



HAL
open science

À la croisée du geste et de la forme : propriétés du “ Parallax Scrolling ” sur les conditions de production et de réception du récit médiatique

Tom Chevallier

► **To cite this version:**

Tom Chevallier. À la croisée du geste et de la forme : propriétés du “ Parallax Scrolling ” sur les conditions de production et de réception du récit médiatique. Sciences de l’information et de la communication. 2019. dumas-02495509

HAL Id: dumas-02495509

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02495509>

Submitted on 2 Mar 2020

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

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

Copyright

Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias et numérique

À la croisée du geste et de la forme

Propriétés du « Parallax Scrolling » sur les conditions de
production et de réception du récit médiatique

Responsable de la mention information et communication
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteurs universitaires : Camille Rondot & Inès Garmon

Nom, prénom : CHEVALLIER Tom

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 24/06/2019

Mention du mémoire : Très bien

« Tout homme qui sait garder à ses organes leur fraîcheur naïve et native, est capable de jeter sur une toile, de modeler de l'argile, de rythmer par le son ou d'exprimer dans les mots de sa langue, des aspects d'un réel encore inconnu et même insoupçonné [...]. Son œil voit le non-vu, son oreille entend le non-entendu, sa main manie le non-manié. Pourquoi ? Simplement, parce qu'il est en lui. »

Marcel JOUSSE. *L'anthropologie du geste I*. Paris, Gallimard, coll. Voies ouvertes. 1974. p. 77.

REMERCIEMENTS

Je tiens d'abord à remercier Camille Rondot, ma directrice de recherche, pour sa capacité d'écoute, son accompagnement, ses conseils et son soutien tout au long de l'élaboration de ce travail de recherche. Pour sa compréhension, sa disponibilité et sa gentillesse, je lui suis profondément reconnaissant.

Je remercie également Inès Garmon qui a co-encadré ce travail de recherche. Pour ses recommandations bibliographiques avisées, son regard bienveillant sur mes écrits et sur mes analyses, ses recherches et ses travaux sur la question des « petits gestes », je la remercie infiniment.

Merci également à Pauline Chasseray-Peraldi qui m'a aidé à canaliser et orienter de manière constructive mes premières pistes de réflexion sur ce sujet d'étude. Je la remercie également pour sa bienveillance et son soutien qui m'ont aidé à garder le cap dans certaines situations éreintantes.

Mes remerciements vont aussi aux enseignant·e·s et aux équipes du CELSA ainsi qu'aux intervenant·e·s professionnel·le·s du Master Médias et Numérique pour leur dynamisme, leur écoute et leur grand professionnalisme.

Merci également à mes proches : mes parents, ma famille, Valentin, Justine, Camille et Lucile pour leur soutien infaillible, leur dévotion et pour leurs mots justes que je garde précieusement en mémoire.

SOMMAIRE

Introduction	1
I) Le « Parallax Scrolling » : un dispositif aux définitions et aux enjeux multiples	10
A) Un dispositif à définir et à délimiter	10
1 – Une terminologie faisant office de prétention	10
2 – La promesse d’un résultat « fluide », satisfaisant et sans « friction »	14
3 – Le lien étroit entre le geste et le dispositif	19
B) Contraintes techniques et conception de la communication	22
1 – Essai de typologie du « Parallax Scrolling » : des échelles différentes	22
2 – Des contraintes techniques nuisant à l’accessibilité du dispositif	25
C) La construction d’une narration au travers d’une « expérience-à-vivre »	32
1 – La convocation d’imaginaires de formes documentaires	32
2 – Des objets ergodiques structurés par des « effets de design »	34
3 – Une posture de lecture héritée du livre magique et du jeu vidéo	37
D) Une tension entre des enjeux économiques et créatifs	41
1 – Une dimension économique servant des enjeux de « Branding »	41
2 – Une dimension créative servant des enjeux artistiques	44
3 – Un modèle difficile à standardiser	46
II) Un dispositif médiagénique générant des expériences ludiques	48
A) L’éloge de la disruption	48
1 – Une évolution des formes et des usages en web design	48
2 – L’organisation singulière et créative de l’information	53
3 – Une tentative de rupture des formes	56
B) Le « Parallax Scrolling » : un dispositif médiagénique	60
1 – Vers une expérience de lecture augmentée	60
2 – Une complétion des formes	64
3 – Une dimension réflexive confrontée à une promesse d’unicité	68
C) Une réquisition du corps et de l’esprit	71
1 – La suspension consentie de l’incrédulité comme prérequis de l’immersion fictionnelle	71
2 – Le ludisme comme facteur d’engagement	75
3 – Le corps éditeur : le développement d’un chronotope individuel	79
Recommandations	82
Conclusion	86
Bibliographie	89
Annexes	96
Résumé & Mots-clés	107

INTRODUCTION

« Notre façon de parcourir les sites internet s’est muée en une expérience utilisateur riche et engageante depuis que le « Parallax Scrolling » est entré en jeu et qu’il s’est imposé comme une tendance dans le monde du web design [Traduction libre] »¹, pouvait-on lire dans un article publié le 8 janvier 2013 sur le blog de *HappyMarketer*, une agence singapourienne spécialisée dans le marketing digital. Force est de constater que, six ans après la rédaction de cet article, le « Parallax Scrolling » ne se limite plus au simple qualificatif de « tendance » ; ce mode de web design s’est imposé, sous différentes formes et degrés, dans l’écosystème numérique auquel nous nous confrontons chaque jour et fait maintenant partie de ces éléments caractéristiques définis par Yves Jeanneret et Emmanuël Souchier comme *infraordinaires*², tant ils disparaissent à force d’évidence et d’itérations au cours de la journée.

À l’heure où la société se tourne vers de nouvelles formes de dispositifs, servant des enjeux différents, l’idée de mener une réflexion sur le « Parallax Scrolling » pourrait sembler curieuse tant l’exposition à ce format est devenue courante, usuelle et assimilée dans le comportement des utilisateurs de médias informatisés. Ce format n’en demeure pas moins intéressant, tant sur le plan technique que sur le plan communicationnel et nous nous efforcerons de montrer, au sein de ce mémoire, une partie de sa richesse et de sa grande complexité.

À l’origine de ce travail de recherche se trouve un questionnement personnel sur la mobilisation du corps de l’utilisateur lorsqu’il est confronté à certains types de médias informatisés. Nous nous sommes aperçus à de nombreuses reprises que lorsque nous étions confrontés à des objets invitant au défilement, nous pouvions perdre notre capacité de concentration au profit d’une répétition gestuelle frénétique, voire même machinique. Les réseaux sociaux sont, par exemple, des plateformes tout à fait propices à ce type de comportement : qui ne s’est jamais retrouvé sur Facebook ou sur Instagram à *scroller* indéfiniment sans même prêter attention aux contenus défilant sous ses yeux ? Nous pourrions

¹ “The way we navigate websites has been changed to rich user experience and engagement, ever since Parallax Scrolling came into play and this became a trend in the web design world.”— KANDYIL, Siljith. « Web design Trends In 2012 », *HappyMarketer*, [Disponible en ligne : <https://www.happymarketer.com/web-design-trends-in-2012/>], publié le 8 janvier 2013, consulté le 22 mars 2019.

² JEANNERET, Yves. *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris: Éditions Non standard. Collection SIC : recherches en sciences de l’information et de la communication « 04 ». 2014.

dogmatiquement suggérer qu'il existe une forme de prédisposition chez l'utilisateur pour adopter une posture passive, mais ça ne reviendrait sans doute qu'à observer la partie émergée de l'iceberg. Il est indubitable que ces dispositifs exercent une sorte de pouvoir sur l'utilisateur et que la mobilisation du corps de celui-ci représente une forme de réponse à cette attraction, pouvant parfois même tendre vers une forme temporaire d'aliénation. On pourrait également s'interroger sur l'idée d'une performance traduisant le besoin d'être spectateur de ses propres actions. Nous avons dû prendre de la hauteur sur cette question afin de comprendre ce qui pouvait amener l'utilisateur à « donner de sa personne » et surtout à quelles fins ?

Les concepteurs d'objets numériques ont longtemps considéré que les utilisateurs ne voulaient pas effectuer de défilement et qu'il fallait absolument concevoir des formats courts où tout tiendrait en une seule page. Or, les recherches actuelles tendent à montrer qu'une grande majorité des pages sont *scrollées* et que la longueur de la page n'influe en rien sur la capacité des utilisateurs à dépasser le premier écran. Des résultats d'études³, basées sur la technique de l'*eye-tracking*, indiquent que plus les contenus d'une page sont riches et intéressants, plus les utilisateurs feront défiler cette même page. La multiplication des terminaux tactiles a certainement favorisé cette petite « révolution » du défilement numérique en créant de nouvelles pratiques chez les utilisateurs ; des pratiques qui se veulent instinctives : faire défiler les contenus en *scrollant* de haut en bas ou en *swipant*⁴ de droite à gauche est devenu un réflexe, une gestuelle ordinaire.

Toutefois, la pratique du *scroll* semble s'être démocratisée plus largement au sein des médias informatisés, sans doute dû à l'ancienneté de son intégration au sein du dispositif : à l'origine en 1974, le *scroll* était permis par l'intermédiaire d'un clic sur la barre latérale de défilement accompagné d'un glissement vertical de la main ; le mouvement s'est par la suite simplifié lorsque les souris ont été agrémentées, en 1995, de molettes permettant à l'utilisateur d'effectuer un défilement vertical par un simple mouvement de doigt. Cette volonté de simplifier

³ MAHARDIKA, Wahyu & WIBIRAMA, Sunu & FERDIANA, Ridi & KUSUMAWARDANI, Sri. « A novel user experience study of parallax scrolling using eye tracking and user experience questionnaire ». *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*. Faculty of Engineering, Universitas Gadjah Mada. Indonesia. 2018

⁴ CHEVET, Clotilde & GARMON, Inès. « Le geste et la parole à l'ère du numérique : de quoi le swipe et la commande vocale sont-ils l'énonciation? Sur les gestualités énonciatives dans les interfaces naturelles ». *MEI : Information et Mediation*, No. 47. [Disponible en ligne : <http://mei-info.com/revue/47/131/>], publié le 14 mai 2019, consulté le 17 juin 2019.

le défilement, tout en entretenant un rapport étroit au corps, a par la suite été conservée avec l'arrivée des pavés tactiles.

Paul Valéry décrivait déjà en 1960 une forme d'idéal de contrat de communication entre le corps de l'Homme et de nouvelles formes documentaires lorsqu'il disait :

Comme l'eau, comme le gaz, comme le courant électrique viennent de loin dans nos demeures répondre à nos besoins moyennant un effort quasi nul, ainsi serons-nous alimentés d'images visuelles ou auditives, naissant et s'évanouissant au moindre geste, presque à un signe.⁵

Près de soixante ans après que Paul Valéry ait écrit ces lignes, nous pouvons constater que sa vision du futur était plutôt vraisemblable : un simple mouvement de doigt peut dorénavant permettre à l'utilisateur d'accéder à une source d'informations et de fonctionnalités qui a une prétention à l'infinie, une présentation construite sémiotiquement et discursivement. Nous pouvons également faire une analogie entre les « images » dont Valéry parlait et le concept de web design, omniprésent dans l'écosystème numérique. Le site internet *Technopedia* définit le web design comme un « procédé de développement de site internet qui se focalise sur des facteurs esthétiques, comme les calques, l'interface utilisateur et toute autre imagerie visuelle permettant de rendre le site internet plus attirant visuellement et plus facile d'usage [Traduction libre] »⁶. Le web design peut donc être rapproché « professionnellement » du terme « interface utilisateur » (ou *UI*), qui correspond à l'organisation visuelle de l'information dans le navigateur internet ; on peut également rapprocher sémiologiquement le web design de l'architecte, ce dispositif⁷ d'écriture situé en amont du texte, qui le régit et qui lui permet d'exister.⁸ De ce fait, nous conserverons les termes « web design » et/ou « interface utilisateur » dès lors que nous porterons un regard professionnel sur le « Parallax Scrolling » ; le terme « architecte » sera préféré pour aborder sémiologiquement notre objet de recherche.

⁵ VALÉRY, Paul. *Œuvres*, vol. ii, coll. "la pléiade", Gallimard, paris, 1960. pp.1284-1287

⁶ "Web design is a Web development process for creating a website that focuses on aesthetic factors like layout, user interface and other visual imagery in order to make the website more visually appealing and easy to use." — « Web design - Définition », *Technopedia*, [Disponible en ligne : <https://www.techopedia.com/definition/10009/web-design>], consulté le 22 mars 2019.

⁷ Selon AGAMBEN, "tout ce qui a, d'une manière ou une autre, la capacité de capturer, d'orienter, de déterminer, d'intercepter, de modeler, de contrôler et d'assurer les gestes, les conduites, les opinions et les discours des êtres vivants." — AGAMBEN, Giorgio. *Qu'est-ce qu'un dispositif*. Rivages poches. 2014. p. 31.

⁸ SOUCHIER, Emmanuël & JEANNERET, Yves. « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, n° 145, 2005, pp. 3-15.

D'un point de vue technique, le web design a connu quelques évolutions majeures au cours des dernières décennies : l'accès à internet s'est très largement développé depuis le milieu des années 1990 et de nombreuses innovations ont vu le jour, permettant d'accéder au fil du temps à des formes de web design de plus en plus créatives et interactives. Parmi les évolutions majeures du web design, il faut relever : le langage *HTML*⁹, permettant de partager de simples pages de texte ; le *GUI*¹⁰, permettant de mettre en page le texte et d'y intégrer des images et des icônes ; Flash Player, permettant d'intégrer des vidéos, de la musique et des animations aux pages internet ; le langage *CSS*¹¹, permettant d'uniformiser le style esthétique de l'ensemble des pages d'un site internet et enfin, le *responsive web design*, c'est-à-dire l'usage combiné des langages HTML et CSS afin de favoriser l'accès à un site internet sur des supports différents : sur ordinateur et sur smartphone par exemple. À l'inverse du livre papier et du manuscrit qui ont peu à peu délaissé chronologiquement des styles de mises en pages riches, telles que les enluminures et les lettrines, au profit de pages de textes standardisées, les médias informatisés ont adopté, grâce au web design, de nouveaux modes d'expression et d'organisation de l'information qui leur permettent de tendre vers un idéal de créativité, avec des formats de plus en plus novateurs.

Le web design et le *scroll* sont d'une certaine manière complémentaires, car le web design pousse l'utilisateur à interagir avec le dispositif en lui suggérant l'approche de l'objet qu'il doit avoir et cette approche est ensuite concrétisée par un geste moteur. Le web design, comme architecte, organise d'une certaine manière l'activité de lecture et donc génère un sens de lecture (qu'il soit vertical ou horizontal) et un besoin en défilement ; l'utilisateur répond à ce besoin par une mobilisation de son corps : un geste moteur assimilé qui lui permet d'accéder au contenu de l'objet. Leroi-Gourhan émet l'idée que la mobilité est « un trait significatif de l'évolution vers l'Homme¹² », ce besoin de synchronisation entre les organes préhenseurs et l'écran semble donc être inhérent à notre condition d'être humain et en fin de compte, l'omniprésence de cette gestuelle dans notre pratique des médias informatisés semble loin d'être anodine.

⁹ HyperText Markup Language — cf. lexique

¹⁰ Graphical User Interface — cf. lexique

¹¹ Cascading Style Sheets — cf. lexique

¹² LEROI-GOURHAN, André. *Technique et langage*. Repr. Le geste et la parole 1. Paris: Michel, 2008. p.41

Le principe de synchronisation entre un geste moteur et la traduction de ce geste à l'écran fait partie des caractéristiques de l'objet d'étude que nous avons choisi pour ce mémoire de recherche : le « Parallax Scrolling ». Nous avons choisi de délimiter l'observation de notre objet à son utilisation en web design, nous permettant ainsi de dégager un corpus restreint et caractéristique des différents usages contemporains que l'on peut en faire sur internet.

Le « Parallax Scrolling » est un mode de web design reposant sur un principe de superposition de calques auxquels on applique individuellement une vitesse propre par l'intermédiaire d'un geste de défilement. Les différentes vitesses de défilement des calques et leur positionnement jouent sur le principe de perspective de mouvement : plus le calque est éloigné de l'œil qui le regarde, plus la vitesse qui lui sera attribuée sera lente, et inversement. Le cerveau humain interprète par la suite ces différents calques, évoluant à des vitesses variables, comme une seule et même image créant ainsi une illusion de profondeur et de mouvement ; il s'agit d'une sorte de trompe-l'œil, de faux « effet 3D », sur lequel l'utilisateur a une marge de contrôle.

Ce mode de web design est principalement utilisé par les concepteurs d'objets numériques pour stimuler les utilisateurs lorsqu'ils parcourent leurs créations.

L'utilisation d'une forme de web design comme le « Parallax Scrolling » fait également office de faire-valoir créatif, appuyant un sentiment subjectif de professionnalisme et d'innovation pour les entreprises ou les organismes qui s'en dotent. Il est à noter que ce mode de web design a connu différentes évolutions depuis son apparition au début des années 2010, tant sur sa forme que dans son utilisation et son utilisation s'est peu à peu raréfiée sur internet. Certains éléments, que nous détaillerons dans le corps de ce mémoire, nous amènent à croire qu'aujourd'hui le « Parallax Scrolling » est devenu un format de niche.

En pratique, il semblerait que les concepteurs d'objets numériques se soient accordés sur l'idée que le « Parallax Scrolling » encouragerait la visite de pages plus longues, arborant un plus grand nombre de contenus, en utilisant ces différents niveaux de profondeur et d'animation pour stimuler la curiosité de l'utilisateur. Ce dispositif fait donc office d'interface entre le contenu et l'utilisateur, c'est un mode d'énonciation entre le texte et le lecteur. Notre objet d'étude se définit donc autant par ses caractéristiques techniques que par les représentations qui entourent sa conception.

En conséquence, il s'agit d'analyser le « Parallax Scrolling » sous l'angle des représentations mobilisées, des choix techniques et esthétiques effectués et de l'effet de ces choix sur la lecture, en se référant au questionnement suivant : dans quelle mesure, le web design, à travers la promotion d'un format de niche désigné sous l'expression « Parallax Scrolling » repose-t-il sur l'idée que la performance du récit se fonde à la fois sur le geste et sur la forme ?

Nous articulerons notre travail de recherche autour des deux hypothèses suivantes :

- Le « Parallax Scrolling » convoque un imaginaire de formes documentaires, formant et informant la pratique des utilisateurs.
- Il s'agit d'un dispositif médiagénique engageant : le web design et les modes de narration se rencontrent ici de façon particulièrement efficiente.

Afin d'essayer de répondre à ces deux hypothèses, nous avons choisi d'adopter une méthodologie de recherche exploratoire, à la fois basée sur l'analyse technosémiotique d'éléments de corpus incluant du « Parallax Scrolling » et sur l'analyse des discours théoriques et professionnels qui entourent cette forme distinctive de web design.

Premièrement, nous avons choisi de regrouper des objets numériques, impliquant différents degrés d'utilisation du « Parallax Scrolling », au sein d'un corpus central. Nous considérons ces objets comme de nouveaux formats d'écritures numériques et leur classification (au-delà du fait que le « Parallax Scrolling » soit un dénominateur commun) demeure pour l'instant hasardeuse. Philippe Marion écrit que « les médias génèrent leur propres chimères et *fictionnent* autant qu'ils *fonctionnent*¹³ », nous avons donc choisi d'étudier quatre exemples de ces nouveaux formats, servant parfois des enjeux différents.

¹³ MARION, Philippe. « Narratologie médiatique et médiagénie des récits » *Recherches en communication*, N°7. 1997, p.61-88

Au sein de ces quatre objets, nous pouvons en distinguer deux qui s'inscrivent dans une démarche économique :

- **The Walking Dead : Zombiefied**¹⁴ : Mis en ligne en avril 2013 par **cabletv.com**, cet objet permet à l'utilisateur de suivre l'évolution d'un figurant de la série TV *The Walking Dead* durant une journée de tournage. Le figurant passe par différentes étapes, permettant à l'utilisateur de découvrir les coulisses de ce programme de divertissement. Cet objet est construit autour d'un défilement au *scroll* : le geste de défilement est vertical et il se traduit par un mouvement horizontal du personnage à l'écran.

Cet objet comporte un fort caractère économique, parfaitement assumé par l'organisme de diffusion, qui justifie sa création comme un moyen de fidéliser sa clientèle d'abonnés ou de séduire des nouvelles cibles potentielles.

- **Make your Money Matter**¹⁵ : Mis en ligne en 2013, cet objet nous permet de suivre, au travers d'une expérience de narration interactive, le voyage entrepris par deux liasses de billets de banque, déposées dans deux types de structures bancaires américaines : les grandes banques et les crédits de l'Union. Cet objet est uniquement basé sur une navigation au *scroll*, le geste est vertical et le défilement à l'écran se traduit à la fois verticalement et horizontalement. Cet objet rejoint le précédent dans cette catégorie d'objets à caractère économiques, car il a été conçu dans le but d'augmenter les adhésions et le nombre de clients dans les Crédits d'Union.

Nous pouvons également distinguer deux autres objets qui s'inscrivent dans une démarche artistique ou d'expérimentation littéraire :

- **The Thoreau-Wabanaki Trail**¹⁶: Cet objet retrace une expédition de trois jours menée par des chercheurs, des guides et des membres d'une réserve amérindienne, dans une

¹⁴ Voir annexe 1 — Analyse de *The Walking Dead* « *Zombiefied* » : *A Behind the Scenes look at a Day in the Life of the Dead*, [Disponible en ligne : <https://www.cabletv.com/the-walking-dead>], publié en avril 2013, consulté en septembre 2018.

¹⁵ *Make Your Money Matter*, [Disponible en ligne : <http://makeyourmoneymatter.org>], publié en décembre 2013, consulté en décembre 2018.

¹⁶ *The Thoreau-Wabanaki Trail*, [Disponible en ligne : <https://visitmaine.com/quarterly/thoreau/exploring-nature>], publié en 2014, consulté en octobre 2018.

forêt du Maine aux USA, sur les traces de l'auteur américain Henry David Thoreau (1817-1862). L'auteur est connu pour avoir écrit « *Walden ou la Vie dans les bois* », un ouvrage dans lequel il relate sa vie d'ermite dans cette même forêt durant deux ans, deux mois et deux jours. Cet objet repose sur une navigation au *scroll* laissant apparaître différents types de contenus relatifs à l'imaginaire du carnet de voyage comme des photographies, des vidéos et du texte. Les concepteurs du site jouent également sur la perception des utilisateurs en créant des effets disruptifs sur certaines pages du site, en animant par exemple des blocs (de tailles variables) et en leur faisant effectuer des mouvements verticaux asynchrones à chaque geste de défilement vertical effectué.

- **The Boat**¹⁷ : Mis en ligne en 2015 par le canal de diffusion SBS Australia, à l'occasion du quarantième anniversaire de la chute de Saïgon (marquant la fin de la Guerre du Vietnam), cette nouvelle graphique interactive, écrite par Nam Le et adaptée par Matt Huynh, retrace le parcours de Maï, une adolescente de seize ans séparée de sa famille et forcée de quitter le Vietnam en bateau afin de rejoindre l'Australie. Cet objet, comme les précédents, est uniquement basé sur une navigation au *scroll*, le défilement permet entre autres d'activer des animations (mouvements des vagues et du bateau) et d'afficher les différentes vignettes qui permettent à l'histoire de prendre sens.

Deuxièmement, nous avons choisi de mettre en relation l'analyse de ces objets concrets avec l'analyse de différents types de discours pouvant être rattachés au « Parallax Scrolling ». Nous avons étudié des articles de presse, des recommandations techniques et des guides de web design afin d'avoir une vue d'ensemble des discours tenus par les professionnels du numérique autour de ce mode de web design. Nous avons également confronté ces avis techniques à des ouvrages plus théoriques relevant de plusieurs champs disciplinaires comme la sémiologie, la narratologie et le design afin d'étudier les rapports qu'il peut y avoir entre notre pratique du « Parallax Scrolling » et les usages coutumiers au sein des médias informatisés.

¹⁷ *The Boat*, [Disponible en ligne : <http://www.sbs.com.au/theboat/>], publié en 2015, consulté en mai 2018.

La première partie de notre travail de recherche sera consacrée à une réflexion sur la définition du « Parallax Scrolling », sur ses enjeux, en abordant notamment la question de ses contraintes techniques, les étapes de mise en place d'une narration articulée autour d'une « expérience-à-vivre » et enfin la mise en évidence d'une tension entre les enjeux économiques et créatifs qui traversent ce dispositif.

Nous chercherons ensuite à comprendre dans quelle mesure le « Parallax Scrolling » entend provoquer une forme de « disruption » dans l'évolution des formes et des usages en web design, en réquisitionnant le corps de l'utilisateur au profit d'une expérience de lecture décuplée par les aspects médiagéniques du dispositif.

I. Le « Parallax Scrolling » : un dispositif aux définitions et aux enjeux multiples

Dans ce chapitre, nous nous intéresserons aux éléments et aux principes qui constituent et définissent un mode de web design comme le « Parallax Scrolling ». Nous verrons, entre autres, de quelle manière le corps de l'utilisateur est « outillé » et mis à contribution dans une expérience de design aux formes tant multiples que singulières.

Soumis à un certain nombre de contraintes techniques, nous verrons également que ce dispositif peut servir des enjeux hétéroclites en centrant l'expérience utilisateur au cœur de la narration.

A. Un dispositif à définir et à délimiter

En nous intéressant au « Parallax Scrolling », nous avons fait le choix d'étudier une forme singulière de web design. Après une brève étude de sa structure terminologique, nous nous attacherons à délimiter ce dispositif et à en présenter les principaux enjeux afin, notamment, d'en saisir les spécificités et ce qui le différencie des modes de web design dits « traditionnels ».

1. Une terminologie faisant office de prétention

Avant de pouvoir aborder la question des spécificités et des différents champs d'action du « Parallax Scrolling », il nous semble pertinent de commencer par déconstruire cet anglicisme et de procéder à une analyse terminologique détaillée de ce mot composé. Dans un article du site internet *CultureBox* de France Télévision publié en 2016, Marie Pujolas expliquait que :

Dans certaines entreprises, notamment dans le domaine de la publicité, du marketing ou des médias, des termes anglais de plus en plus complexes ont fait leur apparition [...] Petits exemples de phrases que l'on peut fréquemment entendre : « *Ce reporting est incomplet* », « *Je suis dans le rush* », « *j'ai uploadé une photo* », « *on peut switcher ces documents* », « *je checke mes e-mails et je viens au brainstorming. Après il faudrait debriefer la confcall* »¹⁸

Bien que ces anglicismes puissent faire sourire et qu'ils semblent nourrir une forme de stéréotype du milieu de la communication, nous avons pris le parti de conserver dans ce travail de recherche la dénomination anglophone de notre objet d'étude, c'est-à-dire « Parallax Scrolling » (plutôt que « défilement parallaxe ») car il semblerait que cette dénomination-ci accentue davantage une certaine forme de prétention.

¹⁸ PUJOLAS, Marie. «Les anglicismes envahissent la pub et l'entreprise ! What else ?», *CultureBox*, [Disponible en ligne : <https://culturebox.francetvinfo.fr/arts/les-anglicismes-envahissent-la-pub-et-l-entreprise-what-else-196569/>], publié le 6 décembre 2016, consulté le 10 avril 2019.

Dans son article, *La prétention sémiotique dans la communication : Du stigmatisme au paradoxe*, Yves Jeanneret définit le concept de prétention comme l'acte de « ramener le sens à l'action¹⁹ » ; autrement dit, la terminologie « Parallax Scrolling » se suffirait pour expliciter la façon de faire usage du dispositif.

La terminologie « Parallax Scrolling » est composée de deux lexèmes singuliers qui revendiquent, l'un comme l'autre, différents types de prétentions :

- Il y a d'une part le terme « parallax », initialement utilisé en géométrie et en astronomie, qui est emprunté au grec ancien et dont la traduction française est le nom féminin « parallaxe ». Son étymologie, *παράλληξις* (prononcé *parállaxis*) décrit un « mouvement alternatif », une « altération ».²⁰ Le terme « parallax » est de nos jours utilisé pour décrire un principe d'optique associant la perspective de mouvement²¹ à la perspective conique²². La perspective de mouvement se caractérise par le fait qu'un objet en mouvement paraît se déplacer plus lentement lorsqu'il est éloigné du point de vue de l'observateur que lorsqu'il est proche de lui ; la perspective conique se définit quant à elle comme le fait qu'un objet donné apparaît d'autant plus petit qu'il est loin. Il y a donc au sein du terme « parallax » et plus globalement dans les dispositifs parallaxiques, une forme de prétention à un effet de mise en mouvement et à un effet de profondeur visuelle.
- Il y a d'autre part le terme « scrolling », participe passé du verbe « to scroll » qui peut se traduire en français par « faire défiler ». Le sens contemporain de « scrolling » peut se définir comme l'application d'un mouvement de défilement à un type de contenu numérique, que ce soit du texte ou de l'iconographie, afin de pouvoir l'apprécier dans son

¹⁹ JEANNERET Yves. « La prétention sémiotique dans la communication : Du stigmatisme au paradoxe », *Semen*, n°23, 2007. pp. 79-92.

²⁰ Selon la définition donnée par l'Académie française. *Dictionnaire de l'Académie française*, 9e éd. [Disponible en ligne : <http://https://academie.atilf.fr/9/consulter/PARALLAXE/>], consulté le 11 avril 2019.

²¹ GIBSON, James Jerome. *Approche écologique de la perception visuelle*, traduction d'Olivier Putois, Bellevaux, Éditions Dehors, 2014.

²² PANOFSKY Erwin. *La perspective comme forme symbolique : et autres essais*, traduction de Guy Ballangé, Paris, Minuit, 2006.

ensemble dès lors qu'il s'étend au-delà de la page-écran²³. À l'origine, le verbe anglais « to scroll » était relatif au nom « scroll » que l'on peut traduire par « rouleau de parchemin » ou *rotulus*²⁴, ce support d'écriture ancestral qui doit être déroulé pour être lu ; « to scroll » s'employait finalement pour signifier que l'on inscrivait quelque chose dans un rouleau de parchemin. Il y a donc dans le terme « scrolling » une prétention à convoquer des imaginaires de formes documentaires ancestrales et à suggérer des pratiques de lecture liées à la matérialité de ces supports analogiques.

En se basant sur les travaux de l'épistémologue Jean-Claude Passeron, Yves Jeanneret dit que cette étape de déconstruction du sens « est une condition indispensable pour qu'une enquête sur des pratiques signifiantes ne passe pas à côté de leur objet²⁵ ». Au delà de la terminologie employée ici qui souligne une certaine forme de prétention de l'objet, le caractère globalement affordant²⁶ de celui-ci s'inscrit comme le résultat d'une mise en trivialité²⁷ de formes documentaires plus anciennes dont les traces peuvent être décelées à plus large échelle en web design.

Ces formes documentaires ont circulé et évolué dans notre société au gré des évolutions sociotechniques et des changements opérés sur les pratiques de lecture/écriture ; leurs traces résiduelles peuvent, entre autres, s'observer à l'échelle de certains autres modes de navigation sur écran. En effet, les concepteurs et les « UX designers » tendent à opposer le « scrolling » (qui est donc analogue au rouleau) au « paging », qui entretient un lien étroit avec une autre forme documentaire plus ancienne, le codex, et qui semble également être chargée d'une forme de

²³ Pour Emmanuel SOUCHIER, « le lecteur ne perçoit en effet qu'une page-écran [sur son dispositif d'affichage], l'avant et l'après n'ont pas pour lui d'existence sensible. Le texte qui suit et précède sont proprement illisibles. Absents de la scène visible, codés par et pour la machine, ils n'existent que virtuellement. L'écrit accède ainsi à un nouveau degré d'abstraction » - SOUCHIER, Emmanuël. « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique », *Communication et langages*, n°107, 1er trimestre 1996. pp. 105-119.

²⁴ SOUCHIER, Emmanuël. *Id.*, pp. 105-119.

²⁵ JEANNERET Yves. *Id.*, pp. 79-92.

²⁶ Selon Donald Norman, l'affordance peut être définie comme la capacité d'un objet à suggérer sa propre utilisation et à suggérer des potentialités d'action. — NORMAN, Donald A. *The design of everyday things*. Revised and expanded edition. New York, New York: Basic Books, 2013. p. 20

²⁷ Selon la définition donnée par Yves JEANNERET. *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris: Éditions Non standard. Collection SIC : recherches en sciences de l'information et de la communication « 04 », 2014.

prétention terminologique. Le terme « paging » étant un dérivé du mot « page », il prétend également suggérer une pratique de lecture liée à la matérialité du support.

Il y a donc au sein de l'expression « Parallax Scrolling » une forme d'héritage culturel, rendue perceptible par les différentes prétentions qui bordent sa terminologie ; son identification et sa compréhension en sont d'autant plus facilitées auprès des utilisateurs qui y sont confrontés.

L'emploi des lexèmes « parallax » et « scrolling » au sein d'une même expression, fait également office de promesse ; c'est la promesse d'une interaction impliquant « la concentration, l'automatisation des gestes et le plaisir²⁸ » de l'utilisateur au regard du dispositif. Le corps de l'utilisateur prend donc une place centrale dans le contrat de communication qui s'établit avec la machine et devient un support d'inscription et d'incorporation de l'écriture numérique.²⁹

Nous allons voir par la suite que l'utilisateur peut se soumettre à un dispositif de ce type, dès lors que celui-ci lui garantit qu'un certain nombre de standards, de critères cognitifs seront respectés au cours de son utilisation.

