



HAL
open science

Un goût d'ubiquité. Usages sociaux du visiophone.

Francis Jauréguiberry

► **To cite this version:**

| Francis Jauréguiberry. Un goût d'ubiquité. Usages sociaux du visiophone.. 1989. halshs-00676159

HAL Id: halshs-00676159

<https://shs.hal.science/halshs-00676159>

Submitted on 3 Mar 2012

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.

Francis Jauréguiberry

UN GOUT D'UBIQUITE

Usages sociaux du visiophone

_____ Novembre 1989 _____

Rapport final de la recherche
réalisée en exécution du marché
87 BO 00 790 33 21 de France
Télécom avec la collaboration de
Chantal Mornet et Michel Veunac

REMERCIEMENTS

Chantal Mornet et Michel Veunac ont participé, en tant que chercheurs à part entière, à l'intervention sociologique qui est à la base de ce travail. Sans eux, rien n'aurait pu se faire. Chantal Mornet a, de plus, assuré la lourde tâche de la retranscription des séances et la plus grande partie des entretiens ayant servi aux monographies.

Cette recherche appartient aux usagers du visiophone qui ont participé à l'intervention sociologique : elle est nourrie de leurs témoignages, de leurs idées et de leurs réflexions. J'espère qu'elle leur aura au moins permis de faire le point dans leur expérience d'ubiquité.

Nos remerciements s'adressent d'abord à ceux qui ont accepté de venir discuter avec les groupes d'usagers que nous avons formés. Leur intervention a été précieuse pour amorcer la réflexion au sein de ces groupes. Ils vont ensuite à Jean-Jacques Théry, responsable commercial de l'opération, qui, par sa grande connaissance du réseau et son soutien constant, a permis que notre travail se réalise dans les meilleures conditions. Ils vont aussi à l'association Biarritz Communication Nouvelle qui a ouvert ses archives pour nos recherches documentaires.

Financé par France Télécom, ce travail n'aurait pu être conçu sans l'appui de Philippe Touyarot, responsable de l'opération "Biarritz fibres optiques" lors de la signature du contract de cette recherche. Le Centre d'information sur les fibres optiques (CIFO) a généreusement ouvert ses portes pour nos réunions. Le CNRS et l'Université de Pau, réceptacles institutionnels de cette recherche, ont toujours fait le nécessaire pour faciliter notre travail. Claude Laugénie, Directeur de l'Institut de recherche sur les sociétés et l'aménagement, nous a assisté dans nos démarches administratives. Monique Barrau a assuré la gestion et le secrétariat de la recherche. Par sa lecture attentive, François Fourquet m'a aidé à améliorer ce texte.

Qu'ils soient tous ici remerciés.

PRESENTATION

Visiophone : les amateurs de science-fiction connaissent depuis longtemps cet appareil, synonyme d'interactivité visuelle et auditive. Depuis bientôt cinq ans, la science et la technologie ont converti la fiction en réalité à Biarritz où près de 1500 abonnés (1200 ménages et 270 professionnels) peuvent effectuer des "déplacements immobiles". Il leur est ainsi possible de "rendre visite" à quelqu'un tout en restant chez eux, de visionner les étalages de commerçants sans se déplacer, d'être à la fois ici et ailleurs, d'instantanément vivre le lointain, bref, de goûter et de prendre goût à l'ubiquité.

Mais, si la science et la technologie ont bien permis à la fiction de devenir réalité, c'est toujours la science-fiction qui semble présider au savoir que l'on a de cette nouvelle réalité. En effet, cinq ans après le branchement des premiers visiophones biarrots, et à l'heure où la progressive mise en place du RNIS et le projet "Visages" de France Télécom permettent d'envisager l'extension nationale de ce service, ce sont encore de pures représentations, allant du rêve paradisiaque au cauchemar apocalyptique, qui constituent nos seuls repères pour penser notre déjà présente société de l'ubiquité. Si ces représentations peuvent être intéressantes en tant que révélateurs de besoins ou de tensions traversant le corps social, elles ne nous apprennent rien sur l'utilisation et les pratiques réelles du visiophone.

Les pages qui suivent se veulent un dépassement de ces représentations en un effort pour cerner le plus fidèlement possible les usages concrets du visiophone actuellement expérimenté à Biarritz. En nous permettant de replacer ces usages dans leur contexte social, la méthode employée (intervention sociologique avec des groupes d'usagers) permet de repérer les questions d'ordre sociologique, mais aussi situationnel ou éthique auxquelles ces usages renvoient. La nature de ces questions nous informe à leur tour sur les évolutions socioculturelles profondes que connaît notre société et dont dépend, en dernière analyse, l'usage même du visiophone.

PLAN

INTRODUCTION

Présentation théorique et méthodologique situant et expliquant notre démarche.

PREMIERE PARTIE : IDENTIFICATION DES USAGES

Le lecteur avant tout intéressé par la description des utilisations de cet outil y trouvera l'essentiel de nos observations ainsi que dans les monographies situées en troisième partie.

DEUXIEME PARTIE : SIGNIFICATION DES USAGES

Exposition des questions que révèlent ces usages inédits dans une problématique de la production de la société. Ces questions reflètent des évolutions socioculturelles profondes et difficiles à appréhender. Elles renvoient à la transformation des modes de vie quotidiens, des valeurs et des mentalités dont dépend, en dernière analyse, l'usage même du visiophone. Seul ce détour peut permettre une réflexion prospective sur la place du visiophone dans nos sociétés.

TROISIEME PARTIE : MONOGRAPHIES

Visiophonie et commerce, utilisation du visiophone par les enfants, visiophonie et enseignement, et expériences d'interactivité sur le réseau.

CONCLUSION

Le lecteur pressé se reportera prioritairement aux paragraphes encadrés qui renferment l'essentiel de nos observations sous forme de points de synthèse, tout en étant prévenu que celles-ci n'ont de réelle valeur que reportées aux développements qui les précèdent.

Sauf indication contraire, l'ensemble des citations apparaissant dans le texte sont issues de la retranscription des séances de travail de nos groupes ou d'interviews approfondies (cf méthodologie).

La table des matières se trouve à la fin du rapport.

INTRODUCTION

1. APPROCHE THEORIQUE

Deux grands types d'approche caractérise la plupart des études portant sur les rapports entre les nouvelles technologies de communication et la société.

Le premier, le plus courant peut-être, cherche à évaluer les effets, les impacts des nouvelles technologies de communication sur l'organisation et le changement social. Il s'agit de savoir comment la technique influe sur le socio-culturel, éventuellement sur le politique. Les conclusions de ces études varient de l'utopie d'un monde transparent, où une démocratie réellement participative et une convivialité authentique seraient enfin obtenues grâce aux nouvelles technologies de communication interactives, "soft" et décentralisées, à la vision éminemment pessimiste de sociétés décomposées où le spectacle de l'hédonisme et la mise en scène du narcissisme cacheraient mal la détresse de masses anonymes et solitaires, faites d'individus aliénés, récepteurs muets de messages et de programmes conçus ailleurs.

Le second type d'approche, péchant sans doute par excès dans sa critique du premier, part du principe que ce ne sont pas les techniques qui conditionnent les modes de vie, mais l'inverse. Organisations et croyances sociales, règles et cultures d'accueil, déterminent l'acceptation, la transformation ou le rejet des nouvelles technologies de communication. En un premier temps, les habitudes, systèmes de valeur et principaux traits de la reproduction sociale sont dégagés afin d'évaluer, en un second temps, un "taux d'acceptabilité" dont pourront bénéficier ou pas les nouvelles technologies de communication. Alors que dans le premier type d'approche, c'est la technique qui modèle le changement social, ici, c'est la reproduction des formes sociales qui conditionne le développement technologique.

Nous ne rejetons pas globalement ces deux types d'approche, mais nous nous démarquons des positions extrêmes auxquelles elles conduisent trop souvent : d'un côté à l'exclusion du social, de l'autre à

celui de la technique. Ceci pourrait être évité si l'on cessait d'avoir une vision par trop déterministe des conduites sociales pour les appréhender avant tout comme actions d'auto-production et d'auto-institutionnalisation du social. Le premier type d'approche évacue totalement cette notion d'auto-production du social lorsqu'il cherche à expliquer les conduites sociales liées aux nouvelles technologies de communication à partir d'un principe méta-social (la technique, la science, le progrès). Quant au second, sa vision fonctionnaliste offre de nos sociétés une image quasi-organiciste dès lors qu'il se révèle incapable d'appréhender l'organisation sociale autrement qu'en termes de reproduction, d'inclusion et d'exclusion, de normal et de pathologique, d'acceptation ou de rejet. Or, il n'y a ni déterminisme intrinsèque, ni reproduction totale, mais appropriation et production. De cette différenciation naissent l'innovation et le changement social.

