

L'EMOTION – UN FACTEUR MOBILISATEUR POUR ASSURER L'INTERACTIVITE

Anamaria FILIMON-BENEA

West University of Timișoara, Romania

Résumé: Nommé par les sociologues du mass-média « déterminisme technologique » (Petcu, 2002, p.74), Marshall McLuhan considère que le moyen de communication – média - a « un impact déterminant sur l'équilibre des perceptions humaines » (*Ibidem*, p.76). Dans son œuvre *Understanding mass-media* (1964) il lance d'une manière plus accentuée le slogan, bien connu depuis ce moment-là : « le moyen est le message ». L'idée, en général, est que le moyen technologique utilisé pour communiquer est aussi important que le contenu communicationnel transmis. La cause de cette chose est celle que le moyen utilisé dans la communication influence les perceptions, l'équilibre des sens. L'impact du message sera différent également grâce au moyen utilisé. En utilisant la méthode de recherche qualitative, l'article vise à analyser des messages transmis en ligne, afin de déterminer dans quelle mesure l'expression de l'émotion est un facteur mobilisateur pour l'engagement du public.

Mots clés: communication, publicité, gens, interactivité, émotion

1. Introduction

Le monde virtuel de l'Internet veut être, de la perspective de certains gens, un monde parallèle au monde réel, une copie meilleure de celui-ci. Bien que beaucoup de spécialistes reconnaissent le fait qu'il y a encore un trajet assez long à parcourir jusqu'au toucher de ce désir, les germes du « nouveau monde » qui existent ont une attraction qui ne peut pas être négligée. Le nombre des citoyens de ce monde augmente vertigineusement et malgré le fait qu'il doit passer encore beaucoup de temps jusqu'à ce que l'illusion du cyberspace puisse concourir avec l'original, une série de dangers peuvent être entrevus. Beaucoup de gens ont tiré un signal d'alarme en voyant certaines pièges posées par la nouvelle technologie : la dilution des conflits sociaux et puis l'isolement très accentué de l'individu, la tentation des personnes inadaptées à ce monde de se réfugier dans un monde parallèle dans lequel il semble que tout est possible, la perte des critères clairs d'orientation et l'annihilation de la hiérarchie de valeurs déjà existantes, la décorporation de l'être humain et l'élimination des frontières entre le rêve et la réalité, entre le possible et la permission, etc.

Du point de vue du contenu du réseau nous pouvons parler de beaucoup d'aspects positifs (peut-être d'un nombre supérieur à celui des aspects négatifs) tels: un cumul d'information strictement communicationnel point négligeable (compris dans l'e-mail, les téléconférences, etc.), puis la culture sous toutes ses formes: images ; matériel vidéo ; musique étendue sur une gamme très variée ; des textes qui comprennent des bibliothèques immenses de création littéraire humaine et, ainsi qu'une multitude d'offres

économiques qui facilitent la survie des internautes par l'économie de temps et l'exemption d'effort.

2. Corps de la communication

La cause pour laquelle il est difficile d'observer les effets de la technologie sur nous est celle qu'elle ne fait pas partie de notre moyen existentiel, elle est devenue en quelque sorte naturelle pour nous dans le sens qu'elle tourne autour de nous et nous ne pouvons pas vivre sans elle. « C'est notre environnement - dit McLuhan - et comme tout environnement (nous pourrions faire une comparaison avec l'air qui tourne autour de nous et nous ne conscientisons plus sa présence) il nous est caché, et nous devons obligatoirement diriger notre attention vers lui pour voir la manière dans laquelle il nous affecte »¹. Hugh McDonald conscientise le fait que la technologie communicationnelle actuelle, dans son éblouissant essor, représente un grand bien qui donne cependant la chance de la réalisation d'un mal aussi important et c'est pourquoi il accentue les effets du mass-média à la fois sur la société et sur nous en tant qu'individus.