²⁸ DEMONTROND, Pascale & GAUDREAU, Patrick. « Le concept de « flow » ou « état psychologique optimal » : état de la question appliquée au sport ». *Staps* n°79, (1), 2008, pp. 9-21.

²⁹ Pauline CHASSERAY-PERALDI et Yves JEANNERET décrivent une « approche interactionniste de la communication, qui donne un rôle au corps dans le sens où elle établit la réquisition du corps des sujets dans les processus communicationnels » dans leur article « Partout et nulle part. Le corps *in absentia* des dispositifs épiphoniques », in Béatrice GALINON-MÉNÉLEC (dir), *L'homme-trace. Des traces du corps au corps-trace*. Paris : CNRS Éditions, 2017. p. 53.

2. La promesse d'un résultat « fluide », satisfaisant et sans « friction »

En s'appuyant sur la commercialisation du capteur de mouvement *Kinect*, l'emblématique fondateur de Microsoft, Bill Gates, expliquait sur son blog personnel en 2011 que les enjeux associés au design des interfaces étaient en train d'évoluer, développant l'idée que :

Jusqu'à présent, nous avons toujours dû nous adapter aux limites de la technologie et adapter notre façon de travailler avec les ordinateurs à un ensemble de conventions et de procédures arbitraires. Avec les [Natural User Interfaces³⁰], les supports informatiques s'adapteront pour la première fois à nos besoins et à nos préférences et les humains commenceront à utiliser la technologie de la manière la plus confortable et la plus naturelle qui soit. [Traduction libre]³¹

Gates voit ainsi en l'usage des *Natural User Interfaces (NUI)* un idéal d'interaction entre l'Homme et les dispositifs numériques et fait de ce « nouveau » mode de design des interfaces un objectif à atteindre pour tout « UI/UX designer ».

Pour tendre vers cet idéal interactionnel et donc essayer de simuler une articulation naturelle entre le corps de l'utilisateur et l'écran, le dispositif se doit de créer l'illusion d'une fluidité. Clotilde Chevet et Inès Garmon disent à ce sujet que :

D'un point de vue sémiotique, tout est mis en œuvre pour que le processus de traduction du geste physique en langage computationnel soit invisible à l'utilisateur. L'interface met en scène une continuité entre son œil, sa main ou sa voix et l'écran [...] Si le fonctionnement technique demeure obscur pour l'utilisateur, l'interaction, elle, paraît relever de l'évidence, d'autant que l'expérience physique soutient l'illusion d'une interaction naturelle. Cette illusion repose donc sur la mise en œuvre d'une articulation fluide entre ce que fait ou dit son corps, et ce qui se passe à l'écran.³²

L'idée d'insérer de la fluidité au sein de l'interaction peut donc être considérée comme une forme de promesse, formulée par des dispositifs dont l'interface a pour prétention d'être une *NUI*. On peut également formuler cette promesse avec le principe suivant : WYDIWYG, « ce que vous faites est ce que vous obtenez ».

³⁰ Natural User Interfaces — cf. lexique

³¹ “Until now, we have always had to adapt to the limits of technology and conform the way we work with computers to a set of arbitrary conventions and procedures. With NUI, computing devices will adapt to our needs and preferences for the first time and humans will begin to use technology in whatever way is most comfortable and natural for us.” - GATES, Bill. « The Power of the Natural User Interface », *Gatesnote*, [Disponible en ligne : <https://www.gatesnotes.com/About-Bill-Gates/The-Power-of-the-Natural-User-Interface/>], publié le 28 octobre 2011, consulté le 13 avril 2019

³² CHEVET, Clotilde & GARMON, Inès. *Id.* 2019.

Les objets conçus avec du « Parallax Scrolling » font partie de ces dispositifs promettant une interaction fluide entre l'utilisateur et l'interface. Dans la nouvelle graphique *The Boat*, l'utilisateur est confronté à une interface dont le design est essentiellement constitué de « Parallax Scrolling » ; le contexte suggère qu'il adopte une posture de lecteur et qu'il mobilise « l'encyclopédie³³ » des gestes qu'il a accumulé jusqu'à présent. La gestuelle d'interaction est, en l'occurrence, fluide et sa sémiotisation à l'écran l'est tout autant, naturalisant ainsi l'expérience grâce à la synchronisation invisible entre le corps et l'écran. La promesse d'inclure l'utilisateur dans un processus interactionnel dit « naturel » est donc globalement tenue par cet objet.



Figure 1 : Capture d'écran de l'interface de « The Boat »
[<http://www.sbs.com.au/theboat/> - 13 avril 2019]

Avec le déploiement d'interfaces se voulant naturelles, on assiste à l'apparition d'une nouvelle façon d'impliquer l'utilisateur dans sa relation avec la machine, une implication affectuelle ; on peut alors parler de concept d'expérience utilisateur (*UX*).

Marc Hassenzahl et Noam Tractinsky proposent, en 2006, de définir l'expérience utilisateur comme la « conséquence de l'état interne de l'utilisateur (prédispositions, attentes, besoins, motivations, humeur, etc.), des caractéristiques du système (par ex. complexité, objectif, utilisabilité, fonctionnalité, etc.) et du contexte (ou environnement) dans lequel ont lieu les interactions.³⁴ » Appliquée aux dispositifs numériques, cette définition de l'*UX* nous éclaire

³³ ECO, Umberto. *Lector in Fabula*. Éditions Grasset et Fasquelle. 1979.

³⁴ HASSENZAHL, Marc & TRACTINSKY, Noam. « User experience - a research agenda ». *Behaviour & Information Technology*, vol. 25 No. 2. 2006. p. 95.

parfaitement sur le lien étroit qui peut être entretenu entre l'utilisateur et l'interface, mais elle ne semble pas se limiter à cela.

Don Norman et Jakob Nielsen émettent l'idée que pour que l'expérience utilisateur soit irréprochable, elle doit répondre aux besoins exacts de l'utilisateur.³⁵ Ils suggèrent également de bien distinguer les concepts d'expérience utilisateur et d'interface utilisateur ; bien que ces concepts soient étroitement liés, une bonne interface utilisateur (qui constitue indubitablement une part importante de l'UX) ne garantit aucunement que l'expérience utilisateur sera satisfaisante ou non. Par ailleurs, il faut distinguer l'expérience utilisateur de l'utilisabilité, qui est un attribut de l'interface utilisateur et qui garantit que le dispositif est facile à comprendre, que son utilisation est efficace et agréable pour l'utilisateur. Concevoir une bonne expérience utilisateur nous semble tout à coup bien plus complexe que de concevoir une bonne interface utilisateur, bien que la première dépende toujours fortement de la seconde.

Des formes de web design comme le « Parallax Scrolling » semblent également promettre, au travers de l'UX, qu'un certain nombre de besoins utilisateurs seront satisfaits. En se basant sur la hiérarchisation des besoins proposée par Abraham Maslow, Patrick W. Jordan propose à son tour une hiérarchisation des besoins utilisateurs³⁶ :

Besoins d'accomplissement de soi
Besoins d'estime
Besoins d'appartenance et d'amour
Besoins de sécurité
Besoins physiologiques

Plaisir
Utilisabilité
Fonctionnalité

Figure 3 : Hiérarchie des besoins utilisateurs de Jordan

³⁵ NORMAN, Don & NIELSEN, Jakob. « The Definition of User Experience (UX) », *Nielsen Norman Group*, [Disponible en ligne : <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>], consulté le 13 avril 2019

³⁶ JORDAN, Patrick W. *Designing Pleasurable Products: An Introduction to the New Human Factors*. London. CRC Press, 2005.

Un objet conçu avec une interface « Parallax Scrolling » doit donc être fonctionnel (car il serait inutile s'il ne faisait pas ce que l'utilisateur attend de lui), être utilisable (autrement dit compréhensible et facile d'utilisation) et enfin plaire à l'utilisateur si on veut considérer que l'UX soit satisfaisante. Si l'interface remet en cause l'une des étapes pragmatiques de la hiérarchie de Jordan, à savoir la fonctionnalité et/ou l'utilisabilité, l'utilisateur ne peut accéder au « plaisir », soit à la dimension hédoniste de l'expérience utilisateur. De ce fait, l'utilisateur risque de limiter son interaction avec le dispositif et dans le pire des cas, de refuser de prolonger l'expérience. Lorsqu'une des étapes pragmatiques est impactée négativement, on parle alors de friction cognitive.

L'*Interaction Design Foundation* définit le concept de friction cognitive comme une résistance rencontrée par l'utilisateur lorsqu'il est confronté à « une interface ou à une affordance qui semble être intuitive, mais qui donne des résultats inattendus. Cette inadéquation entre le résultat d'une action et le résultat attendu provoque la frustration de l'utilisateur et nuira à l'expérience utilisateur globale, si elle ne la remet pas totalement en cause. [Traduction libre]³⁷ »

Dans *Make Your Money Matter*, l'utilisateur est confronté à une friction cognitive à l'échelle de l'utilisabilité de l'objet. Lorsqu'il accède au premier écran de l'objet, un ensemble de petites formes³⁸, faisant figure de « mode d'emploi », invitent l'utilisateur à adopter une navigation basée sur du « scrolling ». L'utilisateur se prête donc au geste et s'attend à exercer une forme de pouvoir continu sur l'interface qui donne l'illusion de changer à chaque mouvement de défilement. L'utilisateur s'imprègne ainsi de l'idée qu'à chaque unité de défilement effectuée, une unité de distance est parcourue à l'écran. Cependant, dès le deuxième volet, l'utilisateur rencontre une friction cognitive suffisamment importante pour le déstabiliser : la relation établie entre les unités de défilement et les unités de distance change brusquement ; la distance parcourue à l'écran pour chaque geste effectué devient alors plus importante. La promesse d'une expérience fluide, sans friction et satisfaisante ne peut donc être tenue.

³⁷ “Cognitive friction occurs when a user is confronted with an interface or affordance that appears to be intuitive but delivers unexpected results. This mismatch between the outcome of an action and the expected result causes user frustration and will impair the user experience if not jeopardize it. User research can help uncover such problems and generate friction-free design.” - « What is Cognitive Friction? », *Interaction Design Foundation*, [Disponible en ligne : <https://www.interaction-design.org/literature/topics/cognitive-friction/>], consulté le 13 avril 2019

³⁸ CANDEL, Étienne & JEANNE-PERRIER, Valérie & SOUCHIER, Emmanuël. « Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures ». in Jean DAVALLON (dir.), *L'économie des écritures sur le web*. Paris: Hermès-Lavoisier, 2012, p. 135-166.



Figure 4 : Capture d'écran de l'interface de « Make Your Money Matter »
La mention « Scroll to start » et la petite flèche invitent l'utilisateur à faire défiler cet écran
[<http://makeyourmoneymatter.org> - 13 avril 2019]

Si la prise en main de ces objets conçus avec du « Parallax Scrolling » semble s'appuyer sur le bagage cognitif acquis par l'utilisateur pour instaurer une expérience utilisateur familière (mais qui se veut également singulière), il se pourrait que ce bagage cognitif soit également l'un des pans de l'interaction qui puisse mettre le plus à mal l'*UX* en agissant comme un répertoire de standards et en entretenant ainsi une forme d'exigence de la part de l'utilisateur envers le dispositif. De ce fait, plus l'interface apparaîtra « simplifiée », moins l'utilisateur aura le sentiment d'être forcé d'aller puiser dans ses acquis et aura l'impression de vivre une expérience dite « naturelle » au contact du dispositif.

Dans le prochain point de ce travail de recherche, nous verrons que le « scroll », en tant que pratique gestualisée, fait parti de ces compétences mobilisées par le dispositif et nous développerons ainsi notre propos sur la relation qui unifie le geste utilisateur à l'interface dans le cadre de cette forme particulière d'interaction.

3. Le lien étroit entre le geste et le dispositif

Dans son ouvrage *Mythologies*, publié en 1957, Roland Barthes décrit le sens du toucher comme « le plus démystificateur de tous les sens à la différence de la vue, qui est le plus magique.³⁹ » La vue et le toucher sont au cœur de l'interaction entre l'utilisateur et le dispositif numérique et ils sont d'autant plus mobilisés face à un objet comportant du « Parallax Scrolling ».

Le toucher, par l'intermédiaire d'une gestuelle binaire comme le « scroll », traduit les choix de l'utilisateur auprès de la machine ; quant à la vue, elle permet à l'utilisateur de vérifier que l'acte moteur traduisant sa volonté a été interprété par le dispositif et matérialisé à l'écran. En somme, la vue et le toucher contribuent à placer l'utilisateur dans une posture de lecteur, mais également « d'actant ». Inès Garmon dit à ce sujet que l'utilisateur « est comme *pris dans le système*, il n'est pas qu'un spectateur de son action, mais un acteur agissant, et son geste est mécaniquement opératoire à l'écran, il y est rendu visible. Il est d'ailleurs si bien *pris dans le système* que son corps devient, au contact de l'objet, un lieu d'affects intenses.⁴⁰ »

On peut considérer que le corps de l'utilisateur engendre une forme d'écriture, dont les gestes sont les signes et qui est ensuite encodée puis traduite en actions exécutables par la machine. Le corps est ainsi outillé au sein de l'interaction Homme-machine, sa « corporéité » s'industrialise en devenant l'instrument de manipulation du « texte-objet », d'une part d'un geste de la main et d'autre part d'un « geste de l'œil ».⁴¹ Brigitte Munier nomme, dans son ouvrage *Technocorps : la sociologie du corps à l'épreuve des nouvelles technologies*, trois étapes d'évolution du corps dans cette configuration d'interaction Homme-machine : l'extension du corps, son hybridation et enfin sa transformation.⁴²

³⁹ BARTHES, Roland. *Mythologies*, éd. Seuil, 1970, chap. La Nouvelle Citroën, p. 171

⁴⁰ GARMON, Inès. *Donner à lire, donner à toucher : L'application de dating Tinder, modèle et modélisation de la communication*. Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris-Sorbonne, 2016.

⁴¹ BONACCORSI, Julia. *Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique*. Habilitation à diriger des recherches, sciences de l'information et de la communication, CELSA - Université Paris-Sorbonne, 2012.

⁴² MUNIER, Brigitte. *Technocorps: la sociologie du corps à l'épreuve des nouvelles technologies*. Paris, Éditions François Bourin, 2013.

La gestuelle utilisateur opérée a également une valeur énonciative forte puisqu'elle permet, au travers de cette écriture numérique, de modifier le texte-objet et de l'organiser selon la volonté de son opérateur. Dans la mesure où son corps influe partiellement sur l'énonciation éditoriale⁴³ de l'objet, l'utilisateur adopte cette posture d'éditeur en la cumulant à sa posture de lecteur.

Cette posture de lecteur-éditeur est particulièrement perceptible au sein de notre objet de corpus *The Walking Dead : Zombiefied*, le dispositif donne visuellement à l'utilisateur le retour que ses gestes lui permettent de manipuler un avatar⁴⁴ à l'écran. Si l'utilisateur *scroll* vers le haut, le personnage avance et inversement.

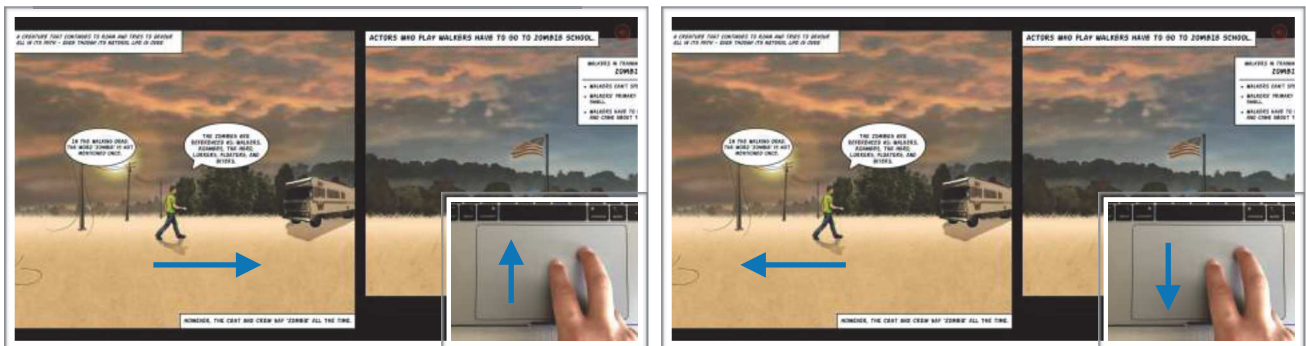


Figure 5 : Captures d'écran de l'interface de « *The Walking Dead : Zombiefied* »

La gestuelle choisie et exécutée est sémiotisée à l'écran par le mouvement linéaire du personnage
[\[https://www.cabletv.com/the-walking-dead - 13 avril 2019\]](https://www.cabletv.com/the-walking-dead)

L'organisation du texte numérique semble ici reposer sur la subjectivité du lecteur-éditeur, mais elle est en fait extrêmement cadrée, comme l'expliquent Clotilde Chevet et Inès Garmon :

Tous les aspects de la corporalité ne sont pas signifiants pour la machine, car incodables ou incodés : seul le « petit geste » est capté, lu et interprété. Seule la part qui suffit à reconnaître le geste et qui répond aux intérêts de l'industrie est prise en charge. En outre, le geste encodé a été conçu pour être effectué par la multitude et non pour exprimer la subjectivité d'un individu. Normalisant le corps, c'est l'énonciation de l'utilisateur que ces gestes neutralisent.⁴⁵

⁴³ Emmanuël SOUCHIER et Yves JEANNERET définissent l'énonciation éditoriale comme « l'ensemble des actions d'établissement, de transformation et de transmission des textes selon des normes et des contraintes propres à l'œuvre, aux formes de publication afin d'en déterminer (à l'avance) les conditions et les modalités de réception » - 2005. *Id*

⁴⁴ AMATO, Étienne Armand & PERÉNY, Étienne. *L'heuristique de l'avatar numérique, un (r)apport des Sciences de l'Information et de la Communication pour penser l'évolution technique*. Compte-rendu de conférence, Laboratoire Paragraphe, Université Paris 8 - Vincennes Saint-Denis, [Disponible en ligne : <https://sfsc2014.sciencesconf.org/30868/document/>], publié en 2018, consulté le 13 avril 2019

⁴⁵ CHEVET, Clotilde & GARMON, Inès. *Id*. 2019.

Bien que le lecteur-éditeur puisse organiser le récit en faisant avancer ou reculer son avatar, cette figure virtuelle ne pivote jamais, il est toujours orienté vers le bord droit de l'écran, indiquant ainsi le sens de lecture du texte numérique et limitant le pouvoir énonciatif de l'éditeur. Le bord de l'écran apparaît ici comme une partie « visible » de l'architexte et agit d'une certaine manière sur le lecteur-éditeur en l'incitant au « scroll » en attisant sa curiosité ; Anne-Marie Christin émet l'idée que l'invisible développe l'attrait de l'utilisateur et que cet invisible n'attend que d'être révélé lorsqu'elle écrit que

Toute révélation visuelle, émergeant de l'inconnu, ne peut que nous donner sans fin l'illusion d'"éveiller aux surfaces leur lumineux secret" selon la formule de Mallarmé — c'est-à-dire sans que jamais ce secret puisse nous être autrement connu que par ce qu'il nous en laisse lui-même supposer.⁴⁶

Ce rapport au bord de l'écran rappelle également que l'expérience de lecture gestualisée est fortement conditionnée par le schéma d'énonciation éditoriale constituant l'objet, Julia Bonaccorsi considère que « le travail de la limite opéré par les bords mêmes de la machine a une part opératoire⁴⁷ ».

La relation qui lie le « geste énonciatif » au dispositif est complexe et témoigne d'une volonté de concevoir une expérience qui enchante l'utilisateur au travers du design et à « moindre geste ». Le « Parallax Scrolling » instaure de cette façon une conception de la communication singulière qui reste contingente à un certain nombre de contraintes techniques, comme nous pourrons le voir dans la prochaine partie.

⁴⁶ CHRISTIN, Anne-Marie. « Pensée écrite et communication visuelle », *ceei.univ-paris7*, [Disponible en ligne : http://www.ceei.univ-paris7.fr/04_bibliotheque/01/pdf/01_Anne-Marie_Christin.pdf], consulté le 14 avril 2018

⁴⁷ BONACCORSI, Julia. 2012. *Id.*

B. Contraintes techniques et conception de la communication

Le « Parallax Scrolling » est un mode de web design que l'on peut qualifier de polymorphe : nous verrons dans cette partie de notre travail de recherche qu'il n'y a pas de typologie d'usages type de « Parallax Scrolling » et que les concepteurs en font usage à des échelles très différentes pour répondre à des besoins tout autant singuliers qu'uniques. Nous verrons également que l'usage du « Parallax Scrolling » est soumis à un certain nombre de contraintes techniques pouvant favoriser ou défavoriser l'accès aux objets qui en sont dotés.

1. Essai de typologie du « Parallax Scrolling » : des échelles différentes

« Trop de Parallaxe tue le Parallaxe⁴⁸ », peut-on lire dans un article du blog de la plateforme Wix. Au travers de cette recommandation professionnelle, il est suggéré d'implanter le « Parallax Scrolling » avec pertinence et efficacité au sein des objets numériques. En effet, de par son aspect engageant, ce mode de web design doit accompagner l'utilisateur et servir l'expérience dans laquelle il s'inclut. Au risque de constituer une friction, le « Parallax Scrolling » doit s'adapter à son contexte d'usage et aux besoins des concepteurs. Il peut donc être nécessaire d'avoir recours à différentes échelles de « Parallax Scrolling » pour atteindre ces objectifs.

À l'heure actuelle, il n'existe aucune typologie formelle de « Parallax Scrolling » en web design ; d'ailleurs, on pourrait émettre l'idée qu'il existe autant de formes de ce mode de web design qu'il existe de concepteurs et d'UX Designers. Nos recherches nous ont cependant permis d'observer l'utilisation de deux échelles courantes de « Parallax Scrolling » dans les médias informatisés : d'une part, le « Parallax Scrolling » peut être utilisé à l'échelle globale d'un objet numérique, en s'imposant comme la forme de web design de référence de l'expérience ; d'autre part, il peut être utilisé ponctuellement, comme un widget⁴⁹, au sein d'une expérience où le web design de référence n'est pas le « Parallax Scrolling ».

⁴⁸ « Qu'est-ce que l'effet Parallaxe et comment en faire bon usage ? », *WixBlog*, [Disponible en ligne : <https://fr.wix.com/blog/2015/10/19/cest-quoi-leffet-parallaxe-comment-utiliser/>], publié le 19 octobre 2015, consulté le 19 avril 2018

⁴⁹ Widget — cf. lexique

En nous appuyant sur des objets concrets, nous allons voir que ces deux échelles de « Parallax Scrolling » comportent chacune des spécificités qui leur sont propres :

Premièrement, nous avons identifié des objets dont l'intégralité du design repose sur du « Parallax Scrolling ». L'utilisateur est confronté à ce mode de web design dès lors qu'il arrive sur le site. La navigation n'est permise que par l'intermédiaire du « scrolling », ainsi l'intégralité de l'objet peut être parcourue en effectuant un geste de défilement du haut vers le bas. À cette échelle d'utilisation, le « Parallax Scrolling » est un élément décisif et capital pour que l'expérience qui entoure l'objet soit jugée comme efficace et réussie.

Nous pouvons prendre l'exemple d'*Atlantis World's Fair*⁵⁰ un site internet mis en ligne en 2009 dans le cadre d'un projet typographique. Cet objet s'inscrit dans un triptyque d'écrits d'écran (intitulé *Lost World's Fair*) destiné à promouvoir, sous couvert de fausses expositions universelles, le *Web Open Font Format* (WOFF), un format de police de caractères comprimé pour un usage sur internet.



Figure 6 : Captures d'écran de l'interface de « *Atlantis World's Fair* »

[<http://lostworldsfairs.com/atlantis/> - 19 avril 2019]

⁵⁰ CHIMERO, Frank. « Atlantis World's Fair », *Lost World's Fair*, [Disponible en ligne : <http://lostworldsfairs.com/atlantis/>], publié en 2009, consulté le 14 avril 2018.

Comme nous pouvons le voir sur la *figure 6*, l'esthétique de l'objet est soignée et convoque, via différents marqueurs et petites formes, le motif de la verticalité. De ce fait, l'utilisateur est invité à effectuer un défilement vertical pour dévoiler le travail typographique. Le *scroll* est ici la seule interaction possible entre l'utilisateur et le dispositif ; en réduisant le champ d'action de l'utilisateur, les concepteurs ont sans doute essayé d'éveiller l'attention de celui-ci tant sur la forme de l'objet que sur son fond.

Deuxièmement, nous avons identifié des objets qui intègrent ponctuellement du « Parallax Scrolling ». L'utilisateur n'est pas nécessairement confronté à ce mode de web design dès qu'il accède au site internet et la navigation peut se faire par d'autres biais que le « scrolling » comme par l'intermédiaire de signes passeurs⁵¹ par exemple. À cette échelle, le « Parallax Scrolling » est utilisé comme un effet anecdotique permettant de mettre en avant une information ou un élément iconographique. Nous pouvons prendre l'exemple de la page consacrée au nouvel ordinateur « MacBook Air » de la marque *Apple*.⁵²



Figure 6 : Captures d'écran de l'interface de la page « MacBook Air » sur le site d'Apple
[<https://www.apple.com/fr/macbook-air/> - 19 avril 2019]

⁵¹ Selon Emmanuël SOUCHIER, Yves JEANNERET et Joëlle LE MAREC, les signes passeurs sont des boutons cliquables qui permettent d'altérer le texte à l'écran, ce sont à la fois des objets graphiques et des zones activables, dont la valeur opératoire est centrale. — « Lire, écrire, récrire », *Questions de communication (n°4)*. Paris, Bibliothèque publique d'information, coll. Études et recherche. 2003. pp. 485-486.

⁵² « MacBook Air - Octobre 2018 », *Apple*, [Disponible en ligne : <https://www.apple.com/fr/macbook-air/>], publié en octobre 2018, consulté le 19 avril 2018.

Sur cette page, la « marque à la pomme » promeut son nouveau modèle en détaillant un certain nombre de ses caractéristiques techniques et esthétiques. Le geste de défilement effectué par l'utilisateur est sémiotisé à l'écran par diverses manipulations physiques de l'appareil à l'écran, comme la reconnaissance d'une empreinte digitale ou l'ouverture du capot par exemple. Le « Parallax Scrolling » est donc utilisé sur cette page pour souligner certaines fonctionnalités de l'appareil, en augmentant l'expérience de l'utilisateur dans le but de provoquer un acte d'achat.

Ces deux échelles typologiques montrent que le « Parallax Scrolling » est utilisé pour créer une expérience singulière autour de l'objet qui en est doté. Comme nous avons pu le voir, le « Parallax Scrolling » peut, d'une part, être immersif et créer une expérience de navigation totale et englobante faisant office de cadre structurant du récit, c'est d'ailleurs le cas dans certains de nos objets de corpus comme *The Walking Dead : Zombiefied*, *Make Your Money Matter* et *The Boat*. D'autre part, le « Parallax Scrolling » peut être utilisé comme un effet ponctuel qui accompagne le récit, créant ainsi des effets dynamiques autour d'éléments ciblés afin de susciter la surprise et la curiosité de l'utilisateur, c'est d'ailleurs le cas dans notre objet *The Thoreau-Wabanaki Trail*.

De cette manière, le « Parallax Scrolling » propose une conception de la communication axée sur l'émerveillement de l'utilisateur et pouvant prendre des formes qui épousent les besoins et les objectifs des concepteurs. Nous verrons dans le prochain point que le déploiement d'un mode de web design comme le « Parallax Scrolling » n'est pas sans contraintes et que l'accessibilité aux objets qui en sont dotés peut parfois se révéler difficile.

2. Des contraintes techniques nuisant à l'accessibilité du dispositif

Dans son article, *L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS)*, Valérie Jeanne-Perrier pointe du doigt le caractère restrictif de certains architextes qui peuvent, comme c'est le cas avec les CMS, formater ou conditionner la dimension éditoriale d'un objet. Elle dit à ce sujet que le développeur « n'est plus tout à fait ce grand créateur, ce génie isolé écrivant sans contrainte. Dès lors, on assiste, à l'aune des CMS, à une mise en visibilité d'une reconfiguration de l'espace symbolique de la fonction éditoriale.⁵³ »

⁵³ JEANNE-PERRIER, Valérie. « L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS) ». *Communication et langages* (n°146). Paris, Bibliothèque publique d'information, coll. Études et recherche. 2005. pp. 71-81.

En partant de cette idée, on peut considérer qu'il existe deux configurations d'architectes différentes lorsque l'on parle de « Parallax Scrolling ». Ces deux configurations se distinguent par des échelles typologiques de « Parallax Scrolling » impliquées dans l'objet observé. Les travaux de Valérie Jeanne-Perrier tendent à montrer que, quelle que soit la configuration de l'architecte choisie pour écrire le « Parallax Scrolling », cet architecte aura ses propres restrictions, ses propres contraintes soumettant le développeur et/ou le lecteur-éditeur à des injonctions qui peuvent limiter l'utilisation ou l'accessibilité de l'objet numérique. Ces injonctions peuvent être techniques et directement liées à la matérialité du support d'écriture. Julia Bonaccorsi écrit à ce sujet que « les industries médiatiques (ou de contenu) sont *matériellement* liées aux industries technologiques. Entre elles se jouent des rapports complexes, évoluant entre désir, coïncidence, contiguïté, intériorisation, rejet, mais relevant rarement de l'indifférence⁵⁴ ».

Bien qu'il n'y ait pas de norme, les objets comportant du « Parallax Scrolling » sont généralement codés et développés avec des langages de programmation et des plug-ins tels que HTML5, CSS3, JavaScript, jQuery, Web Audio et HTML5 Audio qui favorisent, une fois combinés, un potentiel interactif fort permettant à l'utilisateur de vivre une expérience riche. En utilisant ces différents éléments de programmation, les concepteurs cherchent à toucher le plus d'utilisateurs possible, ou parfois même à cibler certains types d'appareils, augmentant ainsi la performance et la durabilité du dispositif dans le temps.

En associant ces éléments pour concevoir une interface contenant du « Parallax Scrolling », il est entre autres possible de charger un nombre important de calques, de maintenir l'illusion d'une vitesse de défilement fluide, de pouvoir charger différents types d'animations et de couches graphiques incluant des contenus sonores et vidéos. Il est à noter que le bon fonctionnement d'un objet ayant subi un développement tel que celui-ci requiert des performances techniques élevées. Le chargement et l'usage de ces objets peuvent ainsi varier d'un dispositif numérique à un autre, dépendant entre autres des composants de l'appareil et de sa puissance de calcul.

Une sous-performance de l'objet peut donc constituer une friction majeure au sein de l'expérience utilisateur, dégradant par exemple l'illusion de fluidité au sein de l'interface. Il faut

⁵⁴ BONACCORSI, Julia. 2012. *Id.*

également considérer la qualité de la connexion à internet de l'utilisateur comme un paramètre de bon fonctionnement ; plus le débit de la connexion est élevé, plus l'objet se charge facilement et rapidement.

À l'heure actuelle, certains de ces objets s'avèrent difficiles d'accès pour l'utilisateur « lambda ». En recontextualisant cette situation dans « l'âge d'or » du « Parallax Scrolling », c'est-à-dire entre 2011 et 2016, on se rend rapidement compte que ce mode de web design ne touchait, *in fine*, qu'un public d'utilisateurs très limité. On pouvait donc déjà considérer le « Parallax Scrolling » comme un format de niche, car il établissait clairement un clivage entre deux types d'utilisateurs : ceux qui avaient les moyens matériels (et/ou financiers) de faire fonctionner de tels objets et ceux qui ne le pouvaient pas.

Valérie Jeanne-Perrier évoque dans son article l'idée que « l'écrit est soumis à l'injonction de la forme⁵⁵ » ; nous pourrions peut-être prolonger cette idée en supposant que l'écrit est soumis à l'injonction de l'évolution des formes et des supports d'écriture. Dans un article publié en novembre 2017, *BDM Média* montre l'émergence rapide de nouveaux supports numériques tels que le smartphone et indique que le pourcentage de Français équipés d'un smartphone tend à se rapprocher du pourcentage de Français équipés d'un ordinateur.⁵⁶ (voir *figure 7*)

⁵⁵ JEANNE-PERRIER, Valérie. 2005. *Id.*

⁵⁶ COEFFÉ, Thomas. « Baromètre du numérique 2017 : équipement, usages et compétences numériques des Français », *BDM Média*, [Disponible en ligne : <https://www.blogdumoderateur.com/barometre-numerique-2017-france/>], publié le 28 novembre 2017, consulté le 21 avril 2019.

