

Ceci n'est pas une page,  
ceci n'est pas un site

Yves Jeanneret

# Ceci n'est pas une page, ceci n'est pas un site

Yves Jeanneret, CELSA, université de Paris-IV

**S'**agissant d'objets qu'on a pu nommer « technologies de l'information », « nouveaux médias », « hypertexte », « multimédia », « Internet », c'est-à-dire « entre-réseau », la question de l'identité médiatique a toutes chances de se poser dans la plus grande confusion<sup>1</sup>. La vision de Vannevar Bush<sup>2</sup>, fantasquant une machine à relier *tous les médias du monde* se surimpose comme une puissante matrice narrative aux « générations » successives d'objets.

## L'hyper/néo/multi-média

Ces objets médiatiques non identifiés (OMNI) sont la déclinaison innombrable d'un *effet d'annonce* qui, programmant la satisfaction d'un fantasme, ne se soucie évidemment pas de la contradiction<sup>3</sup>. En voici la formulation par Nicholas Negroponte, naguère directeur du *Medialab* :

*« Le multimédia, c'est passer sans difficulté d'un média à l'autre, pouvoir dire la même chose de différentes façons, faire appel à un sens ou à un autre : si vous n'avez pas compris ce que j'ai dit, je (la machine) vais vous le redire sous la forme d'un dessin animé ou d'un diagramme en 3 dimensions<sup>4</sup>. »*

Nouveaux médias, somme de tous les médias, super-média, anti-média ? En fait, l'OMNI veut être tout, quitte à courir le risque du *n'importe quoi*. Il faut un effort délibéré pour s'arracher à cette mystique médiatique, qui, comme toute mystique, tend à effacer la différence, là où distinguer les types de médiation est indispensable pour saisir, sinon l'identité, au moins la *singularité* et l'*hétérogénéité* des processus. Negroponte, c'est l'anti-Barthes. Substituant la certitude tranquille du *ça sera* à la scrutation anxieuse du *ça a été*<sup>5</sup>, sa prophétie nous empêche de

regarder les objets, de reconstruire les gestes, de comprendre les normes qui font d'un assemblage d'éléments plus ou moins disparates ce qu'on nomme un média. C'est entendu : l'interface est conviviale, l'information est immatérielle, le monde est virtuel, la machine dialogue, la cognition est distribuée, les archives sont ouvertes. Allez glisser, dans ce fatras, l'épaisseur d'un processus médiatique...

## L'hommage du vice à la vertu

Pourtant, cette mystique de l'hyper/néo/multi-média n'est pas sans vérité. Rendant l'hommage du vice à la vertu, les messagers de la bonne nouvelle télépathique paient leur dette à la longue construction des dispositifs médiatiques.

D'un côté, leur vocabulaire paresseux (transparent, interactif, *user friendly*, web sémantique, etc.) rend improbable l'identification non seulement des médias, mais de la question médiatique : amnésie qu'a signée tragiquement la création d'un département « Sciences et technologies de l'information et de la communication » (STIC) au CNRS par une coupure totale avec les médias dits « traditionnels », télévision, radio, mais aussi livre, cahier, carnet de laboratoire, archive. D'un autre côté, le nom donné à ces objets, gorgé de métaphores on ne peut plus traditionnelles, montre avec éclat que l'« effet diligence<sup>6</sup> » s'applique de façon impérieuse à l'univers des médias. Les médias informatisés se font *éditeurs* de texte, ils contiennent des *pages* web, promeuvent les *archives* numériques, se prétendent *bibliothèque* virtuelle. Ils sont *toile* et *tissu* comme le texte, *voyage*, *arbre* et *labyrinthe* comme l'encyclopédie. Comme le wagon des premiers trains mimait la forme diligence, le « portail » est un avatar de la *Une* de presse.

