

Etude sémio-rhétorique du rôle de l'hypertexte dans le discours journalistique

Alexandra SAEMMER¹

Université de Paris 8

Laboratoire Paragraphe. Paris 8

L'étude sémio-rhétorique de l'hypertexte dans un corpus de textes journalistiques fait émerger trois grands types aux délimitations fluctuantes : l'hypertexte à tendance informationnelle, l'hypertexte dialogique et l'hypertexte-figure. L'hypertexte ne se réduit donc pas toujours à la mise à disposition de preuves et autres références, mais semble parfois être utilisé par le journaliste pour argumenter une opinion ou juxtaposer des points de vue. En ironisant ou subvertissant les propos du « texte géniteur », l'hypertexte devient « figure ». En pointant vers des ressources autres que celles annoncées dans le texte « géniteur », l'hypertexte peut se transformer en outil de manipulation, qui prend des dimensions particulières grâce à la manipulabilité de l'hypertexte. Nous questionnons donc dans cet article à la fois la position du « lectacteur » (Weissberg) et de ses pouvoirs de manipulation, et celle du lecteur manipulé par l'hypertexte.

MOTS-CLÉS : SÉMIOTIQUE, RHÉTORIQUE, HYPERTEXTE, FIGURE, MANIPULATION.

The semio-rhetorical study of hypertext in a journalistic corpus gives rise to three types with unstable boundaries: a tendentially "informational" hypertext, a "dialogical" hypertext, and a hypertext that may be considered as a "figure of speech". The role of the hypertext in the corpus can thus not be reduced to providing evidences and other references; it sometimes seems to be used by the journalist to argue an opinion or to juxtapose divergent viewpoints. By ironizing or subverting the discourse of the "parent text", a hypertext becomes a "figure". Whenever it points to resources other than those announced by the "parent" text, hypertext may even be regarded as a "manipulation" tool, which takes a particular dimension thanks to the actual manipulability of the hypertext. I will therefore question in this article both the position of the "lectacteur" (Weissberg) and his powers of manipulation, and the position of the reader manipulated by hypertext.

KEYWORDS: SEMIOTICS, RHETORIC, HYPERTEXT, FIGURE, MANIPULATION.

¹ Alexandra SAEMMER est Maître de conférences en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris 8. Ses travaux de recherche qui s'inscrivent dans une approche sémiotique, portent entre autres sur la lecture du texte électronique et la littérature numérique. *Matières textuelles sur support numérique*, PUSE, 2007. Deux articles récents : « Penser la (dé-)cohérence : Le rôle de l'hypertexte dans la formation à la culture informationnelle », *BBF* 56, 5, 2011, 40-45. « De la confirmation à la subversion : Les figures d'animation face aux conventions du discours numérique », *Protée*, 23-36.

De l'argumentation manipulable à la manipulation du lecteur

Beaucoup de journaux et magazines français ont développé ces dernières années des versions hypertextualisées pour la lecture-écran. Des titres uniquement numériques (p. ex. *lepost.fr*) proposent également au lecteur des mots et images « manipulables ». Face aux changements induits par l'hypertextualisation, certains chercheurs ont avancé l'hypothèse que l'hypertexte favorisera l'émergence d'une « vérité dialogique » (Mesquita). D'autres (Rebillard) ont plutôt manifesté leur crainte que l'hypertexte renforce seulement la « circulation circulatoire de l'information » fustigée par P. Bourdieu. Le focus principal des travaux de recherche s'est déplacé vers des terrains où le renouvellement des dispositifs et des discours semblait plus manifeste, à savoir le journalisme participatif (Pélissier et alii, Rebillard/Touboul) et les bouleversements socio-économiques provoqués par le numérique (Dolbeau-Bandin). Pourtant, la pratique de l'hypertexte a évolué ces dernières années : non seulement en fonction des nouveaux outils d'écriture et de leurs « prescriptions » (Jeanne-Perrier), mais également en ce qui concerne le potentiel signifiant.