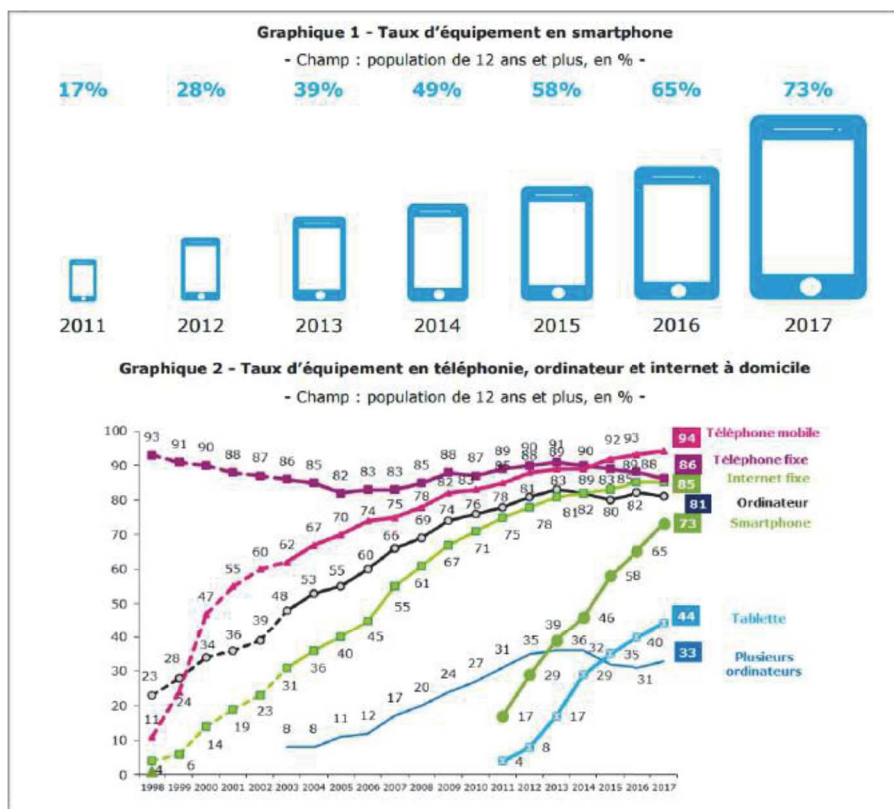


Figure 7 : CREDOC, enquêtes « conditions de vie et Aspirations » 2017
[<https://tinyurl.com/CREDOC2017> - 21 avril 2019]

Dès 2013, les concepteurs ont cherché à s'adapter à ces nouveaux supports d'écriture numérique et ont commencé à concevoir de sites internet en *Responsive Web design*. Ce nouveau mode de conception met en valeur une nouvelle forme de plasticité des interfaces en favorisant une consultation « confortable » du contenu sur des écrans de tailles très différentes.⁵⁷ De cette façon, l'utilisateur peut consulter le même site web à travers une large gamme d'appareils sans avoir recours au défilement ou au zoom sur les appareils tactiles. Par ce biais, la lecture et la navigation ne sont pas dégradées et l'expérience utilisateur est préservée.

Sur le plan théorique, le « Parallax Scrolling » et le *Responsive Web design* ne sont pas des modes de web design incompatibles et malgré leur diffusion quasi simultanée au sein des médias informatisés, il est rare de les voir coexister avec efficacité et fiabilité. Dans les faits, bien que la plupart des objets contenant du « Parallax Scrolling » soient adaptatifs, les versions mobiles sont bien souvent en décalage net avec les versions web classiques. Dans notre corpus, les objets numériques sont tous censés être compatibles *Responsive Web design*, or certains

⁵⁷ THEVENIN, David & CALVARY, Gaëlle & COUTAZ, Joëlle. *La plasticité en interaction Homme-machine*. Laboratoire CLIPS-IMAG, Équipe IHM. Université de Grenoble. [Disponible en ligne : http://iihm.imag.fr/publs/2000/RJC-IHM_Thevenin.pdf/], consulté le 21 avril 2019.

d'entre eux perdent leur interface « Parallax Scrolling » sur mobile, d'autres se révèlent même être inutilisables dans la pratique ; cet « échec » d'adaptation indique qu'au-delà de la volonté des concepteurs de promouvoir ces dispositifs auprès d'un large panel d'utilisateurs, le dispositif se heurte à une « réalité matérielle » et aux contraintes des écritures numériques qui lui permettent d'exister et qui ne peuvent s'inscrire que sur un nombre de supports limités et prédéfinis.

- Pour « The Boat », l'interface apparaît comme identique entre les versions web et mobile. Un utilisateur ayant déjà été confronté à la version web peut donc aisément supposer que la version mobile sera un combiné de « Parallax Scrolling » et de *Responsive Web design*. Cependant l'expérience sur mobile s'arrête à ce stade : l'interface, qui invite pourtant l'utilisateur à « cliquer » pour amorcer la narration, ne réagit pas aux gestes de celui-ci, entraînant fatalement l'abandon de toute tentative d'utilisation.



Figure 8 : Captures d'écran des versions web et mobile de « The Boat »
[<http://www.sbs.com.au/theboat/> - 22 avril 2019]

- Pour « The Walking Dead « Zombiefied » », l'interface n'est que partiellement adaptative : certaines petites formes, comme le bouton « volume » et l'invitation au *scroll*, sont adaptées au format mobile, mais le texte narratif, lui, n'est pas adapté à l'écran et gêne l'acte de lecture. Une friction aussi importante que celle-ci a de très fortes chances de précipiter l'abandon de l'utilisateur.⁵⁸

⁵⁸ Voir annexe 1 — Analyse de *The Walking Dead « Zombiefied » : A Behind the Scenes look at a Day in the Life of the Dead*



Figure 9 : Captures d'écran des version web et mobile de « *The Walking Dead : Zombiefied* »
 [https://www.cabletv.com/the-walking-dead - 22 avril 2019]

- Pour « The Thoreau-Wabanaki Trail », l'interface est effectivement adaptative sur la version mobile, mais tous les effets de « Parallax Scrolling » ont été supprimés. De ce fait, le site est tout à fait utilisable et accessible, mais perd nettement de sa substance. Les concepteurs ont, en quelque sorte, abandonné la spécificité de l'objet en l'adaptant.



Figure 10 : Captures d'écran des version web et mobile de « *The Thoreau-Wabanaki Trail* »
 [https://visitmaine.com/quarterly/thoreau - 22 avril 2019]

- Pour « Make Your Money Matter », l'interface apparait comme identique entre la version mobile et la version web et l'adaptativité respecte la présence de « Parallax Scrolling ». Au sein de notre corpus, seul cet objet peut conserver sa performance et sa fidélité sur des dispositifs numériques différents. Il faut cependant noter que tout comme la version web, la version mobile manque de fluidité en termes de lecture gestualisée, la distance parcourue à l'écran pour chaque geste effectué étant

légèrement plus importante. Contrairement aux autres éléments du corpus, la version mobile de cet objet ne comporte pas de friction significative supplémentaire, mais conserve les frictions déjà présentes dans la version web.

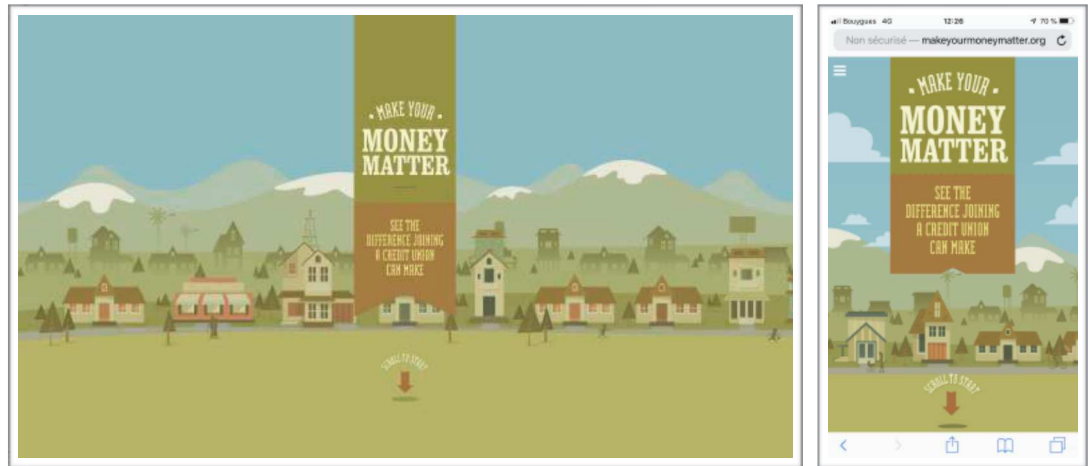


Figure 11 : Captures d'écran des versions web et mobile de « *Make Your Money Matter* »
[<http://makeyourmoneymatter.org> - 22 avril 2019]

La réalité matérielle du « Parallax Scrolling » semble ainsi se heurter à l'intention créative initiale : la volonté de créer un format engageant, accessible à tous et dénué de frictions. De cette réalité matérielle émergent deux types de contraintes : les contraintes de fonctionnement, qui cadrent le développement et la bonne exécution de ce mode de design et les contraintes ergonomiques, qui restreignent l'accessibilité du dispositif à certains types de supports et donc à certaines typologies d'utilisateurs.

De ce fait, nous pouvons dire que le « Parallax Scrolling » s'est marginalisé à cause des contraintes techniques et d'accessibilité qu'il véhicule et qui le définissent ; la dimension restrictive de l'architexte place ici les limites de cette forme d'écriture numérique en deçà des standards associés aux médias informatisés et génère une forme de rejet auprès de certains utilisateurs. Nous verrons dans la prochaine partie que certains processus de construction narrative sont mis en place pour engager les utilisateurs susceptibles d'être touchés par ce format.

C. La construction d'une narration au travers d'une « expérience-à-vivre »

Dans cette partie de notre travail de recherche, nous allons voir que le « Parallax Scrolling » offre un cadre structurant au récit en s'appuyant sur des imaginaires de formes documentaires préexistantes. Nous verrons par la suite que ce mode de web design puise dans ces imaginaires pour produire des effets de design permettant d'inclure l'utilisateur dans une expérience-à-vivre.

1. La convocation d'imaginaires de formes documentaires

Dans son article, *Évolution des formes documentaires : du document traditionnel à l'hypermédia*, le chercheur Michel Germain explique que le document numérique s'inscrit dans la lignée de certaines formes physiques de documents qui ont préexisté. Germain dit à ce sujet que

Pendant longtemps le papier a constitué le support du document sur lequel se matérialisait la trace formée par l'écriture. Par la suite, cette équation originelle s'est étendue à d'autres formes de support comme ceux utilisés pour la musique et la vidéo. Au-delà de ces formes diversifiées, l'évolution la plus sensible a été le passage de l'analogique au numérique, dans une convergence progressive des supports.⁵⁹

Cette convergence des supports qu'il nomme également « convergence numérique » aurait ainsi transformé notre rapport au document.⁶⁰ Selon lui, le phénomène de convergence numérique aurait « non-seulement [transformé] la nature même du document, mais aussi son traitement et son insertion dans le cadre de l'information et de la collaboration. »

Nous avons pu, en quelque sorte, vérifier les idées émises par Michel Germain au travers d'objets contenant du « Parallax Scrolling » que nous avons étudié pour construire ce travail de recherche. Bien que ces objets, ou documents, soient tous très différents les uns des autres, nous nous sommes aperçus qu'ils reprenaient individuellement des imaginaires, constitués d'éléments graphiques et caractéristiques, de formes documentaires analogiques préexistantes, offrant à

⁵⁹ GERMAIN, Michel. "Évolution des formes documentaires : du document traditionnel à l'hypermédia ». *Documents, Actes et Rapports pour l'Éducation*, Actes des 5 et 6èmes Rencontres Réseaux Humains / Réseaux Technologiques, le 16 et 17 mai 2003 – le 25 et 26 juin 2004. Poitiers et La Rochelle. CNDP. pp. 149-160.

⁶⁰ Selon l'Organisation Internationale de Normalisation (ISO), un document se définit comme un ensemble formé par un support et une information, généralement enregistré de façon permanente, et tel qu'il puisse être lu par l'homme et la machine.

l'utilisateur la possibilité de réexploiter des pratiques de lecture assimilées et des sensations déjà expérimentées auparavant.

Dans l'Annexe 2 de ce travail de recherche, c'est-à-dire dans notre analyse de *The Walking Dead : Zombiefied*, nous avons pointé du doigt les similarités entre le format de cet objet et celui de la bande dessinée qui se retrouve sémiotiquement dans l'interface et sa manipulation. Le geste de lecture de l'objet, c'est-à-dire le « scrolling », évoque notamment un lien intime et tactile entre l'utilisateur et la machine, résonnant vivement avec le format de la bande dessinée et son geste de feuilletage du papier.

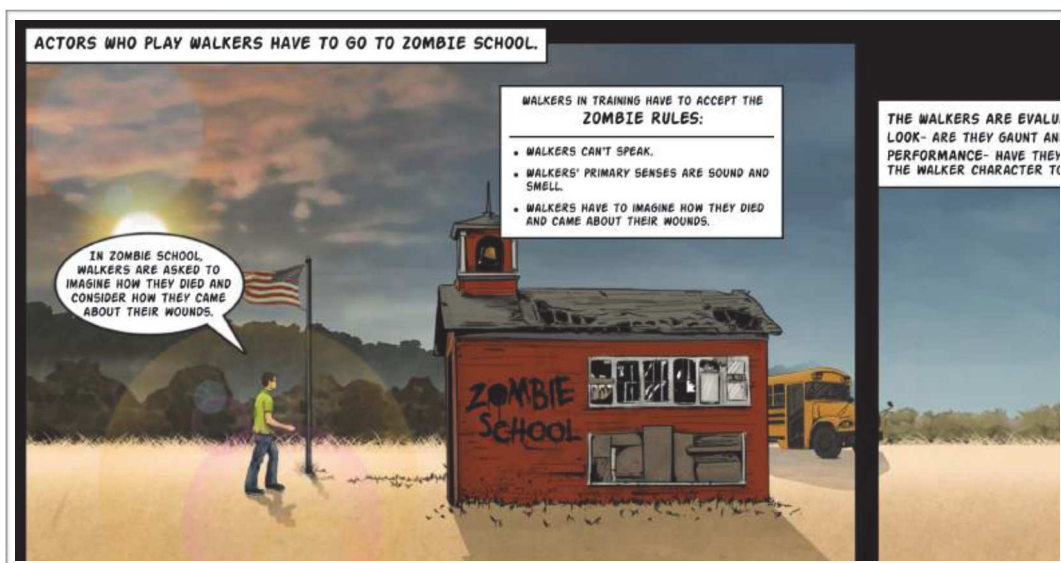


Figure 12 : Capture d'écran de l'interface de « *The Walking Dead : Zombiefied* »

Les « bulles » et les « cases » sont d'autres exemples d'éléments propres au format BD qui se retrouvent sémiotiquement dans l'interface.

[<https://www.cabletv.com/the-walking-dead> - 5 mai 2019]

De ce fait, lorsqu'il se confronte à des formes familières et à des pratiques d'utilisation qu'il a déjà assimilées, l'utilisateur a plus facilement tendance à accepter les modalités d'usage de l'objet numérique et à interpréter les intentions des concepteurs. Cette « adaptation » de formes permet donc de générer un environnement familier pour l'utilisateur et de favoriser son expérience globale en écartant toute forme de réticence due à l'incompréhension de l'objet. Il en reconnaît la forme d'un coup d'œil, sa « mémoire⁶¹ » des formes gestuelles et culturelles est presque malgré lui stimulée.

⁶¹ JEANNERET, Yves. « Les harmoniques du Web : espaces d'inscription et mémoire des pratiques ». *MEI : Information et Mediation*, No. 32. [Disponible en ligne : http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/2014/02/MEI_32_02.pdf], publié en janvier 2011, consulté le 17 juin 2019.

L'efficacité de cette hybridation des formes auprès des utilisateurs peut également s'expliquer grâce à la théorie de la *Gestalt*, développée en 1910 par les psychologues Max Wertheimer, Kurt Koffka et Wolfgang Köhler. Les lois qui définissent cette théorie décrivent, entre autres, la manière dont nous percevons les formes et leur attribuons un sens. Parmi ces lois, la « loi de similarité » définit que les éléments ayant le plus de similarités graphiques vont induire un sens identique et des fonctions similaires.⁶²

Nous verrons dans le prochain point qu'au-delà de cette volonté de puiser dans le bagage culturel de l'utilisateur en le confrontant à des imaginaires de formes familières, certains aspects de ces objets numériques contribuent à générer des effets de design qui sont à l'origine de la mise en place d'expériences nouvelles, d'expériences-à-vivre.

2. Des objets ergodiques structurés par des « effets de design »

Dans son ouvrage, *Cybertext : Perspectives on Ergodic Literature*, le norvégien Espen J. Aarseth, chercheur en littérature et en ludologie, expose un nouveau type de littérature qu'il qualifie comme ergodique. Le terme « ergodique » est étymologiquement lié au grec ancien : il se compose de *ἔργον*, c'est-à-dire « le travail, l'action » et de *ὁδός*, autrement dit « le chemin, le moyen ».⁶³ Selon Aarseth, un texte ergodique est donc un texte qui nécessite que le lecteur effectue un effort de lecture « non trivial », c'est-à-dire qu'il parcourt le texte en effectuant certaines actions ou en suivant un schéma type pour que la narration prenne sens. Il définit ainsi les calligrammes de Guillaume Apollinaire comme des exemples de textes ergodiques en expliquant que « les mots de ces poèmes sont étalés dans plusieurs directions pour former une image sur la page, sans donner clairement d'indications de lecture.⁶⁴ [Traduction libre] »

Le lecteur doit donc fournir un effort supplémentaire pour apprécier l'objet dans son ensemble et ne peut se limiter à une pratique de lecture intériorisée. Il en va de même pour les objets comportant du « Parallax Scrolling » qui semblent également comporter une dimension

⁶² KÖHLER, Wolfgang. *Psychologie de la forme: introduction à de nouveaux concepts en psychologie*. Paris: Gallimard. Folio « Essais ». 2000. p. 363.

⁶³ Selon la définition donnée par l'Académie française. *Dictionnaire de l'Académie française*, 9e éd. [Disponible en ligne : <https://www.cnrtl.fr/etymologie/ergodique>], consulté le 12 juin 2019.

⁶⁴ “The words of these poems are spread out in several directions to form a picture on the page, with no clear sequence in which to be read.” — AARSETH, Espen J. *Cybertext : Perspectives on Ergodic Literature*. The Johns Hopkins University Press. 1997. p. 10.

ergodique amenant le lecteur-éditeur à s'investir dans un acte de lecture non trivial pour traverser le texte numérique.



Figure 13 : Guillaume Apollinaire, Calligramme, extrait du poème du 9 février (Poèmes à Lou), 1915

Il semblerait donc qu'il y ait quelque chose qui soit lié à l'ergodicité de ces objets et qui pousserait le lecteur-éditeur à aller au bout de son acte de lecture sans renoncer, autrement dit en le poussant à sortir de sa « zone de confort » au profit d'une expérience nouvelle.

En nous basant sur les travaux de Stéphane Vial, philosophe et chercheur en design, nous nous sommes aperçus que la dimension ergodique d'un objet était étroitement liée à sa forme, à son design. Vial définit le design comme « l'expérience créatrice qui consiste à concevoir des expériences-à-vivre à l'aide de formes.⁶⁵ » Ces objets, que ce soit les calligrammes d'Apollinaire ou nos objets conçus avec du « Parallax Scrolling », peuvent donc être considérés comme des objets de design : ils sont le fruit d'une démarche créative visant à produire des effets de design et ils ont été conçus pour placer le lecteur-éditeur au cœur d'une expérience-à-vivre. Vial explique dans son ouvrage que par « expérience-à-vivre », il entend « une manière d'agir, de sentir et de penser qui résulte d'un effet de design.⁶⁶ »

Ces objets semblent donc produire des effets dits « de design » qui les qualifient en tant qu'objets de design à proprement parler et qui contribuent à créer une expérience-à-vivre pour le

⁶⁵ VIAL, Stéphane. *Court traité du design*. Presses universitaires de France, coll. « Quadrige ». Paris. 2014. p. 73.

⁶⁶ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* p. 73.

lecteur-éditeur. Vial explique ainsi que « le design n'est pas le champ des objets, mais le champ des effets » et que ces effets de design sont des éléments constitutifs de la notion même de design. Il définit ces effets de design comme « un résultat à trois dimensions se produisant dans un usage et le transformant en expérience-à-vivre.⁶⁷ »

Selon Stéphane Vial, pour qu'un objet produise des effets de design, il faut qu'il réunisse trois « dimensions » (ou critères) :

- Une dimension ontophanique : selon Vial, le design « ne fait rien d'autre que modifier le régime qualitatif de l'expérience d'exister, c'est-à-dire d'être-présent-au-monde, en jouant sur la manière dont l'être (*ontos*) nous apparaît (*phainos*).⁶⁸ »
- Une dimension callimorphique : selon Vial, le design « commence avec la jouissance inhérente à la perception de la beauté formelle.⁶⁹ »
- Une dimension socioplastique : selon Vial, le design doit produire « un effet de réforme sociale. Les formes créées sont « des formes capables d'agir sur la société et de la remodeler.⁷⁰ »

Il semblerait ainsi que le caractère ergodique d'un objet soit également la résultante de ces trois dimensions : l'ergodicité étant définie comme un attribut de l'objet, il s'agit en réalité d'un effet de design produit par l'objet en question.

Si on se réfère aux différentes dimensions de l'effet de design proposées par Vial, un objet qui est à la fois ontophanique, callimorphique et socioplastique peut être considéré comme ergodique et donc considéré comme un objet de design ; il contribue à la mise en place d'une expérience-à-vivre pour l'utilisateur, conduisant celui-ci à fournir cet « effort supplémentaire » pour apprécier l'objet dans son ensemble.

⁶⁷ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* p. 74.

⁶⁸ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* p. 37.

⁶⁹ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* p. 37.

⁷⁰ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* p. 37.

Dans son ouvrage, Stéphane Vial étend également ces dimensions de l'effet de design et donc l'idée d'ergodicité aux dispositifs numériques et propose ainsi une définition à ce qu'il qualifie littéralement de « web design » ; Vial dit :

Par « Web design », j'entends le processus de design en tant qu'il consiste à créer une interface de navigation qu'on appelle « site web » dans le but d'offrir à l'utilisateur une expérience d'accès à un contenu en ligne. Dans un cas comme dans l'autre, il y a design seulement à partir à partir du moment où se produit pour l'utilisateur un effet de design, par exemple, lorsqu'un jeu vidéo enchante son expérience du jeu ou qu'un site web simplifie et améliore son expérience d'accès au contenu.⁷¹

Nos objets conçus avec du « Parallax Scrolling » sont donc le fruit d'une réelle expérience de web design contribuant, au travers de leur dimension ergodique, à la mise en place d'une expérience-à-vivre pour le lecteur-éditeur.

Nous allons voir dans le prochain point que des objets de design préexistants tels que le livre magique et le jeu vidéo ont fortement influencé les postures de lecture associées aux objets comportant du « Parallax Scrolling ».

3. Une posture de lecture héritée du livre magique et du jeu vidéo

« Car le malheur du livre, c'était son inertie⁷² » écrit Michel Sicard en préface de l'ouvrage de Gaëlle Pelachaud, *Livres animés, du papier au numérique*. Force est de constater que depuis plusieurs siècles⁷³, on a tenté de rendre le livre moins statique et qu'on a cherché à lui imprimer du mouvement, à lui donner du volume. L'arrivée du zootrope au 19^e siècle a notamment favorisé l'apparition de nouveaux formats papier, tels que le folioscope (ou *flip book*), qui reproduisait déjà l'illusion du mouvement et qui conduiront par la suite à l'apparition des « livres à transformation⁷⁴ » au début des années 1930.

⁷¹ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* pp. 71-72.

⁷² Préface de SICARD, Michel dans PELACHAUD, Gaëlle. *Livres animés, du papier au numérique*. Paris, L'Harmattan, 2010. p. 10.

⁷³ Le plus vieux livre à éléments mécaniques est un manuscrit datant de 1250 : *Chronica majora* écrit par le moine anglais Matthew PARIS, où des disques mobiles permettent de déterminer les dates des fêtes chrétiennes.

⁷⁴ Selon Gaëlle PELACHAUD, ce sont des ouvrages dotés de « mécanismes [présentant] des images qui se métamorphosent [sous l'action du lecteur] au profit d'autres images. » — PELACHAUD, Gaëlle. *Livres animés : entre papier et écran*. Éditions Pyramyd. 2016. p. 94.

En s'appuyant sur le développement que fait Paul Ricœur sur l'évolution des formes narratives, il n'est pas illogique que ces formes d'écritures se soient développées et se soient démocratisées. Ricœur émet l'idée que

De nouvelles formes narratives, que nous ne savons pas encore nommer, sont déjà en train de naître, qui attesteront que la fonction narrative peut se métamorphoser, mais non pas mourir. Car nous n'avons aucune idée de ce que serait une culture où l'on ne saurait plus ce que signifie raconter.⁷⁵

Les livres à systèmes ou livres magiques apportent « vie et dynamisme⁷⁶ » au texte papier, Pour reprendre la formule d'Anne-Marie Christin dans son article *Pensée écrite et communication visuelle*, l'écriture, ici, doit tout à son écran⁷⁷. Ils se caractérisent principalement par leur interactivité : leurs pages possèdent des dispositifs variés permettant d'animer, de transformer, de mettre en relief des illustrations ou du texte. Les deux types de dispositifs les plus connus étant les pages en relief (appelées pages *pop-up* dans les pays anglophones) et les pages à languettes.

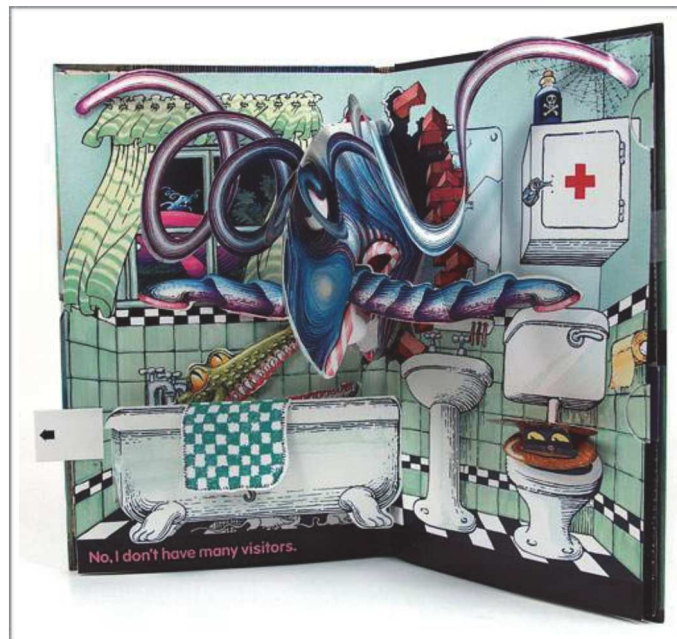


Figure 14 : *La Maison Hantée* de Jan Pieńkowski, 1979
Deux types de système représentés : la languette à tirer et
l'illustration *pop-up* en volume.

⁷⁵ RICŒUR, Paul. *Temps et récit, t. 2, La configuration du temps dans le récit de fiction*, Paris, Éd. du Seuil, 1984, p. 42.

⁷⁶ PELACHAUD, Gaëlle. 2010. *Id.* p. 37

⁷⁷ CHRISTIN, Anne-Marie. « Pensée écrite et communication visuelle », *ceei.univ-paris7*, [disponible en ligne : http://www.ceei.univ-paris7.fr/04_bibliotheque/01/pdf/01_Anne-Marie_Christin.pdf], consulté le 14 janvier 2018

Lorsqu'on observe les éléments constitutifs et caractéristiques des objets conçus avec du « Parallax Scrolling », il est difficile d'échapper à l'analogie qu'il peut y avoir entre ce format et celui du livre à système. La dimension interactive de ces objets semble d'ailleurs être, à première vue, l'un des points de convergence entre ces deux formats.

Cependant, dans son article *L'interactivité : une définition introuvable*⁷⁸, Catherine Guéneau explique que l'interactivité englobe de manière floue plusieurs modèles de communication, à savoir la réactivité, l'inter-réactivité et l'interaction. Plutôt que de considérer l'interactivité comme une réalité, Guéneau la décrit comme un argument de vente qui s'adresse à l'utilisateur dans une logique de promotion de services. Yves Jeanneret voit pour sa part « dans le succès de l'idée d'interactivité, une interrogation du lecteur sur sa propre activité, plutôt qu'une description de l'activité supposée du dispositif.⁷⁹ »

Par conséquent, il s'agirait plutôt de se questionner sur la place que tient le lecteur-éditeur au sein du dispositif et d'observer la posture de lecture qu'il adopte face à ces objets. Ces formats semblent valoriser une posture « active » du lecteur-éditeur : il est mis en position de « manipuler » l'objet, de déclencher par un geste moteur l'apparition de contenus, l'animation de vidéos et la diffusion de sons, etc. De ce fait, la posture associée à la lecture sur papier, dite « traditionnelle » peut être supposément considérée comme « passive ».

On peut également faire une analogie entre nos objets et un autre domaine dans lequel l'imaginaire de l'interactivité est particulièrement visible : le jeu vidéo. Il est facile d'imaginer que les concepteurs d'objets comportant du « Parallax Scrolling » cherchent aussi à viser un public familier de l'utilisation du jeu vidéo, ou du moins un public qui n'a pas d'appréhension ou de réticence à aborder ce type de dispositif et qui serait ouvert à une nouvelle expérience ludique. Dans le jeu vidéo, le lecteur-éditeur est aussi « joueur », il incarne bien souvent un avatar à l'écran et dans l'histoire : ses actions et ses choix peuvent lui permettre de personnaliser le récit au travers de ses interactions avec les autres personnages et/ou avec des éléments du décor.

⁷⁸ GUÉNEAU, Catherine. « L'interactivité : une définition introuvable », *Communication et langages*, n° 145. 2005. pp. 123-124.

⁷⁹ JEANNERET, Yves. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Presses universitaires du Septentrion. 2007. p. 167.

De fait, le lecteur peut modifier ce qu'il lit et ainsi endosser un rôle d'éditeur, rapprochant ainsi le jeu vidéo de nos objets comportant du « Parallax Scrolling ».

Les objets numériques dotés de « Parallax Scrolling » semblent donc se positionner comme l'un des résultats d'une mise en trivialité de formats antérieurs tels que le livre magique et le jeu vidéo. Nous verrons dans la prochaine partie que la posture « active » du lecteur, héritée de ces formats, peut servir différents types d'enjeux.

D. Une tension entre des enjeux économiques et créatifs

Dans cette partie de notre travail de recherche, nous allons voir que le « Parallax Scrolling » peut être considéré comme un dispositif adaptatif, pouvant servir à la fois des enjeux commerciaux et/ou des enjeux artistiques. Nous verrons par la suite que la tension résidant entre ces deux types d'enjeux fait de ce mode web design un modèle difficile à standardiser, qui met en échec toute forme d'industrialisation.

1. Une dimension économique servant des enjeux de « Branding »

De par le potentiel d'engagement qui découle de ce mode de web design, les marques se sont peu à peu emparées du « Parallax Scrolling » et l'ont imposé dans l'écosystème numérique comme une tendance graphique en s'en servant notamment pour développer et améliorer leur stratégie commerciale.

Dans *The Walking Dead : Zombified* et *Make Your Money Matter*, on peut aisément deviner que le « Parallax Scrolling » est utilisé pour promouvoir des services payants, que ce soit un abonnement à une chaîne du câble ou encore l'ouverture d'un compte dans une structure bancaire définie. Le « Parallax Scrolling » permettrait donc ici d'amplifier la stratégie de *branding* des marques qui se trouvent à l'initiative de ces deux objets numériques, en favorisant la gestion et le développement de leur identité et de leur image de marque. Cette idée est également soulevée par Stéphane Vial dans son ouvrage lorsqu'il explique que « la finalité [d'un objet de design] n'est pas de produire un « effet de design » au service des individus, mais une « valeur ajoutée » au service des marques⁸⁰ ».

Au travers de ces deux objets numériques, les marques invitent l'utilisateur à l'interaction en le confrontant notamment à des décors dont l'esthétique semble puisée dans des formes documentaires préexistantes et face auxquels il peut se sentir « à l'aise » et prêt à s'engager. Nous avons mentionné précédemment que le principe inhérent au « Parallax Scrolling » est d'être engageant : l'utilisateur doit incorporer de sa personne en manipulant le dispositif pour que son contenu lui soit révélé.

⁸⁰ VIAL, Stéphane. 2014. *Id.* p. 21.

Afin d'estomper la visibilité du message commerciale de ces objets et ainsi de favoriser l'engagement « naturel » de l'utilisateur, l'argumentaire d'acquisition/conversion n'est jamais directement dévoilé dans le cours de la narration ; il n'y a pas non plus nécessairement d'allusion directe à un produit type de la marque, c'est d'ailleurs le cas dans *The Walking Dead : Zombiefied* et *Make Your Money Matter*. Cependant le cadre de diffusion de l'information doit être suffisamment engageant (et convaincant) pour que l'utilisateur souhaite se pencher et s'impliquer davantage sur le contenu ou sur la vision de la marque. À ce titre, dans *The Walking Dead : Zombiefied*, l'utilisateur « incarne » un figurant et suit principalement son évolution dans les coulisses de la série ; dans *Make Your Money Matter*, l'utilisateur observe le parcours d'un billet de banque suite à un dépôt de liquidités.

Ce n'est que lorsque l'utilisateur arrive à la fin de ces deux narrations qu'il est en quelque sorte extrait de ces récits oniriques et exposé aux offres commerciales de ces deux marques ; il est notamment invité à interagir avec différents boutons CTA⁸¹ ou à renseigner son code postal pour qu'il puisse trouver l'une de ces enseignes commerciales à proximité de l'endroit où il se trouve.