Yves Jeanneret

Ceci n'est pas une page,  
ceci n'est pas un site

Mieux : alors que le phénomène ne trouve, dans la technologie des transports, aucune justification autre que celle de l'usage, il est, dans les médias, la condition de possibilité de la fonction médiatique. Les prophètes de l'hyper/néo/multi-média auraient pu le comprendre s'ils avaient lu des études fort anciennes<sup>7</sup>. Ce que nous vivons reproduit le mimétisme que les incunables, ces imprimés « de première génération », présentaient vis-à-vis du manuscrit médiéval.

### *Mimésis généralisée*

Y a-t-il une identité propre aux médias informatisés, dans ce jeu de *mimésis généralisée* qu'ils ont désormais, sinon institué, du moins considérablement amplifié ? La question n'est pas aisée à trancher. Du moins, pour la poser, faut-il se situer à la croisée des espaces arpentés jusqu'ici. Résumons. Les dites « technologies de l'information » s'inscrivent dans une perspective longue, dès lors qu'elles se définissent comme médias et non comme simples machines à calculer. Elles puisent alors, comme tout média, dans les formes des médias précédents mais aussi dans un fond imaginaire beaucoup plus vaste où se côtoient des figures comme le voyage, le passage, le tissage. Ces processus d'emprunt ne sont donc pas nouveaux, mais ils prennent ici une forme particulière. Sur le plan technique, ces médias sont régis par des dispositifs particuliers qui conjuguent de façon nouvelle les formes qu'ils capturent ; sur le plan imaginaire, ils prétendent ne pas être des médias comme les autres, mais des hyper/néo/multi-médias ; sur le plan des processus de médiation, ils impliquent de façon particulière la pratique, ce qui fait que, s'ils possèdent une identité, celle-ci est façonnée de manière visible et sensible par les dynamiques de cet usage.

Dans le volume limité de cet article, je me bornerai à marquer ces temps de la réflexion, à propos de deux objets métamorphiques majeurs, la *page* et le *site*. La page et le site existent avant Internet et Internet n'a pu se dispenser de se définir par eux ; ils renvoient à un imaginaire métaphorique, de la délimitation (*pagina*) et de la position (*situs*) ; ils connaissent avec les médias informatisés des métamorphoses particulières en quittant l'espace de

l'inscription pour le temps de l'événement ; ils tendent vers l'essence de l'information totale, mais n'ont d'existence que par les médiations de la pratique communicative des sujets qui les reconnaissent, les façonnent, les manipulent.

### Poétiques du trompe-l'œil

Pour le sémioticien, ce qui est présenté au lecteur sur une URL (une adresse internet) est une forme particulière de texte écrit. L'usage nous a habitués à l'appeler, soit *page web*, soit *site internet* – ce ne sont évidemment pas les seules dénominations, mais les plus courantes. Les deux images, qui sont devenues ce qu'on nomme en rhétorique des « catachrèses », des figures dont on a oublié la portée à force de les banaliser (comme le masque et la plume, la cape et l'épée), sont révélatrices de façons d'aborder ces nouveaux objets textuels. La page tire l'écrit d'écran vers la continuité des formes du livre ; le site en fait l'étape d'un « monde virtuel » dans lequel évolue le « cybernaut ». Les deux désignations renvoient, implicitement, à une profonde histoire culturelle. La page amène avec elle l'univers du livre et plus largement de l'inscription, le site se rattache à notre imaginaire culturel où se pose toujours la question : « D'où parles-tu ? » Par-delà leur divergence, qui relève du cumul déjà rencontré, elles ont en commun de renvoyer Internet à d'autres objets, à d'autres formes, parce qu'en lui-même l'écran d'ordinateur ne montre qu'une collection de pixels. Ces métaphores expriment une vérité à la fois matérielle et culturelle. Dans leur matérialité d'objets écrits, ces textes, qui ne sont proprement ni page ni site, ne deviennent signifiants pour nous que si l'écran, plat et régulier en lui-même, imite, simule l'irrégularité signifiante des objets d'inscription ; dans l'imaginaire de l'écriture et de la lecture, nous ne nous situons par rapport aux sources médiatiques que si nous faisons revenir à notre mémoire personnelle la lente construction intellectuelle et sensible des formes du texte.