De décembre 2010 à avril 2011, nous avons constitué un corpus de 50 articles de presse en ligne² et analysé de façon précise 25 de ces textes. Au lieu de considérer l'hypertexte comme un outil de circulation entre des documents, nous avons approché les liens en termes de « réception d'objets culturels » (Jeanneret/Davallon). Nous avons pu constater que les pratiques d'écriture hypertextuelle se sont diversifiées, s'inscrivant désormais dans trois grands registres : l'hypertexte informationnel, l'hypertexte dialogique et l'hypertexte figure.

Si l'hypertexte journalistique joue indubitablement un rôle de contextualisation et de « news guide » (Hall), ce guidage vers un texte relié est rarement neutre : chaque lien est à la fois trace et anticipation d'usages (Jeanneret/Davallon) ; il a une fonction « déictique » et herméneutique, résultant d'une interprétation par le journaliste de la relation entre son article et le texte relié. Chaque argumentation repose, comme l'indique P. Breton à la suite de C. Perelman, sur une restructuration du réel. Dans l'hypertexte « argumentatif » sur lequel sera mis le focus principal de cet article, la relation entre l'article (appelé ici « texte géniteur ») et le(s) texte(s) à consulter par click (appelés « texte(s) relié(s) ») est utilisée par le journaliste pour soutenir, nuancer ou dialectiser une prise de position. Dans d'autres articles, l'hypertexte ne sert pourtant pas seulement à persuader le lecteur de la validité d'un point de vue ou à juxtaposer plusieurs opinions. En subvertissant les propos du texte géniteur, l'hypertexte « figure » met au défi les attentes du lecteur. Enfin, tout hypertexte est aussi un « outil » manipulable grâce au caractère iconique des gestes de manipulation mobilisés. Dans certains exemples de notre corpus, l'accent est mis sur le geste de manipulation en relation avec le potentiel signifiant du texte, de sorte que se crée « presque » un simulacre de référent.

2 L'article étant considéré comme unité textuelle au sens traditionnel.

L'écran quitte sa fonction classique d'« écran d'action » pour devenir « écran de simulation » (Lancien). Entre jouabilité et immersion, l'anticipation d'usage d'un tel hypertexte peut se déplacer du persuader vers le plaire ; les occurrences – quoique encore rares – annonçant un potentiel « immersif » de l'hypertexte, posent la question des conséquences d'une telle implication physique et psychique du lecteur dans le contenu journalistique.

Quand hypertextes informationnels, dialogiques et figures se mélangent dans un même article, qu'advient-il en effet du « contrat de communication » qui, dans le cas de l'information journalistique dans son acception traditionnelle, suppose qu'on tende le plus possible vers un regard objectif (Breton) ? Notre étude semio-rhétorique de l'hypertexte dans le web-journalisme pose donc non seulement la question du « lectacteur » (Weissberg) et de ses pouvoirs de manipulation, mais aussi celle du lecteur manipulé.

Le choix des 25 articles du corpus dans *lexpress.fr* (13 articles), *marianne2.fr* (7 articles) et *lepost.fr* (5 articles) s'explique par une utilisation particulièrement fréquente de l'hypertexte dans ces trois médias ; les textes géniteurs sélectionnés relèvent surtout du commentaire, de l'interview et de l'analyse. Afin d'assurer la faisabilité de notre projet, nous avons seulement exploré les liens de niveau 1 (du texte géniteur vers le texte relié, sans explorer les liens que le texte relié propose à son tour). Ce choix méthodologique se justifie par notre objectif, qui ne consistait pas à travailler sur les usages réels de ces textes (chaque texte relié peut en effet devenir à son tour texte géniteur), mais à émettre des hypothèses sur leur potentiel signifiant.