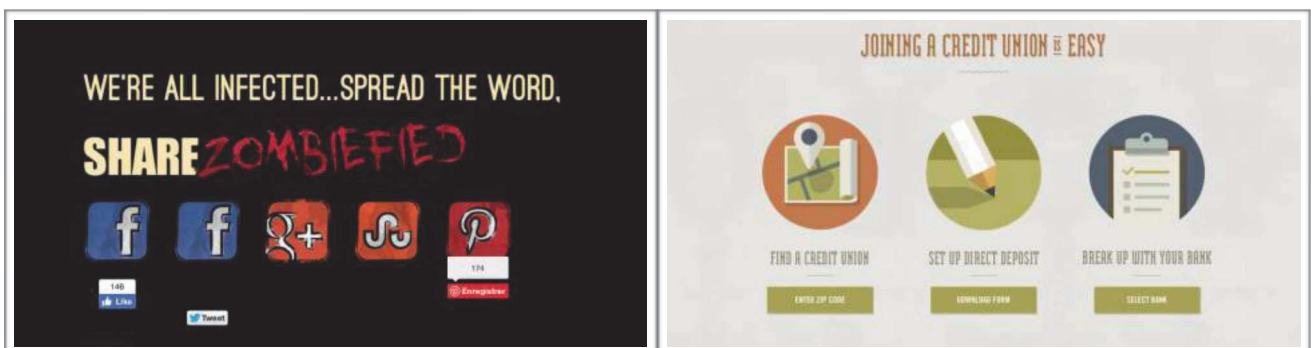


Figure 15 : Captures d'écran des interfaces de « *The Walking Dead : Zombiefied* » & « *Make Your Money Matter* »

Le discours commercial ou d'acquisition/conversion se trouve généralement à l'issue de la narration, sur le dernier écran de l'objet numérique.

[<https://www.cabletv.com/the-walking-dead> & <http://makeyourmoneymatter.org> - 08 mai 2019]

En obtenant un *feedback*⁸² visuel instantané lorsqu'il interagit avec *The Walking Dead : Zombiefied* et *Make Your Money Matter*, l'utilisateur devient plus alerte et plus disposé à avancer dans le récit. D'une certaine façon, le dispositif lui fait la promesse que chaque geste qu'il effectue lui sera restitué par l'interface au travers d'une réponse

⁸¹ Boutons *call-to-action* — cf. lexique

⁸² Feedback — cf. lexique

« inattendue », ce qui explique le caractère motivant et fortement engageant qui se dégage de cette stratégie de *branding*. De cette manière, l'utilisateur confronté au « Parallax Scrolling » se retrouve comme pris dans un « tunnel narratif » : cette expérience utilisateur « améliorée », associée à une conception et à des animations attrayantes, l'oblige à aller plus loin dans la page web. Il est en quelque sorte conduit, guidé et maintenu dans l'expérience jusqu'au message commercial qui se trouve généralement à la fin du récit.

En capitalisant sur l'engagement de l'utilisateur au travers d'une expérience de « Parallax Scrolling », les marques à l'origine de *The Walking Dead : Zombiefied* et *Make Your Money Matter* cherchent également à maîtriser et à limiter certaines données pragmatiques comme le taux de rebond de leurs objets numériques, c'est-à-dire le nombre de visiteurs qui visitent leur site et qui choisissent, pour diverses raisons subjectives, de mettre fin à l'expérience en cliquant sur le bouton « précédent » avant même d'avoir exploré l'intégralité de ses pages. Dans le cadre d'une stratégie de *branding*, l'interface de ces objets conçus avec du « Parallax Scrolling » permet aux marques d'obtenir un taux de rebond réduit en raison du fait qu'il ne s'agit, *in fine*, que du défilement d'une seule et même page. En l'absence d'autres pages vers lesquelles se tourner, l'utilisateur engagé peut ainsi aller à l'essentiel et éviter de se noyer sous une masse d'informations, ce qui aurait pu le faire rebrousser chemin ou le pousser à interrompre son interaction.

Dans le prochain point, nous verrons que « Parallax Scrolling » peut être également utilisé dans des contextes dépourvus de toute logique commerciale, dans le seul but de sublimer du contenu et/ou de l'information au sein d'interfaces dynamiques et engageantes qui se revendiquent quasiment de l'Art numérique.

2. Une dimension créative servant des enjeux artistiques

Dans son article, *Pour un art des images numériques*, le chercheur Claude Tuduri décrit l'univers numérique comme un nouveau lieu d'expression artistique ; il dit à ce sujet que

Non seulement le *corpus* des œuvres traditionnelles peut s'enrichir de nouvelles interprétations en vertu d'une transposition numérique adaptée, mais encore la capacité d'allier ces images inédites à d'autres modes d'expression réserve à l'homme contemporain un nouvel art d'écrire les mots, les couleurs et les sons.⁸³

Yves Jeanneret évoque également l'idée que ce nouvel espace d'expression artistique donne lieu à « un nouveau dynamisme de la plasticité et du rythme⁸⁴ » et à notre sens, le « Parallax Scrolling » pourrait ainsi être considéré comme une forme de représentation de l'Art numérique.⁸⁵

En s'inscrivant dans des projets non publicitaires, dénués d'intentions commerciales, l'utilisation du « Parallax Scrolling » peut également relever de la création artistique.⁸⁶ En utilisant ce mode de design comme un moyen d'expression artistique, les concepteurs deviennent des créateurs et tendent à « augmenter » le rapport traditionnel qui lie la matière artistique au « spectateur ». Dans *The Boat* et *The Thoreau-Wabanaki Trail*, le « Parallax Scrolling » vient accompagner et augmenter le texte numérique (qui est ici la matière artistique première de l'objet) en ajoutant une « valeur ajoutée », un degré d'esthétique supplémentaire. L'absence de message à caractère commercial catégorise ainsi l'expérience comme une forme de divertissement, comme une sorte d'œuvre d'art immersive.

Dans *The Boat*, les gestes de défilement effectués par le lecteur agissent, entre autres, sur les conditions météorologiques du récit, la narration est ainsi empreinte d'une forme

⁸³ TUDURI, Claude. « Pour un art des images numériques », *Études* 2005/10 (Tome 403). pp. 363-373.

⁸⁴ JEANNERET, Yves. *Histoire de l'écriture : de l'idéogramme au multimédia*. Flammarion. 2001. pp. 387-394.

⁸⁵ L'apparition de l'Art numérique remonte à la fin des années 1950 : avec l'émergence des dispositifs numériques, certains artistes ont eu l'idée de détourner la puissance de calcul des ordinateurs et de profiter du développement d'interfaces électroniques pour générer des créations numériques et inédites qui s'inscriront par la suite dans des catégories artistiques relevant des « Beaux-arts numériques ».

⁸⁶ Selon Jörg MEIBNER, la présence ou l'absence de la dimension commerciale d'une objet marque la distinction entre la démarche artistique et la démarche publicitaire, qu'il considère plutôt comme une science. — MEIBNER, Jörg. « Quand l'art moderne devient commercial ». *Propagande et publicité dans l'œuvre de Herbert Bayer*, *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 101, no. 1. 2009. pp. 27-48.

d’instantanéité et permet au lecteur de réaliser qu’il participe, au travers de son interaction, à la médiation du récit soit à la médiation artistique de l’objet numérique.

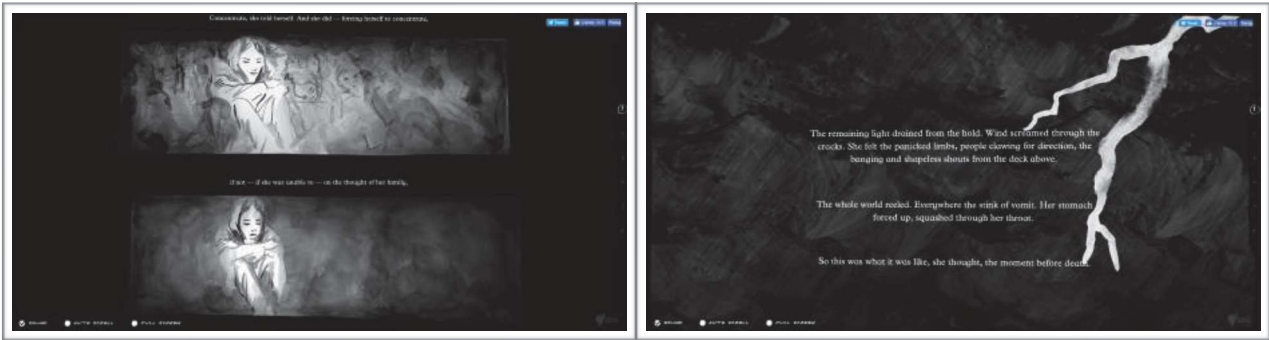


Figure 16 : Captures d’écran de l’interface de « The Boat »
 [http://www.sbs.com.au/theboat/ - 23 avril 2019]

Dans *The Thoreau-Wabanaki Trail*, les concepteurs ont fait le choix de placer le lecteur dans une posture qui relève plus de la « spectature » que de la participation : bien que le geste de défilement du lecteur-utilisateur soit une fois de plus le moteur de l’écoulement narratif, l’attention de celui-ci se porte davantage sur les nombreux contenus iconographiques et vidéographiques qui défilent sous ses yeux ; les variations des types de contenus et de leurs dimensions récréent ainsi auprès du lecteur-spectateur le sentiment d’être au milieu d’une exposition numérique d’avancer d’œuvre singulière en œuvre singulière.



Figure 16 : Captures d’écran de l’interface de « The Boat »
 [http://www.sbs.com.au/theboat/ - 23 avril 2019]

Les concepteurs de ces deux objets numériques cherchent ainsi à atteindre le lecteur-spectateur, à l’engager dans une forme de médiation participative, en le faisant prendre part à la dynamique de l’objet et en suscitant sa contemplation au travers du « beau ». En hébergeant des objets numériques comme ceux-ci, internet semble donc servir de support de diffusion, mais également d’espace de création et d’existence pour des « œuvres artistiques » d’un nouveau genre. Ainsi, pour que ces « œuvres » puissent exister techniquement, elles doivent être

programmées en langage informatique, bénéficier d'une infrastructure réseau et s'inscrire dans les différents protocoles en vigueur sur internet ; grâce au réseau, l'œuvre comme objet médiatique peut se matérialiser simultanément à plusieurs endroits au même instant, permettant ainsi à différents publics de spectateurs de l'observer gratuitement et sans contrainte de temps. Yves Jeanneret décrit ainsi internet comme un espace où « la pensée visuelle, celle du discours et celle de la parole pourraient non pas s'aplatir, mais se provoquer mutuellement.⁸⁷ »

Nous verrons dans le prochain point que la tension persistante entre les enjeux économiques et artistiques du « Parallax Scrolling » fait de ce mode de web design un modèle difficile à standardiser et à industrialiser, pouvant parfois même conduire à un brouillage du message médiatique de l'objet auprès de l'utilisateur.

3. Un modèle difficile à standardiser

Comme nous avons pu le voir précédemment, le « Parallax Scrolling » est un format riche et dynamique qui ne peut se séparer d'un certain nombre de contraintes techniques. Parfois présenté comme un « ovni » ou un format de niche, ce mode de web design n'a jamais réellement réussi à dépasser le statut de « tendance » et à s'imposer comme une norme au sein de l'écosystème numérique.

La diffusion « limitée » d'un mode de web design comme celui-ci s'explique très certainement par le fait qu'il n'existe aucun modèle type de « Parallax Scrolling », bien que chaque objet comporte un « lestage technosémiotique⁸⁸ », c'est-à-dire des traces de pratiques et d'imaginaires qui accompagnent leur médiation. Les objets dotés de ce mode de web design sont considérés, par nature, comme des « machines à enchantement » et ce même enchantement ne peut pas jaillir d'objets qui relèvent du commun, qui ne se drapent pas dans le motif de l'unicité.

Un utilisateur trop « enchanté » peut également nuire aux enjeux économiques et artistiques que nous avons explicités précédemment. En effet, si l'utilisateur se laisse aller à une gestuelle frénétique, il risque de passer à côté du message de la marque ou de la démarche artistique recherchée par le concepteur.

⁸⁷ JEANNERET, Yves. *Id.* 2001. pp. 387-394.

⁸⁸ DAVALLON, Jean, « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche », *Hermès*, n°38, CNRS Éditions, Paris, 2004, p.35.

Dans son travail de recherche autour du *swipe* et de l'application Tinder, Inès Garmon a d'ailleurs souligné l'impact d'un geste frénétique sur l'expérience utilisateur ; elle dit à ce sujet que

Ce geste est à de nombreuses reprises qualifié de « rapide » et surtout de « frénétique ». Ce terme, qui renvoie au champ lexical du délire, de la fièvre et de la démesure, amène à positionner le *swipe*, si nous nous en référons au même schéma, « très haut » sur l'axe de l'intensité, mais également « très loin » sur l'axe de l'extensité car joué et rejoué sans cesse. Aussi, sa qualité réside dans son intensité et dans sa quantité, ce qui en fait un geste d'une grande puissance.⁸⁹

La pratique d'un *scroll* frénétique entraîne, *de facto*, une rupture dans la transmission du message entre l'utilisateur et l'objet numérique et met un terme au contrat de communication.

D'autres formats impliquant le *scroll* ont pourtant fait l'objet d'une standardisation et d'une « massification », comme le *long scrolling* (ou *infinite scroll*), qui s'est développé sous l'impulsion des écrans tactiles, des réseaux sociaux et de certains sites marchands. Le *long scrolling* repose sur le même principe que le « Parallax Scrolling » : il s'agit de faire tenir l'ensemble des informations d'un site sur une seule page afin d'y accéder par un geste de défilement. En revanche, il se distingue du « Parallax Scrolling » par l'absence de démarche singulière de création à l'origine de son développement. En effet, c'est en visant le « hors-norme » que les concepteurs d'objets numériques aboutissent à des créations efficaces et engageantes aux yeux des utilisateurs.

Cet aspect « hors norme » peut également constituer un frein à toute logique de standardisation : il peut se retourner contre les concepteurs et desservir le « Parallax Scrolling » comme nous avons pu le voir avec l'exemple de l'affichage sur mobile ou sur tablette.

Bien que le « Parallax Scrolling » soit un format qui n'ait pas bénéficié d'une standardisation globale à l'échelle d'internet, il reste un mode de web design précurseur qui a permis d'ancrer un certain nombre de pratiques chez les utilisateurs et de bousculer les formes des médias informatisés. Nous verrons dans la deuxième partie de ce travail de recherche dans quelle mesure la lecture sur écran a été influencée ces dernières années par le « Parallax Scrolling » et dans quelle mesure on peut le considérer comme un format médiagénique.

⁸⁹ GARMON, Inès. *Id.* 2016

II. Un dispositif médiagénique générant des expériences ludiques

Comment les formes « traditionnelles » de web design sont-elles impactées par le « Parallax Scrolling » ? De quelle manière cette forme de web design favorise-t-elle une complétion d'imaginaires de formes documentaires préexistantes ? Comment le « Parallax Scrolling » procède-t-il pour réquisitionner le corps et l'esprit du lecteur-utilisateur à travers une expérience prétendument ludique ?

Dans ce chapitre, nous chercherons à comprendre dans quelle mesure une forme dynamique de web design comme le « Parallax Scrolling » peut à la fois s'imposer dans la réforme de certaines pratiques sociales des médias informatisés, tout en s'imprégnant d'imaginaires qui l'ont précédés afin d'offrir une expérience ludique et mémorable au lecteur-utilisateur.

A. L'éloge de la disruption

En se démarquant comme format créatif et innovant, les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » ont contribué à amorcer une transition des formes et des usages au sein des interfaces numériques. Après un bref état des lieux des formes et des usages constituant les interfaces dites « traditionnelles », nous nous attacherons à montrer que ces objets numériques revendiquent un format de rupture.

1. Une évolution des formes et des usages en web design

Les deux dernières décennies ont marqué un tournant majeur dans l'histoire du numérique : les différentes évolutions des dispositifs techniques et des interfaces ont permis de repenser l'agencement de l'information et la diffusion de celle-ci s'est largement simplifiée grâce au développement de l'Internet. Le fruit de ces évolutions peut s'observer au sein même de notre corpus : les objets conçus avec du « Parallax Scrolling » ont également subi des transformations, tant dans leur forme que dans les usages qu'ils suscitent.

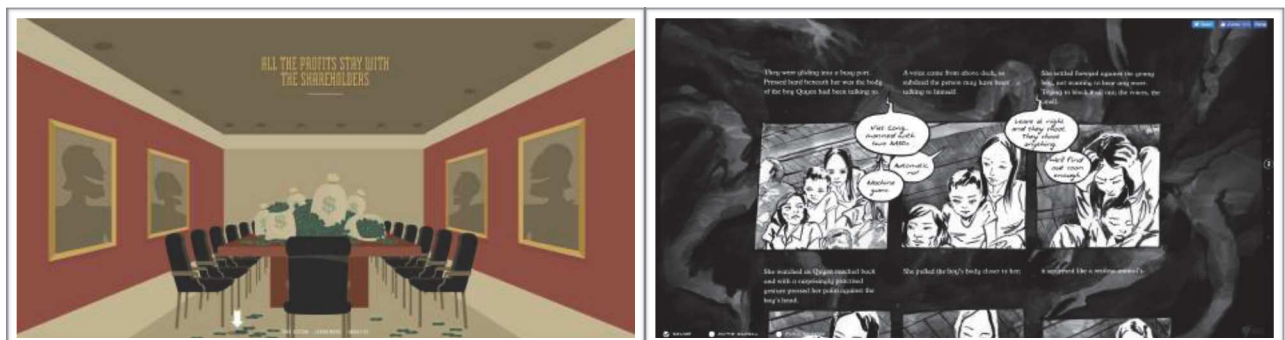


Figure 17 : Captures d'écran des interfaces de « *Make Your Money Matter* » (2013) et « *The Boat* » (2015)
De gauche à droite, les traces de la sophistication des interfaces : d'une interface épurée à un interface animée.

[<http://makeyourmoneymatter.org> & <http://www.sbs.com.au/theboat/> - 24 mai 2019]

L'évolution des formes, comme nous pouvons le voir entre *Make Your Money Matter* et *The Boat*, atteste de changements majeurs dans l'essence même de ces objets : leur écriture numérique. Comme nous l'avons évoqué précédemment, l'existence en ligne d'un contenu résulte de l'équilibre entre deux langages de programmation : le langage HTML et le langage CSS. Le langage HTML peut être considéré comme une écriture permettant d'inscrire le contenu ou l'information sur son support numérique, c'est-à-dire la « page web ». Le langage CSS permet, quant à lui, de régir et d'organiser l'image de l'information générée par l'écriture HTML. Le norvégien Håkon Wium Lie justifie le développement du langage CSS comme une volonté de « proposer une alternative à l'évolution du HTML d'un langage de structuration vers un langage de présentation. [Traduction libre]⁹⁰ »

Bien que les langages HTML et CSS nécessitent d'exister séparément pour gérer le fond et la forme d'un site internet dans sa partie *back-office*⁹¹, ils sont étroitement mêlés l'un à l'autre dans la partie *front-office*⁹² du site. L'information est donc valorisée par différents éléments du design comme l'esthétique, l'organisation et la cohérence de l'espace, les couleurs, la typographie, etc, qui sont le fruit de l'écriture CSS.

Dans un article⁹³ publié en 2015 sur le site *Pixeliart*, la développeuse web Sandrine Vigne présente les trois « principaux » avantages du CSS, justifiant ainsi la pertinence de cette écriture et l'utilité d'une séparation entre le langage et la forme et le langage et le fond, c'est-à-dire l'HTML. Selon Sandrine Vigne, le CSS favorise :

- La modification rapide du design d'un site internet, « puisqu'il s'agit de ne modifier que le CSS, toute la structure HTML restant identique. »
- L'accélération du temps de chargement d'un site internet, « puisque, débarrassé de toutes les balises de style, le code HTML est beaucoup plus léger, la feuille de style

⁹⁰ “Style sheets were proposed as an alternative to the evolution of HTML from a structural language to a presentational.” — WIUM LIE, Håkon. *Cascading Style Sheets*. Thèse de doctorat. Faculté de mathématiques et de sciences naturelles, Université d'Oslo, Norvège. [Disponible en ligne : <https://www.wiumlie.no/2006/phd/>]

⁹¹ Back-Office — cf. lexique

⁹² Front-Office — cf. lexique

⁹³ VIGNE, Sandrine. « 1998, la révolution du CSS ». *Pixeliart*. [Disponible en ligne : <https://pixeliart.fr/revolution-du-css-design-web/>], publié le 26 août 2015, consulté le 15 mai 2019.

n'étant chargée qu'une fois par le navigateur. » Ce qui explique aussi pourquoi les sites comportant du « Parallax Scrolling » se chargent plus vite en 2019 qu'en 2013.

- La clarté du code HTML qui gagne en lisibilité, permettant ainsi une meilleure résolution des anomalies liées à la programmation.

Nous avons déjà montré précédemment que les formes du web design ont connu des évolutions significatives au fil des années et il semblerait que cette évolution ne puisse être dissociée, par nature, de l'évolution des écritures numériques.

Si le CSS se veut être le langage du design, des formes comme le « Parallax Scrolling » n'auraient jamais pu voir le jour sans l'évolution de technologies annexes qui se sont additionnées au CSS, profitant ainsi au design global des interfaces. Des langages de programmation comme Flash, Javascript ou PHP ont permis d'incorporer des animations dans le design des sites internet et d'installer progressivement une forme de dynamisme dans le web design. Le « Parallax Scrolling » constitue l'un des multiples reflets de l'évolution complexe des formes en web design ; au-delà de son caractère innovant, ce dispositif s'est donc construit grâce aux diverses évolutions et hybridations scripturales (et donc graphiques) qui l'ont précédé. À l'origine incorporé au langage HTML, le « Parallax Scrolling » s'est peu à peu déplacé dans le langage CSS puis dans le langage Javascript, témoignant d'une optimisation progressive du code informatique constituant ces objets.



Figure 18 : Captures d'écran des différentes interfaces du site d'Apple (de gauche à droite, 1998 - 2002 - 2008)
Le langage CSS n'a été utilisé par Apple qu'à partir de l'interface de 2008 : le texte laisse plus de place à l'image et la page internet s'organise structurellement.

[<https://tinyurl.com/waybackapple> - 15 mai 2019]

Comme nous l'avons également vu plus tôt dans ce travail de recherche, le « Parallax Scrolling » a favorisé le déploiement de nouveaux usages et de nouvelles pratiques impliquant les utilisateurs dans un rapport au dispositif présupposé nouveau. Cependant, ces

nouveaux usages et ces nouvelles pratiques sont également la somme ou l'héritage de pratiques qui se sont développées parallèlement et en lien avec les différentes évolutions qu'a traversé le web. Le site internet *Evolution of the Web*⁹⁴ recense, en faisant l'inventaire des différents types d'évolutions liées au web, trois grandes périodes de l'Internet où les usages et les pratiques ont fortement changés :

- Le « web 1.0 » (ou « web traditionnel ») que l'on associe à la période 1991-1999 et qu'on peut caractériser comme un web statique, axé sur la diffusion « basique » d'informations. Les sites du « web 1.0 » mettent le plus souvent en lumière des informations commerciales (apparition des premiers sites de e-commerce à cette époque) et sollicitent peu l'intervention des utilisateurs. Cependant, le développement exponentiel de la « bulle internet » en 2000 a rapidement remis en question cette approche du web.
- Le « web 2.0 » (ou « web social ») que l'on associe à la période 2000-2009 qui privilégie la dimension d'échange et de partage des contenus et de l'information entre les utilisateurs (c'est-à-dire des textes, des vidéos, des images, etc). C'est également grâce à l'émergence du « web 2.0 » qu'on a pu voir se développer les réseaux sociaux et les blogs ; l'avis de l'utilisateur est sollicité en permanence et celui-ci entre dans un processus de socialisation virtuelle. L'apparition des smartphones démocratise le web et le transforme en un espace dynamique. Néanmoins, la profusion de contenus engendrée par ces nouveaux usages génère une forme « d'infobésité » auprès des utilisateurs et marque un besoin de transition avec cette approche du web.
- Le « web 3.0 » (ou « web sémantique »), que l'on associe à la période 2010— XX qui tente de donner du sens aux données en organisant la masse de contenus et d'informations disponibles en fonction des besoins de chaque utilisateur. Le « web 3.0 » est également plus « portable » et fait de plus en plus le lien entre le monde réel et le monde virtuel, en s'appuyant notamment sur le contexte où se trouve l'utilisateur, via sa localisation par exemple. Cette approche du web répond

⁹⁴ HYPERAKT & VIZZUALITY. *Evolution of the Web*. 2012. [Disponible en ligne : <http://www.evolutionoftheweb.com>] publié en 2012, consulté le 15 mai 2019

principalement aux besoins d'utilisateurs mobiles et connectés via des dispositifs numériques tels que leur tablette ou leur smartphone.

Si nous devons aller dans le sens de ce discours, le « Parallax Scrolling » appartiendrait chronologiquement à l'ère du « web 3.0 » et pourrait s'inscrire parfaitement dans cette volonté de réformer l'organisation de l'information : au travers de ce mode de design, l'information est directement soumise à l'utilisateur, il n'a plus besoin d'aller la chercher dans des sous-menus. L'aspect « format de niche » des objets conçus avec du « Parallax Scrolling » pourrait également se ressentir dans la définition proposée du « web 3.0 » ; en effet, comme nous l'avons expliqué, le « Parallax Scrolling » n'est pas une forme de web design qui a su parfaitement s'adapter aux dispositifs nomades (ou « dispositifs de poche »).

Bien qu'il faille raison garder sur les discours de certains spécialistes⁹⁵ qui indiquent que société semble se diriger vers une approche du « web 4.0 », ou « web intelligent », l'utilisateur semble, dans les faits, s'orienter vers une immersion de plus en plus prégnante dans l'environnement numérique. De part son aspect engageant et stimulant, le « Parallax Scrolling » a été amené à circuler au sein des médias informatisés et à se transformer sous l'influence des diverses formes d'appropriations des concepteurs pour des projets aux enjeux différents, inspirant ainsi de nouveaux terrains d'expérimentation.

Dans le prochain point, nous verrons de quelle manière le « Parallax Scrolling » utilise la créativité pour réorganiser l'information et créer ainsi un « effet disruptif » permettant de lutter contre un sentiment de surcharge informationnelle, contre lequel les concepteurs essaient de plus en plus de se battre.

⁹⁵ FAILLET, Caroline. « Le Web 4.0 : Quand le Numérique franchit la frontière du physique ». *Forbes*. [Disponible en ligne : <https://www.forbes.fr/technologie/le-web-4-0-quand-le-numerique-franchit-la-frontiere-du-physique/>], publié le 23 novembre 2017, consulté le 15 mai 2019.

2. L'organisation singulière et créative de l'information

Dans un article consacré au phénomène de surcharge informationnelle (ou « infobésité »), *France Culture* rapporte les propos d'un élève de Terminale qui analyse sa manière de consommer de l'information sur internet ; le lycéen dit devoir opérer une forme de tri dans la masse de sujets en expliquant que

Je m'informe notamment par mon fil Twitter. Je vais regarder les titres, et s'il y a quelque chose qui m'interpelle, je vais cliquer. Mais il y a tellement de quantité que je ne peux pas tout lire. Des fois, je vais lire un article de fond, par exemple sur *Le Monde*. Mais il faut se concentrer, alors qu'il y a des articles plus légers, plus accessibles, que je peux lire en diagonale.⁹⁶

Force est de constater que l'abondance de contenus sur internet et leur « désorganisation » conduit les utilisateurs à une forme de rejet par dispersion. Ce phénomène et sa mise en évidence ne sont pas spécialement nouveaux, Sénèque en faisait déjà état à l'époque de la Rome antique dans l'une des premières *Lettres à Lucilius*. Au travers de sa locution *Distringit librorum multitudo*⁹⁷, le philosophe présentait l'abondance de livres comme une cause de dispersion de l'attention provoquant un écartèlement pour l'esprit.

Dans nos objets de corpus *The Thoreau-Wabanaki Trail* et *Make Your Money Matter*, les informations jugées comme « importantes » par les concepteurs et devant être transmises aux lecteurs-utilisateurs sont diluées dans une narration linéaire, par intermittence avec du contenu graphique. On assiste à une forme d'économie de l'information où toute donnée ne servant pas directement la narration est écartée. Dans *The Thoreau-Wabanaki Trail*, le lecteur-utilisateur est invité à adopter une posture contemplative : il est exposé à des photographies et à des vidéos dans la majeure partie de l'objet. Certains éléments textuels, telles que des citations, sont insérés dans l'enchaînement de contenus graphiques induisant chez le lecteur-utilisateur une sensation de lecture et d'enrichissement intellectuel à « moindre effort ». Dans *Make Your Money Matter*, l'argumentaire commercial est favorisé par cette même alternance entre contenu graphique et contenu textuel : les concepteurs ont préféré utiliser une rhétorique visuelle connue en diffusant ponctuellement des chiffres clés et des phrases courtes pour maintenir le lecteur-utilisateur dans

⁹⁶ Propos recueillis par VERBEKE, Lise. « Infobésité : comment s'informer ». *Hashtag*, France Culture. [Disponible en ligne : <https://www.franceculture.fr/emissions/hashtag/infobesite-comment-sinformer>], publié le 16 mars 2018, consulté le 15 mai 2019.

⁹⁷ Qui a été traduit par « L'abondance des livres disperse » — SÉNÈQUE. *La tranquillité de l'âme ; suivi de La retraite*. Points, 2018.

un état contemplatif et ainsi conserver une forme de docilité qui facilite une éventuelle conversion commerciale.

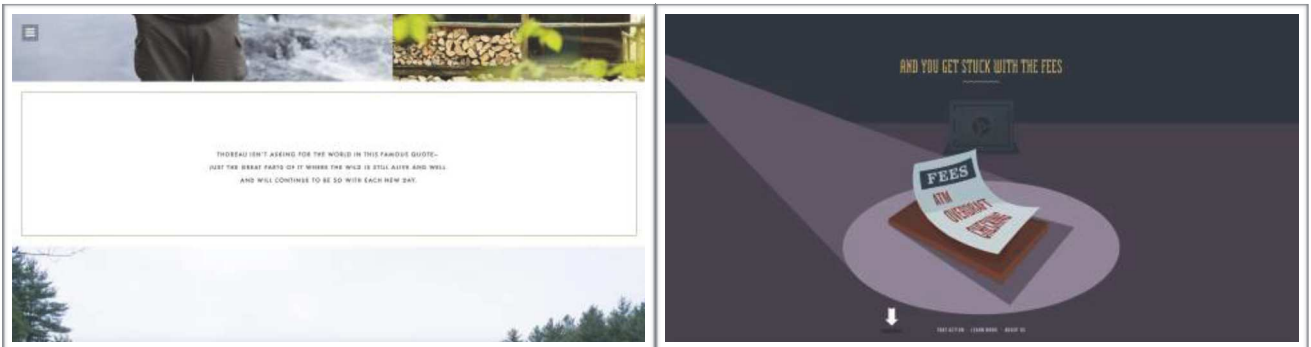


Figure 19 : Captures d'écran des interfaces de « *The Thoreau-Wabanaki Trail* » et « *Make Your Money Matter* »
Les éléments textuels et/ou commerciaux sont insérés entre des éléments graphiques,
ce qui favorise leur assimilation par le lecteur-utilisateur.

[<https://visitmaine.com/quarterly/thoreau> & <http://makeyourmoneymatter.org> - 25 mai 2019]

Le « Parallax Scrolling » semble ainsi éviter, au travers d'un mode d'organisation de l'information qui lui est propre, le développement d'une surcharge cognitive chez le lecteur-utilisateur. Dans son article *Cognition et technologies d'apprentissage*, Jean-François Rouet aborde la question de la relation entre cognition et recherche d'information, il dit à ce sujet que

La recherche d'informations est une activité stratégique, qui demande un bon niveau de contrôle métacognitif : savoir évaluer ses connaissances et ses besoins d'informations en fonction d'un objectif, contrôler si l'information traitée est pertinente, prendre des décisions utiles en cas de difficultés, etc.⁹⁸

En se basant sur le postulat de Rouet, il semblerait que la surcharge cognitive soit évitée (ou du moins limitée) dans le cadre du « Parallax Scrolling » car le lecteur-utilisateur n'a pas à se livrer à un processus de recherche ; l'information lui est directement exposée au travers de la narration. Cette situation doit sans doute être opposée aux modes de design dits « traditionnels » que l'on peut retrouver sur internet et qui peuvent susciter une forme « d'entropie informationnelle » entraînant une incapacité à traiter l'information et à plus forte raison, à l'évaluer.

De cette façon, le « Parallax Scrolling » apparaît comme un mode de web design offrant au lecteur-utilisateur une meilleure lisibilité de l'information. L'information semble ainsi bénéficier de deux niveaux de lisibilité : la lisibilité visuelle (favorisant la lecture de l'objet) et la lisibilité cognitive (favorisant entre autres la « mémorisation » de l'objet).

⁹⁸ ROUET, Jean-François. « Cognition et technologies d'apprentissage : quelques questions et pistes de recherche ». *Systèmes d'information et management*, vol. 5, n° 4. 2000. pp. 21-32.

