appartenir à cet espace. On retrouve ici la définition du durable dans sa version local + global.

En pensant multilatéral plutôt qu'unilatéral, cosmopolitique plutôt que national, elles [les ONG] renforcent aussi un processus essentiel issu d'un concept que nous empruntons à Heidegger: le déloignement (*Entfernung*). En insistant directement ou indirectement sur le bouclage du Monde, les ONG participent en effet du nécessaire renforcement du déloignement, phénomène par lequel notre relation au Monde abolit l'espace objectivement mesurable. Ce processus est aujourd'hui essentiel car il aide à mieux penser le Monde. Il aide aussi à mener des actions que nous qualifierons de déloignées car elles abolissent l'espace objectivement mesurable. (Chartier 2005: 244)

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

En effet, si la perception naturelle comme les descriptions littéraires du paysage ne cessent d'évoquer une situation d'*embrayage*, une adhérence dans l'expérience, le panorama, objet séparé et mis à distance, suppose au contraire un *débrayage* actantiel. [...]

Cette réversibilité actantielle permet au sujet de s'orienter de la façon la plus sûre. Le panorama organise le champ de présence, imposant à l'observateur sa présence unifiance, totalisante, mais surtout, et c'est là que le retournement prend tout son sens, il lui permet de se situer lui aussi comme une localité du monde, un vis-à-vis. De la même façon qu'une perspective renvoie, comme à une toute première marque générative, au point de vue du sujet, on pourrait affirmer que le panorama place l'espace sous l'autorité de l'observateur dont la position devient un *centre de projection*. En somme, le monde se donne à lire devant moi et situe précisément ma propre place » (Beyaert-Geslin 2005: 75).

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

L'analyse de la position de l'utilisateur face à l'image du paysage proposée par l'ONG revient à s'interroger sur la figuration d'un paysage-expérience (lieu d'immersion) ou d'un paysage-existence (lieu d'accueil) (Fontanille 2003). Puis de définir si cette représentation est partagée par l'utilisateur. Ou, pour reprendre les termes de Merleau-Ponty est-ce que nous (l'ONG et l'utilisateur) « voyons ensemble le paysage », et « sommes co-présents » ? Est-il « le même pour nous deux, non seulement comme signification intelligible, mais comme un certain accent du style mondial... » ?

(Merleau-Ponty 1945). Si l'utilisateur partage ce paysage il entre en relation avec « ... quelqu'un qui vit le même monde que moi, la même histoire que moi, et avec qui je communique par ce monde et par cette histoire. » (Merleau-Ponty 1945).

Le positionnement de l'utilisateur face au paysage retranscrit dans l'image médiée par le dispositif se module en fonction de l'étendue de la figuration du lieu-monde: le paysage est-il masqué, ciblé ou ouvert ? Et en fonction de l'intensité de l'expérience avec ce lieu-monde: ce paysage est-il non vécu ? Traversé ? Ou observé ?

Les différents positionnements de l'utilisateur peuvent se résumer ainsi:

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

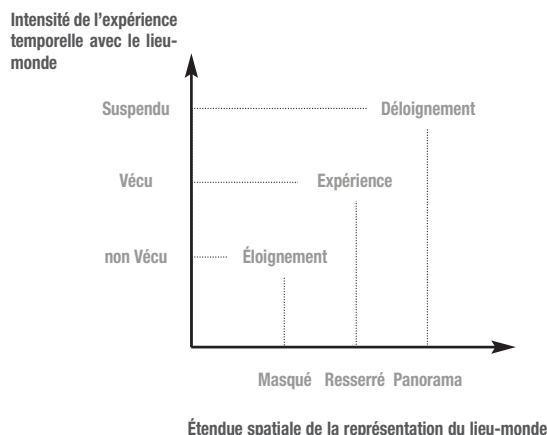


Fig. 5: Types de relation au paysage médiés par les images sur le web.