Nous avons d'une part examiné chacun des 233 hypertextes dans son contexte restreint (la phrase) et, en ayant recours aux résultats d'études menées ces dernières années sur les pratiques de lecture numériques (voir note 3), nous avons établi pour chaque hypertexte un catalogue d'attentes possibles du lecteur. L'analyse du texte relié nous a ensuite permis d'évaluer si la relation entre l'hypertexte dans son contexte rapproché et le texte relié répondait potentiellement à ces attentes. A émergé progressivement une catégorisation des anticipations d'usages de ces hypertextes. D'autre part, les hypertextes ont été examinés dans leur contexte plus large ; une analyse détaillée de chacun des 25 articles (voir exemple ci-contre) nous a permis de circonscrire des actualisations possibles du potentiel signifiant de chaque relation entre texte géniteur et texte relié dans le contexte global de l'article. Cette phase d'analyse, plus systémique, a fait émerger le caractère partiellement relatif de notre typologie en fonction d'un contexte plus élargi (qui s'accentuerait encore si nous prenions en compte la situation de lecture réelle).

La typologie proposée ci-contre a donc avant tout une valeur heuristique : elle révèle un potentiel d'usages – potentiel qui se réalise partiellement ou entièrement dans une situation de communication. La diversité des relations entre textes géniteurs et textes reliés tissées par le journaliste en fonction des contextes, sera d'abord montrée « en acte », à partir d'un article analysé en détail ; se dessinera progressivement notre proposition de typologie qui, dans un deuxième temps, sera présentée de façon systématique à partir d'exemples segmentés du corpus.

Analyse en acte d'un exemple du corpus (article n° 21³)

Cette interview menée par *lexpress.fr* avec un avocat en droit du travail, est consacrée à l'affaire John Galliano, et plus particulièrement à la question de savoir si Dior avait le droit de licencier le créateur de mode pour ses propos racistes tenus dans un bar. « Dior va licencier le créateur John Galliano, accusé de propos racistes », annonce l'article. Le texte relié par lien fournit les raisons plus précises de cette accusation ; plusieurs personnes citées condamnent les agissements de Galliano. Un lien sur le nom de l'avocat interviewé, Me Rocheblave, mène vers le blog de celui-ci, montre ses fonctions et donne du fondement à son autorité.

Les hypertextes suivants ont été posés sur les paroles de l'avocat : L'avocat explique que « dans le cas de l'affaire Galliano, les conséquences des propos du créateur dépassent le cadre personnel », et peuvent donc être prises en compte dans une procédure de licenciement. Le texte relié, qui a déjà été convoqué par le premier lien de l'article, explique pourquoi l'affaire dépasse le cadre personnel, et donne du fondement à l'argument de l'avocat.

Selon l'interviewé, c'est aussi « le fait qu'une égérie de la marque affirme publiquement son profond désaccord avec le créateur de Dior » qui confirme le caractère public de l'affaire ; le texte donne les raisons de ce désaccord et révèle l'identité de l'égérie, Nathalie Portman.

L'avocat dresse ensuite une liste d'actions pouvant provoquer un licenciement ; il cite à nouveau les « propos racistes ». Cette fois-ci, l'hypertexte dialectise cependant les propos de l'interviewé : d'un côté, le texte relié revient brièvement sur les propos racistes tenus ; d'un autre côté, il montre que Galliano avait élu le métissage comme philosophie de son travail créatif. Alors que l'avocat n'évoque que des principes purement juridiques, ce texte relié prend donc partiellement position pour Galliano et subvertit les propos de l'avocat. Pratique de subversion qui pose des questions déontologiques multiples, dans la mesure où l'hypertexte est inséré dans une interview.

Le dernier lien est posé sur une question du journaliste : la maison de couture avait-elle le droit de licencier Galliano alors qu'il est « présumé innocent » ? Le texte relié déplace à nouveau le focus de l'aspect juridique vers l'aspect humain : les milieux de la mode cités dans le texte relié évoquent d'une part le manque de témoins lors de la scène du bar, et d'autre part l'ouverture d'esprit générale du créateur.

Alors que l'interview se fait donc sur un ton « neutre » et offre un décryptage du cas Galliano d'un point de vue strictement juridique, certains liens hypertexte dialectisent le débat et jettent un trouble sur la condamnation de Galliano : ils livrent des arguments pour une « présomption d'innocence » que l'article principal n'aborde pas. Le lecteur du seul texte géniteur pourrait croire que la culpabilité de

3 http://www.lexpress.fr/emploi-carriere/emploi/dior-peut-il-licencier-galliano-pour-des-propos-racistes_967671.html

Galliano est clairement établie. Les hypertextes minent cette certitude de l'intérieur. Une typologie des hypertextes repérés dans notre corpus nous permettra maintenant de circonscrire avec plus de précision les traces et anticipations d'usages qui émergent dans cet article.