- La lisibilité visuelle d'un texte se caractérise par ce qui en facilite la perception. Rentre alors en ligne de compte le choix et la taille de la police d'écriture, le choix des couleurs et de leur contraste, l'aération du texte, la structure des paragraphes et du reste de la mise en page. Si un objet numérique ne bénéficie pas d'une bonne lisibilité visuelle, le confort du lecteur-utilisateur est alors impacté et celui-ci devra mobiliser un plus grand nombre de ressources cognitives pour aller au bout de sa lecture.
- La lisibilité cognitive représente l'effort cognitif exigé par la lecture du contenu d'un objet. Pour optimiser la lecture de l'objet, il est nécessaire de faciliter la compréhension de son contenu en facilitant, notamment, la distinction des groupes d'informations et de leur rôle. Selon une étude réalisée en 2006 par Jakob Nielsen pour le groupe Nielsen Norman, 79 % des lecteurs sur le web procèdent à une lecture par « balayage » ; seulement 16 % des lecteurs sur le web procèdent à une lecture mot à mot.⁹⁹ Lorsque le lecteur lit en « balayage », il survole le texte à la recherche d'informations, il lit par groupe de mots et passe d'un groupe à un autre, afin d'essayer d'assimiler le plus d'information possible tout en mobilisant le moins de ressources cognitives possibles.

En offrant à la fois une lisibilité visuelle et cognitive, des objets comme *Make Your Money Matter* peuvent présenter au lecteur-utilisateur des informations dites « formelles » sous un angle créatif évitant ainsi tout phénomène de surcharge informationnelle ou cognitive. Si on le compare à un objet numérique censé délivrer du contenu informationnel similaire, tel que le site internet de l'*UnionBank* par exemple, on peut facilement observer le contraste opposant le web design « traditionnel » et le « Parallax Scrolling » en terme de lisibilité et de charge informationnelle. Le « Parallax Scrolling » semble ainsi offrir un cadre plus propice à la stimulation de la réceptivité de l'utilisateur.

⁹⁹ NIELSEN, Jakob. « F-Shaped Pattern For Reading Web Content (original study) », *Nielsen Norman Group*, [Disponible en ligne : <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>], publié le 17 avril 2006, consulté le 28 mai 2019



Figure 20 : Captures d'écran des interfaces de « UnionBank » et « Make Your Money Matter »
 La lisibilité de l'information est favorisée au sein de l'objet utilisant du « Parallax Scrolling »
 [https://www.unionbank.com & http://makeyourmoneymatter.org - 28 mai 2019]

En détonnant avec les formes de web design traditionnelles, le « Parallax Scrolling » semble revendiquer une intention « disruptive » ; nous verrons dans le prochain point comment ce mode de web design instrumentalise l'idée de rupture avec les formes de web design préexistantes pour se construire une identité de web design innovant.

3. Une tentative de rupture des formes

Dans le cadre de l'édition 2016 du forum économique mondial de Davos, Damien Tampling, ancien responsable des stratégies de fusion et d'acquisition de *Deloitte Tech*, s'est exprimé sur la transition numérique qu'il considère comme la « quatrième révolution industrielle » ; Tampling a notamment expliqué que l'innovation numérique était, à son sens, indissociable d'une forme de disruption. Il explique à ce sujet qu'une « vraie innovation de rupture change la façon dont on rend un produit ou un service plus accessible et plus abordable », justifiant l'intention disruptive comme un moyen, entre autres, de faire évoluer des formes et des usages en les optimisant.¹⁰⁰

Dans *The Thoreau-Wabanaki Trail*, cette idée d'optimisation des formes et des usages semble être inscrite dans l'essence même de l'objet : il existe un certain nombre de sites internet dédiés au circuit Thoreau-Wabanaki et ces objets, dans l'ensemble, tentent de recréer un imaginaire de carnet d'expédition ; or, notre objet de corpus se positionne dans cette panoplie d'objets comme un carnet de voyage numérique « vivant », ayant recours au « Parallax Scrolling » pour donner au lecteur-utilisateur l'impression de voyager aux côtés de

¹⁰⁰ TAMPLING, Damien. Propos recueillis par AUDRERIE, Jean Baptiste. *Futur Talents*. World Economic Forum. Davos, Suisse. 2016. [Disponible en ligne : https://futurstalents.com/transformation-digitale/intelligence-digitale/20-quotes-about-digital-economy-talents-and-skills/], publié le 25 janvier 2016, consulté le 15 mai 2019.

l'équipe de chercheurs. En inscrivant dans le parcours utilisateur les différentes étapes de l'expédition et en y incluant des contenus en haute définition, tels que des vidéos, les concepteurs indiquent une volonté de rompre avec la statique du format carnet de voyage « traditionnel » qui se limite habituellement à un travail proche de la photographie documentaire.

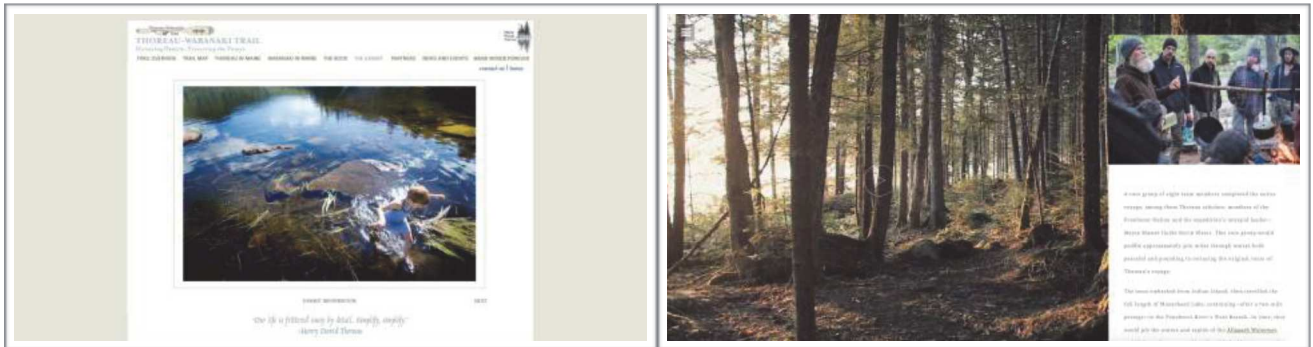


Figure 21 : Captures d'écran des interfaces de « Thoreau-Wabanaki Trail » et « The Thoreau-Wabanaki Trail »

À gauche, une interface statique dénuée de « Parallax Scrolling »

À droite, une interface dynamique incluant du « Parallax Scrolling » et des contenus interactifs

[<https://visitmaine.com/quarterly/thoreau> - 28 mai 2019]

Le « Parallax Scrolling » a donc une certaine prétention à se positionner comme une forme innovante et en rupture avec les autres modes de web design préexistants ; c'est d'ailleurs ce que Yves Jeanneret explique en émettant l'idée que « c'est un trait particulier de la culture technique contemporaine que de convoquer systématiquement la catégorie de la nouveauté.¹⁰¹ » Pour autant, nous émettons un doute sur la valorisation quasi systématique de ce mode de design comme une innovation de rupture.

En se basant sur les travaux de Clayton Christensen, on peut distinguer deux types majeurs d'innovations : les innovations dites de rupture et les innovations dites incrémentales.¹⁰² L'innovation dite de rupture tend à créer, transformer ou détruire des usages et des habitudes de consommation en imposant un nouveau modèle qui fait généralement office de référence ; l'innovation dite incrémentale tend, quant à elle, à une amélioration des usages et des habitudes de consommation en permettant à des modèles existants de se perpétuer, de prolonger leur durée de vie sur le marché en apportant une ou plusieurs améliorations qui leur permettent de se différencier de leurs concurrents.

¹⁰¹ JEANNERET, Yves. *Id.* 2007. p. 83.

¹⁰² CHRISTENSEN, Clayton M. *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail.* Harvard Business School Press, 1997.

Lorsque l'on observe et que l'on compare notre objet *The Thoreau-Wabanaki Trail* à son homologue statique, on peut constater que les deux objets se ressemblent dans leur fond (ils font tous deux état d'une expédition de chercheurs sur le circuit Thoreau-Wabanaki) mais que leur forme diffère. En effet, l'objet conçu avec du « Parallax Scrolling » (qui est plus récent que son homologue) semble clarifier la transmission de l'information au travers de son design (l'objet n'est composé que d'une seule page) et simplifier l'expérience qui en découle. Le « Parallax Scrolling » semble donc dans ce cas précis relever de l'innovation dite incrémentale car il perpétue, au travers d'une interface nouvelle et dynamique, la transmission d'informations préexistantes en mobilisant de nouveaux usages.

Le chercheur Pierre-Jean Benghozi semble rejeter l'idée d'innovation dite de rupture au sein des dispositifs numériques, notamment sur la question des intranets, en soulignant l'idée que ces technologies ne pourraient pas fonctionner dans l'écosystème numérique si elles marquaient réellement une rupture ; il dit à ce sujet que

Les NTIC ne relèvent pas d'une génération spontanée et qu'en outre, elles n'ont pas non-plus représenté une innovation de rupture clairement située dans le temps. Au contraire, la phase actuelle de diffusion marque l'apparition de nouvelles générations de techniques d'intégration qui englobent et incorporent des systèmes qui apparaissaient jusque là comme largement autonomes [...] d'un point de vue opérationnel, en effet, les organisations qui se tournent vers les dernières générations de technologies rencontrent des difficultés spécifiques (en termes de coûts annexes, de faisabilité, d'acceptabilité et de compatibilité) quand elles doivent intégrer et mettre en cohérence des applications et des réseaux existants développés jusque là de façon indépendante et cloisonnées.¹⁰³

L'analyse de Benghozi semble également pouvoir s'appliquer au « Parallax Scrolling », permettant ainsi d'écarter l'idée d'innovation dite de rupture. Si ce mode de web design relève, *in fine*, de l'innovation dite incrémentale, l'idée de rupture que l'on pouvait jusqu'ici lui associer pourrait en fait s'expliquer par une intention des concepteurs ; il s'agirait d'une forme d'argument « marketing » qui s'appuierait sur une partie des besoins et des attentes des utilisateurs en terme d'innovation pour promouvoir les objets qui en sont dotés. Si le « Parallax Scrolling » était totalement en rupture avec les formes de web design préexistantes, l'utilisateur serait probablement décontenancé au point de pas être en mesure d'interagir avec l'interface qui comporterait ce mode de web design ; cette idée est d'ailleurs soulignée par le

¹⁰³ BENGHOZI, Pierre-Jean. « Le développement des NTIC dans les entreprises françaises. Premiers constats. » *Réseaux*, volume 18, n°104. Coll. Internet et entreprise. 2000. pp. 35-36.

philosophe allemand Friedrich Nietzsche lorsqu'il explique que « aussitôt qu'on nous montre quelque chose d'ancien dans une innovation, nous sommes apaisés.¹⁰⁴ »

Il est également intéressant de noter que le « Parallax Scrolling » ne bénéficie plus réellement en 2019 de cet argumentaire « marketing » faisant l'éloge de l'innovation et de la disruption provoquée par ce mode de web design. Comme nous avons pu le voir précédemment, il y a eu une forme de « normalisation » de ce mode de web design : le « Parallax Scrolling » est passé du statut (et de l'échelle) de « création originale » à une simple option facultative sur des plateformes de création de sites internet comme *WIX*. Cette évolution se rapproche du constat émis par Stéphane Mallard en matière de « disruption numérique » ; l'entrepreneur dit à ce sujet que « se réinventer en permanence en se rendant obsolète est devenu la norme.¹⁰⁵ »

Nous aborderons de nouveau l'idée de « réinvention » dans la prochaine partie de ce travail de recherche où nous verrons dans quelle mesure le « Parallax Scrolling » possède une dimension médiagénique permettant une rencontre efficiente entre le web design et certains modes de narration issus de formes documentaires antérieures, au profit d'une expérience utilisateur unique en son genre.

¹⁰⁴ « Sobald im Neuen uns etwas Altes aufgezeigt wird, sind wir beruhigt. » — NIETZSCHE, Friedrich. « Fragments posthumes: début 1888 à début janvier 1889 ». *Oeuvres philosophiques complètes*. Gallimard. 1997.

¹⁰⁵ MALLARD, Stéphane. « Disruption : personne n'est indispensable ». *Frenchweb.fr*. [Disponible en ligne : <https://www.frenchweb.fr/le-mythe-de-la-transformation-digitale/340050>], publié le 9 novembre 2018, consulté le 29 mai 2019.

B. Le « Parallax Scrolling » : un dispositif médiagénique

En utilisant le « Parallax Scrolling » pour réorganiser l'information, les concepteurs d'objets numériques cherchent également à faire de la lecture sur écran une « expérience », censée bouleverser notre rapport à une culture de la perception déjà établie, notamment grâce au livre papier. En nous appuyant sur le caractère unique et « augmenté » de ces dispositifs techno-sémiotiques, nous verrons dans quelle mesure ils font preuve d'une certaine médiagénie, permettant de mêler efficacement la narration au web design.

1. Vers une expérience de lecture augmentée

Nous avons précédemment émis l'idée que des objets numériques comme *The Walking Dead : Zombiefied* se servent du « Parallax Scrolling » pour inclure le lecteur-utilisateur dans une expérience autour d'un service ou d'un produit ; celui-ci est généralement guidé et incité à *scroller* au début de la narration afin d'être formé et conditionné aux modalités d'usage de l'objet. En addition à ces « instructions », le lecteur-utilisateur doit s'investir dans une activité non-conscientisée (sauf s'il y a échec de la prise en main) afin de déterminer ce qu'il doit regarder, ce qu'il doit lire, d'où va surgir un son, une animation, un objet en trois dimensions, s'il est normal que rien ne se passe ou non.

Cet état d'anticipation et d'attente est recherché par les concepteurs d'objets numériques car il permet de dépasser la « simple » activité de lecture (à laquelle le lecteur pourrait s'adonner en lisant un livre papier) et de tendre vers une expérience augmentée. Cependant, l'anticipation induite par l'objet auprès du lecteur-utilisateur ne doit pas devenir problématique ou bloquante pour celui-ci, au risque de le figer dans une incertitude et/ou dans un sentiment de frustration qui pourrait l'amener à mettre un terme à son expérience de lecture.



Figure 22 : Capture d'écran de l'interface de « *The Walking Dead : Zombiefied* »

La profusion d'éléments narratifs et/ou de contenus graphiques « augmente » l'acte de lecture.

[<https://www.cabletv.com/the-walking-dead> - 30 mai 2019]

De cette façon, *The Walking Dead : Zombiefied* essaie de maintenir un équilibre subtil entre le fait de guider le lecteur, de le laisser faire l'expérience de la recherche et de le rassurer. Cet équilibre renvoie de nouveau nos objets conçus avec du « Parallax Scrolling » à l'imaginaire du jeu vidéo et notamment à l'idée de *gameplay*, c'est-à-dire la conception d'une expérience dans laquelle l'utilisateur doit trouver son propre chemin au travers de défis, selon un niveau de difficulté adapté à ses capacités pour qu'il ne se décourage pas. De fait, le lecteur-utilisateur confronté à du « Parallax Scrolling » bénéficie d'une expérience de lecture qui se rapproche de celle du joueur : il est à la fois lecteur d'un livre, spectateur d'une image animée et acteur d'une expérience de lecture en quelque sorte « gamifiée ».

Des chercheurs comme Adrian Mihalache ou Bertrand Gervais ont essayé de désigner ces formes « augmentées¹⁰⁶ » de lecture ; ils évoquent, entre autres, des situations de « lecture-spectature » et d'« hyperlecture » pour désigner ces formes augmentées de lecture générées par des dispositifs numériques. L'idée d'une « lecture-spectature¹⁰⁷ », proposée par Bertrand Gervais et Rachel Bouvais, met l'accent sur l'importance de la perception de l'image fixe ou animée par le lecteur. L'idée d'une « hyperlecture¹⁰⁸ », proposée par Adrian Mihalache, met quant à elle l'accent sur la non-linéarité et l'individualisation du parcours de lecture. Cette expérience de lecture augmentée peut difficilement se ranger dans une catégorie ou un terme unique de par son caractère hétérogène car chaque lecteur-utilisateur fait preuve d'une réceptivité différente face à ce type d'objets.

Louis Marin estime que « lire, c'est d'abord reconnaître une structure de signifiante¹⁰⁹ », il faut donc considérer la lecture comme une activité d'interprétation de signes écrits et/ou

¹⁰⁶ Par le terme « augmenté », nous entendons ici une expérience de lecture où les perceptions cognitives et sensorielles du lecteur sont renforcées (grâce aux spécificités du dispositif) et diffèrent des situations de lecture associées aux supports du récit dits « traditionnels ».

¹⁰⁷ GERVAIS, Bertrand & BOUVET. *Théories et pratiques de la lecture littéraire*. in. TRÉHONDART, Nolwenn. « Le livre numérique « augmenté » au regard du livre imprimé : positions d'acteurs et modélisations de pratiques ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 15/2. 2014. p. 31.

¹⁰⁸ MIHALACHE, Adrian. « Dans tous les sens, par tous les sens : lectures de l'hypermédia ». in. LARDELLIER, Pascal & MELOT, Michel. *Demain, le livre*. Paris, L'Harmattan. 2007. pp. 118-119.

¹⁰⁹ MARIN, Louis. « Lire un tableau en 1639 d'après une lettre de Poussin ». in. CHARTIER, Roger. ed., *Pratiques de la lecture*. Marseille, Rivages. 1983. pp. 101-124. [Disponible en ligne : http://www.louismarin.fr/ressources_lm/pdfs/Pratiques.pdf], consulté le 30 mai 2019.

iconiques¹¹⁰ dans leur configuration et dans leurs relations. Les objets conçus avec du « Parallax Scrolling » jouent ainsi en permanence sur cette articulation entre le lisible et le visible et sollicitent auprès du lecteur-utilisateur une activité interprétative entre plusieurs niveaux d'écriture.

Le philosophe Michel de Certeau semble considérer l'interprétation du lecteur comme un pan entier de l'activité de lecture, il dit d'ailleurs à ce sujet que

Celui-ci ne prend ni la place de l'auteur ni une place d'auteur. Il invente dans les textes autre chose que ce qui était leur "intention". Il les détache de leur origine (perdue ou accessoire). Il en combine les fragments et il crée de l'in-su dans l'espace qu'organise leur capacité à permettre une pluralité indéfinie de significations.¹¹¹

Selon Michel de Certeau, le lecteur se fraie un chemin personnel dans un « système imposé », créant ainsi sa propre signification. Cette vision développée par le philosophe tend à se rapprocher de la promesse de l'hypermédia qu'Adrian Mihalache décrit comme « un agencement non linéaire du discours multimédia¹¹² » et qui permet à chaque lecteur de tracer sa propre direction de lecture, dans les limites imposées par le dispositif. L'objet *The Thoreau-Wabanaki Trail* s'appuie sur ce principe de lecture « libre » et individuelle : il offre la possibilité au lecteur-utilisateur d'interagir avec du contenu multimédia sans que celui-ci soit pour autant bloqué en cas de refus dans son parcours de l'objet.



Figure 22 : Capture d'écran de l'interface de « *The Thoreau-Wabanaki Trail* »

La profusion d'éléments narratifs et/ou de contenus graphiques « augmente » l'acte de lecture.

[<https://visitmaine.com/quarterly/thoreau> - 30 mai 2019]

¹¹⁰ BESSE, Henri. « Signes iconiques, signes linguistiques ». *Langue française*, n°24, Audio-visuel et enseignement du français. 1974. pp. 27-54.

¹¹¹ DE CERTEAU, Michel. *L'Invention du quotidien, I. Arts de faire*. Paris, Gallimard, 1990. p. 245.

¹¹² MIHALACHE, Adrian. in. LARDELLIER, Pascal & MELOT, Michel. *Id.* 2007. pp. 118-119.

Cependant, il faut aussi comprendre au travers des propos de De Certeau que la lecture est par nature créative et active, qu'elle favorise déjà des interprétations multiples ; il ne s'agit donc pas d'une caractéristique propre aux médias numériques. Le terme « augmenté » laisse entendre qu'il ne s'agirait pas, *in fine*, de s'interroger sur la nature de la lecture mais plutôt sur la question de son intensité. En effet, au travers d'une lecture augmentée, les possibilités d'interprétation (les chemins dont nous parlions) seraient plus nombreux et les choix d'actions offerts au lecteur seraient donc plus larges. Il s'agit d'ailleurs de la promesse formulée par les concepteurs d'objets numériques contenant du « Parallax Scrolling » : le lecteur peut jouer un rôle dans l'histoire développée en l'explorant et en la faisant évoluer à sa manière.

Au-delà de la promesse formulée par les concepteurs de ces objets numériques, nous pensons qu'il faut garder à l'esprit que la narration possède une part de « scénarisation », que le code informatique donne l'illusion au lecteur-utilisateur d'une forme de liberté. Or, l'ensemble du champ d'action de celui-ci a été anticipé ; on retrouve ce même procédé dans l'industrie du jeu vidéo où seuls la complexité et le nombre d'interprétations (ou chemins) programmés donnent le sentiment au joueur d'agir en toute liberté dans un univers étendu. À ce titre, Adrian Mihalache estime que la lecture hypermédiatique réduit la liberté du lecteur plus qu'il ne l'augmente lorsqu'il explique que l'auteur « a choisi d'avance les connexions qu'il propose. L'énoncé en hypermédia ne se borne pas à illustrer, mais se fait fort de guider l'interprétation.¹¹³ »

C'est d'ailleurs l'idée que nous avons commencé à développer en parlant de l'avatar que le lecteur-utilisateur incarne dans *The Walking Dead : Zombiefied*. En effet, le sens de lecture de l'objet étant orienté vers le bord droit de l'écran, l'avatar est lui-même orienté dans ce sens de lecture ; si l'utilisateur décide de revenir en arrière, l'avatar ne pivotera pas (voir *Figure 5*, page 20), indiquant clairement la volonté des concepteurs de cadrer la liberté du lecteur et de l'orienter sur un chemin qu'ils ont eux-mêmes prédéfini.

L'efficience d'une lecture augmentée au travers d'objets conçus avec du « Parallax Scrolling » tient également de la rencontre, ou de « l'interfécondation¹¹⁴ » comme le dit Philippe Marion, entre une narration et sa médiatisation. Nous verrons dans le prochain point

¹¹³ MIHALACHE, Adrian. in. LARDELLIER, Pascal & MELOT, Michel. *Id.* 2007. p. 126.

¹¹⁴ MARION, Philippe. « Narratologie médiatique et médiagenie des récits » *Recherches en communication*, N°7. 1997. p. 86.

dans quelle mesure le « Parallax Scrolling » peut être considéré comme un dispositif médiagénique qui favorise la rencontre entre web design et modes de narration.

2. Une complétion des formes

Dans son article *Narratologie médiatique et médiagénie des récits*, le chercheur Philippe Marion décrit le récit¹¹⁵ comme une construction mouvante, pouvant se déplacer et évoluer dans l'écosystème médiatique ; il dit à ce sujet que « le récit semble gagner en complexité lorsque la fonction narrative se déplace et s'étoile au gré des territoires des médias.¹¹⁶ » Au travers de cette idée, il semblerait que les médias puissent ainsi enrichir ou appauvrir le récit par l'intermédiaire de propriétés médiatiques qui leurs sont propres ; Marion souligne également que « chaque média posséderait donc un “imaginaire” spécifique, sorte d'empreinte génétique qui influencerait plus ou moins les récits qu'il rencontre ou qu'il féconde.¹¹⁷ »

L'idée ainsi soulevée n'est pas sans rappeler nos objets de corpus qui semblent avoir puisé individuellement dans différents codes et esthétiques de médias¹¹⁸ antérieurs afin de proposer au lecteur une nouvelle forme de médiatisation au travers d'une interface dotée de « Parallax Scrolling ». De cette façon, *The Walking Dead : Zombiefied* convoque certains imaginaires (à savoir des codes esthétiques et des usages) de la bande-dessinée ; *The Boat* convoque des imaginaires du roman graphique, un sous-genre de la bande-dessinée ; *Make Your Money Matter* convoque des imaginaires du film d'animation (ou cartoon) ; *The Thoreau-Wabanaki Trail* convoque, quant à lui, des imaginaires du carnet de voyage (ou du journal de bord).

¹¹⁵ Selon Gérard GENETTE, « on définira sans difficulté le récit comme la représentation d'un événement ou d'une suite d'événements, réels ou fictifs, par le moyen du langage. » — GENETTE, Gérard. *Nouveau discours du récit*. Paris, Le Seuil. 1983.

¹¹⁶ MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 62.

¹¹⁷ MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 79.

¹¹⁸ Daniel BOUGNOUX explique que « les médias ne se contentent pas d'acheminer, ils sont bourrés d'instructions et de hiérarchies (de jugements de valeur) incorporées » — BOUGNOUX, Daniel. *Sciences de l'information et de la communication*. Paris, Larousse, coll. “Textes essentiels”. 1993. p. 531

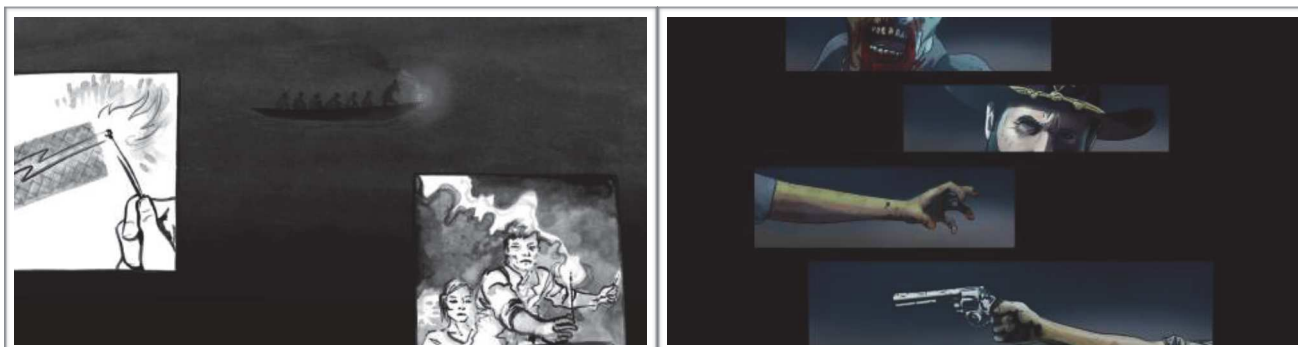


Figure 23 : Captures d'écran des interfaces de « *The Boat* » et « *The Walking Dead : Zombiefied* »

Les interfaces convoquent des imaginaires de formes documentaires antérieures

[<http://www.sbs.com.au/theboat/> & <https://www.cabletv.com/the-walking-dead> - 30 mai 2019]

Nos objets de corpus ne se contentent pas simplement de transposer des éléments de formes médiatiques préexistantes au sein d'une interface numérique ; ces éléments sont en quelque sorte « hybridés » avec des spécificités propres aux interfaces numériques, comme leur design au travers du « Parallax Scrolling ». Philippe Marion justifie ce potentiel « d'hybridation » en expliquant que

Il convient donc d'appréhender au mieux le potentiel spécifique d'un média. Ce potentiel est régi notamment par les possibilités techniques du support, par les configurations sémiotiques internes qu'il sollicite et par les dispositifs communicationnels et relationnels qu'il est capable de mettre en place. Le tout se plaçant sous l'influence réciproque d'usages sociaux réels et en constantes évolutions.¹¹⁹

Marion propose le terme *médiagenie* pour désigner la réalisation optimale de ce « partenariat médiatique » ; un récit médiagénique peut ainsi se réaliser avec efficacité s'il trouve le partenaire médiatique qui lui convient le mieux et en adaptant au mieux sa « mise en intrigue » avec les dispositifs internes dudit média. Roland Barthes décrivait déjà, d'une certaine manière, le concept de médiagenie dans son article *Introduction à l'analyse structurale des récits* ; il y témoignait de la multiplicité des modes d'expression du récit en soulignant l'idée que chaque genre de récit posséderait un support d'expression qui lui est favorable. Barthes dit que

C'est d'abord une variété prodigieuse de genres, eux-mêmes distribués entre des substances différentes, comme si toute matière était bonne à l'homme pour lui confier ses récits : le récit peut être supporté par le langage articulé, oral ou écrit, par l'image, fixe ou mobile, par le geste et par le mélange ordonné de toutes ces substances ; il est présent dans le mythe, la légende, la fable, le conte, la nouvelle, l'épopée, l'histoire, la tragédie, le drame, la comédie, la pantomime, le tableau peint (que l'on pense à la Sainte-Ursule de Carpaccio), le vitrail, le cinéma, les comics, le fait divers, la conversation.¹²⁰

¹¹⁹ MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 79.

¹²⁰ BARTHES, Roland. « Introduction à l'analyse structurale des récits », *Communications*, n° 8. Paris, Le Seuil. 1966.

En reprenant le constat de Barthes, Philippe Marion explique qu'il ne peut pas y avoir de médiagénie efficiente sans que le *différentiel médiatique* soit réduit, en d'autres termes, il est nécessaire qu'il y ait une proximité entre le média dans lequel le récit (ou du moins son genre spécifique) aurait pu se déployer à l'origine et le média dans lequel il se concrétise finalement. Il dit à ce sujet que

La médiagénie est donc l'évaluation d'une "amplitude" : celle de la *réaction* manifestant la fusion plus ou moins réussie d'une narration avec sa médiatisation, et ce dans le contexte — interagissant lui aussi — des horizons d'attente d'un genre donné. Évaluer la médiagénie d'un récit, c'est donc tenter d'observer et d'appréhender la dynamique d'une interfécondation.¹²¹

À ce titre, nos objets de corpus n'auraient pas pu se développer avec la même efficience (médiagénique) s'ils avaient été médiatisés dans un espace différent du dispositif numérique comme un flux de diffusion radiophonique par exemple : les caractéristiques graphiques et visuelles de la bande-dessinée ne pouvant être transposées sur une bande sonore sans dénaturer les caractéristiques et attributs de la forme d'origine. Philippe Marion explique que

L'évaluation médiagénique doit être pondérée non seulement en fonction du caractère narratif ou non de l'objet, mais aussi en fonction du degré de généralité de celui—ci. Car une intrigue particulière, unique, tend "spontanément" à trouver sa force expressive dans l'interaction avec un site médiatique choisi. Il n'en est pas forcément de même, par exemple, pour la médiagénie d'un genre donné. De par sa généralité, un genre tend a priori à être plus mobile et à s'étendre dans plusieurs médias.¹²²

Les interfaces numériques des dispositifs informatisés semblent ainsi opérer une médiagénie « réussie » avec les imaginaires de récits convoqués dans notre corpus ; la dimension à la fois visuelle et tactile de ces dispositifs (concrétisées au travers de périphériques tels que l'écran d'affichage et la souris) semble se rapprocher harmonieusement des caractéristiques propres aux dispositifs analogiques (tel que le livre papier, qui sollicite la vue et le toucher pour être parcouru), réquisitionnant ainsi un bagage cognitif assimilé et accepté de l'utilisateur et le conduisant à manipuler ces objets avec fluidité. Il s'agit par exemple de la « résonance » que nous avons explicité entre le *scrolling* et le geste de feuilletage pour *The Walking-Dead : Zombiefied* en page 32.

¹²¹ MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 86.

¹²² MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 87.

Le succès du « partenariat médiatique » qui lie le récit aux interfaces numériques mobilisant du « Parallax Scrolling » peut également s’expliquer à l’échelle du temps de réception associé au média ; Philippe Marion suggère que

Chaque média induirait ainsi des parcours de lecture, des modes de participation et d’interaction se concrétisant en intelligence avec les messages qu’il véhicule. Parmi les facteurs qui déterminent ces modes d’appréhension préformatés, il en est un qui me paraît trop souvent ignoré malgré son importance : la marque temporelle du lien relationnel qui se noue entre l’émission et la réception de “sessions” médiatiques.¹²³

Philippe Marion propose une typologie composée de deux principes pour catégoriser les médias selon le temps de réception qui leur est associé : l’hétérochronie et l’homochronie. Il définit l’hétérochronie comme un contexte médiatique au sein duquel le temps de réception du récit n’est pas programmé par le média, à l’inverse d’un média homochrome qui « incorpore le temps de la réception dans l’énonciation de ses messages. » Nos objets de corpus, en tant que dispositifs médiatiques, semblent s’apparenter à la typologie des médias hétérochrones car le lecteur-utilisateur possède une certaine *liberté médiatique* lui permettant de gérer de manière autonome la temporalité de la réception du message. Que ce soit dans *Make Your Money Matter* ou dans *The Boat*, l’utilisateur est maître de son défilement et donc de l’écoulement de la temporalité médiatique. C’est également ce que le philosophe Mikhaïl Bakhtine définit en partie par la notion de chronotope, sur laquelle nous reviendrons dans le point C-2 de ce travail de recherche.

La dimension médiagénique de nos objets de corpus semble également s’étendre à leur hétérochronie : l’hétérochronie du livre imprimé (dont l’imaginaire est convoqué au travers des différents genres de récits cités) et l’hétérochronie des médias informatisés semblent aller de pair et contribuent à l’efficacité médiagénique du dispositif médiatique. De ce fait, on peut imaginer que le partenariat médiatique serait beaucoup moins efficace si l’imaginaire associé au récit, provenant d’un média homochrome, devait être incorporé dans un média hétérochrone. Philippe Marion le démontre en expliquant que

La musique — et a fortiori plus encore la musique médiatisée — n’est rien sans durée fusionnelle. Une durée rassemblant solidairement, ou plutôt confondant émission et réception. Un *arrêt sur musique* est ontologiquement impertinent. Le son ne peut que s’annihiler ou s’autodétruire, ou au mieux s’évanouir non sans irradier des parcours imaginaires en amont (le souvenir) et en aval (l’attente/le désir). Ce n’est

¹²³ MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 82.

pas le cas de l'arrêt sur image qu'a répandu l'usage du magnétoscope. Le photogramme garde une certaine consistance sémantique, mais il subvertit néanmoins le flux constitutif du récit.¹²⁴

Si la dimension médiagénique de nos objets de corpus atteste d'une certaine efficacité et favorise, *in fine*, l'expérience de lecture du lecteur-utilisateur, nous ne pouvons cependant pas affirmer (ou prouver) que ce soit systématiquement applicable à l'ensemble des dispositifs médiatiques, présents dans l'écosystème numérique, qui auraient recours au « Parallax Scrolling ». Le chercheur Thierry Groensteen explique à ce sujet que la médiagénie est toujours relative, « au sens où [elle connaît] des degrés différents mais aucune forme absolue.¹²⁵ »

Nous verrons dans le prochain point que les objets numériques comportant du « Parallax Scrolling » sont en réalité assez paradoxaux puisqu'il existe une tension entre, d'une part, une promesse d'unicité qui semble faire partie de leur identité et d'autre part, une dimension réflexive induite par la médiagénie de ces objets.