Notre point de départ n'est donc ni l'objet technologique en lui-même, ni le fonctionnement des sociétés réceptrices de cet objet, mais la façon dont les acteurs s'approprient ces techniques en les transformant pour produire leur cadre de vie.

Il convient dès lors de changer de niveau d'analyse et d'aborder les nouvelles technologies de communication non plus comme des arrosoirs comportementaux dont l'eau serait puisée en dehors du social, ou comme de simples objets de consommation qui seraient acceptés ou refusés suivant les modes de fonctionnement des sociétés réceptrices, mais comme des outils de production d'usages, de contenus, de représentations et de comportements sociaux.

Ceci implique que notre recherche ne soit pas strictement circonscrite dans un champ d'étude dont les limites seraient celles des rapports des individus au visiophone, mais au contraire ouverte à l'observation et au repérage de nouvelles formes d'action, de sociabilité, d'organisation et de pouvoir nées autour de lui. En plus de l'évaluation des services et usages prévus par les promoteurs du visiophone, ce seront les pratiques sociales effectives et les savoir-faire concrets qui retiendront notre attention.

Il s'agira d'abord de repérer ces usages dont rien ne permet a priori de déterminer la nature (si l'on fait un parallèle avec le minitel, qui aurait imaginé, il y a seulement cinq ans, que les services de

messagerie auraient un tel succès?). Nous serons particulièrement attentifs aux pratiques qui, au-delà des usages prescrits et des simples modes d'emploi définis par le fabricant, "squattent" le visiophone au moyen de détours, de "braconnages", d'explorations, art de faire, procédures inédites qui nous en diront certainement long sur la façon dont le visiophone, d'objet de consommation, devient outil de production du social.

En un second temps, il faudra lire ces conduites à partir, non pas de l'outil lui-même ou du seul fonctionnement-reproduction de la société d'accueil, mais des courants qui la traversent et des rapports qui la constituent. Ceci nous amènera au repérage des modes et réseaux de communication, hors ou avant visiophone, par lesquels les acteurs locaux nouent les rapports de production de leur quotidien. La question posée est : en quoi l'usage du visiophone modifie-t-il ces rapports? Y a-t-il redéfinition de certaines identités? Peut-on observer des changements dans les formes de sociabilité locale et dans la séparation entre l'espace public et l'espace privé ou même intime? La vidéo-communication permettant des "déplacements immobiles" (on peut "rendre visite" à quelqu'un tout en restant chez soi..), en quoi et comment ces nouveaux dons d'ubiquité et d'instantanéité peuvent-ils influencer sur nos perceptions, pratiques et représentations du temps et de l'espace?

2. METHODOLOGIE

Notre point de départ, observer le visiophone non pas seulement comme objet de consommation mais surtout comme outil de production du social et de ses représentations, sous-entend une claire option sociologique : celle de considérer que les acteurs sociaux ne se constituent pas en simple réaction à des situations qui leur seraient extérieures, mais que celles-ci sont au contraire le produit de leurs actions. La société ne se définit pas seulement par son fonctionnement et sa reproduction, mais aussi par sa capacité à se produire et à s'auto-institutionnaliser.

Il était dès lors impossible d'appréhender les usages du visiophone avec une problématique de type "effets" ou "impacts" et avec la

méthodologie qui s'y applique : enquêtes quantitatives au cours desquelles la population se doit de répondre aux questions que se posent les commanditaires de l'étude ou ses exécutants, et dont rien ne permet de penser a priori qu'elles recoupent réellement les préoccupations des personnes interrogées et constituent un réel révélateur de l'innovation¹. Considérer le visiophone comme un des outils de production du quotidien des acteurs sociaux impliquait que l'on prenne ces derniers au sérieux, que l'on soit attentif à leurs pratiques, à leurs représentations et à leurs questionnements. A cette fin, nous avons opté pour la méthode d'intervention sociologique doublée d'observations pratiques et d'entretiens individuels ouverts.

1. L'intervention sociologique

Elle a concrètement consisté à réunir trois groupes de 10 à 12 usagers effectifs du visiophone (plusieurs appels par semaine) durant des séances d'environ deux heures, et ce, six à huit fois. Le but était de les faire témoigner sur les usages et pratiques qu'ils faisaient du visiophone. Nous aurions pu procéder de façon plus classique, par entretiens ouverts. Mais il nous aurait été difficile de répéter ces entretiens tous les quinze jours. D'autre part, le but de la constitution de ces groupes était de créer une synergie de connaissances et de témoignages entre leurs participants, les réflexions d'une personne suscitant par exemple les remarques d'une autre et l'avis d'une

¹ Ce rapport ne contient aucune quantification statistique. Non pas, bien évidemment, que nous déniions toute utilité à ce type d'approche, mais que celle-ci devient bien relative dans le cas de l'expérimentation d'une technique inédite comme celle du visiophone. Constaté qu'un certain pourcentage d'usagers potentiels ne se sert pas du visiophone ne nous apprend rien sur les raisons de ce non usage. Or, seule la connaissance de ces raisons, qui renvoie à une approche qualitative, peut permettre d'avancer quelques arguments prospectifs. L'institut de sondage Démoscopie a toutefois réalisé une série de photographies quantitatives des intensités d'usage du visiophone, croisées avec les indicateurs classiques (catégorie socio-professionnelle du chef de famille, âge, nombre d'enfants) en décembre 1985 et octobre 1987 auprès, respectivement, de 199 et 304 foyers. La méthode employée (enquête téléphonique), l'imprécision du panel non établi à partir d'un même échantillon en 1985 et en 1987, et le fait que les questions recoupant ces deux enquêtes aient été peu nombreuses nous laissent très dubitatif sur la portée de certains des résultats de cette étude.

troisième. Toutes les rencontres furent gravées sur bande magnétique et retranscrites par dactylographie. Outre que ce matériau a constitué notre base d'étude, il a aussi servi de stimulant aux groupes dont les membres pouvaient lire ce qu'ils avaient dit une ou deux séances auparavant.

S'enclenchait alors une dynamique de connaissance : il s'agissait non plus seulement de témoigner de ses pratiques ou de ses sentiments, mais d'évaluer en commun les usages du visiophone et de produire une analyse à partir des hypothèses développées par les sociologues.

Les groupes n'ont donc pas été de simples lieux d'enregistrement de témoignages. Chaque séance fut préparée par les chercheurs qui définissaient préalablement une stratégie d'intervention en fonction de ce qui s'était déjà dit précédemment. Lors d'une séance, les participants devaient pouvoir identifier chaque chercheur à une idée, à une tension de recherche, à une hypothèse. Après chaque séance, les bandes magnétiques étaient décryptées et étudiées afin d'alimenter nos entrées thématiques.

Dans le but de faire apparaître certains thèmes, de susciter des témoignages-réactions et de créer une dynamique de connaissance dans les groupes, des interlocuteurs furent invités (cf. liste plus loin).

Les groupes furent des lieux de témoignage, de réflexion, de confrontation de comportements différents et significatifs. Un danger nous guettait : à trop vouloir cerner les fonctions de la communication visiophonique (à quoi ça sert, pourquoi, comment), on risquait d'oublier sa dimension potentiellement fondatrice (d'identités) et productrice (de conduites inédites). Effort fut donc fait afin non pas de cataloguer des comportements, mais de voir ce qui était produit grâce et autour du visiophone à partir du vécu des utilisateurs.

En nous permettant de dégager des thèmes centraux, celui des potentialités (prospective) a pu être traité autrement que comme simple projection imaginaire d'attentes ou de désirs présents. Une chose est de s'entendre dire : "Le visiophone, ce serait bien si toute la France était câblée, mais là, non, vraiment, je ne vois pas pourquoi j'essayerais", et une autre est d'écouter le témoignage d'un usager qui, connaissant les possibilités réelles du visiophone, imagine des

utilisations que ne permet pas pour l'instant la dimension trop limitée de l'expérience Biarritz. Ceci renvoie à la nécessité de distinguer représentation et action, pratiques et contenus, et d'être bien conscient que le visiophone n'est pas seulement appréhendé dans son existence technique et instrumentale, mais aussi dans sa dimension imaginaire, symbolique et inconsciente.