Typologie des hypertextes

1. Promesses tenues : L'hypertexte à tendance informationnelle

En 2007, nous avons affirmé que chaque hypertexte était une « promesse de sens ». Ne faudrait-il pas plus précisément dire que chaque hypertexte est une promesse d'information ? Lors d'une étude par questionnaire menée à l'université Lyon 2, nous avons constaté que pour la majorité des 600 sujets interrogés, la navigation sur Internet est associée à un travail de recherche d'« information »⁴. Les étudiants affirment attendre de l'Internet la mise à disposition de contenus à caractère informationnel, rendus immédiatement accessibles par lien hypertexte. La tendance à investir le lien hypertexte d'une telle attente informationnelle a été explicitée par Paul Gilster dès 1997 : en donnant la possibilité d'établir instantanément des liens vers des banques d'information, l'hypertexte crée l'attente que les idées hyperliées se trouvent toujours justifiées par des « témoignages » ou des « preuves ». Se pose donc en effet la question de savoir si tout hypertexte n'est pas spontanément investi d'une « présomption d'information » par le lecteur. Nous verrons plus loin que certains journalistes semblent en tout cas exploiter cette présomption en proposant des textes reliés truqués ; comptent-ils sur le fait que le lecteur fera confiance au « sérieux » du lien sans forcément vérifier ? La présomption d'information, couplée à l'utopie d'un échange de rôles entre lecteur et auteur via l'hypertexte « manipulable » à l'écran, ouvre ainsi une porte à la manipulation du lecteur. Certes, comme l'indique très justement Philippe Breton, une information n'est jamais « objective ». Notre but n'est donc aucunement de dresser des frontières immuables entre ce qui relèverait d'un hypertexte informationnel ou dialogique, mais plutôt de proposer une échelle de valeurs, et de faire pointer le curseur vers une *tendance* : ainsi, un hypertexte sera appelé à *tendance* informationnelle lorsqu'il semble constituer la trace d'un *souhait* d'objectivité de la part du journaliste, qui répondrait à l'attente du lecteur de pouvoir « vérifier » l'information (voir Wolton, 21). Cette définition repose donc plutôt sur un contrat de communication qui tend vers un regard objectif, que sur une objectivité véritable : par exemple, quand le lien permet au lecteur de consulter la définition présumée neutre d'un terme dans *Wikipédia* (article n°13) ; lorsque le journaliste relie son affirmation à une dépêche AFP résumant en style quasi télégraphique un événement (n°14) ; lorsqu'il renvoie à des statistiques (n°12) ou à une illustration à caractère documentaire (n°22).

4 Etude menée entre 2005 et 2006, dirigée par Claire Béliisle. Résultats recueillis et analysés par Claire Béliisle, Eliana Rosado (LIRE [Lyon 2- CNRS]) et par l'auteur de cet article (rapport détaillé sur <http://lire.ish-lyon.cnrs.fr/spip.php?rubrique88>).

De l'information vers la persuasion

L'« hypertexte informationnel » est mis en œuvre par le journaliste pour fournir des preuves, des données « vérifiables ». L'hypertexte persuasif sert plutôt à soutenir, justifier ou expliquer une *opinion*. Dans l'« hypertexte-autorité » (10 occurrences), un texte relié est ainsi mobilisé afin de donner une crédibilité supplémentaire à l'argument avancé dans le texte géniteur. Dans l'article (n°17) de *mariannez.fr* par exemple, le journaliste avance que l'insécurité a augmenté dans les hôpitaux. Pour donner du fondement à cet argument, il renvoie vers un rapport sur le site de l'ONVH, autorité reconnue dans le domaine. L'« hypertexte-analogie » (16 occurrences) est utilisé pour convaincre en posant des événements comme comparables. Dans l'« hypertexte-explication » (27 occurrences), la présentation des faits par le texte relié permet de majorer ou d'expliquer certains aspects du texte géniteur, et de donner plus de fondement à l'argument de base. Selon le journaliste de *lexpress.fr* (art. n° 20), « personne ne doute que MAM a été affaiblie par ses multiples bourdes ». Le texte relié retrace les événements autour de l'ancienne ministre Michèle Alliot-Marie. Le titre à lui seul, « Les bourdes de MAM », situe clairement cet hypertexte du côté de l'argumentation.