La prémisse depuis laquelle McDonald part est celle de l'être humain comme unité harmonieuse et équilibrée et l'équilibre a une loi à lui qui agit si bien qu'il se maintienne. Au niveau biologique, par exemple, notre organisme essaie de maintenir cet état d'homéostasie, d'équilibre. Si une force extérieure essaie de détruire cet équilibre, elle sera suivie par une force de réaction de l'organisme qui agira pour rétablir l'équilibre. Vraiment, l'unité psychosomatique de l'organisme humain ne peut pas être contestée. Si un être humain perd sa vue il devient plus conscient de ses autres sens et cela se passe parce que les parties du cerveau qui traitaient des données visuelles traiteront dorénavant des données des autres sens dans la tentative de l'être humain de se rapporter très bien au monde extérieur. Si au moment de l'apparition des premières technologies surtout les pouvoirs corporels de l'être humain s'étendaient, les choses ont changé en même temps que l'apparition de l'écriture – nous pouvons dire qu'actuellement même la mémoire de l'être humain peut être placée hors lui, extériorisée et amplifiée. Et l'Internet a apporté plusieurs « bénéfiques » technologiques parce qu'ils mélangent l'écriture avec l'image et le son.

La manière dans laquelle nous faisons une certaine chose influence beaucoup le résultat que nous voulons obtenir. Le moyen influence sur le toucher du but également quand il s'agit du média. Ce n'est pas la même chose de voir écrit le mot « l'étendard de la France » ou de voir l'étendard, bien que les deux soient des moyens par lesquels le même message est transmis – mais la vue de l'étendard produira certainement un sentiment plus fort que la lecture du mot « l'étendard de la France ». Donc, le moyen influence le mode dans lequel nous recevons l'information et il porte en lui, en soi, un message propre. Ensuite j'essayerai de mettre en évidence la spécificité que l'Internet a comme moyen de transmission de l'information.

3. L'être humain et le sens

Nous avons vu que la technologie influence son utilisateur et qu'il est nécessaire un exercice mental de distanciation par rapport à un certain instrument pour pouvoir analyser son influence sur nous. Cela se passe parce que la technologie est une partie de l'environnement, elle est pour l'être humain ce que l'eau est pour un poisson et c'est

pourquoi il est demandé à l'être humain touché par la technologie de nos temps de sortir à « la rive » qui le libère de l'influence de la technologie pour voir quels en sont les effets.

Comme nous restions et nous pensions à ce qui se passe avec nous au moment où nous nous asseyons devant l'ordinateur et nous commençons à surfer sur l'Internet, nous nous sommes rendus compte que nous devons commencer par le fait que... nous restons. Vraiment, à présent – bien que les souteneurs de l'omni-Internet que nous avons rappelés rêvent à une période dans laquelle l'être humain puisse « entrer » dans le monde virtuel avec toutes les parties de son corps en utilisant comme des interfaces électroniques des casques, des gants et même des costumes qui leur permettent de « sentir » si bien que possible « les réalités » de ce monde – pour surfer sur l'Internet on doit premièrement s'asseoir sur une chaise devant l'ordinateur. La chaise est également une création de l'être humain technologique dont la vieillesse se perd dans les ténèbres du temps ; il y avait des temps où la chaise existait seulement comme un trône dans la salle des rois étant un signe du pouvoir de celui qui s'y asseyait. Maintenant elle est si banale, elle est devenue une technologie si naturelle qu'elle se cache plusieurs fois à l'analyse de notre esprit.

Il y a même certains penseurs qui considèrent que ce que l'être humain réalise à l'aide de ses « prothèses » technologiques ils pourraient le réaliser par l'exercice de certains pouvoirs naturels personnels. Ainsi, Douglas Rushkoff, l'auteur du roman « Cyberia », dit :

« La technologie est une partie de la nature. C'est une extension de la conscience humaine. Ironiquement, les portes que la technologie ouvre sont en général des portes que nous pourrions ouvrir également sans son aide, à conditions que nous sachions la procédure. Je pense que nous sommes entièrement capables, en tant qu'êtres humains, pour avoir un cerveau global et pour communiquer entre nous comme des parties d'un seul organisme. Mais, soit nous avons développé nos capacités, soit nous avons perdu notre habilité de les utiliser. En pensant à la période de l'existence tribale, nous voyons que les gens ne pensaient pas à eux comme individus mais ils se regardaient comme des parties d'un petit organisme »ⁱⁱ.