Le texte informatisé n'est pas une page, puisque la page est précisément définie par l'inscription du texte sur une surface matérielle définie et circonscrite, alors que les caractères numérisés peuvent apparaître et disparaître,

Ceci n'est pas une page,  
ceci n'est pas un site

Yves Jeanneret

selon un mouvement qui évoque le puits sans fond d'une réserve fluide. Pour le comprendre, il n'est que de comparer la difficulté du chemin de fer (cette technique de presse qui permet de gérer une économie rigoureuse de la surface disponible) avec la plasticité de la base de données informatique, où des textes de toute taille, de toute forme, peuvent en permanence être assemblés et recomposés. Le texte de réseau n'est pas davantage un site, au sens géographique ou monumental du terme, puisque cette même plasticité lui permet de se composer à partir d'éléments provenant de sources, de lieux, d'institutions différentes, jusqu'à rendre invisible, insincère ou indécidable l'institution éditoriale. Les questions que se posent les bibliothécaires qui, après avoir vécu l'aventure de l'ouverture des fonds aux publics, sont confrontés à l'idée séduisante mais trompeuse d'une bibliothèque numérique, incarnent bien les limites de cette métaphore territoriale.

### Métaphores, méta-forme<sup>8</sup>

Pourtant, la double métaphore est, comme on dit, incontournable, parce que les écrits d'écran n'échappent pas à une double exigence de tout écrit : ils doivent avoir une organisation, non seulement intellectuelle, mais visible ; le lecteur doit pouvoir leur attribuer un statut. Il est donc nécessaire, pour le sémioticien, d'admettre qu'ils sont page et site, lors même qu'ils ne le sont pas, et même qu'ils le sont pour la raison précise qu'ils ne le sont pas. C'est bien parce que le texte échappe, en régime informatique, à l'inscription dans des objets matériels circonscrits et clairement dotés de statut – parce que rien n'y distingue *a priori* un texte encyclopédique, un graffiti et une brochure promotionnelle – qu'il a besoin de citer, de souligner, de mettre en exergue la forme page et le lieu éditorial : cette relation symbolique qui, l'inscrivant dans la continuité des pratiques d'écriture, lui permet de ne pas être *lettre morte*. L'analyste des pratiques de communication le constate dans l'acte d'écriture, lorsque les sujets qu'il observe manipulent sans cesse une présentation, un projet, pour mieux les voir et les disposer. Il le voit incarné dans la forme des documents, lorsqu'il y retrouve le titre, le cadre, la signature, l'exergue. Il y est confronté dans la lecture et la consultation, lorsque les internautes

évoquent des lieux, des formes, des formats qui ne sont pas à proprement parler ceux qu'ils ont devant les yeux, mais plutôt ceux qu'ils éprouvent le besoin d'y projeter pour « s'y retrouver ».

Mais, par un curieux effet-retour, le constat que le texte de réseau renvoie inlassablement aux formes médiatiques qui l'ont précédé conduit tous les analystes à s'interroger sur la nature de ces formes. Si une forme médiatique comme la page peut apparaître, transformée mais reconnaissable, sur un support extérieur à sa définition propre (un support qui ne relève pas de l'inscription), c'est bien précisément parce qu'elle est un peu plus que ce qu'elle manifeste directement. Elle ne se retrouve, transmuée, sur Internet, que parce qu'elle n'a cessé de circuler de support en support. La page n'est pas la feuille, c'est une construction visuelle qui est aussi une organisation intellectuelle et un ordre de pouvoir. Elle a pu s'inscrire en travers du rouleau de papyrus, apparaître au centre du codex accompagnée d'une ceinture de gloses, s'isoler dans le livre classique pour affirmer l'autonomie du texte littéraire, s'étoiler et se transformer en mosaïque dans la presse. Elle renvoie donc à la longue invention d'une forme du texte, créée par les acteurs de l'énonciation éditoriale, et par là aux tentatives de rendre visible la pensée ; elle relève aussi de la culture pluriséculaire du cadre, de l'index, du parcours visuel, du théâtre de mémoire. En somme, il faut donc sortir de l'objet page pour prendre la mesure de tout ce qu'il mobilise comme subtile organisation symbolique<sup>9</sup>. C'est bien cette construction, entièrement technique mais affranchie d'une simple soumission au support, que les logiciels informatiques ont reprise, quand ils nous ont proposé le texte en rouleau, la liste, le « fac-similé » en PDF, l'affichage en plein écran des textes spectaculaires des « présentations » et des « slides ».