Comme outil d'argumentation, les hypertextes-autorité, -analogie, ou -explication ont une efficacité certaine : en se donnant l'apparence de la preuve, ils justifient ; en développant un aspect particulier, ils resserrent le débat. En revanche, une telle argumentation peut éventuellement sembler monolithique.

2. Débats d'idées : L'hypertexte à tendance dialogique

L'« hypertexte dialogique » (44 occurrences) remédie à cette impression : en faisant intervenir arguments et contre-arguments, il complexifie le point de vue avancé dans le texte géniteur. La construction de la « vérité » semble en effet pouvoir devenir, au moins en partie, dialogique.

Le texte géniteur d'un article de *lexpress.fr* (n°1) affirme par exemple que « la question que se posent désormais tous les économistes est de savoir quand la Chine détrônera les Etats-Unis et deviendra le maître du monde ». La croissance économique en Chine paraît constituer une évidence à la seule lecture du texte géniteur. Le texte relié pointe cependant la pauvreté de certaines couches de la population chinoise, et nuance le propos.

Dans le journalisme, l'hypertexte dialogique semble parfois investi de l'espoir de pouvoir mettre en branle la « prétention de vérité » caractéristique de certaines formes de la presse d'opinion : les hypertextes deviennent porteurs des notions de contradiction, de fragmentation, de débats d'idées et de pluralisme. Selon l'ancien président de Reuters New Media, Andrew Nibley, un tel hypertexte dialogique répondrait notamment aux attentes des jeunes lecteurs, qui « ne veulent plus qu'on leur dise comment penser » : le public attendrait désormais du journaliste une attitude consistant à résister aux interprétations manichéennes et idéologiques de la réalité et à proposer des traitements beaucoup plus précis, distancés et affinés des événements médiatisés.

L'hypertexte dialogique s'inscrit ainsi dans l'imaginaire d'un Internet comme espace non hiérarchisé, où les opinions se juxtaposent et se croisent, et qui offre au lecteur la possibilité de se forger une opinion personnelle « en connaissance de cause ». Cependant instaure-t-il souvent une relation assez ambiguë avec la parole de l'autre, entre adoption et distanciation. Parfois, un ou plusieurs arguments avancés dans le texte relié sont repris dans le texte géniteur et convergent vers une prise de position forte (n° 22) ; parfois, le texte relié dialectise le texte géniteur sans que cette dialectisation laisse une trace dans l'article de départ : le lecteur peut avoir du mal à situer les intentions du journaliste, entre adoption et prise de distance (n° 1).

C'est l'une des raisons pour lesquelles, dans beaucoup de typologies de liens (voir entre autres Charnay), l'hypertexte dialogique est considéré comme un « détournement » de ses fonctions « initiales », « informationnelles », qui est susceptible de mettre au défi les attentes du lecteur. Se dessinerait ainsi dans l'« hypertexte dialogique » un potentiel signifiant qui rappelle celui de certaines « figure de style ».

3. Subversions, manipulations ? L'hypertexte-figure

Nous définissons donc l'hypertexte-figure comme une trace et une anticipation d'usages où la relation entre texte géniteur et un texte relié met au défi les attentes du lecteur. Cette divergence entre les attentes et l'état réalisé sur l'interface numérique, peut avoir comme but de surprendre, de questionner, voire de tromper le lecteur ; le couplage inattendu entre texte géniteur et texte relié en fonction des contextes peut provoquer l'étonnement, le sursaut critique, l'incompréhension, voire le rejet.