Quelle est la position de l'utilisateur face au paysage sur les sites des trois ONG ? Dans la campagne « j'agis avec MSF » (Fig. 6) le lieu de l'énonciation est effectivement déterminé par un paysage qui s'étend comme une bande annonce mais qui est obstrué, masqué par les blocs textes, vidéos

et images présentant l'action de MSF. Ces derniers sont positionnés en un espace bien distinct dans un rapport de superposition et non d'intégration au paysage. MSF se présente ainsi dans un rapport de médiation incontournable entre l'utilisateur en ligne et le lieu « éloigné » de l'action. Le paysage n'est accessible que par l'intermédiaire de MSF. Ce rapport est créé par la déclinaison du signifiant « paysage » en référent « lieu » / « contexte » qui par relation afférente renvoie au signifié « dépayçant ». C'est en effet la figuration d'un « paysage » qui « dépayse » et dont la connotation est celui de « l'éloignement ».

« L'éloignement » est signifié :

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



Fig. 6: Campagne web « j'agis avec MSF », (France), consulté en avril 2015.

Pour accéder à cet univers il faut s'en remettre au savoir, à l'expérience des Médecins sans frontières. Le premier bloc (vidéo) présente le médecin, Pierre Divanda Umba, qui, dans le même principe d'incommunicabilité que les personnages du paysage, est tourné vers son action.

L'agencement et les choix stylistiques des blocs de ce bandeau central confirment la position de médiateur référent de Médecins sans frontières. L'entourage hachuré de la vidéo (présentant le témoignage du médecin) et la taille réduite de ce bloc par rapport aux deux autres permettent de reculer cet élément par effet d'optique. Il est plus proche du paysage et plus éloigné de nous. C'est l'installation même de l'association au sein du paysage, lieu de l'action, qui est révélée par cette distorsion graphique. Le signifié « éloignement » est repris ici dans son rapport avec l'utilisateur. Le troisième bloc, la grille de dons, est visuellement plus proche de l'espace de l'utilisateur en ligne par une taille plus grande et l'absence de ce contour hachuré.

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

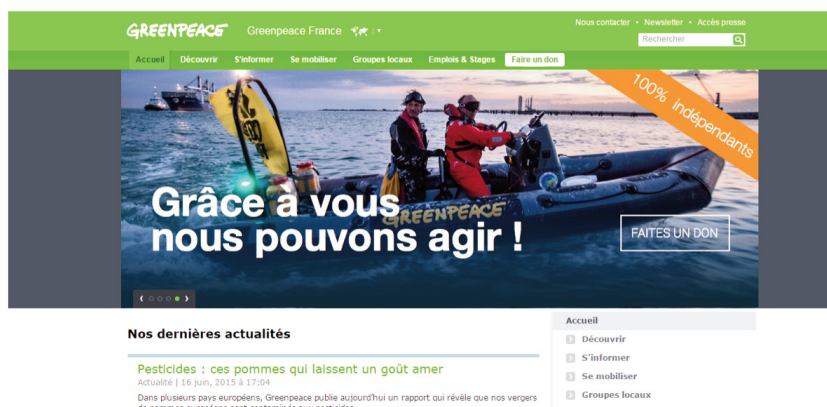


Fig. 7: Header de l'interface d'accueil du site de Greenpeace (France), consulté en 04/2015.

L'utilisateur « entre » dans le site web de Greenpeace par une image resserrée à une action sur l'océan. Le paysage est investi dans son intégralité par la figuration de l'action. Le signifiant « paysage » est cette fois porteur du signifié « expérience ». Le paysage est ici celui du terrain de l'expérience dans lequel fusionne la modalité textuelle intégrée à l'image: la modalité textuelle plaquée sur le paysage « Grâce à vous nous pouvons agir » se superpose à l'énoncé « Greenpeace » inscrit sur le bateau. Instance énonciative « Greenpeace » et usager « Grâce à vous » partagent ainsi le même terrain d'action. « Faites un don » flotte dans l'image et participe à cette représentation en fusion. Ce mode de figuration est répété dans les diffé-

rentes campagnes web de Greenpeace et, dans l'exemple suivant (Fig. 8), est renforcé par des dispositifs immersifs plongeant l'utilisateur au cœur de l'action. La relation esthétique induite par ce modèle d'analogie fort est servie par un univers polysensoriel accompagnant musicalement la descente dans les fonds sous-marins.