3. Une dimension réflexive confrontée à une promesse d'unicité

Dans son article *Médiagénie et réflexivité, médiativité et imaginaire*, Thierry Groensteen émet l'hypothèse que si la médiation d'un récit se réalise « de manière optimale » dans un média en particulier, autrement dit s'il y a médiagénie, c'est très certainement parce que le récit médiatisé au travers du média permet à celui-ci de mettre en scène ses propres codes, sur « un mode métadiscursif ». Au travers de cette hypothèse, Groensteen suggère donc qu'un « partenariat médiatique » où la médiagénie serait « réussie » permettrait au média une forme de réflexivité, d'exhiber ou d'interroger « ses propres mécanismes langagiers, ses codes sémiotiques ou les propriétés de son support (d'autres désignent ce processus sous les noms d'autoréférentialité, d'autoreprésentation ou de spécularisation).¹²⁶ »

Dans *Make Your Money Matter* ou *The Walking Dead : Zombiefied* que l'on considère comme des objets « optimaux », on peut observer des exemples de cette réflexivité notamment

¹²⁴ MARION, Philippe. *Id.* 1997. p. 83.

¹²⁵ GROENSTEEN, Thierry. « Médiagénie et réflexivité, médiativité et imaginaire : comment s'incarnent les fables ». *Belpégor: Littérature Populaire et Culture Médiatique*, vol. 4, No. 2. 2005. [Disponible en ligne : https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/47702/04_02_Groe_Medi_fr_cont.pdf?sequence=1&isAllowed=y], publié en mai 2005, consulté le 31 mai 2019.

¹²⁶ GROENSTEEN, Thierry. *Id.* 2005.

au travers de la figure de la barre de chargement : la présence de la barre de chargement indique au lecteur-utilisateur que l'objet médiatique possède une dimension interactive ; au-delà de la rhétorique visuelle permettant de faire passer le temps de chargement plus facilement, on peut envisager l'idée qu'il puisse s'agir implicitement d'une forme d'instruction ou de mode d'emploi sur l'approche que le lecteur-utilisateur doit avoir de l'objet. Il s'agit également d'un marqueur de réflexivité où le média expose une partie de sa « mécanique ».



Figure 24 : Captures d'écran des interfaces de « *Make Your Money Matter* » et « *The Walking Dead : Zombiefied* »
 La barre de chargement apparaît comme un marqueur de la réflexivité du média.
 [http://makeyourmoneymatter.org & https://www.cabletv.com/the-walking-dead - 01 juin 2019]

Dans *The Boat*, le premier écran indiquant la mention « click to start » est également un marqueur de la réflexivité du média : en calquant cette invitation au geste sur le modèle du « press to start » présent dans l'imaginaire du jeu vidéo, le média dévoile d'une certaine façon sa manière de médiatiser et d'organiser le récit autour d'une expérience « gamifiante », c'est-à-dire tout en engageant à l'action.

Dans ces conditions, la dimension réflexive produite par ces objets conçus avec du « Parallax Scrolling » nous laisse penser à une certaine forme d'uniformisation, de réflexivité systématique dès lors qu'il y aurait médiagénie. Thierry Groensteen se montre très critique sur la normativité induite par le dimension réflexive de ces objets médiatiques, il dit à ce sujet que

Décréter que les œuvres reconnues comme médiagéniques seraient intrinsèquement meilleures que d'autres serait arbitraire. Cela reviendrait en outre, [...] à encourager les créateurs à privilégier les sujets à dimension réflexive sous prétexte qu'ils seraient porteurs ou garant de médiagénie, et donc à prôner une canalisation, sinon une uniformisation, de l'imaginaire. On a assez vu, sous le règne du structuralisme, de ces œuvres formalistes qui n'étaient guère plus que le "reflet-de-leur-structure" ou la « métaphore-de-leur-fonctionnement ».¹²⁷

¹²⁷ GROENSTEEN, Thierry. *Id.* 2005.

À notre sens, cette dimension normative du média vient se heurter au discours d'unicité qui accompagne ces objets. En effet, ce que promet une interface conçue avec du « Parallax Scrolling », c'est avant tout la surprise d'une expérience active s'opposant à un « modèle traditionnel » de réception passive de l'information ; c'est la promesse d'un enchantement, d'une expérience instrumentée unique qui n'a jamais été vécue par le lecteur-utilisateur auparavant.

La normativité de ce type de média aurait donc tendance à mettre à mal la prétention unicitaire de ces dispositifs, à la manière d'un prestidigitateur qui reproduirait devant le même public un tour déjà exécuté et qui s'exposerait à un regard, non-plus émerveillé mais démystificateur. À terme, la normativité déchoit nos objets de leur identité d'objet de design du fait de la mise en échec du concept d'expérience-à-vivre proposé par Stéphane Vial, car les effets ontophaniques, callimorphiques et socioplastiques de l'effet de design ne jouissent plus du regard « innocent » du lecteur-utilisateur.

Se pose donc la question de la répétition et du renouvellement : des objets numériques comme *The Thoreau-Wabanaki Trail*, *The Boat*, *Make Your Money Matter* et *The Walking Dead : Zombiefied* susciteront-ils le même plaisir, le même engouement chez le lecteur-utilisateur en cas de relecture, là où celui-ci pourrait s'attendre à un renouvellement de la part dispositif ? Il semblerait que cette question ne puisse que rester ouverte du fait qu'il demeure difficile de mettre en évidence la dimension normative de nos objets de corpus ; la médiagénie, dont celle-ci semble dépendre, se révélant *in fine* tout à fait subjective.

Nous verrons ainsi dans le prochain point de ce travail de recherche de quelle manière le dispositif optimise la première visite du lecteur-utilisateur en préfigurant sa capacité de lecture au moyen d'une réquisition de son corps et de son esprit.

C. Une réquisition du corps et de l'esprit

En ayant recours à un certain nombre de moyens « techniques », « idéologiques » et/ou « formels » pour engager et impliquer, les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » semblent exercer une forme de réquisition¹²⁸ du corps et de l'esprit du lecteur-utilisateur. Nous allons voir dans cette partie dans quelle mesure les objets conçus avec du « Parallax Scrolling » incitent, au travers d'une forme de lucidité, le lecteur-utilisateur à suspendre volontairement son incrédulité et à adopter une posture d'actant afin de favoriser son immersion dans la narration.

1. La suspension consentie de l'incrédulité comme prérequis de l'immersion fictionnelle

Dans leur ouvrage intitulé *Pratiques d'éditeurs : 50 nuances de numérique*, Aurélia Bollé, Marie-Christine Roux et Virginie Rouxel ont interrogé des éditeurs sur les nouvelles pratiques d'édition et notamment sur leur perception du numérique ; l'un d'eux s'est exprimé sur l'expérience de lecture enrichie en expliquant que

La lecture enrichie est au moins à court terme un mythe, car la lecture est un processus immersif. L'objectif de n'importe quel auteur, de n'importe quel créateur est de faire rentrer son lecteur dans son œuvre, pas de l'en faire sortir.¹²⁹

Si les enrichissements apportés par la « lecture augmentée » sont considérés comme de possibles perturbateurs de l'immersion, on trouve pourtant dans les discours et dans les dispositifs médiatiques incluant du « Parallax Scrolling » la recherche de certaines des caractéristiques de l'immersion fictionnelle.

Comme nous l'avons évoqué, les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » convoquent à de nombreuses reprises l'imaginaire du jeu-vidéo et instaurent un certain nombre de règles « constitutives » et « régulatrices » de l'expérience. Par ailleurs, l'interface demande aux lecteurs-utilisateurs, sur le même mode que le jeu, une participation et un investissement plus élevé que dans les autres formes de médias informatisés.

¹²⁸ Yves Jeanneret propose le concept de « réquisition » pour englober l'ensemble des différents moyens dont disposent les objets médiatiques pour inciter à leur utilisation. — JEANNERET, Yves. *Id.* 2014.

¹²⁹ BOLLÉ, Aurélia & ROUX, Marie-Christine & ROUXEL, Virginie. *Pratiques d'éditeurs : 50 nuances de numérique*. Paris, le MOTif / Labo de l'édition. 2014. p. 16

Pour que l'expérience globale soit optimale et que l'immersion fictionnelle « fonctionne », le lecteur-utilisateur doit se soumettre au dispositif, en accepter les codes et les usages, il doit accepter d'être mené par le dispositif et parfois même de le mener lui-même. Sa participation active est notamment permise et facilitée grâce à la suspension consentie de son incrédulité.

La suspension consentie de l'incrédulité a été conceptualisée en 1817 par l'écrivain Samuel Taylor Coleridge au travers de son ouvrage *Biographia Literaria*. Coleridge y décrit ce concept comme une forme de soumission entre le lecteur et l'auteur en expliquant que

L'accord fut que je porterai mes efforts en direction des personnes et caractères surnaturels ou du moins romantiques ; le but étant de puiser au fond de notre nature intime une humanité aussi bien qu'une vraisemblance que nous transférerions à ces créatures de l'imagination, de qualité suffisante pour frapper de suspension, ponctuellement et délibérément, l'incrédulité, ce qui est le propre de la foi poétique.¹³⁰

Le chercheur Gil Bartholeyns décrit également ce phénomène comme une « capacité d'augmentation volontaire de la croyance¹³¹ ». Selon nous, il est également possible de concevoir ce concept comme une marque de complicité entre le lecteur-utilisateur et les concepteurs d'objets numériques car la suspension consentie de l'incrédulité peut faire l'objet d'une forme d'accord tacite, d'un contrat de communication librement consenti permettant de vivre le récit comme s'il s'agissait de la réalité et ainsi de mieux ressentir ce qu'aurait pu être la situation évoquée.

La suspension consentie de l'incrédulité semble être un prérequis pour que le lecteur-utilisateur puisse s'immerger dans des objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » ; suspendre volontairement son incrédulité revient à accepter les contraintes d'utilisation de l'objet, à « jouer le jeu », à se soumettre aux contraintes du dispositif et à s'inscrire dans un schéma de communication propre à celui-ci.

Dans nos objets de corpus, l'une des contraintes majeures à laquelle le lecteur-utilisateur doit se soumettre est la navigation au *scroll* : généralement annoncée dès le premier écran de l'objet, cette « invitation » au défilement vertical fait figure d'ordre pour toute personne

¹³⁰ COLERIDGE, Samuel Taylor. *La ballade du vieux marin et autres poèmes: Suivi d'extraits de l'autobiographie littéraire*. Édition bilingue. Gallimard. 2007. p. 379.

¹³¹ BARTHOLEYNS, Gil. « Manières de faire des mondes grandeur nature ». in. PLET-NICOLAS, Florence & ABIKER, Séverine & BESSON Anne (dir.) : *Le Moyen Âge en jeu, actes du colloque de Bordeaux-Pessac*. Presses Universitaires de Bordeaux. 2009. p. 7.

souhaitant avancer dans la narration. Dans *The Walking Dead : Zombiefied*, la sémantique utilisée sur le premier écran est d'ailleurs assez révélatrice de la puissance que peut atteindre cet ordre : le mot « scroll » étant ici employé sous la forme impérative du verbe *to scroll*.

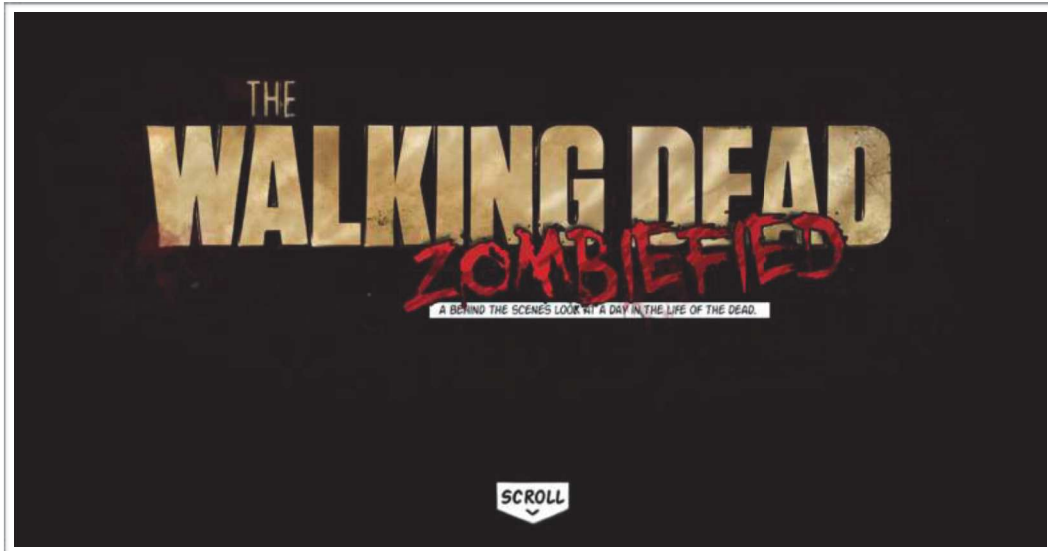


Figure 25 : Capture d'écran de l'interface de « *The Walking-Dead : Zombiefied* »
Le lecteur-utilisateur est prié d'effectuer un geste de défilement vertical pour accéder à la narration.
[<https://www.cabletv.com/the-walking-dead> - 01 juin 2019]

L'interdépendance entre le récit et le média semble également être un facteur de suspension de l'incrédulité : le lecteur-utilisateur sera plus enclin à s'inscrire dans le schéma de communication, ou du moins à y rester s'il y a une réelle cohérence entre son interaction avec le dispositif et l'évolution narrative. Dans *The Walking Dead : Zombiefied* par exemple, l'avatar (que le lecteur-utilisateur incarne) avance à hauteur de la distance *scrollée*, il y a donc une répercussion logique de la gestuelle effectuée sur l'évolution que prend la narration ; l'immersion technique appuie l'immersion fictionnelle.

Dans *Make Your Money Matter*, nous avons décrit l'effet inverse¹³² : l'évolution narrative, à travers la distance parcourue à l'écran, n'était pas représentative de l'apport gestuel du lecteur-utilisateur, ce qui finit par complexifier l'expérience globale, au lieu de l'enrichir ou de lui ajouter de la profondeur. De fait, cette complexification peut entraîner la fin de la suspension consentie de l'incrédulité, sortir le lecteur-utilisateur de son immersion fictionnelle et rompre le pacte communicationnel qui le lie au dispositif médiatique.

¹³² Voir page 17 — Partie I, (A.2) : *La promesse d'un résultat fluide, satisfaisant et sans friction*

Des éléments comme la barre d'évolution (ou de chapitration) dans *The Boat* semblent influencer sur l'immersion fictionnelle du lecteur-utilisateur en « brisant le quatrième mur », dans la mesure où il s'agit d'éléments extradiégétiques. Il serait donc légitime de penser qu'un indicateur de l'évolution de la narration, comme cette barre d'évolution (qui vient se positionner à un niveau au-dessus de la narration), puisse perturber la perception du lecteur-utilisateur en formant une cassure avec l'univers du récit et en brouillant ainsi ce qui relève du réel ou du fictif. Cependant, le chercheur américain Steven Conway considère que le brisement du « quatrième mur » préserverait la suspension consentie de l'incrédulité du lecteur-utilisateur car elle ne perturberait pas son immersion au sein du dispositif.¹³³ Conway prétend au contraire qu'en brisant le « quatrième mur », l'immersion fictionnelle du lecteur-utilisateur serait approfondie en s'étendant au-delà de l'écran ; le dispositif rappellerait ainsi par ce biais au lecteur-utilisateur qu'il a le contrôle sur la narration et non l'inverse.

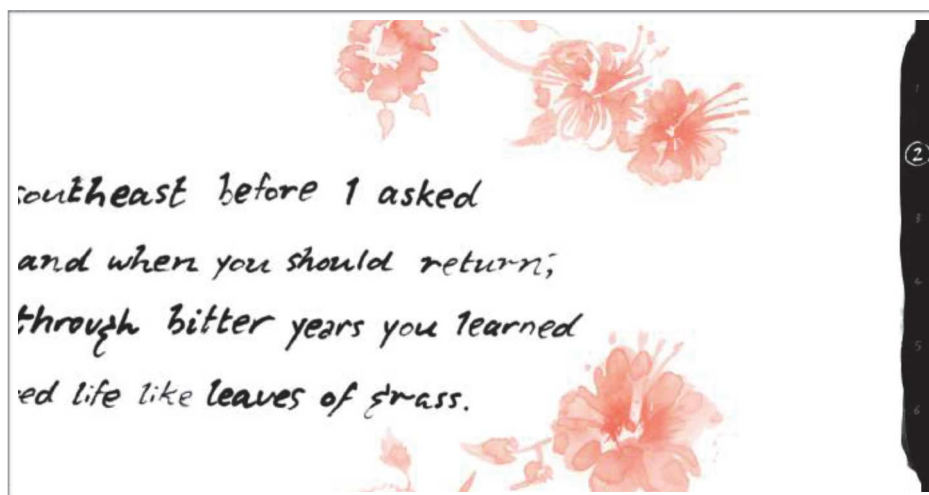


Figure 26 : Capture d'écran de l'interface de « *The Boat* »

La barre latérale indique au lecteur-utilisateur son avancée dans chronologique dans la narration.

[<http://www.sbs.com.au/theboat/> - 01 juin 2019]

L'idée selon laquelle le lecteur-utilisateur puisse être « en contrôle » semble une fois de plus nous orienter vers l'imaginaire du jeu ; nous verrons dans le prochain point que les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » exploitent certains traits de ludicité pour inciter le lecteur-utilisateur à adopter une posture active à l'égard du dispositif et pour l'inciter à s'immerger dans la narration.

¹³³ CONWAY, Steven. « A circular wall? Reformulating the fourth wall for videogames ». *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, vol. 2 No. 2. Intellect. 2010. pp. 145–155. [Disponible en ligne : <https://researchbank.swinburne.edu.au/file/9966375d-9bce-4dcd-95fc-f0c7286028ad/1/PDF%20%28Accepted%20manuscript%29.pdf>], consulté le 1 juin 2019.

2. Le ludisme comme facteur d'engagement

Dans son ouvrage *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, le sociologue Émile Durkheim compare l'activité ludique, au travers du jeu, au rite ; il explique qu'« un rite est donc autre chose qu'un jeu ; il est de la vie sérieuse¹³⁴ ». Durkheim considère également que l'activité ludique véhicule une « fonction secondaire, récréative et esthétique ». Cette antithèse entre le jeu et le « sérieux » est appuyée par l'anthropologue Marcel Mauss qui tend également à opposer « l'activité agréable du jeu » à « l'activité sérieuse de l'art » en expliquant que « les jeux font partie de l'esthétique, ils sont un moyen de créer une joie désintéressée.¹³⁵ »

Force est de constater que l'expérience ludique qui se dégage d'un dispositif, que ce soit un jeu ou un objet numérique conçu avec du « Parallax Scrolling », établi un rapport singulier et chargé en affects avec les individus qui s'y adonnent. Le « Parallax Scrolling » transforme ainsi l'expérience du dispositif en un espace de cohabitation entre contemplation et manipulation, où le « percevoir » est mêlé à « l'agir » par des expériences sensorielles spécifiques. Pauline Chasseray-Peraldi et Yves Jeanneret utilisent ainsi dans leur article le terme « incorporation » pour décrire cette approche de la communication qui « donne un rôle au corps dans le sens où elle établit la réquisition du corps des sujets dans les processus communicationnels.¹³⁶ »

Dans *Make Your Money Matter*, l'esthétique du *cartoon* combinée à l'incorporation du lecteur-utilisateur (sous couvert d'une interaction ludique qui consiste à manipuler le virtuel) suscite chez le lecteur-utilisateur « l'appréhension déréalisée d'un monde qui a perdu sa gravité, son sérieux et son poids.¹³⁷ » À travers une « ludification » des interfaces, les mécanismes du jeu (faire avancer des avatars par exemple) sont transférés dans des situations non ludiques (situations de travail, de consommation ou d'apprentissage par exemple) dans le but d'encourager une activité, de rendre plus attractive une tâche ou de fidéliser une clientèle.

¹³⁴ DURKHEIM, Émile. *Les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie. Livre III. Les principales attitudes rituelles*. PUF, Paris. 1968. p. 364.

¹³⁵ MAUSS, Marcel. « Rapport des jeux et des rites. Plan de cours ». *Socio-anthropologie*, n°13 2003. [Disponible en ligne : <http://socio-anthropologie.revues.org/index172.html>], publié le 15 novembre 2004, consulté le 2 juin 2019.

¹³⁶ CHASSERAY-PERALDI, Pauline & JEANNERET, Yves. in. GALINON-MÉNÉLEC, Béatrice. *Id.* 2017. p. 53.

¹³⁷ BONHOMME, Stello & TALON-HUGON, Carole. « Esthétique des jeux vidéo », *Nouvelle revue d'esthétique*, vol. 11, no. 1. 2013. pp. 5-10.

La sémantique employée sur le premier écran de *Make Your Money Matter* explicite d'ailleurs assez bien la dimension ludique que ces objets numériques essaient de promouvoir avec le « Parallax Scrolling » : la phrase « See the difference joining a credit union can make » pouvant être interprétée comme « Venez voir (par vous-même) ce que ça fait de rejoindre un crédit de l'union », c'est-à-dire comme une invitation à l'interaction et à la recherche de sensations.



Figure 27 : Capture d'écran de l'interface de « *Make Your Money Matter* »
Sur le premier écran, l'interaction avec le dispositif est triplement suggérée grâce aux éléments graphiques et textuels présents à l'écran.
[<http://makeyourmoneymatter.org> - 02 juin 2019]

Si nos objets de corpus revêtent une dimension ludique, celle-ci semble cependant moins forte que dans un dispositif comme le jeu vidéo. Aymeric d'Afflon émet l'idée qu'il existerait une échelle de ludicité des pratiques sociales, aux extrémités de laquelle se situerait ce que James P. Carse appelle le *ludus* et le *paidia*¹³⁸, c'est-à-dire d'une part une expérience ludique « finie » (le *ludus*) et d'autre part, une expérience ludique « infinie » (le *paidia*).¹³⁹ Selon D'Afflon, le *ludus* se distingue du *paidia* dans la mesure où il est fondé sur « un accord préalable entre [le lecteur-utilisateur et les concepteurs] pour définir les conditions de la victoire.¹⁴⁰ »

¹³⁸ CARSE, James P. *Jeux finis, jeux infinis, le pari métaphysique du joueur*. Paris, Seuil. 1988.

¹³⁹ D'AFFLON, Aymeric. « Sur l'échelle de la ludicité. Création et gamification ». *Hermès, La Revue*, vol. 62, no. 1. 2012. p. 41.

¹⁴⁰ D'AFFLON, Aymeric. *Id.* 2012. p. 41.

Il propose ainsi sur cette échelle quatre degrés de ludicité permettant de distinguer les objets qui relèvent de l'expérience ludique « finie » ou de l'expérience ludique « infinie » ; ces deux types d'expériences ludiques n'impliquant pas, *in fine*, le même type d'engagement.

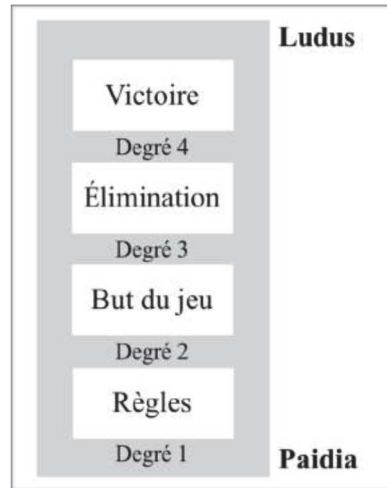


Figure 28 : L'échelle de ludicité d'Aymeric d'Afflon

Nos objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » semblent se limiter aux deux premiers degrés de ludicité proposé par d'Afflon : il y a d'une part les « règles » d'utilisation, qui se manifestent au travers de la navigation au *scroll* imposée par les concepteurs et qu'Aymeric d'Afflon considère comme un prérequis à toute pratique ludique ; d'autre part, il y a le « but du jeu » qui consisterait, au sein de nos objets, à aller au bout de la narration, à achever sa lecture du récit.

Nos objets de corpus ne nous apparaissent pas comme concernés par les degrés 4 et 5 proposés par d'Afflon car il n'est ni question de victoire ni d'élimination dans « l'accord préalable » et implicite établi entre les concepteurs et le lecteur-utilisateur ; de ce fait, nos objets de corpus se retrouvent à mi-chemin entre le *paidia* et le *ludus* et semblent s'inscrire dans une situation paradoxale où il n'y a ni victoire (ou défaite), ni d'expérience ludique « infinie » puisque l'attrait du lecteur-utilisateur pour le dispositif peut s'étioler s'il y a répétition (comme nous l'avons expliqué en page 70).

Comme l'indique d'Afflon, cette situation d'entre-deux ne semble pas impacter les modalités d'engagement du lecteur-utilisateur, à partir du moment où l'objet numérique conçu avec du « Parallax Scrolling » n'a pas pour prétention de se faire passer pour ce qu'il n'est pas (c'est-à-dire un dispositif ludique « fini » comme le jeu vidéo par exemple). L'expérience ludique qui se

dégage de nos objets nous apparaît donc comme spécifique aux dispositifs incluant du « Parallax Scrolling » ; le lecteur-utilisateur puisant ainsi son ressenti (qu'il soit positif ou négatif) dans l'expérience elle-même et non pas dans l'aboutissement de celle-ci.

D'Afflon souligne d'ailleurs l'existence d'un degré spécifique de ludicité qui ne relève ni du *paidia* ni du *ludus* en expliquant que

L'existence d'un *but du jeu* n'implique pas pour autant l'existence d'une sanction, comme en attestent ces pratiques ludiques amicales, où le *but du jeu* est connu, mais aucune sanction prévue : pour preuve, on ne compte pas les points. Cette distinction logique ordonne donc une catégorie spécifique de pratiques, dont le degré de ludicité est logiquement inférieur (sans qu'il y ait de jugement de valeur sur la pratique, bien entendu) à celui des jeux dont la réalisation du but génère une sanction.¹⁴¹

Enfin, d'Afflon identifie un deuxième critère de ludicité qu'il nomme *densité ludique* : il s'agirait du résultat de l'équilibre entre la liberté et les contraintes du lecteur-utilisateur au sein du dispositif. Il dit à ce sujet que « que chaque jeu offre un équilibre entre libertés et contraintes. S'il y a trop de contraintes pour trop peu de libertés ou si, au contraire, il y a trop de libertés et trop peu de contraintes, l'activité perd en *densité ludique*¹⁴² ». Bien que l'appréciation de ce deuxième critère soit très subjective, il nous semble que nos objets de corpus bénéficient tous globalement d'une « bonne » densité ludique. Dans *The Walking Dead : Zombiefied* par exemple, l'équilibre entre libertés et contraintes semble se tenir : le lecteur-utilisateur, en tant qu'actant (ou éditeur), peut décider librement de faire avancer son avatar dans la narration ou de le faire revenir en arrière tout en étant, *in fine*, cadré et contraint de le faire avancer pour accéder au reste du récit.

Dans le prochain point de ce travail de recherche, nous verrons dans quelle mesure le lecteur-utilisateur s'inscrit dans un chronotope individuel et singulier en faisant de son corps actant le foyer de l'énonciation des objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling ».

¹⁴¹ D'AFFLON, Aymeric. *Id.* 2012. p. 42.

¹⁴² D'AFFLON, Aymeric. *Id.* 2012. p. 43.

3. Le corps éditeur : le développement d'un chronotope individuel

Dans son roman *Brooklyn Follies*, l'écrivain américain Paul Auster décrit une situation où l'un de ses personnages s'isole dans une expérience ludique individuelle pour fuir le monde extérieur ; il écrit

A ce moment là bien entendu, la poupée ne manque plus à la petite fille. Kafka lui a donné autre chose à la place, et au bout de ces trois semaines, les lettres l'ont guérie de son chagrin. Elle a l'histoire, et quand quelqu'un a la chance de vivre dans une histoire, de vivre dans un monde imaginaire, les peines de ce monde-ci disparaissent. Tant que l'histoire continue, la réalité n'existe plus.¹⁴³

Cet enfermement volontaire dans l'espace-temps d'une « histoire » trouve sa dimension ludique dans le fait que toute expérience ludique « possède des règles, mais pas [nécessairement] de *but du jeu* : par exemple, les jeux dont la seule règle est l'imitation (jouer au papa et à la maman, aux pirates, etc.), ou les jeux d'improvisation théâtrale, qui posent simplement quelques contraintes à respecter.¹⁴⁴ » L'expérience de la petite fille dans le roman d'Auster montre une certaine proximité avec la situation expérimentale vécue et incarnée par le lecteur-utilisateur au contact des objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » : au cours des différentes étapes de ce travail de recherche, nous avons montré que le lecteur-utilisateur bénéficie d'une certaine *liberté médiatique* encouragée au travers du « Parallax Scrolling » ; il est à la fois « au contrôle » de la temporalité du récit mais également de l'espace narratif, à travers son interaction avec le dispositif médiatique.

Le lecteur-utilisateur adopte une posture de « chef-d'orchestre », qui est ici une composante essentielle de l'expérience ludique construite par les concepteurs, et s'inscrit dans un rôle proche de celui de « maître du jeu » dans ce que le sémioticien russe Mikhaïl Bakhtine appelle le chronotope. Bakhtine désigne à travers ce terme la fusion entre les indices spatiaux et temporels du récit en un seul et même tout, à la fois concret et intelligible.¹⁴⁵

Le chronotope tient une place à la fois singulière et centrale dans l'expérience offerte par les dispositifs médiatiques que nous étudions. Nous avons évoqué à plusieurs reprises la question de la linéarité de la narration qui se matérialise par cette sorte d'effet « tunnel » représentatif

¹⁴³ AUSTER, Paul. *Brooklyn Follies*. Paris, Livre de Poche. 2005. p.194.

¹⁴⁴ D'AFFLON, Aymeric. *Id.* 2012. p. 42.

¹⁴⁵ BAKHTINE Mikhaïl. « Formes du temps et du chronotope dans le roman ». *Esthétique et théorie du roman*. trad. française, Paris : Gallimard. 1978.

d'une dimension spatiale continue propre à ces objets ; cette linéarité spatiale se combine à un écoulement temporel unique du récit, défini par le temps de lecture du lecteur-utilisateur. Les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » ne préconisent généralement aucun « temps de lecture » de référence, le lecteur-utilisateur est autonome et décide par lui-même du temps qu'il lui faudra pour parcourir l'objet et ainsi avancer dans le récit jusqu'à son terme. En plaçant le lecteur-utilisateur aux commandes du chronotope et en le laissant évoluer à son rythme, les concepteurs lui assurent ainsi une expérience où lecture et contemplation peuvent se mêler harmonieusement.

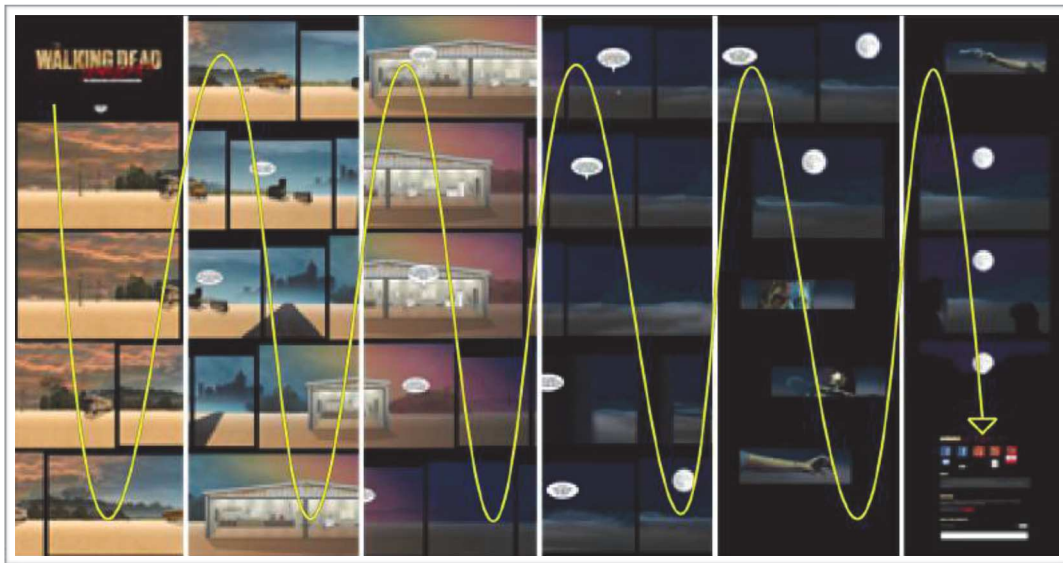


Figure 27 : Capture d'écran de l'interface de « *The Walking Dead : Zombiefied* »

Le lecteur-utilisateur est libre de procéder à une lecture sommaire de l'objet et d'arriver rapidement au terme du récit ou bien d'adopter une lecture détaillée de l'objet en mettant plus de temps.