La « figure » s'est rapidement imposée pour désigner certains phénomènes de sens inattendus émergeant lors de la lecture d'un hypertexte (Clément, Pignier, Bouchardon, Saemmer). Entre l'hypertexte informationnel et l'hypertexte-figure, cette divergence d'avec les attentes du lecteur s'est peut-être creusée progressivement ; les frontières entre les types restent néanmoins floues, dépendant fortement des contextes d'actualisation d'un hypertexte précis.

Dans l'« hypertexte ironisant », le couplage entre texte géniteur et texte relié en fonction des contextes ne semble plus fondé sur une addition des significations potentielles, comme par exemple dans l'hypertexte-explication, mais sur une relation négative. Un article du *post.fr* (3), consacré au duel Dominique Strauss-Kahn - Nicolas Sarkozy pour la Présidentielle en 2012, débute d'une façon qui pourrait faire croire en une éventuelle sympathie du journaliste pour l'actuel président. « Surprise, lundi, lors du discours du G20/G8 avec vœux au corps diplomatique incorporés : Nicolas Sarkozy, circonspect, posé, pédagogique (voire pontifiant), mesuré et précautionneux, s'abstient de toute annonce spectaculaire ou effets façon Superman. On n'a pas l'habitude », écrit-il. Le lecteur pourrait s'attendre à une photo prouvant la sérénité de Nicolas Sarkozy lors de son discours au G 20 ; mais

au lieu d'un hypertexte informationnel, est proposée une caricature du président qui renverse complètement le sérieux de la posture « sereine » : le photomontage montre Nicolas Sarkozy à la place de Louis de Funès, dans le film *L'Aile ou la cuisse*. La signification des adjectifs caractérisant Nicolas Sarkozy dans le texte géniteur se renverse.

La frontière entre ironie et manipulation (dans le sens de tromperie) n'est pas toujours facile à établir. Dans les deux cas, l'hypertexte mène vers un texte relié qui ne correspond pas à ce qui a été annoncé par le texte géniteur. Alors que l'intention du journaliste utilisant l'hypertexte ironique semble néanmoins plutôt se situer du côté de la critique ou du clin d'œil (mais cette affirmation reste une question de points de vue), *la volonté d'abuser de la présomption d'information du lecteur semble manifeste dans l'exemple suivant*. Analysant le choix des candidats pour l'émission « Paroles de français » avec Nicolas Sarkozy, le journaliste du *post.fr* (n°12) rappelle certains détails concernant les candidats de l'année précédente. Les propos d'une jeune auto-entrepreneuse auraient été très complaisants : « on apprenait par la suite qu'elle était fan de François Fillon. » Dans l'article relié, le lecteur apprend pourtant que la femme conteste fermement être fan de Fillon. Elle dénonce une manipulation médiatique que le journaliste du *post.fr* n'a pas hésité pas à perpétuer. Jeux de cache-cache frôlant la diffamation, contre laquelle le journaliste se « prémunit » partiellement en insérant un lien hypertexte.

4. Le rôle du geste de manipulation

Nous proposons maintenant d'approfondir ces réflexions sur le lecteur « manipulé » dans l'hypertexte « manipulable » en examinant brièvement le couplage entre texte et manipulation gestuelle. La manipulabilité de l'hypertexte a parfois été interprétée comme une « interactivité » donnant au lecteur la possibilité de modifier le texte (voir Landow). Cette conception de la manipulabilité à la fois surestime et sous-estime le rôle du geste. Le terme de « signe passeur » a donc été forgé par Yves Jeanneret et Emmanuel Souchier, entre autres pour « prendre au sérieux ce que signifie une nouvelle forme de lecture gestualisée ».

Nous proposons de définir tout texte manipulable comme un « couplage pluri-code ». Ce couplage est composé d'un signe linguistique : par exemple un mot, et d'un signe iconique : un enchaînement de gestes effectué dans une attente. L'activation d'un hypertexte se caractérise par l'enchaînement d'un geste d'appui et de relâchement consécutifs, brefs, et non répétitifs. Nous voudrions avancer l'hypothèse que le lecteur reconnaît cet enchaînement de gestes parce qu'il l'a, par exemple, déjà expérimenté en appuyant sur le bouton d'un appareil électrique, d'un commutateur (voir définition du « type » chez Klinkenberg, 285). Certains enchaînements de gestes effectués dans les environnements numériques, comme l'activation d'un hypertexte, constituent donc le signi-

fiant d'un signe iconique, qui est appelé ainsi à cause de sa faculté de livrer une représentation de son référent d'expérience par sa structure perceptible. Le signifié du signe iconique ne se démarque guère du référent d'expérience, renvoyant dans le cas de l'« activation » à des idées de déclenchement et de réactivité instantanés.