Fig. 8: Campagne web de Greenpeace, « les dispositifs de concentration de poissons », 04/2015

Le site de WWF, dès la page d'accueil, libère le paysage de ces marques énonciatives très présentes chez MSF et Greenpeace (Fig. 1). L'utilisateur n'est plus représenté en tant que tel sur le paysage, il est donc placé à distance, en qualité d'observateur. Devant lui, une étendue dont on ne mesure pas la fin. On n'est pas *dans* « le paysage expérience » mais *face* « au paysage étendue » dont le signifié est celui de l'immensité. Le modèle d'analogie assez faible accorde ici à l'utilisateur une position d'observateur. Le paysage est intégralement celui de l'Océan, une immensité visuelle reprise dans la modalité textuelle « l'océan est immense ». Il y a la volonté d'objectiver notre situation face à l'environnement : face à une immensité à l'échelle de l'élément naturel, face à un espace limité à l'échelle de l'occupation humaine. Une occupation humaine qui est également traduite de manière globale car non identifiable à une seule communauté (silhouettes).

3. Co-construire le durable

La mise en scène du mode de vie durable se réalise ainsi par l'intermédiaire de la combinaison des modèles d'interaction d'information et d'ana-

logie, permettant à l'utilisateur d'accéder à un discours et de s'immerger dans un paysage.

Cette combinaison engage différentes relations possibles au lieu-monde en fonction de l'intensité accordée à l'un ou l'autre des modèles. En effet un modèle d'analogie assez faible engagera une situation d'observation plutôt que d'immersion et un modèle d'information resserré délimitera une perception localisée plutôt que d'ensemble d'un événement. L'observation du local (modèle d'analogie et d'information assez faibles) implique ainsi une relation de constat avec le lieu Monde.

Une relation fusionnelle intervient avec un modèle d'analogie fort dans lequel on vit le paysage local, on le traverse ; une relation esthétique advient si l'on est en situation de vivre, ressentir un paysage global. Observer un paysage global, se rapproche de la situation du regardeur de l'œuvre d'art dans une relation esthétisante. Ces différentes combinaisons dévoilent une pluralité de mises en scène possibles du durable : une relation fusionnelle et esthétique pour Greenpeace et une relation de constat et esthétique pour WWF se révèlent dans leur stratégie communicationnelle médiée par leur site web .

Des nuances sont ainsi apportées sur le processus de construction de sens de la notion de durable. Pour WWF il semble que l'observateur d'une nature inspirante prend conscience de la grandeur, l'immensité d'un monde à conserver durablement. Pour Greenpeace, la mise en scène de l'interface d'accueil raconte une traversée impliquant une attitude combative.

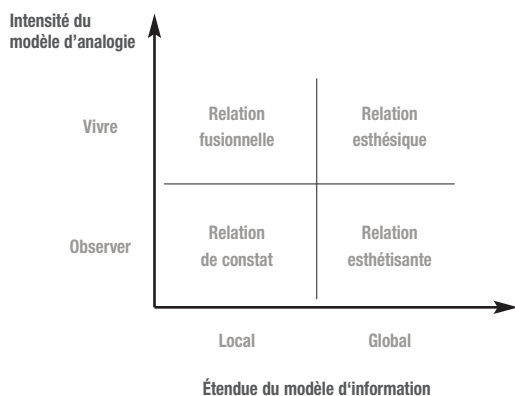


Fig. 9: Mise en scène de la relation au lieu-monde

Qu'en est-il de la place de l'utilisateur, des formes significatives de ses pratiques ? Deux dispositifs participatifs sont proposés sur la page d'accueil : « le pandathlon » (WWF), « lancez-vous un défi » (Greenpeace).