L'être humain a commencé à se créer toute sorte d'extensions de son corps et de son esprit (des outils, des vêtements, des meubles, des livres, téléphone, télé, ordinateur, tablette, etc.) qui l'aident à faire ce qu'il avait l'habitude de faire auparavant sans eux. Ce que Marshall McLuhan remarque est le fait que celle-ci présuppose une étendue de l'un des organes de sens de l'être humain faiseur d'outils : « Tous les moyens, depuis l'alphabet phonétique jusqu'à l'ordinateur sont des extensions de l'être humain qui provoquent des changements profonds et durables en lui et qui transforment son milieu. Une telle étendue représente une intensification, une amplification d'un organe, d'un sens ou d'une fonction »ⁱⁱⁱ. Ce qu'on peut observer dans la suite de ce processus – continue McLuhan – est le fait que « le système nerveux central semble instituer un engourdissement tout protecteur de la zone affectée, en l'isolant et l'anesthésiant, pour la protéger contre la conscientisation de ce qui se passe avec elle. C'est un processus très semblable à ceux par lesquels notre corps passe quand il est en condition de stress ou de choc. Nous pouvons nommer cette forme spéciale d'autohypnose « narcose narcissiste », un syndrome qui fait l'être humain rester aussi inconscient des effets psychiques et sociaux de la nouvelle technologie que l'est un poisson de la rivière dans laquelle il nage »^{iv}.

Donc, conformément à McLuhan, on peut parler d'un endommagement de la « bonne ordonnance » des sens par la surexcitation d'un seul sens au détriment des

autres ce qui mène à un état d'engourdissement sensoriel. Voilà ce que le penseur canadien dit dans un autre passage :

« Quand une société invente ou adopte une technique qui accorde de la prépondérance ou donne un élan à l'un de nos sens, la relation entre tous nos sens est altérée. Nous ne nous sentons plus les mêmes : les yeux, les oreilles, tous nos sens ne sont plus les mêmes. L'interactivité de nos sens est constante, excepté le cas où les conditions d'anesthésie interviennent. Mais quoi que tu sentes, si cela arrive au plus haut degré d'intensité, cela peut agir comme un anesthésique pour les autres sens. (...) Le résultat est une rupture dans les relations entre les sens, une sorte de perte de l'identité » (McLuhan, 1975, p. 56-57).

En appliquant cet avis strictement aux techniques de communication et d'information – comme l'est aussi l'Internet – nous pouvons dire que les effets de ces technologies, les regardant comme un moyen, un milieu de communication, ne touchant les opinions ou les concepts (premièrement le message proprement-dit y agit et influence) mais sur le système sensoriel de l'être humain, sur la structure de ses perceptions à l'aide desquelles il connaît le monde. Il est important le fait que les moyens, les milieux informationnels influencent nos sens sans que nous opposions quelque résistance, étant conscients de leur action : « Notre réaction habituelle envers tous les moyens de communication, à savoir qu'il ne compte que la manière dans laquelle ils sont utilisés, illustre l'attitude paralysée de l'idiot technologique. Puisque « le contenu » du moyen en question est comme un morceau succulent de viande jetée par un cambrioleur pour détourner l'attention du chien de garde de l'esprit » (McLuhan, 1997, p.155).

Vraiment, notre vie est, que nous en soyons conscients ou non, dominée par le visuel : « La fin du 20^{ème} siècle et le début du nouveau siècle ont apporté avec eux un contexte culturel modifié. Premièrement l'attention accordée au visuel est accrue. Les théoriciens ont observé qu'une « révolution picturale » s'est produite et par elle nous avons commencé à nous rendre compte du fait que la domination de l'image a remplacé la domination du mot. Le 20^{ème} siècle a débuté par l'idée que, au moment où nous regardons une photographie, nous avons à faire avec une chose vraie et il a fini sachant que, au moins au niveau cognitif, beaucoup de choses qui semblent être visuellement vraies ne le sont » (McLuhan, M., Interview in Playboy, dans Mass-media sau mediul invizibil, p.234).