Il y avait comme un paradoxe de vouloir demander à des usagers d'un outil permettant de communiquer sans se déplacer, de se déplacer pour communiquer sur cet outil et ce non déplacement. De façon plus générale, il était difficile de demander à des gens de prendre sur leur temps pour venir témoigner sur le visiophone. Accepterions-nous de le faire pour parler du téléphone, de la télévision ou de notre automobile? Pourquoi, en définitive, les personnes pressenties ont-elles accepté de venir à nos réunions? Elles n'étaient pas demandeuses au départ. Elles n'étaient pas des "militants du visiophone", elles n'étaient pas portées par un engagement, une idéologie ou un projet historique.

Il nous a donc fallu intervenir pour faire émerger une demande. Deux attitudes ont sans doute permis la constitution de nos groupes :

- Nous avons contacté les usagers du visiophone comme des acteurs créateurs d'inédits, des témoins d'innovation que personne, jusqu'alors, n'avait réellement pris le soin d'écouter. Nous étions, en tant que scientifiques, attentifs et demandeurs.

- Nous leur avons dit que nous ne nous contenterions pas d'écouter et d'analyser leur témoignage, mais que nous leur demanderions aussi de s'associer à la production d'une connaissance, autrement dit d'être producteurs de savoir.

Seul le déroulement concret de la recherche nous a permis d'apporter la principale réponse à cette question de leur participation : beaucoup ont accepté de partager ce lieu de réflexion parce que l'usage de cette "machine de l'ubiquité" et surtout l'idée de ce que pourrait devenir leur vie dans une "société de communication", les renvoyaient à des problèmes inédits, de type situationnel ou moral pour lesquels ils n'avaient pas de réponse.

Un travail de terrain, effectué en octobre et novembre 1987 (listes et fichiers du Centre information fibres optiques, Biarritz Communication Nouvelle, Biarritz Télé Câble, réseaux d'amis, informateurs, "figures" locales et personnes ressources), nous a permis d'établir une première liste de 67 bons utilisateurs du visiophone (c'est-à-dire effectifs = plusieurs appels par semaine). Ces 67 personnes ont toutes été contactées par visiophone : 22 ont refusé de s'associer à notre démarche et 13, bien qu'étant d'accord sur le fond et la forme, n'ont pas accepté en raison de leur emploi du temps. A la suite d'une visite au domicile des 32 personnes restantes et d'un entretien d'environ une heure, nous avons constitué deux groupes de 11 personnes, en en éliminant 9, afin de respecter un relatif équilibre (sexe, âge, C.S.P., trajectoire socio-spatiale, etc.) et d'exclure de potentiels "gêneurs" (quémandeurs affectifs, "vedettes" locales, moulins à paroles). Le troisième groupe, constitué un an plus tard selon la même méthodologie, a réuni de gros consommateurs d'outils de télécommunications déjà classiques (téléphone bureau-domicile-voiture, télécopie, eurosignal) voyageant très souvent, et donc particulièrement intéressés par les possibilités offertes par le visiophone si sa distribution était étendue à tout le territoire national. Enfin, un groupe de huit jeunes utilisateurs (de 8 à 14 ans) a été réuni durant deux séances de deux heures.

Les quatre groupes se sont rencontrés au CIFO. Les deux premiers, alternativement, durant les mois de février à juin 1988. Le décryptage de l'enregistrement de leurs séances a donné lieu à plus de 600 pages de comptes rendus. Le troisième, réuni durant les mois d'avril à juin 1989 a servi à vérifier les principales constatations faites avec les deux premiers groupes et à aller plus en avant dans la réflexion sur la nature des interrogations que la progressive mise en place d'une "société de l'ubiquité" suscite chez ses désormais acteurs (280 pages de comptes rendus). Les deux réunions (juin 1989) avec les jeunes utilisateurs (53 pages de comptes rendus) ont alimenté la monographie "visiophone et éducation" et permis de cerner les utilisations spécifiques du visiophone par les enfants. Parallèlement, des entretiens approfondis ainsi que des observations de communications visiophoniques ont été menés avec certains membres des groupes.

2. Composition des groupes

Une des conditions à la participation de certains à nos groupes d'intervention sociologique était de pouvoir conserver l'anonymat. Nous avons opté pour ne citer aucun nom. Seuls les témoignages et réflexions importent. Les acteurs se reconnaîtrons.

• PREMIER GROUPE :

- Mme P. S., 60-65 ans, retraitée comptable
- Mr G. T., 55 ans, chef de gare
- Mlle A. R., 30 ans, documentaliste
- Mr J. C., 65-70 ans, retraité médecin
- Mr M., 25 ans, attaché commercial
- Mr H. W., 65-70 ans, retraité chargé d'affaires
- Mr P. B., 40 ans, responsable d'une agence d'assurance
- Mr L., 45 ans, directeur d'une entreprise industrielle
- Mr B., 40 ans, commissaire de police
- Mr M., 45 ans, journaliste
- Mme D., 45 ans, mère de famille au foyer

• SECOND GROUPE :

- Mme M. B., 25 ans, secrétaire documentaliste
- Mr J-P. M., 42 ans, architecte
- Mr J. G., 65-70 ans, retraité diplomate
- Mr F. V., 65-70 ans, retraité commerçant
- Mr P. A., 40 ans, directeur d'agence de voyage
- Mr R. B., 75 ans, retraité haut fonctionnaire
- Mr A. A., 35 ans, professeur d'éducation physique
- Mr A. S., 65-70 ans, retraité médecin
- Mme C. D., 40 ans, mère de famille au foyer
- Mme V., 45 ans, mère de famille au foyer

• TROISIEME GROUPE :

- Mr B. G., 42 ans, avocat
- Mr J. L., 40 ans, architecte
- Mr B. N., 45 ans, psychiatre
- Mr P. E., 40 ans, journaliste
- Mr S., 45 ans, directeur d'une agence de publicité
- Mr M. D., 40 ans, architecte
- Mme A. E., 35 ans, enseignante (langues)
- Mme N. V., 38 ans, enseignante (philosophie)
- Mr J-P. V., 45 ans, directeur d'une entreprise de transport
- Mr J-J. P., 45 ans, directeur d'une entreprise industrielle
- Mme M. E., 40 ans, directrice d'une société de conseil
- Mr B. L., 42 ans, avocat

• GROUPE DES JEUNES UTILISATEURS :

- Huit enfants de 8 à 14 ans.

• INTERLOCUTEURS DES GROUPES :

- R. C., 45 ans, directeur d'une entreprise de formation, refusant d'avoir le téléphone à son domicile
- F. F., 48 ans, économiste, expert au Commissariat général au Plan, spécialiste de l'étude des réseaux et du développement
- P. A., 40 ans, animateur socio-culturel, partisan de la "capitalisation des ailleurs" pour créer "l'ici multiforme"
- I. D., 35 ans, mère de famille, refusant le visiophone
- M. I., 45 ans, cadre supérieur, travaillant à Paris et habitant Biarritz
- A. L., 50 ans, "supporter" inconditionnel des nouvelles technologies de communication, pensant qu'elles vont permettre une économie de malheur aux hommes

3. Monographies

Quatre monographies ont été réalisées :

- Utilisation du visiophone par les enfants
- Visiophonie et enseignement
- Visiophonie et commerce
- Expériences d'interactivité sur le réseau

A cette fin, 52 interviews (de 1/2 h à 2 h) ont été réalisées en plus de celles de certains membres des groupes.

1° PARTIE : IDENTIFICATION DES USAGES

1 PREMIERES IMPRESSIONS ET MOTIVATIONS DES UTILISATEURS

"Le visiophone est un outil de communication tout à fait formidable, et je pense qu'on est loin de soupçonner toutes les fonctions qui pourraient être les siennes" ; "Le visiophone, c'est l'avenir" ; "Lorsqu'on a utilisé le visiophone, on a... disons le mot, on a tout de suite été emballés parce qu'on a trouvé que voir son interlocuteur, comme ça... enfin c'était... c'était quelque chose de sensationnel" ; "J'ai été subjugué, j'avoue, ahl oui, moi, j'ai été pris, tout à fait!" ; "Je trouve que c'est un instrument par lui-même qui est fantastique, ne serait-ce que la technique qu'il représente, c'est extraordinaire" ; "C'est vraiment une révolution dans la communication à distance".