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

La page personnelle de collecte correspond à un modèle d'interaction co-créatif permettant à l'utilisateur de construire et partager son propre univers.

La déclinaison du paysage, dans les différentes étapes de création de la page personnelle de collecte, met en scène la progression du rapport de l'utilisateur-auteur au lieu-monde.

Dans une première phase, celle de la préfiguration de la page personnelle de collecte par l'ONG (Fig. 10), il s'agit d'une position d'éloignement avec un paysage masqué. Ainsi, le paysage n'existe pas sans l'intervention de l'utilisateur (qui n'a pas encore créé sa page).



Fig. 10: Plateforme de pages personnelles de collecte, Pandathlon
Site web WWF (France), consulté en avril 2015

Dans une deuxième phase, celle de la configuration de la page personnelle de collecte par l'utilisateur (Fig. 11), se crée une relation d'expérience avec

un paysage vécu. L'utilisateur insère les images correspondant à son paysage traversé ou fantasmé, liées à sa représentation des valeurs défendues lors de l'événement sportif.



Fig. 11: Page personnelle de collecte d'un usager-auteur, Pandathlon
Site web WWF, France, consulté en avril 2015

Dans la construction de la page personnelle de collecte l'instance énonciative se déplace de l'ONG vers le « l'utilisateur-auteur » de la page. Ce déplacement autorise le développement d'un discours basé sur des convictions personnelles (traduites par les images et les textes construits par l'utilisateur-auteur) et plus seulement sur l'affichage d'un discours institutionnel porté par l'ONG. L'utilisateur-visiteur de la page est introduit à la cause de l'ONG par le biais de l'expérience de l'utilisateur-auteur. Il choisit de s'engager *pour* celui qui vit et partage son expérience du lieu-monde et non plus directement pour les valeurs mises en scène par l'ONG.

Le modèle co-créatif permet ici une appropriation personnelle des valeurs de l'ONG et engage une relation plus horizontale entre les co-énonciateurs dans la situation pratique d'interaction: utilisateur-auteur de la page et utilisateur-visiteur de la page. La contribution de l'utilisateur-auteur dans la co-construction du sens du durable ajoute la dimension de l'engagement personnel et symbolique. Un engagement symbolique: l'effort de la traversée constitue le symbole de l'effort nécessaire à la préservation du paysage. La restitution de cet effort se fait majoritairement par le biais d'images esthétisantes réactivant la position de WWF sur la dimension inspirante de la nature.

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

La proposition de « se lancer un défi », sur le blog de Greenpeace "I know who grew it", est mise en scène par la fracture d'un paysage (Fig. 12) jouant les enjeux du local et du global par le registre visuel: une photographie resserrée sur une personne faisant son marché vs l'image d'une étendue agricole. On retrouve également la déclinaison information/action par le registre textuel « lancez-vous un défi »/« informez-vous ».

L'engagement n'arbore pas le caractère symbolique et éphémère (le temps d'une traversée) ni esthétique (par la restitution d'images) de WWF. Il s'agit d'un engagement performatif privilégiant le contenu de l'engagement (mode textuel) et ses effets en retour sur le réel. La co-construction de sens est limitée au choix d'un défi ou à la proposition d'un nouveau défi mais les modalités d'interaction ne permettent pas la création d'un univers propre. C'est l'expérience de la contribution qui est proposée ici, expérience relevant du modèle d'interaction performatif, modèle privilégiant le registre de l'action dont les effets sont visibles: « je donne », « je signe une pétition », « je relève un défi ».