Marshall McLuhan soutient que cette accentuation du visuel est due à l'invention de l'alphabète phonétique qui a déterminé la séparation de l'image et du son, et ainsi « l'équilibre du système sensoriel (...) et l'harmonie psychique et sociale générés par lui se sont brisés, et la fonction visuelle s'est surdéveloppée » (*Ibidem*, p.232). En même temps avec l'apparition de l'impression le processus a évolué d'autant plus, les mots, faits pour être également vus non seulement écoutés, se multipliant maintenant sous leur forme écrite dans les centaines et les milliers de livres imprimés. Il est certain le fait que

« l'être humain vivait jadis dans un monde où tous les sens étaient équilibrés et simultanés, un monde clos, avec des profondeurs et des résonances tribales, une culture orale structurée sur la prédominance du sens auditif. L'oreille, à l'encontre de l'œil froid et neutre, est sensible, hyper esthétique et très ample (...). Le milieu principal de communication est représenté par le parler, et ainsi personne ne savait trop ou moins que toute autre personne. Ce qui signifie que l'individualisme et la spécialisation – des signes distincts de l'Occident

« civilisé » - existaient en quantités négligeables. (...) Les cultures orales agissent et réagissent simultanément, lorsque la capacité d'agir sans réagir, sans s'impliquer reste le don de l'être humain instruit, détaché » ((McLuhan, M., Interview in Playboy, dans *Mass-media sau mediul invizibil*, p. 233).

L'être humain contemporain, qui est premièrement intégré dans un espace visuel est mis par McLuhan dans une parallèle avec l'être humain tribal qui vivait dans un espace acoustique. L'espace visuel représente une étendue et une amplification de l'œil, c'est pourquoi il est uniforme, successif et continu, lorsque l'espace acoustique est sans centre et sans limites, organique et intégral ; l'espace visuel est consécutif, l'espace acoustique est simultané. « L'être humain tribal audio-tactile - dit McLuhan - impliqué dans le subconscient, vivait dans un monde magique intégral, sous la marque du mythe et du rituel, avec des valeurs divines et jamais contestables, à l'encontre de l'être humain instruit et visuel qui crée un milieu fortement fragmenté, individualiste, explicite, logique, spécialisé et détaché » (Crișan, Danciu, 2000, p.14).

Vraiment, le visuel règne à présent – les réclames, les cinématographes, la mode, la presse, la télévision ou les dessins sur les murs ont quelque chose en commun : ils visent l'œil de l'être humain. Bien que la vue soit le seul sens qui permet le détachement, paradoxalement, elle accapare en même temps. Par exemple, dans la maison, lorsqu'on cuisine, on peut écouter la radio sans être dérangé ou en tant que chauffeur, on peut conduire la voiture et écouter de la musique. Mais s'il s'agit d'une image à la télé, elle « accapare » et on ne peut rien travailler et au cas où on voit l'image de quelqu'un connu dans la rue, on a beaucoup de chances que ses yeux nous portent vers la partie carrossable et qu'on arrive ensuite avec sa voiture dans la fosse. Le pouvoir de l'image, est, sans doute, très important. La réalité est connue par nous en grande mesure par le sens de la vue, c'est pourquoi elle peut être plus légèrement recréée à l'aide des images (nous revivons par le pouvoir de l'imagination certains moments de notre vie en réalisant dans notre esprit surtout des successions d'images ; ou les poètes, quand ils essaient dans leurs œuvres de créer dans l'esprit des lecteurs un monde à eux, ils utilisent « des images poétiques »). Il semble que le système optique est plus suggestif, plus agréable ; l'image a une certaine plasticité. Quand le mouvement est également associé à l'image (des images « vivantes ») sa suggestivité est très importante, si bien qu'elle peut « mentir » et elle fait croire qu'on est « en direct », qu'on est là où on ne peut être ni spatialement ni temporellement – c'est le cas du film de cinématographe. Il est spécifique à l'image également le fait qu'elle touche le côté émotionnel, affectif de l'être humain et c'est un autre atout à soi qui la fait paraître si vive. Tous ces avantages de l'image sont faciles à observer si nous regardons les effets de la télévision classique et de la télévision en ligne (web tv) – ceux qui manipulent à présent le plus fréquemment l'image. Nous voyons qu'en utilisant l'image, la télévision nous flatte : elle induit au téléspectateur le sentiment que par le simple fait qu'il voit, il détient une compréhension et un contrôle sur ce qu'il voit.