Ces témoignages ne sont pas rapportés en début de rapport pour faire plaisir ou satisfaire son commanditaire (France Télécom), mais traduisent bien ce que l'ensemble de nos informateurs pensent spontanément du visiophone. Précisons aussitôt : des potentialités du visiophone et pas uniquement des usages actuels. Ce qui est unanimement apprécié, ce sont les possibilités nouvelles qui s'offrent à eux et le tour de force technologique qui le permet. Certains pourront être laudatifs sur les capacités de l'appareil et très critiques quant à son utilisation et son utilité actuelle.

Ceci se confirme lorsqu'on interroge les utilisateurs d'aujourd'hui sur leurs motivations de départ les ayant amenés à demander cet appareil. La "modernité" du visiophone, la "révolution technologique" (nous reprenons leurs termes) qu'il représente sont très souvent mis en exergue, ce qui révèle bien le degré d'adhésion de nos contemporains au développement scientifique et technique, au progrès. "Je ne me suis pas posé beaucoup de questions. J'ai trouvé que c'était une belle réussite technologique. C'est un instrument fabuleux!" ; "Ne pas l'accepter, c'est comme si nos ancêtres avaient refusé l'électricité!" ; "Je l'ai immédiatement demandé parce que c'était une technologie nouvelle. Je voulais l'avoir immédiatement!" ; "On l'a pris parce que c'était une technique d'avenir" ; "C'était quelque chose qui

allait de l'avant et j'aime les choses qui vont de l'avant (...)" ; "Je suis ravie de l'avoir, même si je ne m'en sers pas beaucoup."

Ce dernier témoignage nous permet d'introduire une constatation presque ahurissante : plus de la moitié de nos informateurs ont pris le visiophone sans savoir exactement à quoi il pourrait bien leur servir!

"Je me suis dit : après tout, une telle découverte, ce serait bête de passer à côté, et je suis venu m'inscrire ici (CIFO) pour avoir un visiophone, mais en ignorant totalement ce que c'était. Si ce n'est les renseignements que j'ai eus en venant ici (CIFO), je ne savais pas trop où j'allais" ; "Je l'ai pris en pensant que c'était une technologie d'avenir, qu'elle pouvait apporter beaucoup sans savoir quoi exactement" ; "C'est sûr, c'était une révolution, une véritable révolution dans la communication, mais je ne savais pas du tout à quoi ça allait me servir" ; "J'avais vu ça dans des films, mais moi, personnellement, qu'est-ce que ça allait me donner?"

Ceci tient sans doute, pour une large part, au caractère expérimental et quasi gratuit de l'opération : pourquoi s'en priver? D'autant qu'elle disposait d'un appât de taille : la télédistribution de quinze programmes. Il ne faut en effet pas occulter qu'il s'agit là du motif principal, couplé à la technique, des demandes de raccordement au réseau câblé. Peu de personnes, force est de le reconnaître, auraient pris le visiophone s'il n'avait été associé à la télédistribution. Il faut toutefois relativiser cette affirmation : un plus grand effort de publicité a été fait pour vanter la télédistribution que pour présenter le visiophone. Celui-ci est d'emblée apparu comme un supplément de service plutôt que comme l'élément central de l'opération. Ensuite, l'accent mis sur le concept de réseau a aiguillé les réflexions vers un constat très souvent partagé à Biarritz : un réseau de 1400 personnes, c'est bien, déjà beaucoup, mais leur localisation géographique, sur un petit territoire, ne permet pas d'apprécier réellement ce service. "Les personnes qu'on peut joindre, ce sont pas celles qu'on veut" ; "On ne peut pour ainsi dire appeler que des gens du quartier" ; "Si on veut les joindre immédiatement, on peut téléphoner, et si on veut les voir, ça prend cinq minutes à pied ou en voiture..."

De l'avis général, l'expérimentation aurait beaucoup gagné à être étendue au-delà des trois quartiers biarrots. Une densité moindre de raccordement mais avec une ouverture géographique supérieure aurait sans doute suscité beaucoup plus d'appels et d'intérêt.

Une liaison Biarritz-Anglet-Bayonne est souvent avancée. Ces trois villes se touchent au point de se confondre pour ne former qu'un seul district urbain. Toutefois, chacune conserve ses particularités (Bayonne, centre d'affaire et administratif; Anglet, zone résidentielle et commerciale; Biarritz, distractions et tourisme). Environ 7 km, passant par Anglet, séparent les centres ville de Bayonne et de Biarritz. La circulation entre ces villes est intense. Pour toute rencontre nécessitant un déplacement, il faut y consacrer au minimum une heure. On est loin des cinq minutes de nos quartiers biarrots : les potentialités de l'outil visiophonique apparaissent d'elles-mêmes.

2. LE VISIOPHONE COMME OBJET DE DISTINCTION

Nos informateurs sont souvent fiers de leur visiophone, même s'ils ne s'en servent pas souvent. Fierté nationale chez ceux qui ont reçu des amis étrangers : "Il y a six mois, nous avons fait des échanges et une famille de Sacramento (USA) est venue chez moi. Les Américains, ils nous considèrent comme des demeurés... Là, ils ont été totalement éblouis. Ils n'arrêtaient pas de parler à leurs amis qui étaient reçus chez M. ... qui a aussi le visiophone. Ils ne réalisaient pas que nous, pauvres Français, on ait pu inventer un truc comme ça" ; "Lorsque je leur ai montré l'appareil (à des amis allemands) j'étais fière." Fierté locale face à Paris : "Quand mes enfants vont à Paris, ils ne comprennent pas qu'il n'y ait pas le visiophone (...) C'est une tare de ne pas l'avoir quoil" ; "Ici, c'est l'avant-garde."

Mais le visiophone représente aussi parfois une marque de distinction individuelle en ce qu'il situe son utilisateur haut dans l'échelle des "branchés". Par un glissement sémantique imperceptible, le qualificatif hautement valorisé de "high tech" (comme celui, mais à un degré moindre, de "branché") passe de l'objet auquel il se rapporte à son utilisateur.

Untel est "branché", très "high tech" : on a tout dit. Posséder un visiophone n'est en aucun cas synonyme de "ringardise", ce qui fait particulièrement plaisir aux retraités de nos groupes. Toutefois, il semble que cette marque de distinction tende, de l'aveu même de nos informateurs, à diminuer avec le temps et la banalisation des appels.

3 UNE COMMUNICATION AVANT TOUT FAMILIALE. AMICALE ET CONVIVIALE

Nous verrons plus loin qu'il ne s'agit pas du seul type de communication visiophonique observée, mais les appels visiophoniques sont essentiellement privés. Ils concernent avant tout la famille élargie et les réseaux d'amis.

Presque tous les correspondants visiophoniques sont affectivement proches : "A 90% la famille et les amis" ; "On visiophone aux gens qu'on connaît déjà bien" ; "Tous les soirs, quand mes enfants arrivent de l'école, ils m'appellent au magasin. J'ai l'impression d'être un peu avec eux" ; "Disons que c'est une histoire de famille" ; "J'ai des correspondants privilégiés, des interlocuteurs ciblés : mes amis" ; "Ce sont toujours des relations amicales, des amis très proches" ; "J'ai le visiophone à titre professionnel... ça ne me sert strictement à rien. Par contre, je m'en sers quasiment tous les jours pour avoir, l'après-midi ou le soir quand je rentre tard, ma femme et mes enfants."

On ne fait pas connaissance par visiophone ou, tout au moins, on ne visiophone pas pour faire connaissance.

Il n'existe pour l'instant pas de messagerie visiophonique, mais on peut en imaginer le principe : appel du numéro de la messagerie et choix de la fonction "enregistrement" ou "vision" (plusieurs répondeurs visiophoniques -mais pas enregistreurs- fonctionnent déjà à Biarritz). Fonction enregistrement : vous expédiez votre image (vous, un document, des photos, un montage, etc.) faisant, en quelques secondes, apparaître votre centre d'intérêt. Fonction vision : vous voyez défiler les images que les autres ont laissées. Si l'une d'entre elles vous intéresse, vous composez le code correspondant. Le logiciel de la messagerie appelle alors l'auteur de l'image-message en lui communiquant votre code ou surnom. Si l'auteur de l'image accepte, le

logiciel vous met en contact visiophonique direct avec lui, l'échange visiophonique en temps réel peut alors commencer. Si une telle messagerie voyait le jour, cela signifierait rien moins que l'apparition d'un "lieu public" totalement inédit où l'apparence et l'image, entièrement médiatisées par la technique, seraient, au départ, le seul lien social entre les interlocuteurs.