Il ne faut pas sous-estimer le rôle de l'iconicité dans la manipulation d'un texte hypertextualisé : grâce à elle, tout hypertexte donne l'impression d'être un outil manipulable, qui ne connaît que les états de 0 : éteint, et de 1 : allumé. L'iconicité de la manipulation contribue ainsi, comme le formule Bertrand Gervais, à inscrire l'hypertexte « dans une logique de la révélation, de l'apparition de vérités » qui forge depuis des décennies les attentes du lecteur concernant le résultat de la manipulation. Nous avons discuté ces attentes plus haut lors de l'établissement de notre typologie.

Dans la plupart des exemples de notre corpus, le signifié du signe iconique renvoie à des idées de déclenchement, de réactivité instantanés. Même si cette iconicité oriente peut-être les attentes vers une « révélation de vérités » (Gervais) et non pas vers une juxtaposition dialogique de points de vue, le lecteur ne s'attend certainement pas *toujours* à ce que l'activation agisse sur l'état de l'objet ou de l'activité désignés. Dans certains cas, l'iconicité de la manipulation agit néanmoins sur le texte de sorte que se crée presque un simulacre de référent. « Pas question d'aborder les thèmes sensibles des droits de l'homme ou de la sous-évaluation du yuan », écrit le journaliste de *lexpress.fr* (n°1) pour résumer l'entrevue entre Nicolas Sarkozy et le Président chinois Jintao. Non seulement, le journaliste aborde pourtant la question passée sous silence entre les deux chefs d'Etat (hypertexte-figure). En cliquant, le lecteur devient lui-même acteur dans ce processus en « abordant » littéralement et physiquement la question taboue. Le mot « aborder » renvoie, dans ce contexte, à l'idée d'entamer, d'approcher un sujet ou un événement. Les thèmes des droits de l'homme sont qualifiées de « sensibles », adjectif évoquant l'idée d'un ressenti de sensations face à des facteurs extérieurs. Le signifié du signe iconique de manipulation renvoie à des idées de déclenchement, de réactivité instantanés. Grâce à sa manipulabilité réelle, cet énoncé hypertextualisé peut donc en effet donner l'impression au lecteur d'aborder lui-même, par son appui sur des « points sensibles », les thèmes tabous entre les deux chefs d'Etat. L'iconicité apportée par l'enchaînement des gestes d'activation, donne une dimension très corporelle à l'acte d'« aborder ». La relation entre le texte géniteur et le geste de manipulation se charge d'un potentiel que l'on pourrait qualifier d'immersif, parce qu'il implique de façon signifiante l'expérience corporelle du lecteur⁵.

5 Dans un sens littéral, l'immersion est une expérience corporelle, qui implique la projection d'un corps virtuel, ou même la participation d'un corps actuel (Ryan).

Ces couplages entre gestes de manipulation et textes annoncent donc, certes encore timidement (2 occurrences), une anticipation d'usages avec implication du corps du lecteur qui pourrait trouver son aboutissement dans les « immersive news » (Nolan), plongeant le lecteur dans les événements relatés par interaction physique et la simulation multimédia, et dans lesquels s'opérerait donc un glissement de l'« écran d'action » vers « l'écran de simulation » (Lancien). La diversification des gestes de manipulation sur les nouveaux dispositifs écraniques comme le i-pad pourrait favoriser cette évolution. L'immersion corporelle du lecteur aurait certainement l'avantage de provoquer un surplus d'empathie, mais comporte aussi certains risques : celui de fasciner le lecteur au lieu de l'informer, celui d'une « ludification », voire d'une « fictionnalisation » des faits relatés. C'est sans doute la raison pour laquelle l'exploration du caractère iconique du geste de manipulation dans le sens de la création d'un simulacre de référent, est exploré par les journalistes dans les médias observés avec beaucoup de prudence. Dans les publicités juxtaposées aux contenus journalistiques, il déploie en revanche sans retenue son potentiel immersif.