[<https://www.cabletv.com/the-walking-dead> - 03 juin 2019]

Le corps du lecteur-utilisateur apparaît donc, dans ces objets numériques, comme le foyer de l'énonciation ; cette idée est décrite par le sémioticien Jacques Fontanille dans son ouvrage *Soma et séma : figures du corps*, où il tente d'expliciter le statut du corps du lecteur-utilisateur dans l'espace sémiotique en le considérant, d'une part, comme une figure sémiotique et d'autre part, comme le foyer de la sémiose, le « substrat de la sémiosis¹⁴⁶ ».

Pauline Chasseray-Peraldi et Yves Jeanneret voient dans ce « double statut du corps dans la production d'ensembles signifiants » et notamment dans cette vision du corps-foyer « l'inverse d'une pensée morcelée qui s'emploierait par exemple à faire l'inventaire de ce qui est de l'ordre du corporel dans les processus de communication, réduisant le corps à certaines de ses fonctions,

¹⁴⁶ FONTANILLE, Jacques. *Soma et séma : figures du corps*. Paris, Maisonneuve & Larose. 2004. p. 16.

à certaines de ses dimensions, celles que susciterait particulièrement un dispositif donné.¹⁴⁷ » Selon eux, la notion de « foyer » permet également de prendre conscience de la puissance « réelle mais limitée qu'on peut accorder aux dispositifs, sans la nier, et de repenser chacun dans sa matérialité propre » et de ne plus penser le corps et l'esprit, ou les rapports qui les lient intrinsèquement, comme des figures sémiotiques distinctes. Pauline Chasseray-Peraldi et Yves Jeanneret préfèrent ainsi penser à travers la notion de corps-foyer « des manières, des compositions, des intensités, des aspectualités marquant un geste global de perception et d'action, sachant que l'on est ainsi confronté à des représentations culturelles qui touchent à ces manières et ces aspects.¹⁴⁸ »

En faisant du corps le « foyer de l'énonciation », les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » opèrent ainsi une forme de « retour aux sources » en engageant tout le corps du lecteur-utilisateur, de la même façon que pouvait le faire un rouleau de parchemin. En inscrivant le lecteur-utilisateur comme le « régisseur » du chronotope à travers son corps énonçant, les objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling » font la promotion d'une expérience de lecture et d'interaction bercée sous le motif de l'autonomie ; *in fine*, le lecteur-utilisateur se pense libre d'engager son corps comme il l'entend dans son interaction avec le dispositif mais demeure sous l'emprise de celui-ci en étant à la fois capturé, orienté, déterminé, modelé et contrôlé.

¹⁴⁷ CHASSERAY-PERALDI, Pauline & JEANNERET, Yves. in. GALINON-MÉNÉLEC, Béatrice. *Id.* 2017. p. 55.

¹⁴⁸ CHASSERAY-PERALDI, Pauline & JEANNERET, Yves. in. GALINON-MÉNÉLEC, Béatrice. *Id.* 2017. pp. 55-56.

RECOMMANDATIONS

Au cours de ce travail de recherche, nous avons mis en lumière différents éléments et aspects liés au « Parallax Scrolling », nous permettant ainsi de mieux saisir dans quelles conditions les concepteurs se sont appropriés ce mode de web design, avec quels enjeux pratiques et symboliques et surtout quelles conséquences cela a eu pour le lecteur-utilisateur, notamment sur la modification de sa perception et de sa pratique des médias informatisés.

À présent, nous devons revenir à un questionnement peut-être plus pragmatique en nous interrogeant notamment sur le devenir du « Parallax Scrolling », tant sur le plan éditorial que sur le plan des enjeux. Pour quelle raison devrait-on opter pour un mode de web design comme le « Parallax Scrolling » en 2019 ? Quels secteurs et enjeux s’y prêtent réellement ? Quelle forme de rentabilité peut-on tirer de l’exploitation d’un mode de web design comme celui-ci ?

Avant de pouvoir considérer une éventuelle forme de « renouveau » du « Parallax Scrolling », nous pensons qu’il est important et nécessaire d’envisager de dépasser l’étiquette de « format de niche » qui tend à lui être associée depuis quelques années, que l’on retrouve dans de nombreux discours d’escorte et qui semble avoir trouvé écho chez les concepteurs d’objets numériques. Nous avons développé l’idée que ce mode de web design était à la fois parfaitement en phase avec son temps et avec les attentes des utilisateurs lors de son émergence au début des années 2010, mais qu’il s’est rapidement marginalisé suite à l’apparition (quasi simultanée) d’innovations comme le *Responsive Web Design*. De ce fait, en partant des exigences et des contraintes techniques d’origine (qui lui ont finalement porté préjudice), les concepteurs d’objets numériques pourraient corriger les principaux défauts du « Parallax Scrolling » en l’adaptant aux nouveaux modes de consommation des utilisateurs et à leurs nouvelles pratiques, à la fois concrètes et factuelles.

Suite à une étude réalisée en 2018 sur l’usage d’internet, du mobile et des réseaux sociaux, Bertrand Krug, Directeur du Département Internet de *Médiamétrie*, a déclaré que « les Français passent en moyenne 1 h 37 sur internet chaque jour, soit 9 minutes de plus que l’an dernier. Cet essor est porté par le mobile qui représente à lui seul près de la moitié du temps de surf quotidien et est l’écran n° 1 pour se connecter.¹⁴⁹ » Ainsi, nous jugerions pertinent qu’il y ait des

¹⁴⁹ KRUG, Bertrand. Propos recueillis par MAURICE, Cyrielle. « Étude Médiamétrie : l’usage d’Internet, du mobile et des réseaux sociaux en 2018 ». *BDM Média*. [Disponible en ligne : <https://www.blogdumoderateur.com/etude-mediometrie-internet-2018/>], publié le 15 février 2019, consulté le 15 juin 2019.

objets conçus avec du « Parallax Scrolling » qui soient de nouveau développés en étant rendus pleinement compatibles avec le *Responsive Web Design* :

- Premièrement, cela permettrait de rendre la gestuelle d'interaction de ces objets numériques beaucoup plus instinctive et de fait, cela contribuerait à rendre l'expérience utilisateur plus « naturelle ». Le défilement vertical étant largement admis, assimilé et même « micro » dans la pratique gestuelle des dispositifs numériques comme le smartphone ou la tablette, il ne serait plus nécessaire de devoir préciser les modalités d'interaction sur le premier écran de l'interface (comme dans nos objets de corpus), ce qui permettrait au « Parallax Scrolling » de tendre réellement vers des caractéristiques de *Natural User Interface*. Bill Buxton, chercheur principal chez Microsoft Research, rappelle ainsi que les *NUI* « exploitent les compétences que nous avons acquises au cours de notre vie sur Terre, ce qui minimise ainsi la charge cognitive et donc les distractions [Traduction libre]¹⁵⁰ ».
- Deuxièmement, cela permettrait de diffuser ce mode de web design à plus large échelle, de le « massifier » en l'ouvrant à un public plus large et ainsi de ne plus le réserver à un groupe « d'initiés » dont l'expérience utilisateur est, *in fine*, conditionnée à un support type qui se révèle contraignant. S'il s'agit bien ici d'élargir le panel de cibles et d'ouvrir les modalités de diffusion à de nouveaux supports, nous ne préconisons pas, en revanche, de standardiser le développement d'interfaces « Parallax Scrolling » : nous avons souligné que l'expérience utilisateur qui résulte d'une interaction avec ce mode de web design puise sa force et sa spécificité dans le « hors norme », de fait, une standardisation risquerait de dénaturer l'essence même du « Parallax Scrolling ». Force est de constater que cette même dimension « hors norme » entretient l'intérêt des concepteurs d'objets numérique pour ce mode de web design en 2019, comme en atteste la publication récente de l'interface interactive « The View From Above¹⁵¹ » par la marque de chaussures « eco-friendly » *Allbirds* dans le *New York Times* et dont l'interface est à la fois conçue avec du « Parallax Scrolling » et en *Responsive Web Design*.

¹⁵⁰ “[natural user interfaces] exploit skills that we have acquired through a lifetime of living in the world, which minimizes the cognitive load and therefore minimizes the distraction” - BUXTON, Bill in LARSEN, Larry, « CES 2010: NUI with Bill Buxton ». [Disponible en ligne : <https://channel9.msdn.com/Blogs/LarryLarsen/CES-2010-NUI-with-Bill-Buxton/>], publié le 6 janvier 2010, consulté le 13 avril 2019

¹⁵¹ ALLBIRDS. « The View From Above ». *The New York Times*. [Disponible en ligne : <https://www.nytimes.com/paidpost/allbirds/the-view-from-above.html>], publié le 16 juin 2019, consulté le 16 juin 2019.

En facilitant l'accès aux objets numériques conçus avec du « Parallax Scrolling », les concepteurs pourraient ainsi de nouveau générer une forme de « rentabilité » à travers ces interfaces : les différents discours d'escorte que nous avons rencontré au cours de nos recherches semblent indiquer que la rentabilité (dans ses multiples formes) d'un objet numérique conçu avec du « Parallax Scrolling » a rarement été à la hauteur du coût de l'investissement nécessaire à son développement. Ainsi, les concepteurs qui s'y sont lancés l'ont fait, jusqu'ici, dans une perspective qui relève plutôt de la recherche et du développement ou de l'anticipation des usages. Il faut cependant noter que l'aspect « disruptif » de ce mode de web design a largement contribué au développement de l'image et la notoriété des marques et des individus qui y ont eu recours : nous pensons par exemple au lancement réussi de la montre CHANEL Première par la célèbre Maison de couture au moyen d'une interface intégralement conçue avec ce mode de web design.¹⁵² Il est difficile de prédire si, d'un point de vue éditorial, la rentabilité des objets incluant du « Parallax Scrolling » pourra être pleinement atteinte, mais le développement des outils techniques en cours pourrait rendre ce mode de web design clairement plus accessibles, tant sur le plan économique que technique.

Sur la question des enjeux commerciaux et artistiques qui entourent l'utilisation du « Parallax Scrolling », plusieurs pistes éditoriales nous paraissent intéressantes et pertinentes à explorer. Dans ce travail de recherche, nous avons notamment évoqué deux échelles d'utilisation du « Parallax Scrolling » sur internet : son utilisation à l'échelle « globale » de l'objet comme web design de « référence » et son utilisation ponctuelle comme composant anecdotique de l'interface. Nous pensons qu'il serait intéressant pour les marques de développer leur utilisation du « Parallax Scrolling » à l'échelle du *widget* car cela permettrait de contribuer à une présentation et à une diffusion ludique, voire inattendue, de l'information tout en maintenant un ratio « investissement/rendement » équilibré. De ce fait, les marques n'auraient pas non plus le sentiment d'être dans la redite d'un mode de web design préexistant et « dépassé », mais bien dans l'approfondissement d'une forme connue et maîtrisée de web design. Comme nous l'avons évoqué, la marque *Apple* semble s'être imprégnée de cette idée en concevant la page de son nouveau MacBook Air avec des *widgets* « Parallax Scrolling » ; il y est utilisé pour souligner les fonctionnalités « innovantes » du nouveau modèle de la marque et offre à l'utilisateur une

¹⁵² CHANEL CORP. « Chanel Première ». *CHANEL*. [disponible en ligne : <http://embedxpremiere.chanel.com/watch/premiere/embed/experience/>], publié en 2013, consulté le 14 janvier 2018.

expérience à la fois subtile et captivante de « prémanipulation » physique de l'objet.¹⁵³ En parallèle de cela, nous pensons qu'il serait intéressant de développer le « Parallax Scrolling » sous sa forme « globale » dans des secteurs qui se focaliseraient davantage sur des enjeux ludiques, pédagogiques ou artistiques que sur des enjeux économiques. Des secteurs comme l'éducation, la médiation culturelle ou le tourisme (comme dans *The Thoreau-Wabanaki Trail* par exemple) pourraient alors y trouver un certain intérêt. Certains artistes, comme la photographe Elena Iv-Skaya, conçoivent par exemple des portfolios numériques avec des interfaces « Parallax Scrolling » pour présenter leur art, leurs compétences de manière ludique et créative tout en se distinguant nettement des profils « normés » consultables en ligne.¹⁵⁴

Cela étant dit, nous tenons à souligner le manque d'études approfondies portant sur cette forme de web design, sur le comportement de ses différents acteurs impliqués, sur la réalité des solutions techniques et éditoriales mises en place pour influencer la production de ces interfaces. Nous n'avons, *in fine*, que très peu de retours chiffrés sur la rentabilité d'un tel mode de web design et sur sa durée de vie technique et commerciale.

Des études¹⁵⁵ sont en cours pour déterminer l'impact concret du « Parallax Scrolling » sur l'expérience utilisateur, mais à notre sens, il est également nécessaire d'effectuer des études d'usages plus larges et de ne pas se limiter à des tests utilisateurs faits au compte-goutte sur certains projets. Il est important d'observer comment les utilisateurs s'approprient ce mode de web design, quels peuvent être les obstacles qu'ils rencontrent lors de leur interaction, les détournements qu'ils en font et enfin identifier les formes documentaires qui s'y prêtent le mieux. En pratique, nous manquons de données objectives face aux discours professionnels (qu'ils soient d'escorte ou critiques) et de données chiffrées pour pouvoir tirer des leçons constructives de cette première vague de « Parallax Scrolling » et envisager un « renouveau » pertinent pour ce mode de web design.

¹⁵³ « MacBook Air - Octobre 2018 », *Apple*, [Disponible en ligne : <https://www.apple.com/fr/macbook-air/>], publié en octobre 2018, consulté le 19 avril 2018.

¹⁵⁴ IV-SKAYA, Elena. *Portfolio*. [Disponible en ligne : <https://ivskaya.com>], publié le 12 juin 2019, consulté le 16 juin 2010

¹⁵⁵ DEDE, Frederick. "The Effects Of Parallax Scrolling On User Experience And Preference In Web Design". Université de Purdue. [Disponible en ligne : <http://docs.lib.purdue.edu/cgtheses/27>]

CONCLUSION

Au cours de ce travail de recherche, nous avons fait l'étude d'un « objet en mouvement », qui circule trivialement au sein de médias informatisés en s'imprégnant de cultures préexistantes, tant analogiques que numériques, pour exister sous une forme à la fois innovante et familière. Notre réflexion sur ce sujet a notamment été guidée et animée par la question suivante : dans quelle mesure, le web design, à travers la promotion d'un format de niche désigné sous l'expression « Parallax Scrolling » repose-t-il sur l'idée que la performance du récit se fonde à la fois sur le geste et sur la forme ? Nous avons également proposé deux hypothèses de recherche, à savoir :

- Le « Parallax Scrolling » convoque un imaginaire de formes documentaires, formant et informant la pratique des utilisateurs.
- Il s'agit d'un dispositif médiagénique engageant : le web design et les modes de narration se rencontrent ici de façon particulièrement efficiente.

En observant et en étudiant le « Parallax Scrolling » à travers le prisme de quatre objets éditoriaux concrets et hétérogènes, nous avons réalisé que ce mode de web design, souvent catégorisé comme un « format de niche », est pourtant loin d'avoir périclité ; le manque de stabilité de ses formes témoignant, au contraire, d'une hybridation toujours en cours. Ainsi, pour répondre à cette problématique et à nos deux hypothèses de recherche, nous allons revenir brièvement sur les observations et les conclusions que nous avons tiré de chacune des deux parties de ce mémoire et les confronter à nos idées et interrogations de départ.

Dans la première partie de ce travail de recherche, nous avons opéré une déconstruction des pratiques, des imaginaires et des enjeux économiques et culturels associés à ce mode de web design. Le « Parallax Scrolling », au travers de ses différentes échelles typologiques, nous est apparu à la fois comme un mode concret de structuration du récit et d'organisation de l'activité de lecture, mais aussi comme une « machine à enchantement », invitant et incitant le lecteur-utilisateur à engager de sa personne dans le dispositif au moyen d'une forme d'interaction corporelle simple et assimilée. À travers un geste énonçant, c'est-à-dire le *scroll*, le lecteur-utilisateur contribue à l'énonciation éditoriale des objets numériques qui se dotent de ce mode de web design. Nous avons également observé qu'au-delà des réalités techniques et

matérielles de ce mode de web design, le « Parallax Scrolling » convoque des imaginaires de formes documentaires préexistantes, ce qui tend à favoriser l'engagement du lecteur-utilisateur en lui permettant de s'appuyer sur des pratiques de lecture et d'interaction déjà acquises et propres aux formats convoqués ; le sentiment de familiarité qui émane de ces pratiques favorise ainsi, auprès du lecteur-utilisateur, une plus grande réceptivité du récit, tant dans un contexte économique qu'artistique.

Cette première partie nous a ainsi permis de valider notre première hypothèse : le « Parallax Scrolling » forme et informe bien les pratiques des lecteurs-utilisateurs en convoquant des imaginaires de formes documentaires préexistantes.

Dans la seconde partie de ce travail de recherche, nous avons mis en lumière la prétention de notre objet d'étude à vouloir rompre avec les formes usuelles de web design ; l'efficacité de cette rupture tient principalement du fait que le « Parallax Scrolling » possède une part invariable, qui se trouve être la partie de l'architexte qui régit la mécanique d'interaction et une part variable, qui se caractérise par la réinvention systématique du récit, mais également de la partie de l'architexte qui l'organise. Le « Parallax Scrolling » nous est donc apparu comme un mode de web design déclinable et par la suite, nous avons appuyé cette idée en démontrant le caractère médiagénique de ce mode de web design au travers de nos quatre objets de corpus. En convoquant avec efficacité des imaginaires et des traits caractéristiques de formes documentaires préexistantes, le « Parallax Scrolling » propose ainsi au lecteur-utilisateur des expériences toujours plus surprenantes les unes des autres et fortement ludiques. Nous avons souligné dans notre étude que la dimension ludique du « Parallax Scrolling » tient à la fois du caractère médiagénique des objets observés et de la promotion qu'en font les concepteurs pour susciter l'engagement du lecteur-utilisateur.

En revanche, cette deuxième partie ne nous a pas permis de valider intégralement notre deuxième hypothèse, il est ainsi nécessaire de la nuancer. En effet, nous avons identifié le « Parallax Scrolling » comme un dispositif médiagénique engageant, où le web design et les modes de narration se rencontrent de façon particulièrement efficace, mais c'est uniquement ici dans le cadre de l'étude de nos quatre objets de corpus ; nous avons d'ailleurs choisi et défini par nous-mêmes les critères d'analyse permettant de considérer ces objets comme médiagéniques et engageants. De ce fait, nous avons développé l'idée qu'en l'absence de critères figés et objectifs

permettant de classer ce qui relève ou non de la médiagénie, nous ne pouvions pas affirmer avec certitude que le « Parallax Scrolling », en tant que mode de web design, puisse être considéré systématiquement comme un mode de web design médiagénique et par extension comme efficient. Le sentiment subjectif d'efficacité que nous avons ressenti pour ces objets numériques ne pouvant être considéré comme un bien-fondé au vu de l'aspect polychrétique¹⁵⁶ de ce mode de web design.

Notre étude nous semble particulièrement éclairante sur l'état actuel et passé du « Parallax Scrolling » et d'autres questions peuvent ainsi se poser sur le devenir de cette forme de web design : la singularité du « Parallax Scrolling » tenant du système technique qui le rend possible, que restera-t-il de ce mode de web design une fois que ce système technique sera dépassé, remplacé ou même disparu ?

La mise en évidence de cette question rend ainsi patent l'intérêt de notre analyse pluridimensionnelle et son utilité pour la recherche en sciences de l'information et de la communication ; en identifiant ce qui est propre au « Parallax Scrolling » (et plus généralement au web design) et en dépassant l'objet de notre perception (sa dimension technique), nous pourrions sans doute nous interroger sur l'acte de perception en lui-même qui, tout comme le monde, tend à évoluer.

¹⁵⁶ Polychrésie — cf. lexique

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES & ARTICLES :

AARSETH, Espen J. *Cybertext : Perspectives on Ergodic Literature*. The Johns Hopkins University Press. 1997. p. 10.

AGAMBEN, Giorgio. *Qu'est-ce qu'un dispositif*. Rivages poches. 2014. p. 31.

AUSTER, Paul. *Brooklyn Follies*. Paris, Livre de Poche. 2005. p.194.

BAKHTINE Mikhaïl. « Formes du temps et du chronotope dans le roman ». *Esthétique et théorie du roman*. trad. française, Paris : Gallimard. 1978.

BARTHES, Roland. « Introduction à l'analyse structurale des récits », *Communications*, n° 8. Paris, Le Seuil. 1966.

BARTHES, Roland. *Mythologies*, éd. Seuil, 1970, chap. La Nouvelle Citroën, p. 171

BENGHOZI, Pierre-Jean. « Le développement des NTIC dans les entreprises françaises. Premiers constats. » *Réseaux*, volume 18, n°104. Coll. Internet et entreprise. 2000. pp. 35-36.

BESSE, Henri. « Signes iconiques, signes linguistiques ». *Langue française*, n°24, Audio-visuel et enseignement du français. 1974. pp. 27-54.

BOLLÉ, Aurélia & ROUX, Marie-Christine & ROUXEL, Virginie. *Pratiques d'éditeurs : 50 nuances de numérique*. Paris, le MOTif / Labo de l'édition. 2014. p. 16

BONACCORSI, Julia. *Fantasmagories de l'écran : Pour une approche visuelle de la textualité numérique*. Habilitation à diriger des recherches, sciences de l'information et de la communication, CELSA - Université Paris-Sorbonne, 2012.

BONHOMME, Stello & TALON-HUGON, Carole. « Esthétique des jeux vidéo », *Nouvelle revue d'esthétique*, vol. 11, no. 1. 2013. pp. 5-10.

BOUGNOUX, Daniel. *Sciences de l'information et de la communication*. Paris, Larousse, coll. "Textes essentiels". 1993. p. 531

CANDEL, Étienne & JEANNE-PERRIER, Valérie & SOUCHIER, Emmanuël. « Petites formes, grands desseins. D'une grammaire des énoncés éditoriaux à la standardisation des écritures ». in Jean DAVALLON (dir.), *L'économie des écritures sur le web*. Paris: Hermès-Lavoisier, 2012, p. 135-166.

CARSE, James P. *Jeux finis, jeux infinis, le pari métaphysique du joueur*. Paris, Seuil. 1988.

CHRISTENSEN, Clayton M. *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press, 1997.

COLERIDGE, Samuel Taylor. *La ballade du vieux marin et autres poèmes: Suivi d'extraits de l'autobiographie littéraire*. Édition bilingue. Gallimard. 2007. p. 379.

D'AFFLON, Aymeric. « Sur l'échelle de la ludicité. Création et *gamification* ». *Hermès, La Revue*, vol. 62, no. 1. 2012. p. 41.

DAVALLON, Jean, « Objet concret, objet scientifique, objet de recherche », *Hermès*, n°38, CNRS Éditions, Paris, 2004, p.35.

DE CERTEAU, Michel. *L'Invention du quotidien, I. Arts de faire*. Paris, Gallimard, 1990. p. 245.

DEMONTROND, Pascale & GAUDREAU, Patrick. « Le concept de « flow » ou « état psychologique optimal » : état de la question appliquée au sport ». *Staps* n°79, (1), 2008, pp. 9-21.

DURKHEIM, Émile. *Les formes élémentaires de la vie religieuse. Le système totémique en Australie. Livre III. Les principales attitudes rituelles*. PUF, Paris. 1968. p. 364.

ECO, Umberto. *Lector in Fabula*. Éditions Grasset et Fasquelle. 1979.

FONTANILLE, Jacques. *Soma et séma : figures du corps*. Paris, Maisonneuve & Larose. 2004. p. 16.

GALINON-MÉNÉLEC, Béatrice. *L'homme-trace. Des traces du corps au corps-trace*. Paris : CNRS Éditions, 2017. p. 53.

GARMON, Inès. *Donner à lire, donner à toucher : L'application de dating Tinder, modèle et modélisation de la communication*. Mémoire de recherche, Sciences de l'Information et de la Communication, CELSA - Université Paris- Sorbonne, 2016.

GENETTE, Gérard. *Nouveau discours du récit*. Paris, Le Seuil. 1983.

GERMAIN, Michel. "Évolution des formes documentaires : du document traditionnel à l'hypermédia ». *Documents, Actes et Rapports pour l'Education*, Actes des 5 et 6èmes Rencontres Réseaux Humains / Réseaux Technologiques, le 16 et 17 mai 2003 – le 25 et 26 juin 2004. Poitiers et La Rochelle. CNDP. pp. 149-160.

GIBSON, James Jerome. *Approche écologique de la perception visuelle*, traduction d'Olivier Putois, Bellevaux, Éditions Dehors, 2014.

GUÉNEAU, Catherine. « L'interactivité : une définition introuvable », *Communication et langages*, n° 145. 2005. pp. 123-124.

HASSENZAHN, Marc & TRACTINSKY, Noam. « User experience - a research agenda ». *Behaviour & Information Technology*, vol. 25 No. 2. 2006. p. 95.

KÖHLER, Wolfgang. *Psychologie de la forme: introduction à de nouveaux concepts en psychologie*. Paris: Gallimard. Folio « Essais ». 2000. p. 363.

JEANNERET, Yves. *Critique de la trivialité: les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris: Éditions Non standard. Collection SIC : recherches en sciences de l'information et de la communication « 04 ».2014.

JEANNERET Yves. « La prétention sémiotique dans la communication : Du stigmaté au paradoxe », *Semen*, n°23, 2007. pp. 79-92.

JEANNERET, Yves. *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Presses universitaires du Septentrion. 2007. p. 167.

JEANNE-PERRIER, Valérie. « L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS) ». *Communication et langages (n°146)*. Paris, Bibliothèque publique d'information, coll. Études et recherche. 2005. pp. 71-81.

JORDAN, Patrick W. *Designing Pleasurable Products: An Introduction to the New Human Factors*. London. CRC Press, 2005.

LARDELLIER, Pascal & MELOT, Michel. *Demain, le livre*. Paris, L'Harmattan. 2007. pp. 118-119.

LEROI-GOURHAN, André. *Technique et langage*. Repr. Le geste et la parole 1. Paris: Michel, 2008. p.41

MARION, Philippe. « Narratologie médiatique et médiagenie des récits » *Recherches en communication*, N°7. 1997, p.61-88

MEIBNER, Jörg. « « Quand l'art moderne devient commercial ». Propagande et publicité dans l'œuvre de Herbert Bayer », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, vol. 101, no. 1. 2009. pp. 27-48.

MUNIER, Brigitte. *Technocorps: la sociologie du corps à l'épreuve des nouvelles technologies*. Paris, Éditions François Bourin, 2013.

NIETZSCHE, Friedrich. « Fragments posthumes: début 1888 à début janvier 1889 ». *Oeuvres philosophiques complètes*. Gallimard. 1997.

NORMAN, Donald A. *The design of everyday things*. Revised and expanded edition. New York, New York: Basic Books, 2013. p. 20

PANOFSKY Erwin. *La perspective comme forme symbolique : et autres essais*, traduction de Guy Ballangé, Paris, Minuit, 2006.

PELACHAUD, Gaëlle. *Livres animés, du papier au numérique*. Paris, L'Harmattan, 2010. p. 10.

PELACHAUD, Gaëlle. *Livres animés : entre papier et écran*. Éditions Pyramyd. 2016. p. 94.

PLET-NICOLAS, Florence & ABIKER, Séverine & BESSON Anne (dir.) : *Le Moyen Âge en jeu, actes du colloque de Bordeaux-Pessac*. Presses Universitaires de Bordeaux. 2009. p. 7.

RICCEUR, Paul. *Temps et récit, t. 2, La configuration du temps dans le récit de fiction*, Paris, Éd. du Seuil, 1984, p. 42.

ROUET, Jean-François. « Cognition et technologies d'apprentissage : quelques questions et pistes de recherche ». *Systèmes d'information et management*, vol. 5, n° 4. 2000. pp. 21-32.

SÉNÈQUE. *La tranquillité de l'âme ; suivi de La retraite*. Points, 2018.

SOUCHIER, Emmanuël & JEANNERET, Yves. « L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran », *Communication et langages*, n° 145, 2005, pp. 3-15.

SOUCHIER, Emmanuël & JEANNERET, Yves & LE MAREC, Joëlle. « Lire, écrire, récrire », *Questions de communication (n°4)*. Paris, Bibliothèque publique d'information, coll. Études et recherche. 2003. pp. 485-486.

SOUCHIER, Emmanuël. « L'écrit d'écran, pratiques d'écriture & informatique », *Communication et langages*, n°107, 1er trimestre 1996. pp. 105-119.

TRÉHONDART, Nolwenn. « Le livre numérique « augmenté » au regard du livre imprimé : positions d'acteurs et modélisations de pratiques ». *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 15/2. 2014. p. 31.

TUDURI, Claude. « Pour un art des images numériques », *Études* 2005/10 (Tome 403). pp. 363-373.

VALERY, Paul. *Œuvres*, vol. ii, coll. "la pléiade", Gallimard, paris, 1960. pp.1284-1287

VIAL, Stéphane. *Court traité du design*. Presses universitaires de France, coll. « Quadrige ». Paris. 2014. p. 73.

PUBLICATIONS EN LIGNE :

AMATO, Étienne Armand & PERÉNY, Étienne. *L'heuristique de l'avatar numérique, un (r)apport des Sciences de l'Information et de la Communication pour penser l'évolution technique*. Compte-rendu de conférence, Laboratoire Paragraphe, Université Paris 8 - Vincennes Saint-Denis, [Disponible en ligne : <https://sfsic2014.sciencesconf.org/30868/document/>], publié en 2018, consulté le 13 avril 2019

AUDRERIE, Jean Baptiste. *Futur Talents*. World Economic Forum. Davos, Suisse. 2016. [Disponible en ligne : <https://furstalents.com/transformation-digitale/intelligence-digitale/20-quotes-about-digital-economy-talents-and-skills/>], publié le 25 janvier 2016, consulté le 15 mai 2019.

BUXTON, Bill in LARSEN, Larry, « CES 2010: NUI with Bill Buxton ». [Disponible en ligne : <https://channel9.msdn.com/Blogs/LarryLarsen/CES-2010-NUI-with-Bill-Buxton/>], publié le 6 janvier 2010, consulté le 13 avril 2019

CHARTIER, Roger. ed., *Pratiques de la lecture*. Marseille, Rivages. 1983. pp. 101-124. [Disponible en ligne : http://www.louismarin.fr/ressources_lm/pdfs/Pratiques.pdf], consulté le 30 mai 2019.

CHEVET, Clotilde & GARMON, Inès. « Le geste et la parole à l'ère du numérique : de quoi le swipe et la commande vocale sont-ils l'énonciation? Sur les gestualités énonciatives dans les interfaces naturelles ». *MEI : Information et Mediation*, No. 47. [Disponible en ligne : <http://mei-info.com/revue/47/131/>], publié le 14 mai 2019, consulté le 17 juin 2019.

CHRISTIN, Anne-Marie. « Pensée écrite et communication visuelle », *ceei.univ-paris7*, [Disponible en ligne : http://www.ceei.univ-paris7.fr/04_bibliotheque/01/pdf/01_Anne-Marie_Christin.pdf], consulté le 14 avril 2018

COËFFÉ, Thomas. « Baromètre du numérique 2017 : équipement, usages et compétences numériques des Français », *BDM Média*, [Disponible en ligne : <https://www.blogdumoderateur.com/barometre-numerique-2017-france/>], publié le 28 novembre 2017, consulté le 21 avril 2019.

CONWAY, Steven. « A circular wall? Reformulating the fourth wall for videogames ». *Journal of Gaming and Virtual Worlds*, vol. 2 No. 2. Intellect. 2010. pp. 145–155. [Disponible en ligne : <https://researchbank.swinburne.edu.au/file/9966375d-9bce-4dcd-95fc-f0c7286028ad/1/PDF%20%28Accepted%20manuscript%29.pdf>], consulté le 1 juin 2019.

FAILLET, Caroline. « Le Web 4.0 : Quand le Numérique franchit la frontière du physique ». *Forbes*. [Disponible en ligne : <https://www.forbes.fr/technologie/le-web-4-0-quand-le-numerique-franchit-la-frontiere-du-physique/>], publié le 23 novembre 2017, consulté le 15 mai 2019.

GATES, Bill. « The Power of the Natural User Interface », *Gatesnote*, [Disponible en ligne : <https://www.gatesnotes.com/About-Bill-Gates/The-Power-of-the-Natural-User-Interface/>], publié le 28 octobre 2011, consulté le 13 avril 2019

GROENSTEEN, Thierry. « Médiagénie et réflexivité, médiativité et imaginaire : comment s'incarnent les fables ». *Belphégor: Littérature Populaire et Culture Médiatique*, vol. 4, No. 2. 2005. [Disponible en ligne : https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/47702/04_02_Groe_Medi_fr_cont.pdf?sequence=1&isAllowed=y], publié en mai 2005, consulté le 31 mai 2019.

HYPERAKT & VIZZUALITY. *Evolution of the Web*. 2012. [Disponible en ligne : <http://www.evolutionoftheweb.com>] publié en 2012, consulté le 15 mai 2019

JEANNERET, Yves. « Les harmoniques du Web : espaces d'inscription et mémoire des pratiques ». *MEI : Information et Mediation*, No. 32. [Disponible en ligne : http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/2014/02/MEI_32_02.pdf], publié en janvier 2011, consulté le 17 juin 2019.