La communication visiophonique sert à prolonger des relations de confiance déjà établies.

"Il y a une différence énorme entre le minitel qui est la communication parfaitement anonyme (...) et le visiophone qui est au contraire une communication très personnalisée avec des gens qu'on connaît. Ce sont deux opposés par rapport au téléphone classique. Ce sont deux techniques qui, du point de vue de la convivialité, sont absolument opposées." Lorsque nous avons placé les groupes dans la situation fictive d'une France entièrement câblée et que nous leur avons demandé à qui seraient destinés leurs premiers appels visiophoniques en dehors de Biarritz, les réponses ont toutes été dans la même direction : aux parents et amis géographiquement éloignés. Les communications visiophoniques instrumentales à buts finalisés (cf. plus loin) ne viennent que secondairement.

On veut avant tout voir, regarder, écouter l'ami lointain car sa présence manque. Le désir d'appel visiophonique est relationnel, basé sur une réciprocité affectuelle et subjective, et déficitaire de regard.

4 UNE COMMUNICATION PARTAGEE : L'EFFET AIMANT

La communication visiophonique est non seulement conviviale, mais aussi, bien souvent, partagée par l'entourage des interlocuteurs.

L'appel et surtout la réception d'un "coup de visio" suscitent la curiosité et la plupart du temps la participation des membres de la famille. "On peut parler à plusieurs. Il m'est arrivé très souvent d'avoir une personne au visiophone, puis après, les enfants qui étaient là, ou la femme du monsieur, ou d'autres qui apparaissent... Enfin, c'est une communication de famille. On arrive à avoir une communication familiale, à plusieurs, chose qu'on ne peut pas faire au téléphone" ; "A

la maison... les enfants, n'importe qui, se mêlent de la conversation, viennent dire ce qu'ils ont à dire, s'en vont..., alors qu'au téléphone, c'est plus personnel. Là, tout le monde participe." Dès que l'on s'aperçoit que le visiophone marche, "on veut savoir qui est à l'écran : qui c'est? Quelle gueule il a ce soir?"

Le visiophone est alors décrit non comme un outil mais comme un endroit.

Un endroit où l'on "vient se montrer", "dire bonsoir", "sans présentation : juste un petit coucou", "on fait venir la famille, les enfants viennent voir, dire bonjour" ; "Chaque fois que je visiophone à mon copain, sa femme vient me saluer. Ce serait presque impoli à ses yeux de ne pas venir me dire bonjour" ; "Ma femme intervient, elle a toujours quelque chose à dire. Mes enfants viennent voir parce qu'ils savent qu'ils vont apercevoir les autres enfants. Ils viennent spécialement pour ça. Au téléphone, ils ne le feraient pas, bien sûr que non."

Durant les séances de groupe, nous avons introduit l'idée de l'intrusion: le regard de l'extérieur, potentiellement voyeur, espion et dangereux, pénétrant l'espace privé. Nous avons aussi posé cette question lors des entretiens individuels. Alors que la crainte d'être observé, violé dans son intimité, est une idée très largement partagée chez les non-usagers du visiophone, elle n'existe apparemment pas chez ceux qui l'utilisent régulièrement : la pratique de l'appareil semble avoir chassé toute inquiétude à ce niveau. Même si le bruit du zoom de la caméra¹ les intrigue parfois, l'irruption inopinée d'un regard extérieur est exclue grâce à des opérations de contrôle.

L'aspect voyeur ne réside pas, comme nous l'imaginions au départ, chez l'appelant, mais chez l'appelé ou, plus exactement, parmi l'entourage de l'appelé. Cet entourage veut voir, parfois sans se montrer (nous avons plusieurs fois été témoin de ce type de situation).

¹ Curieusement, les premières informations arrivant chez l'appelé ne déclenchent pas la sonnerie mais le réglage du zoom de la caméra de son visiophone. Ce n'est qu'une fois que celui-ci est effectué que celle-là retentit. L'"œil" de l'appareil agit donc avant que l'on soit prévenu. Même s'il ne "voit" pas, cet "œil" fonctionne à notre insu, ce qui peut susciter quelques doutes, heureusement vite évacués, chez les lecteurs de G. Orwell.

Que l'on participe ou pas à la conversation, l'image du visiophone attire. C'est ce que nous appelons son effet aimant.

Nous nous sommes évidemment posé la question de savoir s'il s'agissait d'un phénomène dû à la nouveauté de l'appareil, au caractère exceptionnel, inédit et expérimental des appels. Tel ne semble pas être le cas. Car, si au début de l'opération "Fibres Optiques Biarritz", la réception d'un appel visiophonique suscitait systématiquement l'intérêt de toute la famille qui assistait à "l'événement", deux ou trois ans après, et à raison de plusieurs appels par semaine, il en va toujours de même. Bien que l'intérêt ne soit plus systématique et général, les appels éveillent toujours la curiosité des présents.

5 LE LIEU VISIOPHONIQUE

Cet effet aimant, le champ de la caméra et la participation des présents renvoient à la délimitation d'un espace, physiquement situé dans l'appartement ou la maison, mais médiatiquement ouvert vers l'extérieur. D'outil, le visiophone devient un endroit, un lieu semi-public dans l'espace privé.

"L'endroit où il y a le visiophone risque un peu de devenir... un lieu public, peut-être pas... mais, inconsciemment, oui, ça le devient un peu dans la mesure où l'on sait qu'on peut avoir une image à transmettre."

Face à cela, nous avons observé deux grands types de réaction, le premier étant de loin majoritaire.

1) Banalisation d'un lieu semi-public au sein de l'espace privé : on accepte le caractère collectif et potentiellement partagé des communications visiophoniques. Le visiophone est alors placé dans une pièce centrale, facile d'accès. "J'ai mis le visiophone dans le hall, où il y a un passage de toute la famille. Comme ça, tout le monde vient participer à la conversation" ; "Il est dans la pièce la plus stratégique de la maison : le couloir" ; "Dans le bureau, parce que c'est l'endroit où l'on peut volontiers entrer, sortir... c'est pas intime... c'est pas... on va pas montrer sa chambre tout de même!" ; "Dans le bureau, car ça m'est égal qu'on le voit. Un bureau, c'est fait pour recevoir les gens,

même les gens que vous ne connaissez pas du tout. De sorte que ça ne me gêne pas. Tout le monde peut le voir, ou y rentrer" ; Quand vous recevez les gens, vous ne les faites pas rentrer dans votre chambre ou votre salle de bain. Là, c'est la même chose : le visiophone est dans le salon."

2) En regard de cette banalisation collective, la recherche de la confidentialité des appels se traduit par un déménagement du visiophone : du salon ou du couloir, il est transporté dans la chambre à coucher... C'est la neutralisation, le marquage d'un lieu, d'un "coin" intime au sein de l'espace privé afin d'éviter les indiscretions, les irruptions inopportunes. Ainsi, ce père de famille ayant placé son visiophone dans sa chambre : "C'est-à-dire l'endroit où il y a le moins d'interférences possibles et où je peux discuter sans problème, sans qu'il y ait du bruit, la télévision, les enfants ou quelqu'un d'autre qui passent ..." ; "Je l'ai mis dans un endroit (chambre) où je peux être isolé. Là, je suis bien tranquille." Certains pensent déjà à "se créer un petit coin visiophone" ; "La salle de communication chez soi, je pense qu'il faudra y venir."

<p>Dans les deux cas, il y a relation entre le lieu visiophonique et le type d'appel que l'on peut (ou pas) donner ou recevoir. Nous verrons plus loin que ceci se traduit par une programmation des appareils de communication suivant la nature de la relation.</p>

6 L'INTRUSION. SES REPRESENTATIONS ET SON CONTROLE

"Hier soir, lorsque vous m'avez visiophoné pour la réunion, vous m'avez dit : vous êtes dans une autre pièce. J'ai dit : non, et, tout d'un coup, vous m'avez dit : ahl oui, je reconnais le tableau derrière, c'est vrai! Donc, c'est vrai aussi que, tout de même, on entre beaucoup chez les gens avec cet appareil..." ; "Dernièrement, j'ai visiophoné à un ami, et j'ai vraiment eu l'impression de pénétrer dans son appartement. A un moment, il est sorti du champ de la caméra pour aller chercher sa femme, et j'ai vu qu'il y avait plein de désordre. Il a dû remarquer ma réaction car il s'est excusé, il a dit : "les enfants ont fait la fête hier soir." Ça m'a fait bizarre de voir leur appartement comme ça alors que, lorsque je vais les voir, c'est toujours impeccable."