Corpus de sites consultable à l'adresse :
<http://www.alexandrasaemmer.fr/textes-corpus.doc>

RÉFÉRENCES

- Breton, P. (1996). *L'Argumentation dans la communication*. Paris : La Découverte.
- Bouchardon, S. (2007). « *L'écriture interactive : une rhétorique de la manipulation* ». In : H2PTM'07, éd. Saleh, I. et alii. Paris : Hermes-Lavoisier, p.155-170.
- Charnay, D. (1994). « *The effect of hypertext on processes of reading and writing* ». In : Literacy and computers : The complications of teaching and learning with technology, éd. Hilligoss, S. et Selve, C. New York : Modern Language Association, p. 238-263.
- Clément, J. (1995). « *Du texte à l'hypertexte : vers une épistémologie de la discursivité hypertextuelle* ». «<http://hypermedia.univ-paris8.fr/jean/articles/discursivite.htm>»
- Dolbeau-Bandin, C. (2008). « *Le Monde et Le Monde.fr : de la nécessité d'un tiers* ». Les Cahiers du Journalisme 18, p. 184-207.
- Gervais, B. (2006). « *Richard Powers et les technologies de la représentation*. Des vices littéraires et de quelques frontières ». Alliage 57-58, p. 226-237.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. New York : John Wiley & Sons.
- Hall, J. (2001). *Online Journalism : A Critical Primer*. Pluto Press : London.
- Jeanne-Perrier, V. (2005). « *L'écrit sous contrainte : les systèmes de management de contenu (CMS)* ». Communication et langages 146, p. 71-81.
- Jeanneret, Y. et Souchier, E. (1999), « *Pour une poétique de l'écrit d'écran* ». Xoana 6, p. 97-107.
- Jeanneret, Y. et Davallon, J. (2004). « *La fausse évidence de l'hypertexte* ». Communication et langages 140, p. 43-54.
- Lancien, T. (2011). *Multiplifications des écrans, images et postures spectatorielles*, in P. Beylot, M. Le Corff, M. Marie (dir), Les images en question. Cinéma, télévision, nouvelles images : les voies de la recherche. Bordeaux : PUB.
- Landow, G. P. (1992). *Hypertext 2.0, The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*. Baltimore and London : The Johns Hopkins University Press.
- Mesquita, M. (2005). « *Théories et pratiques du journalisme du télégraphe à l'hypertexte* ». Recherches en communication 23, p. 203-232.
- Nibley, A. (2000). « *The Internet and the New Generation of Newsreaders* ». Historical Journal of Film, Radio and Television 20,1, p. 37-42.
- Nolan, S. (2003). « *Journalism online: search for narrative form in a multilinear world* ». «<http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Nolan.pdf>»
- Pélessier, N et alii (2010). « *Tous journalistes ? Les établissements de formation au défi du Web participatif* ». Les Cahiers du journalisme 21, p. 176-190.
- Perelman, C. (2008). *L'Empire rhétorique*. Paris : Vrin.
- Pignier, N. (2005). « *Analyse sémiotique de la webpublicité* ». Semiotica 156, 1/4, p. 521-538.
- Rebillard, F. (2006). « *Du traitement de l'information à son retraitement* ». Réseaux 137, p. 29-68.
- Rebillard, F. et Touboul, A. (2010). « *Promises Unfulfilled ? Journalism 2.0, User Participation and Editorial Policy on Newspaper Websites* ». Media, Culture and Society 32, 2, p. 323-334.
- Ryan, M-L. (2001). *Narrative as virtual reality*. Baltimore : Johns Hopkins University Press.
- Saemmer, A. (2007). *Matières textuelles sur support numérique*. Saint-Etienne : Publications de l'Université de Saint-Etienne.
- Wolton, D. (2009). *Informers n'est pas communiquer*. Paris : CNRS Editions.