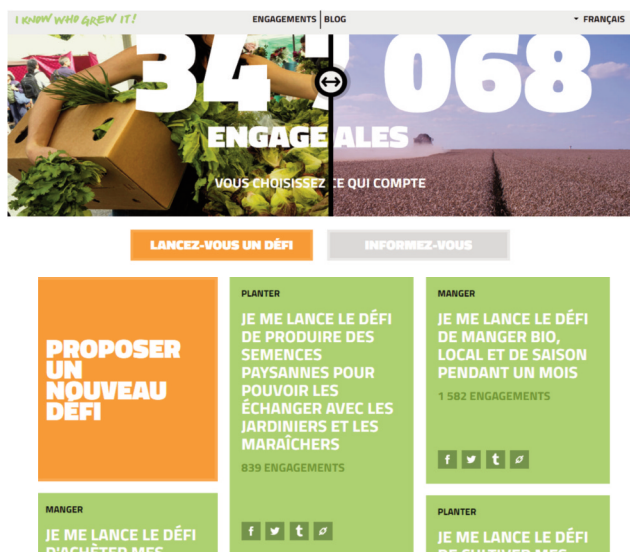


Fig. 12: Dispositif « Lancez-vous un défi »
Site web Greenpeace, (France) consulté en avril 2015.

Pour Catherine Aubertin « la sensibilisation du public à des menaces non perceptibles directement doit en effet passer par une mise en scène des symboles. Si les scientifiques ont su jouer du scénario catastrophe de la « sixième extinction de masse », ce sont les ONG qui ont su médiatiser la question, donner des images et du sens à la biodiversité et mettre en avant le terme des responsabilités personnelles et collectives ». Aubertin (2002, p.112). Nous avons donc recherché ces symboles et mis en évidence des expériences du durable médiées par les modèles d'interaction. Nous pouvons résumer ainsi les expériences proposées à l'utilisateur en lien avec la figuration et la mise en scène du durable au sein de la stratégie numérique de Greenpeace et WWF :

	WWF	Greenpeace
Modèle d'information	SE FIGURER le global	ACTER le local
Modèle d'analogie	ADMIRER le panorama	VIVRE le paysage
Modèle co-créatif	SYMBOLISER l'engagement	
Modèle performatif	PERFORMER l'engagement	

Tableau 1: Comparaison entre les sites du WWF et de Greenpeace

L'utilisateur est placé en qualité d'observateur de la nature comme œuvre chez WWF, invité à retranscrire son expérience sensible et esthétisante au sein de la page personnelle de collecte, devenant ainsi auteur. Il est placé en qualité d'acteur d'un lieu à vivre chez Greenpeace invité à participer aux défis réels.

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

Les modes de représentation se transmettent aujourd'hui par le biais des dispositifs numériques et admettent des formes plurielles en fonction de la sensibilité de l'instance énonciative. Nous avons mis en évidence la singularité de ces modes de représentation du durable. Les variantes de mises en scène sont liées à la diversité de sensibilités vis à vis d'une notion – le durable – en construction perpétuelle, car soumise autant à l'urgence qu'à la norme. Les réactions face à un événement, les avancées

scientifiques, les contraintes du local, les enjeux du global font de l'ONG une instance énonciative en équilibre mais douée d'une sensibilité propre. L'utilisateur peut alors s'orienter vers la proposition la plus adaptée à sa manière de percevoir, de vivre une forme d'engagement. De ce point de vue, la mise en scène de l'*ethos* de l'ONG au sein du dispositif numérique s'avère constructive permettant à l'utilisateur d'investir la forme qui lui convient. WWF et Greenpeace ont parfaitement intégré l'importance du dispositif numérique dans le repérage identitaire de leur organisation. Qu'elles agissent dans une même perspective, celle du développement durable, elles n'en délivrent pas moins une manière de voir le monde et une manière d'être au monde singulière. Elles construisent la définition du durable à partir d'un savoir et d'une conscience partagés mais nourrissent cette définition à partir de convictions liées à une manière propre de percevoir le lieu-monde et de vivre l'engagement.