L'espace privé n'est plus à l'abri du regard extérieur. La prise de conscience de ce phénomène suscite fantasmes et représentations.

D'abord le fantasme d'être découvert dans son intimité physique (nu, négligé, en compagnie de quelqu'un que l'on veut cacher) mais aussi dans son intimité psychique. Nos interlocuteurs pensent qu'il est plus difficile de se composer un visage radieux au visiophone si l'on est triste (ou détaché si l'on est préoccupé) qu'une voix neutre au téléphone. Ensuite, fantasme du harcèlement où l'intrusion d'un regard anonyme et non désiré, voyeur et pervers, jouerait le rôle des appels téléphoniques anonymes. A ce propos, on a déjà assisté à des exhibitions sexuelles sur le réseau biarrot. Deux de nos informateurs en ont été les victimes, ce qui laisse supposer qu'il y en a eu beaucoup. "Dernièrement, des gamins m'ont visiophoné, ils étaient en train de se masturber au visiophone. C'était assez intéressant comme moyen de communication fait par de jeunes garçons très fiers de leurs appendices" ; "Il y a eu un exhibitionniste qui nous appelait, ainsi que la polyclinique, pour être sûr de tomber sur des femmes."

Sans aller jusque là, certains pensent "qu'il va y avoir toute une série de personnes qui vont rentrer dans l'intimité des foyers, qui vont se présenter sous des apparences séduisantes et trompeuses..." ; "Mon beau-père qui était un homme d'expérience, puisqu'il est mort à 101 ans, me disait avant de mourir : ce visiophone, ça va mettre la pagaille dans les ménages!"

Enfin, le spectre de Big Brother menace aussi : "Les écoutes téléphoniques, ça existe. Il ne faut pas se faire des illusions : les écoutes visiophoniques existeront" ; "Il m'arrive souvent qu'au téléphone, les gens me disent : "je ne peux pas vous le dire par téléphone." Entendez : on risque de nous écouter. Eh bien, au visiophone, il y aura des gens qui n'oseront pas tout montrer."

Toutefois, ces craintes ou fantasmes ne semblent pas perturber outre mesure nos informateurs et ne les empêchent en tous cas nullement de visiophoner. Tous ont en effet mis en place une série de mesures de contrôle et de préservation de leur intimité.

D'abord personne n'est obligé de répondre : "Lorsqu'on sonne à ma porte, si je n'ai pas envie de répondre parce que je ne suis pas

présentable, je ne réponds pas. Ce n'est pas parce que quelqu'un sonne à ma porte ou appelle au visiophone¹ que je vais répondre." Ensuite, la conception actuelle du visiophone permet un contrôle de l'identité de l'appelant : son numéro s'affiche avant qu'on ne décroche le combiné. Les appels des exhibitionnistes ont cessé, sans doute à cause de cela : "J'ai dialogué avec ces jeunes gens. Je leur ai dit : vous arrêtez ce petit jeu, j'ai repéré qui vous êtes parce que j'ai votre numéro. Alors, paf! Ils ont raccroché aussitôt!" ; "On a relevé le numéro de l'exhibitionniste et le CIFO lui a expliqué qu'il était repéré..."

Enfin et surtout, nos interlocuteurs sont conscients que, s'ils ne peuvent pas vraiment, ni ne veulent maîtriser leurs gestes et expressions, ils peuvent par contre contrôler le champ de leur caméra (donc l'image donnée à leur interlocuteur) : "On peut cadrer... l'appareil ne rend l'image que de ce qu'il y a dans son champ... ce qui est hors du champ, par exemple quelqu'un derrière l'appareil... on ne le verra pas" ; "Tout dépend de l'endroit où on place l'appareil" ; "Pour ne prendre aucun risque, le mieux est de le placer face à un mur, à deux mètres, et entre, rien si ce n'est vous et votre chaise." Chacun a de petites astuces d'évitement : "Vous pouvez dire à l'interlocuteur : mon système ne marche pas" ; "Il m'est arrivé de débrancher les fils avec le pied : clac! la communication est coupée!" ; "On peut faire exprès de faire un contre-jour" ; "Il y a des façon de jouer avec la lumière qui peuvent vous rendre de grands services : tout en étant à l'écran, on ne vous voit pas vraiment."

7 IMAGES DE SOI ET TOUCHE CONTROLE

Des analystes des usages sociaux des autres nouvelles technologies de la communication (CB, minitels, téléconvivialité, "radios ouvertes") ont souligné l'importance d'une "fonction miroir" dans l'utilisation des nouvelles machines à communiquer². L'individu en

¹ Notez le parallèle.

² Cf. par exemple D. Boullier : "Vol au dessus d'une bande de citoyens" in Réseaux n° 20, 1986 ; C. Baltz : "Messagerie Gretel : images de personne(s)" in Réseaux n° 6, 1984 ; A. Briole : "la télécommunication téléconviviale" in Réseaux n° 2, 1983.

mal de reconnaissance peut en effet désormais se brancher sur une multitude de réseaux médiatiques, parler de lui, se dire, se représenter tel qu'il voudrait être, en dehors de toute détermination autre que sa volonté. Il s'agit alors d'une communication narcissique visant à jouir de l'attention, de l'écoute et de l'acceptation par les autres de son auto-définition. Dans cette société de l'image, de l'apparence et du "look" où il vaut mieux paraître qu'être, nous nous attendions à repérer cette fonction miroir chez les usagers du visiophone, machine de l'apparence s'il en est. Nous faisons l'hypothèse que la quête incessante de reconnaissance et de valorisation de soi, qui semble caractériser de plus en plus l'individu contemporain, se traduirait par un usage immodéré de la touche contrôle¹. On allait se mettre en scène, se surveiller, se regarder, s'évaluer, se "consommer" communicant...

Or, tel n'est pas le cas : "On passe très vite là-dessus. Dans un premier temps, on fait un peu attention" ; "Plus on a eu de communications et moins on a fait attention. Au début, quand ça sonnait je me précipitais vers la salle de bains pour me recoiffer... maintenant je ne le fais plus" ; "Quand je visiophone, je ne passe pas un quart d'heure devant la glace, je réponds dans l'état où je suis" ; "Lorsqu'on m'appelle, je ne m'arrange pas, ma coiffure, etc. Je me dis qu'on me prenne telle que je suis. Point final."

L'ensemble des témoignages recueillis, des récits de situations et des observations nous indique une direction que nous n'envisagions guère au départ : au visiophone, l'apparence n'est pas fondamentale. On appuie sur la touche contrôle au début de la communication pour se centrer, régler la lumière, puis on met l'image de l'autre : seule celle-ci compte alors.

Ceci ne veut pas dire que nos informateurs ne font pas attention à leur image ou ne soignent pas leur "look", loin de là !... Mais le visiophone n'est pas le lieu où ils se regardent, se contrôlent, évaluent leur apparence physique. Toutefois, la coquetterie de chacun réapparaît en

¹ La touche contrôle permet d'interrompre l'image de l'interlocuteur pour visionner celle qu'on lui envoie. Il est aussi possible de se voir, et donc de s'évaluer à l'écran, avant de composer le numéro de son correspondant. On peut enfin transférer l'image de son interlocuteur sur un poste de télévision tout en laissant sa propre image sur le visiophone.

évoquant la "trahison de l'image" : "Au visiophone, quand même, on est un peu plus pire que la réalité" ; "L'image n'est pas très bonne... à telle enseigne que demander à la personne si elle va bien n'est pas inutile..." ; "A partir de deux heures de l'après-midi, les hommes ont l'air de gangsters, avec des barbes de huit jours..." ; "L'image n'est pas très fiable et... dans certains cas, ce n'est peut-être pas si mal" ; "On n'est pas très flattés" ; "On est quand même plus vilain au visiophone que dans une glace." Certains y trouvent leur compte : "La caméra est suffisamment floue pour qu'on ne voie pas les rides, c'est pas mal ça..."

Lorsque nous avons demandé à nos informateurs d'expliquer pourquoi, contre toute attente, l'apparence dans cette "boîte à images" avait si peu d'importance, la réponse est arrivée très rapidement : "Des amis, de la famille, on n'attend pas un regard critique" ; "Quand je visiophone ou qu'on me visiophone le week-end, je ne me rase jamais... alors au visiophone... et bien... mais ça ne fait rien : je visiophone quand même. L'autre me dit : "tu t'es pas rasé!" ou bien "t'as une sale gueule ce matin!", ça m'est égal car ce sont des amis. Je peux les appeler en robe de chambre, en tenue négligée... ce sont des amis" ; "Avec mes amis, ce n'est pas l'apparence qui compte, je ne fais pas plus attention à l'apparence de mes amis qu'à la mienne."