De nos jours, la télévision nous a appris combien forte est la capacité de pénétration de la réalité dans nos esprits par l'intermédiaire de l'image : « Le message télévisé crée chez le récepteur la sensation qu'il se trouve au milieu des événements ou qu'il est à côté de ses personnages préférés » (Crișan, Danciu, 2000, p.63). Nous avons appris toujours de la télévision combien il est facile de manipuler la pensée des gens justement grâce à son pouvoir d'imiter le monde réel : « La production du soi-disant « effet de réel » est spécifique à l'image, c'est-à-dire l'image nous fait voir et croire dans l'existence de

ce qu'elle montre. Le processus de la manipulation par l'image se base sur cette caractéristique » (Zoller, 1998, p.34). Il ne faut oublier ni le fait que ce qu'on regarde s'imprime dans l'esprit et cela forme la personne – par son regard l'être humain s'auto-forme, s'autodétermine. C'est pourquoi il est important du point de vue moral ce qu'on voit, car dans une certaine mesure, on est ce qu'on voit (l'œil limpide, qui voit partout le bien, présuppose l'existence d'un cœur, d'un intérieur propre et plein de bonté).

Nous savons que pas toutes les choses sont à voir et cela nous met dans une position opposée au monde actuel qui demande que tout soit visible à tout prix. Dans cette ère du visuel, certaines personnes essaient de satisfaire leur besoin humain de tout voir. « L'œil doit être surveillé et complété, car il « encadre » : il cache, il élimine, il oublie, il tue, il condamne à l'invisibilité ou, par contre, il exclut du rayon du contrôle au moins dans la même mesure qu'il montre » (Marion, 2000, p.79).

Exemple:

La campagne de dons **Magic Home** est un exemple de campagne de communication qui a réussi à impliquer le public, en utilisant, en principal, l'émotion. Plus de 600 personnes ont pris place dans le fauteuil de la souffrance et ont réussi à convaincre leurs concitoyens de faire un don de 2 euros.

Le problème social qui a déclenché cette campagne sociale était précisément le manque d'espaces adéquats où les patients qui souffrent de cancer et leurs proches peuvent vivre pendant leur séjour à Bucarest pour recevoir des soins médicaux. Le message principal de la campagne Magic Home était #impreunapentrumagichome, un message court et motivant, l'utilisation d'hashtag soulignant que cette campagne est basée fortement sur la communication en ligne. **Magic Home** vise à collecter des fonds pour construire un centre qui offre un hébergement gratuit, un soutien et d'autres traits aux familles avec enfants diagnostiqués avec un cancer ou d'autres maladies graves.

Afin de susciter l'engagement et d'encourager les dons, toute l'expérience a été transmise en direct, jour et nuit, sur le site de la campagne. À l'extérieur de la galerie, a été mis en place un compteur qui a mis à jour les SMS entrant en temps réel, afin que tout le monde puisse voir l'impact et encourager plus de personnes à se joindre.

Pour sensibiliser les gens à la cause, les initiateurs ont créé une vidéo en ligne racontant l'histoire de cette forte réplique, qui apporte de mauvaises nouvelles et incarne le cauchemar de chaque parent : "Asseyez-vous, s'il vous plaît."