L'élaboration de la définition du durable, de l'engagement qui y est associé est cependant limitée aux propositions des ONG. Le dispositif numérique est ici un lieu de représentation des valeurs des ONG et peu des usagers. Il n'est pas un lieu de représentativité des pluralités d'engagement, de la multiplicité des approches localisées, des voix discordantes ou complémentaires. L'adoption de modèles d'interaction appropriés à l'*ethos* de l'ONG renvoie ici à une communication de marque plus qu'à une construction collective de ce que signifie le durable. L'ONG met en scène, engage une forme de promotion éthique de sa manière de penser le durable. La collectif a, nous semble-t-il, essentiellement un rôle d'énonciateur relais : invité à pénétrer des univers par des dispositifs immersifs de plus en plus élaborés, à relayer des modes de pensée par des dispositifs performatifs de plus en plus subtils. L'utilisateur est mis en relation avec l'ONG et sa mise en scène du durable. Le risque que comporte un espace d'action global est celui de « neutraliser la singularité des lieux en les assimilant à un espace universel » alors que l'on sait que « les lieux ne peuvent jamais perdre toute singularité » (Chartier 2005). Pour conclure sur une direction possible du renouvellement des modes de représentation par le déploiement de modèles d'interaction co-créatif, nous reprenons les termes de Merleau-Ponty : « l'universalité et le monde se trouvent au cœur de l'individualité du sujet » (Merleau-Ponty 1945).

Bibliographie

AUBERTIN, CATHERINE

(2002) « De Rio à Johannesburg, les avatars de la biodiversité » in MARTIN, Jean-Yves, *Développement durable ? doctrines, pratiques, évaluations*, IRD éditions.

BEYAERT-GESLIN, ANNE

(2005) « Le panorama, au bout du parcours » in *Protée*, vol. 33, n° 2, p. 68-78.

BONACCORSI, J. ET JULLIARD, V.

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

BOURDIEU, PIERRE

(1979) « Les trois états du capital culturel » in *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 30, L'institution scolaire, p. 3-6.

CHARTIER, DENIS

(2005) « Penser le Monde sans négliger la singularité des lieux: un défi cosmopolitique pour les ONG internationales environnementales » in PINEAU & al. (éds), *Habiter la Terre. Écoformation terrestre pour une conscience terrienne*, Paris, L'Harmattan, p. 241-254.

DAVALLON, J. ET JEANNERET, Y.

(2004) « La fausse évidence du lien hypertexte. » in *Communication et langages*, p. 43-54.

FLOCH, JEAN-MARIE

(1990) *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes, les stratégies*, Paris, PUF.

FONTANILLE, JACQUES

(2003) « Lumières, matières et paysages » in *Protée*, vol. 31, n° 3, p. 17-30.

(2008) *Pratiques sémiotiques*, Paris, PUF.

GOBERT, T. ET PIGNIER, N.

(2015) « Préfiguration, configuration, figuration: dialectiques entre sens, supports et dispositifs dans le design des TIC » in *Sciences, techniques et société: Recherches sur les technologies digitales*, Paris, L'Harmattan.

LANDOWSKI, ÉRIC

(2005) *Les interactions risquées*, Limoges, Presses Universitaires de Limoges.

PIGNIER, N. ET DROUILLAT B.

(2008) *Le webdesign, Sociale expérience des interfaces web*, Paris, Lavoisier.

SAEMMER, ALEXANDRA

(2012) « Hypertexte et irradiation iconique. » in *Les Cahiers du numérique*, 7.3, p. 47-69.

ZINNA, ALESSANDRO

(2009) « À quel point en sommes-nous avec la sémiotique de l'objet? », in *MEI*, n° 30-31, p. 69-86.