### Essence médiatique ou double jeu ?

Il faut donc évoquer un double jeu des médias informatisés : d'un côté, ils poursuivent la très longue histoire des métamorphoses de l'objet page d'un support à un autre et même portent à l'extrême la valeur de cette forme visuelle par rapport à ses supports successifs ; d'un autre, ils lui

Yves Jeanneret

Ceci n'est pas une page,  
ceci n'est pas un site

retirent ce qui faisait sa définition première, l'inscription des marques sur un support. La page, objet sémiotique et intellectuel né des contraintes du support d'inscription, connaît en quelque sorte une nouvelle vie, dans une modalité technique qui relève d'un tout autre type d'inscription. Lev Manovitch a bien résumé cette duplicité du signe dans l'univers des médias informatisés dans son étude sur le langage des nouveaux médias<sup>10</sup>: le dispositif médiatique auquel nous sommes confrontés avec eux présente une face logique, dans laquelle tous les objets sont représentés par un code purement abstrait et une face culturelle, qui rend le média accessible, lisible, l'inscrivant dans la perspective d'une histoire plus longue. Les théories qui omettent l'une des deux faces (le plus courant est d'omettre la face culturelle et de présenter l'informatique comme un triomphe sans partage du calcul sur le langage, du « numérique » sur le « matériel ») passent à côté de la question médiatique contemporaine.

Mais la solidarité entre matérialité du support et geste de mise en forme se défait avec les médias informatisés. La page est sans cesse décomposée et recomposée. L'inscription n'existe plus en tant qu'objet plastique manipulé par l'homme, elle ne se survit que comme signe de cette matérialité. Elle a quitté la surface lisible du support, désormais, comme on l'a vu, incarnée par le trompe-l'œil, pour gagner le code invisible de la machine. L'organisation de la page est désormais quelque chose comme un événement, doté d'une temporalité étrangement complexe. De la permanence du code, le programme tire sans cesse des objets fugaces, leurs mimétiques de productions matérielles, que rend crédibles dans le présent leur lien secret avec la temporalité longue du lisible. La reproduction des formes échappe ainsi à la logique du stéréotype (cette page figée une fois pour toutes qui autorise tous les doubles identiques) pour prendre le tour, à la fois répétitif et insaisissable, de l'avatar.

Les lignes qui précèdent répondent-elles finalement à la question qui les a suscitées ? Peut-on parler d'*identité médiatique* à propos des écrits d'écran ? Oui, sans doute, à condition de relier et distinguer identité, mimétisme et répétition. La question qui nous concerne est celle du rapport entre la métamorphose, qui transforme, et la

métaphore, qui relie. Si les médias possèdent une identité, celle-ci est pétrie d'altérité, par la présence inévitable de l'histoire médiatique au sein de chacune de ses mutations présentes. Cette réalité – nous l'avons amplement dit – n'est pas propre à Internet, elle y trouve simplement une virulence accrue. C'est la répétition même des formes, répétition transformatrice, qui relie les médias et définit peu à peu leur différence.