La communication visiophonique est avant tout relationnelle, unique, affective. C'est l'authenticité, la présence, l'écoute que l'on cherche, et non l'apparence.

On sait que le sentiment éprouvé ne dépendra pas d'une mèche de cheveux mal placée ou d'un maquillage plus ou moins réussi. "La sympathie et l'amitié, c'est pas forcément lié à l'esthétique." Au contraire, le fait d'apparaître "tel qu'on est" peut être interprété (pour peu que l'on respecte un minimum de bienséance) comme une preuve de confiance, une proximité supplémentaire, un don de soi.

Il faut cependant introduire ici une distinction entre l'appel et la réception visiophonique. Si, à la réception et avec l'habitude, "on répond comme on est", l'appel, lui, donne souvent lieu à une petite préparation dont l'étendue est proportionnelle à l'importance qu'on lui accorde. Une mère de famille pense qu'elle agit finalement comme son

fils : "A l'occasion de l'opération Père Noël¹, mon fils m'a dit : "Je voudrais que tu me montres, c'est quelle touche pour que je sache si le Père Noël me voit et s'il me voit bien joli?" (...) C'était très important pour lui (...) Quand sa petite cousine est venue, il lui a dit : "tu as mis ta belle robe?" de manière à montrer sa cousine sous le meilleur angle" ; "Au visiophone, on a la même attitude que dans la vie. Il y a des moments où l'on a besoin de plaire..."

Cette décontraction entourant les communications visiophoniques n'existe que dans la mesure où, dans 90% des cas, ce sont des amis ou des parents que l'on appelle. Il en irait tout à fait différemment avec des inconnus ou de simples connaissances non affectivement proches.

"Si je devais visiophoner à un commerçant ou à la gare, ou à une administration, je ferais plus attention, ça ouï! Ce serait différent" ; "Soit j'appellerais par téléphone, soit je me composerais un aspect présentable, je mettrais ma cravate, etc." ; "Lorsque je m'en sers pour mon travail, ça n'a rien à voir, mais alors, rien. Je fais très attention à ma présentation" ; "Si j'ai un projet à défendre auprès d'une administration ou un cheik arabe à appeler pour construire une villa à Biarritz, je vais pas me présenter de la même façon. Je ferai attention."

L'image contrôle agit même pour certains comme interférence négative dans la communication : "Lorsque j'appuie sur la touche contrôle, ce n'est pas mon image qui me gêne (je la mets très brièvement, juste pour me centrer), c'est le fait de me voir en train de parler : je parle et, en même temps, je me vois. Il ne me viendrait pas à l'idée de discuter avec quelqu'un et, en même temps, de mettre constamment le contrôle pour regarder ma comédie. Dès que je suis centré, je coupe tout de suite, parce que je n'ai pas envie de me voir" ; "Le visiophone offre la possibilité d'une communication où l'on se voit communiquer. Et ça, oui, ça me gêne" ; "Je ne me sers pas trop souvent la touche contrôle. Je m'en sers pour m'axer et je l'enlève rapidement. Surtout pour la raison suivante : ça pourrait me saper le moral..."

¹ A Noël 1987, les usagers pouvaient, en appelant un numéro, "converser en direct avec le Père Noël". L'opération fut un succès puisque le Père Noël reçut, en l'espace d'une semaine, 124 appels : cf. infra la monographie "Expériences d'interactivité sur le réseau".

8 LES COMMUNICATIONS INSTRUMENTALES A BUT FINALISE

Même si les communications relationnelles et affectives entre parents et amis représentent l'immense majorité des appels des ménages observés, un second type de communications domestique existe à destination des commerçants, de l'administration, de professionnels que l'on ne connaît pas. Il ne s'agit pas de relations privées : le correspondant est appelé à cause de sa fonction, de son statut. On attend une information, une prestation, un service de sa part. Pourquoi choisir alors le visiophone plutôt que le courrier ou le téléphone?

Les cas rapportés par nos informateurs (appels pour demander à un commerçant s'il avait tel type de vis, tel tissu, telle pièce d'un appareil ménager, pour expliquer un plan et montrer un croquis) révèlent qu'il s'agit toujours d'un type d'échange où le fait de voir ou de montrer un objet est de prime importance pour le bon déroulement de la communication et pour le succès de la démarche. L'objet semble alors condenser à lui seul le motif de l'appel et le recours au visiophone. Il est au départ l'unique lien relationnel et conversationnel. L'accent est mis sur le côté instrumental et sur le but finalisé de l'appel. On ne visiophone pas pour se montrer, mais pour voir ou exhiber un objet.

Les échanges ont lieu sous le mode de commentaires de ce qui est vu à l'écran. "Ça ressemble beaucoup à de la télécopie appuyée par téléphone, à part que vous ne pouvez pas télécopier un objet dans son volume et le montrer simultanément sous plusieurs angles. Là, le visiophone est un progrès incontournable." Dans ce type de communication, le visage des interlocuteurs n'apparaît qu'en tout début et en fin d'appel. Entre : la mise en scène de l'objet ou...rien.

On peut se demander si ce type de communication opératoire à but finalisé, entièrement médiatisée par une technologie, n'est pas une parfaite illustration de ce que J. Habermas appelle la "colonisation de l'espace public par la logique d'une action utilitariste et stratégique". Les individus investiraient la sphère publique non pas par des actions à visée d'intercompréhension "afin d'accorder mutuellement leurs plans d'action sur le fondement de définitions communes des situa-

tions", mais par des actions instrumentales orientées vers le succès de procédures techniques ou par des actions stratégiques dont le but est d'adapter les moyens jugés les plus rationnels et efficaces par rapport à des fins déterminées¹.

Certains pensaient que le visiophone allait participer à la destruction des frontières séparant espace privé et espace public. Nous pouvons ici, d'après le témoignage de nos informateurs, faire l'hypothèse inverse. Nous observons en effet, d'une part, des appels strictement privés et conviviaux, où la règle est une réciprocité interindividuelle ou interfamiliale basée sur du subjectif et, d'autre part, des appels publics relevant d'actions instrumentales ou stratégiques dont la démarche est toujours tendue vers un but précis.²

9 ENTRE LES USAGES CONVIVIAUX ET INSTRUMENTAUX : RIEN?

En dehors des communications conviviales avec des personnes affectivement proches et des communications purement instrumentales où seule compte la vision ou l'exhibition d'un objet, existe-t-il un type intermédiaire de communication? Si l'on n'a pas de document à montrer ou à visionner, appelle-t-on par exemple un service administratif, prend-on un rendez-vous chez un dentiste, réserve-t-on son billet d'avion par visiophone?

Les avis sont partagés, mais la majorité de nos informateurs ne voient pas, dans ces cas, l'utilité de passer du téléphone au visiophone.

"J'ai plusieurs fois eu le choix d'appeler par visiophone ou par téléphone dans le cadre de mon travail pour prendre des renseignements. J'ai choisi le téléphone. Parce que le visiophone, quand même, c'est une intrusion... enfin, pas une intrusion, mais ça n'avait aucun

¹ Cf. J. Habermas : "Théorie de l'agir communicationnel", 1987, Ed Fayard, tome I, pp. 295-296.

² Les appels professionnels, que l'on étudiera plus loin (cf. monographies), relèvent de ce type d'action. Par exemple, lorsqu'un radiologue transmet en direct l'échographie d'une patiente à son médecin traitant, ou lorsqu'un architecte commente un plan avec un entrepreneur chargé de son exécution.

intérêt, si ce n'est de se montrer pour obtenir une information" ; "Ça ne me viendrait pas à l'idée d'appeler ma banque ou la S.N.C.F. par visiophone" ; "Non s'il n'y a pas passation de documents" ; "Hier même, j'ai téléphoné pour prendre rendez-vous avec mon coiffeur. Attention, téléphoné avec le visiophone, et en sachant que lui aussi avait le visiophone (...) Je n'ai pas dit : appuyez, qu'on se voie. Je ne vois pas l'intérêt" ; "S'il n'y a rien à voir que la "tronche" de l'employée, je ne vois pas pourquoi" ; "Il n'y a aucun intérêt à ce qu'un étranger vous visiophone pour vous dire : "vous avez rendez-vous à telle heure, n'oubliez pas!" Quel intérêt de voir la personne pour ce type d'appel?" ; "C'est pas loin de l'intrusion. Le téléphone, pour ça, c'est beaucoup mieux" ; "Sur le plan du travail (avocat), je ne m'en sers jamais. Le fait de voir les clients lorsqu'ils me téléphonent serait même, dans certains cas, gênant plutôt qu'autre chose. Par contre, je m'en sers tous les jours pour voir ma petite fille qui est à la maison quand je travaille tard le soir."