Pour toucher le public, des personnalités publiques et des influenceurs ont joué le rôle des parents dans la vidéo. Au total, 636 personnes sont restées 23 jours et nuits sur la chaise de la Résistance de la galerie Galateca, et 1 185 autres étaient prévues au moment de l'achèvement de la campagne "Ensemble pour MagicHOME", qui a contribué à la collecte de plus de 100 000 SMS. (2 euros chacun).

23 jours après le début de la campagne, l'argent a été collecté. Il s'agissait de la plus grande somme d'argent collectée par SMS en un temps record. 17% du montant requis a été collecté dans les 24 premières heures. La campagne a également représenté le plus grand geste de solidarité ininterrompue en Roumanie, représentant 552 heures de maintien de l'engagement à occuper le fauteuil jour et nuit.



Fig. 1 Magic Home

4. Conclusion

L'interactivité s'oppose à la passivité. L'être humain sent parfois le besoin de rester passif mais autrefois il veut s'impliquer, choisir, changer. Comme dans l'exemple *Magic Home*, beaucoup de gens ont choisi de s'impliquer. Premièrement, certains gens ont compris l'interactivité par la possibilité de s'impliquer au choix dans la communication, dans la transmission d'information. Voilà comment André Gauron voit l'interactivité dans le cadre du multimédia interactif, comment il nomme le monde du réseau d'ordinateurs - mass-média du futur : « Jusqu'à présent, le message circulait d'un seul sens et il donnait à la programmation une place centrale dans le processus entier. Le message ressortait et il se constituait de la logique de la demande, et il conférait au distributeur un pouvoir considérable. Il dépendait de son choix que le message soit ou non diffusé. Bien sûr, le désir d'obtenir la plus large audience possible a obligé les distributeurs de multiplier « les études sur le marché » pour apprendre, le plus exactement possible, les goûts, les désirs des téléspectateurs et les satisfaire. Mais, en dernière instance, le distributeur est le seul facteur de décision. Il est, en fait, le maître du message.

Références bibliographiques

1. Crișan, D., Danciu, L. 2000 *Manipularea opiniei publice prin televiziune*, Cluj Napoca, Ed. Dacia
2. Marion, Jean-Luc, 2000, *Crucea vizibilitatii*, Editura Deisis, Sibiu
3. Levinson, P., 2001, *McLuhan în era digitala. Ghid al mileniului informațiilor*, Editura Librom Antet SRL
4. McDonald, H., Ascetism and the electronic media. Technophilia and technophobia in the perspective of Christian philosophy, article accessible à l'adresse: <http://www.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies.html>, accesé le 12.01.2020
5. McLuhan, M., 1997, *Înțelegerea mijloacelor, în Mass-media sau mediul invizibil*, Editura Nemira, Bucuresti
6. Petcu, M., 2002, *Sociologia mass-media*, Editura Dacia, Cluj -Napoca
7. Zoller, W., 1998, *Când imaginea suprimă cuvântul*, Editura Agape

ⁱMcDonald,H., *Ascetism and the electronic media. Technophilia and technophobia in the perspective of Christian philosophy*, article accessible à l'adresse:
<http://www.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies.html>

ⁱⁱ Cité selon Jermy S. Gluck, Tehno Spiritual Quotes, accessible à l'adresse:
<http://www.socio.demon.co.uk/magazine/7issue7.html>,

ⁱⁱⁱ Marshall McLuhan, Interview dans la revue Playboy : Marshall McLuhan- Une conversation candide avec le grand prêtre du culte pop, le métaphysicien des moyens de communication, est un article reproduit selon « Playboy » (mars 1969) dans le livre de l'auteur canadien « Mass-media sau mediul invizibil », un recueil de textes essentiels de Marshall McLuhan fait par Erich McLuhan et Frank Zigrone, Editions Nemira, Bucarest, 1997, p. 230. Une note des auteurs rappelle le fait qu'en 1969 Playboy n'était pas une revue si visiblement érotique comme elle l'est à présent et elle poursuivait la réalisation des interviews avec des personnalités de taille mondiale.

^{iv} ibidem