La thèse de l'« intermédialité » présuppose quelque chose comme une essence, la « médialité », dont la « médiagenie » paraît être l'incarnation. Par-delà le constat des relations intermédiatiques, elle suggère l'idée qu'un média est autre chose, finalement, que la somme des transformations dont il se compose. Elle pose bien aux analystes de l'écrit d'écran une question délicate. Celui-ci affirme bien quelque chose comme un mode de saisie spécifique des formes, car sa construction technosémiotique, la « métatransformation », renvoie à sa prétention médiatique, l'idéal de l'hyper/néo/multi-média. Il n'en reste pas moins que, pour aborder ce qui compte dans un tel dispositif médiatique – sa façon d'organiser la pensée, sa façon de définir les rôles culturels, sa capacité à fomenter des créations formelles – il faut revenir à cette circulation des formes écrites dont il amplifie, en quelque sorte, la mémoire plastique.

Et donc récuser en doute, jusqu'à nouvel ordre, les discours qui veulent en faire le *tout autre* ou le *tout en un* de la médiatisation.

### Notes

1 Cette réflexion, personnelle, trouve ses sources dans plusieurs recherches collectives, notamment : Emmanuel Souchier, Yves Jeanneret et Joelle Le Marec (dir.), *Lire, écrire, récrire : objets, signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, BPI, 2003 et Yves Jeanneret et Cécile Tardy (dir.), *Métamorphoses médiatiques, pratiques d'écriture et médiation des savoirs*, à paraître. Beaucoup d'analyses, dont les références ne peuvent être citées en détail dans cet article, sont tirées de ces recherches. La formule de l'« OMNI » est tirée d'un échange au sein du GRIPIC, groupe de recherche du CELSA, avec Karine Berthelot-Guiet et Francis Yaiche.

2 Vannevar Bush, From Wikipedia, the free encyclopedia.<http://en.wikipedia.org/wiki/Image:Vannevarbush-young.jpg>, « Vannevar Bush (March 11, 1890 – June 30, 1974) was an American engineer and science administrator, known for his political role in the development of the atomic bomb, and idea of the memex – seen as a pioneering concept for the World Wide Web. He was allegedly a member of the secret committee Majestic 12 investigating UFO activities. His name was pronounced Van-NEE-var as in "receiver". He was unrelated to the Bush political family. »

Ceci n'est pas une page,  
ceci n'est pas un site

Yves Jeanneret

3 « [Dans le rêve], les contraires sont traités de la même manière que les analogies et sont exprimés de préférence par le même élément manifeste. », (en l'occurrence l'idée de technologie de l'information), Sigmund Freud, *Introduction à la psychanalyse*, Paris, Payot, 1970 [1916], p. 163.

4 Nicholas Negroponte, *L'Homme numérique* [« Being Digital »], Paris, Robert Laffont, 1995, p. 96.

5 Roland Barthes, *La chambre claire : note sur la photographie*, Paris, Éditions de l'Étoile/Gallimard, 1980.

6 Jacques Perriault, *La logique de l'usage : essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion, 1989.

7 Lucien Febvre et Henri-Jean Martin, *L'apparition du livre*, Paris, Albin Michel, 1958.

8 Pour une analyse plus détaillée de cette notion, qui propose une relation spécifique du texte de réseau à la notion d'identité médiatique, cf. Yves Jeanneret et Sarah Labelle, « Le texte de réseau comme "méta-forme" », *Colloque médiation des savoirs, des langues et des cultures*, université de Thessalonique, 2004, accessible en ligne : [halma.recherche.univ-lille3.fr/Seminaireavril2004/Jeanneret.pdf](http://halma.recherche.univ-lille3.fr/Seminaireavril2004/Jeanneret.pdf).

9 Cf. par exemple Emmanuel Souchier, « Histoires de pages et pages d'histoire », dans Anne Zali (dir.), *L'aventure des écritures : la page*, Paris, Éditions de la BnF, 1999, p. 19-55 ; Annette Béguin, *La discipline du lisible : le rôle des dispositifs spatiaux dans l'acte de lecture*, mémoire pour l'habilitation à diriger les recherches, université de Lille-III, 2002, à paraître, Presses du Septentrion.

10 Lev Manovitch, *The Language of New Media*, Cambridge, Mass., MIT Press, 2001.