KANDYIL, Siljith. « Web design Trends In 2012 », *HappyMarketer*, [Disponible en ligne : <https://www.happymarketer.com/web-design-trends-in-2012/>], publié le 8 janvier 2013, consulté le 22 mars 2019

MALLARD, Stéphane. « Disruption : personne n'est indispensable ». *Frenchweb.fr*. [Disponible en ligne : <https://www.frenchweb.fr/le-mythe-de-la-transformation-digitale/340050>], publié le 9 novembre 2018, consulté le 29 mai 2019.

MAURICE, Cyrielle. « Étude Médiamétrie : l'usage d'Internet, du mobile et des réseaux sociaux en 2018 ». *BDM Média*. [Disponible en ligne : <https://www.blogdumoderateur.com/etude-mediometrie-internet-2018/>], publié le 15 février 2019, consulté le 15 juin 2019.

MAUSS, Marcel. « Rapport des jeux et des rites. Plan de cours ». *Socio-anthropologie*, n°13 2003. [Disponible en ligne : <http://socio-anthropologie.revues.org/index172.html>], publié le 15 novembre 2004, consulté le 2 juin 2019.

NORMAN, Don & NIELSEN, Jakob. « The Definition of User Experience (UX) », *Nielsen Norman Group*, [Disponible en ligne : <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>], consulté le 13 avril 2019

PUJOLAS, Marie. « Les anglicismes envahissent la pub et l'entreprise ! What else ? », *CultureBox*, [Disponible en ligne : <https://culturebox.francetvinfo.fr/arts/les-anglicismes-envahissent-la-pub-et-l-entreprise-what-else-196569/>], publié le 6 décembre 2016, consulté le 10 avril 2019.

SERRES, Michel. « Je lance un appel pour faire la grève de l'anglais ». Propos recueillis par DUBOS, Sébastien. *La Dépêche du Midi*, [Disponible en ligne : <https://www.ladepeche.fr/article/2013/10/20/1735337-michel-serres-lance-appel-faire-greve-anglais.html>], publié le 20 novembre 2013, consulté le 10 avril 2019.

THEVENIN, David & CALVARY, Gaëlle & COUTAZ, Joëlle. *La plasticité en interaction Homme-machine*. Laboratoire CLIPS-IMAG, Équipe IIHM. Université de Grenoble. [Disponible en ligne : http://iihm.imag.fr/publs/2000/RJC-IHM_Thevenin.pdf/], consulté le 21 avril 2019.

VACHEY, France. « Narration interactive ludique : les jeunes lecteurs se réapproprient la culture populaire sous forme de persona-fictions ». *Strenæ*, No. 2. [Disponible en ligne : <http://journals.openedition.org/strenae/357>], publié le 21 juin 2011, consulté le 03 juin 2019.

VERBEKE, Lise. « Infobésité : comment s'informer ». *Hashtag*, France Culture. [Disponible en ligne : <https://www.franceculture.fr/emissions/hashtag/infobesite-comment-sinformer>], publié le 16 mars 2018, consulté le 15 mai 2019.

VIGNE, Sandrine. « 1998, la révolution du CSS ». *Pixeliart*. [Disponible en ligne : <https://pixeliart.fr/revolution-du-css-design-web/>], publié le 26 août 2015, consulté le 15 mai 2019.

WIUM LIE, Håkon. *Cascading Style Sheets*. Thèse de doctorat. Faculté de mathématiques et de sciences naturelles, Université d'Oslo, Norvège. [Disponible en ligne : <https://www.wiumlie.no/2006/phd/>]

ÉTUDES :

MAHARDIKA, Wahyu & WIBIRAMA, Sunu & FERDIANA, Ridi & KUSUMAWARDANI, Sri. « A novel user experience study of parallax scrolling using eye tracking and user experience questionnaire ». *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*. Faculty of Engineering, Universitas Gadjah Mada. Indonesia. 2018

DEDE, Frederick. "The Effects Of Parallax Scrolling On User Experience And Preference In Web Design". Université de Purdue. [Disponible en ligne : <http://docs.lib.purdue.edu/cgttheses/27>]

NIELSEN, Jakob. « F-Shaped Pattern For Reading Web Content (original study) », *Nielsen Norman Group*, [Disponible en ligne : <https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content-discovered/>], publié le 17 avril 2006, consulté le 28 mai 2019

ANNEXES :

ANNEXE 1 : Lexique

Back-office : En web design, le back-office désigne la partie de l'objet numérique qui n'est visible que par les concepteurs ; il s'agit de l'interface d'administration qui permet de gérer le contenu et les fonctionnalités exposés dans le front-office.

Boutons call-to-action (CTA) : Ce sont des « petites formes¹⁵⁷ » présentes dans un objet numérique incitant l'utilisateur à effectuer une action précise. Un bouton « S'abonner » est un CTA par exemple, il invite l'utilisateur à suivre un flux de diffusion.

Cascading Style Sheets (CSS) : C'est un langage informatique utilisé au sein des médias informatisés pour accompagner le langage HTML et pour gérer le design d'une page web à travers des feuilles de style.

Feedback : Dans un dispositif numérique, il s'agit d'un phénomène de retour de l'information ; c'est une rétroaction permettant de mesurer des causes par leurs effets.

Front-office : En web design, le front-office correspond à la partie de l'objet numérique qui est visible par les utilisateurs.

Graphical User Interface (GUI) : Il s'agit d'une interface d'interaction homme-machine au sein des dispositifs numériques, permettant à l'utilisateur d'interagir avec des formes affichées à l'écran par l'intermédiaire de la manipulation physique d'un dispositif de pointage.

HyperText Markup Language (HTML) : C'est un langage informatique utilisé au sein des médias informatisés et qui permet de mettre en forme du contenu et de placer des éléments interactifs tels que des images, des animations ou des liens au sein de l'interface d'une page web.

Polychrésie : « Polyvalence pratique des textes et des actes de la communication qui sont fondamentalement capables de soutenir différentes logiques sociales et de correspondre à plusieurs usages différents à la fois.¹⁵⁸ »

Natural User Interfaces (NUI) : Il s'agit d'une interface utilisateur qui n'a pas pour vocation d'être perçue par l'utilisateur : le caractère « naturel » de celle-ci s'appuie sur le fait que l'apprentissage (nécessaire à l'interaction) sera facilité grâce au design, au point que l'utilisateur aura le sentiment que sa pratique relève de l'inné.

Widget : Ce terme désigne un composant présent dans une interface graphique et avec lequel l'utilisateur peut interagir.

¹⁵⁷ CANDEL, Étienne & JEANNE-PERRIER, Valérie & SOUCHIER, Emmanuël. in Jean DAVALLON. *Id.* 2012. p. 135-166.

¹⁵⁸ JEANNERET, Yves. *Id.* 2014.

À l'occasion de la sortie de la quatrième saison de la série télévisée *The Walking Dead* en 2013, le site **cabletv.com** a créé un mini-site internet présentant, sous forme de contenu éditorial, les coulisses du programme.

Cabletv.com est un site internet américain, partenaire de la plupart des fournisseurs d'accès internet, permettant d'effectuer un comparatif des différents services proposés par ces firmes et notamment de souscrire à différentes formes d'abonnements de télévision par câble. La chaîne de télévisions AMC figure parmi les différents bouquets de chaînes payantes proposées par les partenaires du site ; il s'agit également de la chaîne qui est à l'origine de la série *The Walking Dead*, diffusée pour la première fois en octobre 2010.

En janvier 2013, **cabletv.com** avait organisé un sondage sur leur page Facebook invitant leurs abonnés à voter pour la série qu'ils auraient aimé voir sous forme d'infographie. Près de 60 000 abonnés ont participé à ce sondage et le vote de 20 457 d'entre eux a permis à *The Walking Dead* de terminer en première position du classement. Ce vote coïncidait également avec la sortie de la quatrième saison de la série, prévue au mois d'octobre de cette même année.¹⁵⁹

En avril 2013, **cabletv.com** mis en ligne l'infographie sous la forme d'un site internet intitulé *The Walking Dead « Zombiefied » : A Behind the Scenes look at a Day in the Life of the Dead*.¹⁶⁰ Ce site reprend visuellement les codes de la bande-dessiné (*The Walking Dead* étant à l'origine un *comic book*) et offre à l'utilisateur une navigation prétendument simple, basée uniquement sur du *scrolling*¹⁶¹.

¹⁵⁹ Source : <https://www.cabletv.com/blog/the-making-of-zombiefied/>

¹⁶⁰ Url : <https://www.cabletv.com/the-walking-dead>

¹⁶¹ Le terme 'scrolling' renvoie au défilement vertical effectué lors de l'examen d'un contenu sur un écran d'ordinateur. J'ai volontairement gardé le terme scroll en anglais car il renvoie, dans sa langue d'origine, au *rouleau* alors que dans sa traduction française, il correspond plutôt au mot *parchemin* ; on peut donc déjà déceler dans ce mot anglais la présence d'un format et d'une pratique de lecture liée à la matérialité du support.

Notre analyse s'ancre dans une démarche de questionnement sur la relation qui pourrait lier un type de design, tel que le *parallax scrolling* et l'expérience vécue par l'utilisateur qui y est confronté, en d'autres termes, sa réception critique. La question que nous nous sommes posés, pour mener à bien cette analyse, était la suivante : Est-ce que cet objet garantit-il, de par son format et son originalité, une expérience utilisateur réussie et intéressante ? Nous partons de l'hypothèse que cet objet semble être le résultat d'une hybridation de plusieurs formats à succès, déjà connus des utilisateurs tels que le jeu-vidéo et la bande-dessinée. Afin d'étudier le lien potentiel entre ce format et l'expérience utilisateur, nous avons appliqué une méthode d'analyse techno-sémiotique à cet objet que nous qualifieront de création originale. Cette méthode nous a permis dégager différents axes d'analyse : l'analyse du contenu, l'analyse des enjeux, l'analyse esthétique, l'analyse de l'interactivité de l'objet, l'analyse du rapport corps/image, etc.

En terme de contenu, **cabletv.com** a pris le parti de construire cette création originale autour des coulisses de la série. Comme le suggèrent le titre et le sous-titre que nous traduirons librement par « zombifié » et « un oeil dans les coulisses d'un jour de la vie des morts », ce site est une invitation à destination de l'utilisateur, afin de découvrir l'envers du décor du programme présenté au-travers d'un prisme narratif. Par ailleurs, l'utilisateur ne suit pas simplement la journée type d'un figurant venant travailler sur le plateau de tournage : les éléments du réel sont mélangés avec des éléments fictifs. L'utilisateur n'est donc pas confronté à une infographie documentaire mais bien une infographie romancée, fictionnelle.

L'histoire commence en début de journée, l'utilisateur suit un personnage anonyme qui va passer à-travers différentes étapes de transformation, le conduisant d'un état d'Homme à un état de mort-vivant. La chronologie de l'histoire part d'une situation proche du réel, exposant les différentes étapes de préparation telles que le maquillage, la pose des prothèses en latex, l'essayage des costumes et glisse peu à peu vers situation de fiction où le figurant devient le zombie et se fait abattre par le personnage principal de la série. Les étapes traversées par le personnage brouillent réellement la frontière entre le réel et la fiction : des éléments tels que la « zombie school » (*Figure 1*) sont employés pour romancer l'apprentissage chorégraphique de la démarche du zombie. Ces éléments de fiction sont accompagnés de boutons « play » qui renvoient l'utilisateur vers des vidéos documentaires montrant les coulisses de la série dans la

vraie vie. (Figure 2) À titre d'exemple, lorsque le personnage s'approche d'un hangar arborant l'inscription « Don't open, Dead inside », l'utilisateur a la possibilité d'assister à la visite des studios commentée par Greg Nicotero, le responsable des effets spéciaux de la série.¹⁶²

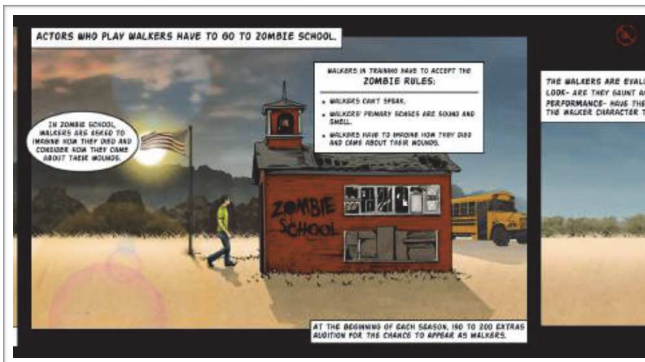


Figure 1



Figure 2

En terme d'enjeux, il faut garder en tête que ce site internet est réalisé par **cabletv.com** qui est un partenaire des fournisseurs de télévision par câble qui distribuent la chaîne AMC, qui elle-même diffuse la série *The Walking Dead*. **Cabletv.com** offre donc aux spectateurs/utilisateurs la possibilité de découvrir du contenu lié à la série par le biais d'une expérience interactive, ludique et immersive proche du « docufiction¹⁶³ ». La mise en place d'un tel dispositif, au vu des relations qui lient la série à **cabletv.com**, nous laisse supposer que ce site internet s'inscrit dans une stratégie de *Brand Content*¹⁶⁴ visant à engager, fidéliser et émerveiller des consommateurs réguliers ou potentiels. *Zombiefied* ne se donne pas comme un contenu publicitaire mais comme un contenu créatif s'inscrivant dans une logique d'association entre une communication de marque et une offre média en vue de préparer le lancement de la nouvelle saison de la série. Par ailleurs, comme nous l'avons explicité ci-dessus, l'histoire développée dans ce site internet fait preuve d'une certaine autonomie éditoriale : le schéma narratif canonique¹⁶⁵ (proche de la structure d'un récit) indique clairement une démarche de *storytelling*,

¹⁶² Source : <https://www.amc.com/shows/the-walking-dead/video-extras/season-03/episode-01/season-3-zombie-studio-tour-with-greg-nicotero-inside-the-walking-dead>

¹⁶³ Notre objet étant conçu comme une création originale, implémentée de vidéos documentaires.

¹⁶⁴ C'est à dire une stratégie de création de contenus éditoriaux, produits plus ou moins directement par la marque dans une logique de marketing des contenus.

¹⁶⁵ HÉBERT, Louis. *Dispositifs pour l'analyse des textes et des images*. Limoges. Presses de l'Université de Limoges. 2007

qui accompagne d'autres éléments caractéristiques du *Brand Content* tels que la limitation de l'argumentaire commercial ainsi que la limitation des éléments permettant de visualiser directement la marque¹⁶⁶. En effet, seuls quelques éléments de la série sont clairement repris dans cette infographie : la typographie de l'encart titre, la musique du générique et une représentation brève du personnage principal. La mention même du titre « The Walking Dead » ne se fait qu'au tout début et à la toute fin de l'infographie ; le terme « *Zombiefied* » étant utilisé de manière beaucoup plus récurrente afin de re-situer l'utilisateur dans cette expérience précise plutôt que dans un ersatz de la série. L'argumentaire commercial apparaît d'ailleurs de manière succincte à la fin de l'infographie, au niveau des crédits, avec la mention « Watch the Season Premier of The Walking Dead this Fall on AMC ». (*Figure 3*)



Figure 3

En terme de composition graphique, cette création originale peut être déconstruite en trois séquences : l'encart titre, le développement de la structure narrative et l'encart de fin (qui regroupe les fonctionnalités de partage et de fidélisation des utilisateurs, les commentaires et les crédits).

Zombiefied se rapproche esthétiquement du support original de *The Walking Dead* : le *comic book*. Dès l'encart titre, il y a une volonté d'annoncer à l'utilisateur que cet objet sera esthétiquement différent de ce qu'il a l'habitude de voir lorsqu'il consulte du contenu lié à une série télévisée : le titre semble avoir été dessiné à la main et la case du sous-titre renvoie, par l'intermédiaire de son format et de sa police d'écriture, à un code esthétique emprunté à la bande-dessiné. (*Figure 4*)

¹⁶⁶ i.e. The Walking Dead

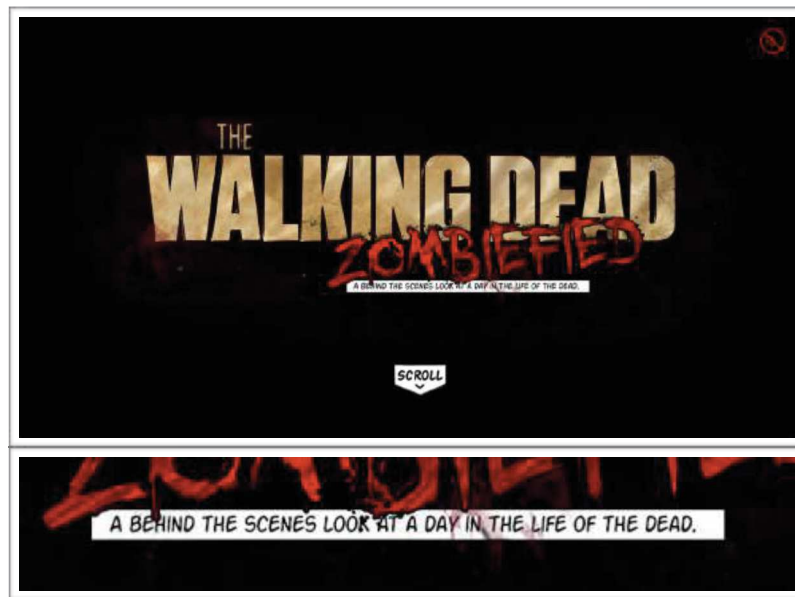


Figure 4

Par la suite, le style graphique choisi pour accompagner la narration s'ancre définitivement dans l'esthétique de la bande dessinée en confrontant l'utilisateur à une succession de cases, comme on pourrait en trouver dans un *comic strip*, à l'intérieur desquelles le personnage semble se mouvoir. Les cases donnent l'impression de défiler sur un fond noir qui est dépourvu d'éléments graphiques ; ces cases deviennent donc le seul lieu d'expression graphique de l'univers narratif. On peut donc estimer qu'il y a deux niveaux d'univers visuels dans cet objet : le premier étant l'ensemble « fond noir + cases » qui correspond à un univers créé pour l'utilisateur, une sorte d'interface lui permettant de faire défiler les cases, puis un second univers imbriqué dans le premier, n'existant qu'à l'intérieur des case et dans lequel le personnage peut progresser.

Cette objet repose également sur des principes intrinsèques d'interactivité et de lecture : l'utilisateur est à la fois éditeur et lecteur. Cette idée convoque d'une certaine manière l'imaginaire associé au « livre-magique », ce format de livre souvent adapté à la littérature pour jeunesse qui est caractérisé par des rabats et des tirettes à actionner afin d'animer et de faire vivre l'histoire. Ici, sans volonté et sans action de la part de l'utilisateur, l'histoire ne peut débiter, les cases ne peuvent défiler. Par ailleurs, l'histoire ne peut prendre sens si on ne réduit uniquement le rôle de l'utilisateur qu'à son aspect « acteur » ; l'utilisateur doit également devenir « lecteur » afin de pouvoir bénéficier de tous les aspects du site. Il y a donc une balance entre interaction et lecture qui est incitée par ce type d'objet et à laquelle, l'utilisateur / lecteur doit se prêter s'il

souhaite pouvoir bénéficier de l'expérience dans son ensemble, il suspend volontairement et temporairement son incrédulité et contraint son corps à une action précise et définie. L'interactivité de cet objet est suggérée dès le chargement du site internet : en effet, l'utilisateur patiente en voyant un personnage de zombie se remplir des pieds à la tête d'une substance rougeâtre semblable à du sang ; le remplissage illustrant ainsi de manière graphique et unique l'évolution du chargement de la page. (Figure 5) L'idée de chargement évoque d'une certaine manière l'imaginaire du « mini-jeu » : il invite l'utilisateur à un état de patience temporaire et nécessaire, afin de lui offrir par la suite une expérience graphique, technologique et divertissante dans laquelle il pourrait prendre plaisir à s'investir.

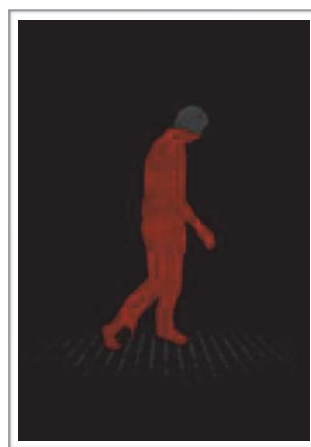


Figure 5

En terme d'affichage et d'interaction, ce site internet repose sur un principe bien connu des utilisateurs des médias informatisés : le *scrolling*. Cette forme de navigation repose sur un geste moteur de défilement, c'est à dire une action réelle pouvant se faire sur le plan vertical et/ou horizontal, qui est captée et interprétée par la machine, afin de restituer une réponse visuelle et mimétique se traduisant par un mouvement virtuel vertical à l'écran. Dans *Zombiefied*, la relation entre le geste et l'affichage à l'écran est assez peu commune : l'utilisateur ne peut effectuer qu'un geste vertical qui ne se traduit à l'écran que par un défilement horizontal. Il y a une forme de sémiotisation du scroll à l'écran, lorsque l'utilisateur fait un défilement vertical, le personnage avance presque pas à pas, ou disons plutôt clic à clic, créant ainsi l'illusion du mouvement et une impression de continuité entre le scroll et le personnage. Cependant, ce choix de défilement verticale pour un affichage horizontal vient à l'encontre du principe de mimétisme qui est d'ordinaire conservé dans les interactions entre l'Homme et les médias informatisés. À ce titre, l'encart titre joue un rôle crucial en terme de cognition et de compréhension de l'objet : des

éléments comme la mention « scroll » (*Figure 6*), figurant dans une flèche située en bas de l'écran, incite d'une part l'utilisateur à interagir avec cette page et d'autre part à adopter le mouvement qui sera nécessaire à la bonne appréhension de l'objet ; ce marqueur fait donc figure d'instruction, de règle de conduite, de mode d'emploi. La barre de défilement progresse également sur le bord de l'écran, sémiotisant ainsi le mouvement. Le passage de l'encart titre à la partie développement de la structure narrative se traduit visuellement par un glissement vertical de l'encart titre vers le bord supérieur de l'écran ; il y a ici une cohérence, un mimétisme entre le geste effectué par l'utilisateur et la sémiotisation de ce geste à l'écran. Par la suite, le changement de sens de défilement à l'écran ne constitue plus réellement un problème pour l'utilisateur ; les instructions d'utilisations de l'objet ayant été acceptées et assimilées dès l'encart titre. Une forme de contrat d'usage et de lecture s'est donc établi entre l'utilisateur et l'objet et cet accord semble dépasser les principes cognitifs ordinairement établis.



Figure 6

Zombiefied repose sur une forme de webdesign, inspiré du dessin animé et des jeux vidéos, qui s'est globalement répandue sur le « web » entre 2010 et 2016 : le *parallax scrolling*. Le *parallax scrolling* repose sur un principe de superposition de calques auxquels on applique individuellement une vitesse propre. Les différentes vitesses de défilement des calques et leur positionnement joue sur le principe de perspective de mouvement : plus le calque est éloigné de l'oeil qui le regarde, plus la vitesse qui lui sera attribuée sera lente, et inversement. Le cerveau humain interprète par la suite ces différents calques, évoluant à des vitesses variables, comme une seule et même image créant ainsi une illusion de profondeur et de mouvement ; il s'agit d'une sorte de trompe-l'oeil, de faux effet 3D. Ici, l'effet de parallaxe utilisé dans notre objet est complexe : de nombreux niveaux de calques se superposent afin de créer une expérience extrêmement graphique et immersive. (*Figure 7*) On peut compter quatre niveaux de calques principaux qui se superposent, créant cet effet de profondeur à la manière d'un décors de théâtre : il y a premièrement le « fond noir » qui scinde l'image de fond en différentes cases ; il y

a deuxièmement un premier niveau d'objets et de personnages qui s'animent au passage du figurant que l'utilisateur « anime » ; il y a troisièmement le figurant / zombie que l'utilisateur semble pouvoir « contrôler » et enfin, il y a le fond qui constitue le reste du décor.

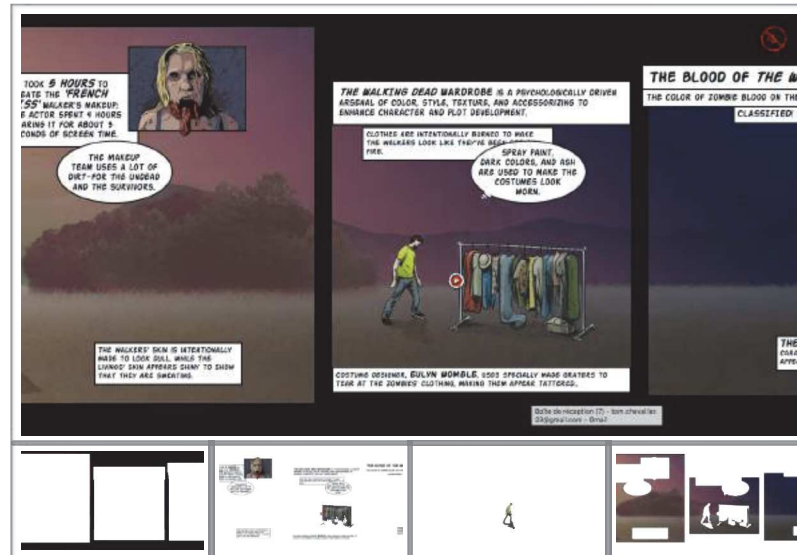


Figure 7

L'idée que le geste utilisateur puisse « contrôler » le figurant est assez intéressante car elle démontre le pouvoir de l'effet de parallaxe sur le cerveau : le calque de ce personnage est le seul parmi les quatre à ne pas avoir de vitesse constamment appliquée à lui-même et ce dès le quasi début du développement de la structure narrative ; le personnage, bien qu'animé, est ancré dans un calque globalement figé et devient donc l'objet central de notre attention. Les autres calques sont en mouvement permanent, ce qui crée cette impression de personnage évoluant de scène en scène. L'effet de parallaxe contribue ainsi très fortement à l'interactivité de l'objet et au positionnement de l'utilisateur dans une posture d'acteur. L'utilisateur a le sentiment d'être le maître de l'histoire, de contrôler le figurant, de l'incarner et d'une certaine manière, d'exister dans le monde numérique via cet avatar jouable¹⁶⁷. Cette impression naissant de la parfaite association entre l'effet de parallaxe et le *scrolling* qui caractérise ce format de *parallax scrolling* : la continuité entre le corps-utilisateur et le corps à l'écran. Il faut toutefois noter que le « contrôle » du figurant par l'utilisateur est volontairement freiné à plusieurs reprises par des effets de navigation « sticky » : les calques se figent donnant ainsi l'impression que le figurant est aimanté par une action, le maquillage par exemple. Cet effet rappelle d'une certaine manière

¹⁶⁷ AMATO, Etienne Armand. *Les avatars jouables des mondes numériques : Théories, terrains et témoignages de pratiques interactives*. Lavoisier. 2013. p.42

à l'utilisateur que son expérience s'inscrit dans un contexte de *storytelling* et qu'il ne contrôle pas nécessairement tous les aspects de l'objet. Il est également intéressant de noter qu'ici le *scrolling* s'inscrit dans un principe de sémiotisation d'un geste de lecture : le feuilletage de la bande-dessinée, qui vient faire écho à l'aspect graphique de cet objet et qui rappelait déjà une forme d'hybridation du format.

D'un point de vue expérience utilisateur, *Zombiefied* a été développé grâce à des langages de programmation et des plugins récents tels que HTML5, CSS3, JavaScript / jQuery et Web Audio / HTML5 Audio qui permettent à l'utilisateur de vivre une expérience riche. (Figure 8)

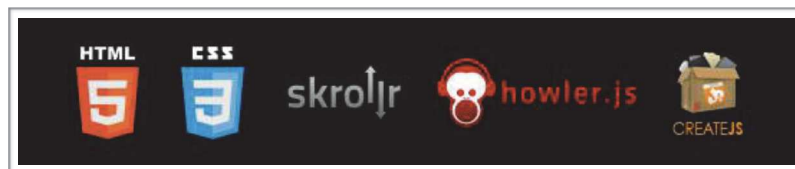


Figure 8

L'association de ces éléments permet entre autre de charger un nombre important de calques, de maintenir une vitesse de défilement fluide, de pouvoir charger différents types d'animations et de couches graphiques et d'inclure des contenus sonores et vidéos. Cependant, le bon fonctionnement d'un objet ayant subi un développement tel que celui-ci requière des performances techniques élevées : le chargement et l'usage de *Zombiefied* peut ainsi varier d'une machine à une autre, en fonction des composants de celle-ci. Une sous-performance de l'objet pouvant constituer un frein majeur dans l'appréciation de celui-ci ; une sorte de friction¹⁶⁸ dans l'expérience de l'utilisateur qui pourrait mettre à mal la stratégie de marque dissimulée derrière ce projet. Il y a donc des conditions à réunir afin de pouvoir profiter de l'expérience dans son ensemble : *Zombiefied* étant un objet lourd et gourmand en terme de performances, son utilisation sur mobile, en *Responsive Design*¹⁶⁹, est donc limitée et contrainte matériellement.

Bien que l'objet existe concrètement dans ce format, son ergonomie est tout autre et son aspect graphique est fortement réduit, ce qui peut finalement devenir bloquant pour l'utilisateur

¹⁶⁸ Le terme de friction renvoie ici à l'idée que la réalisation d'une action ne se fera pas forcément de la manière la plus rapide, la plus fluide et la plus efficace possible, impactant ainsi la satisfaction et l'expérience de l'utilisateur.

¹⁶⁹ C'est à dire sur des supports mobiles et tablettes.

qui ne retrouvera ni la qualité ni les sensations auxquelles il aurait pu être confronté sur la version ordinateur. (Figure 9) L'usage de cet objet dans un contexte pragmatique tel que le *Brand Content* semble donc difficile et contraignant car il exclue, peut-être involontairement, une partie de la cible qui aurait pu être touchée par cet objet et à terme, être convertie en consommateurs potentiels.

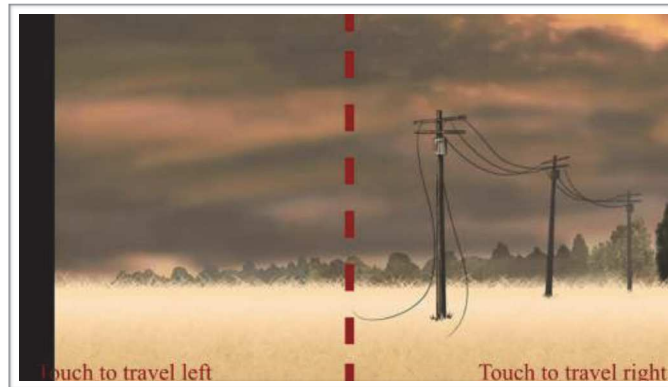


Figure 9

CONCLUSION DE L'ANALYSE :

Zombiefied constitue un exemple concret d'usage du *parallax scrolling* se traduisant par une expérience graphique généreuse et singulière. Au-travers du *parallax scrolling*, les designers et les concepteurs peuvent mettre en place de nouveaux dispositifs digitaux venant appuyer des stratégies de marques et leur permettre ainsi de diffuser leur discours d'engagement de manière innovante et interactive, tout en mettant à contribution l'utilisateur via « l'outillage » de son corps. Par ailleurs, l'hybridation de formats déjà connus du public sembler faciliter l'engagement de l'utilisateur et l'aide à se fondre dans l'histoire en le plaçant dans un climat de confiance et de curiosité dès le début de son expérience. L'expérience utilisateur est donc accomplie au-travers de cet objet et peut être considérée comme positive. Cependant, le choix de ce type de design pour un objet tel que *Zombiefied* nous montre les limites qu'il peut y avoir à utiliser du *parallax scrolling* dans un contexte pragmatique : l'expérience créée est certes innovante et ludique, elle reste cependant contrainte à l'usage de supports informatisés disposant d'une puissance graphique élevée. Par ailleurs, nous pourrions objectivement nous poser la question de la pertinence d'un tel dispositif dans le cadre d'une acquisition de consommateurs : même si l'expérience est singulière, le message commercial reste très discret et l'utilisateur risque à terme de ne retenir que l'aspect hédoniste de son expérience.

RÉSUMÉ & MOTS-CLÉS :

RÉSUMÉ :

Le « Parallax Scrolling », en tant que mode de web design, est analysé dans ce travail de recherche sous l'angle des imaginaires mobilisés, des choix techniques et esthétiques opérés par les concepteurs d'objets numériques et des effets de ces choix sur la perception et l'efficacité du récit médiatique, en suivant notamment le questionnement suivant : dans quelle mesure, le web design, à travers la promotion d'un format de niche désigné sous l'expression « Parallax Scrolling » repose-t-il sur l'idée que la performance du récit se fonde à la fois sur le geste et sur la forme ?

Notre analyse de cette forme de web design porte également sur les acteurs et sur les formes qui contribuent au processus d'énonciation éditoriale, puis les confronte aux discours d'escorte et aux imaginaires dont ils sont imprégnés : l'hybridation, l'interactivité, le rapport à la matérialité, etc. Enfin, notre analyse questionne plus globalement les effets d'un mode de web design comme le « Parallax Scrolling » sur les postures adoptées par le lecteur-utilisateur et sur sa perception des médias informatisés.

MOTS-CLÉS :

- Parallax Scrolling
- Médias informatisés
- Web Design
- Médiagénie
- Engagement
- Petits gestes
- Scroll
- Ludicité