A l'inverse, certains pensent que, dans ce type d'appel, voir son correspondant constitue un "plus" et aide à la compréhension.

"L'image donne une information supplémentaire qui empêche de ne s'attacher qu'aux mots. Un geste, un regard, et l'on comprend ce qui aurait nécessité cinq minutes au téléphone" ; "Il y a des fois où vous vous dites : et puis non! je ne vais pas téléphoner, je préfère aller voir la personne. Un fonctionnaire, une administration, quelqu'un que vous ne connaissez pas, vous pensez que ce sera mieux en y allant. Et bien, dans ces cas, je ne me déplacerais pas, je visiophonerais" ; "L'autre jour, un monsieur à qui j'avais demandé un devis par écrit m'a visiophoné. Je n'avais jamais vu ce monsieur-là. J'ai trouvé ça sympa, je le connais maintenant."

Lorsque nous avons demandé à cette dame si elle saluerait ce monsieur dans la rue, elle a répondu qu'elle ne savait pas. En fait il semble qu'une communication visiophonique ne rapproche pas plus qu'une communication de personne face à face : on ne salue pas non plus l'employée de la Sécurité Sociale pour l'avoir vue 5 minutes dans le cadre de son travail. L'effet "piégeant" du visiophone (difficulté à être agressif beaucoup plus grande qu'au téléphone : cf. chapitre suivant) conduit certains à penser à exploiter cet aspect des choses

dans leurs relations, en particulier avec l'administration trop souvent distante et anonyme : "Si tous les services publics étaient équipés du visiophone, ils seraient certainement beaucoup plus agréables quand on leur demanderait un renseignement" ; "Les téléphonistes n'oseraient plus vous envoyer sur les roses comme elles le font par téléphone" ; "Ou vous faire attendre pendant qu'elles prennent leur café..." La sanction n'est pas loin : "Au moins, s'ils (les fonctionnaires) répondent mal, on se souviendra de la tête du vilain..."

10 L'EFFET PIEGEANT DU VISIOPHONE

L'effet piégeant du visiophone pourrait être résumé ainsi : il est difficile d'être désagréable, de mentir, de faire des confidences et de se dérober lors d'une communication visiophonique.

1. Une communication engagée difficile à couper

De l'avis unanime de nos informateurs, on s'investit, on s'engage, on est beaucoup plus présent lors d'une conversation visiophonique que durant un échange téléphonique.

"Le visiophone rapproche, il donne l'impression que votre interlocuteur est là" ; "On est beaucoup plus engagé lorsqu'il y a l'image" ; "A partir du moment où l'on met l'image, on est déjà engagé" ; "On est en présence" ; "Au visiophone, on est capté par le regard, par l'image de celui qu'on a en face. On ne peut pas faire autre chose que de regarder" ; "On est pris par l'image". Une des conséquences immédiates est la difficulté à abréger ou à couper une communication visiophonique. Ici le téléphone sert de référence : "Il y a un cas où le visiophone me gêne : avec les gens dont la conversation ne s'arrête jamais... Au téléphone, on peut abréger, leur dire : écoutez, etc. Au visiophone, c'est beaucoup plus délicat" ; "Au téléphone, on dit : je suis désolé, je suis très pressé, et on raccroche. Là, c'est autre chose..." ; "Par civilité, par politesse, on ne coupe pas court à une communication au visiophone aussi facilement que par téléphone... on met les formes" ; "On n'ose pas dire certaines choses dures, avoir une attitude brusque quand il y a l'image... On se sent très coupable" ; "Ça trouble

un peu nos habitudes parce que ça impose la présence d'une personne qu'on n'attendait peut-être pas. Au téléphone on n'a aucun problème pour dire : "écoutez, je suis occupée" ou "rappelez dans cinq minutes", c'est beaucoup plus facile d'abréger."

2. Une communication plus conviviale et moins agressive

"C'est indéniable : on est moins agressif au visiophone" ; "Je ne suis pas capable d'être vraiment désagréable ou méchante avec quelqu'un qui me paraît sympathique (...) ça décharge complètement mon agressivité. Au téléphone je peux me laisser aller à mon agressivité plus facilement que si j'ai devant moi au visiophone une brave dame qui a l'air gentil..." ; "Professionnellement, je constate presque tous les jours que les gens sont différents lorsqu'ils visiophonent. Ils sont moins agressifs (...) J'ai eu un cas où une dame n'était pas du tout contente ; elle m'a téléphoné... Je l'ai rappelée au visiophone, je lui ai bien expliqué (...) et tandis qu'elle était agressive au téléphone, là, tout s'est passé calmement, ce n'était plus du tout le même ton..." ; "Les gens sont plus aimables" ; "Je serais beaucoup plus agressif par écrit que par téléphone, et beaucoup plus par téléphone que par visiophone" ; "Au téléphone, on peut composer, prendre un ton distant, bourru (...) alors qu'au visiophone, on ne peut pas composer une image plus méchante que l'on est" ; "Jamais quelqu'un n'a utilisé le visiophone pour m'engueuler (...) Au téléphone, les gens ne se gênent pas pour dire ce qu'ils ont sur l'estomac. Le visiophone, personne ne l'a encore utilisé pour m'incendier, pour râler" (personne recevant plusieurs appels téléphoniques et visiophoniques par jour, dans le cadre de son travail).

3. Difficile de mentir, difficile de refuser

La "présence" et surtout le regard de l'autre qui ne vous quitte pas génèrent un phénomène décrit par l'ensemble de nos informateurs : il est très difficile de mentir au visiophone, plus difficile même, selon certains, qu'en face à face.

De l'avis général, "le visiophone est le pire endroit pour mentir". Ceci est sans doute dû à la multitude d'informations supplémentaires que donne l'image et les expressions du visage. Il est très difficile de se composer un sourire, un regard. Un cillement, une commissure des lèvres, ce "langage silencieux", tout le monde sait l'interpréter. Or, il est là, en premier plan, et vous n'avez d'yeux que pour lui... L'autre le sait, donc vous le savez, et là, pas besoin de touche contrôle...

On peut s'en réjouir : "C'est très bien, ça vous oblige à bien vous tenir, à répondre franchement, ça vous empêche de mentir. C'est bon pour la formation humaine." On peut le déplorer : "Terminé le baratin..."

Le caractère engagé, la convivialité, la difficulté de se composer un rôle produisent à leur tour une autre caractéristique de la communication visiophonique (moins évidente toutefois que celles qui précèdent) : la difficulté de refuser.

"C'est incroyable, mais on est gêné de dire non" ; "C'est plus difficile de refuser quelque chose à quelqu'un qu'on voit que lorsque c'est anonyme. Si quelqu'un que vous ne connaissez pas veut vous rencontrer et que ça ne vous intéresse pas, c'est plus facile de dire non quand il n'y a pas d'image. Dès qu'on rentre en contact visuel, qu'il y a l'image, qu'on a donc quelqu'un en face... c'est piégeant" ; "On est subjugué par l'image! Quand vous m'avez visiophoné (pour la recherche), je suis sûr que si vous n'aviez pas mis l'image, je vous aurais écouté d'une oreille distraite. J'aurais dit : non, j'ai pas le temps. Là, vous m'avez parlé, je vous ai écouté parce que je vous voyais, vous avez bien défendu votre truc..." ; "Je suis sûr que parmi nous, beaucoup auraient refusé un rendez-vous s'il n'y avait pas eu l'image. Au téléphone ç'aurait été différent" ; "Il est évident que s'il y a l'image, on ne peut pas dire : excusez-moi, j'ai quelqu'un à côté..." ; "On écoute. Ça ne veut pas dire qu'on accepte, mais on écoute."

Certains pensent déjà exploiter ce côté piégeant : "On pourrait peut-être s'en servir comme atout professionnel" ; "Je suis sûr qu'un démarchage par visiophone, ça donnerait des résultats trois fois plus performants" ; "Il y a des personnes sensibles... fragiles, qui vont se laisser avoir, c'est sûr."

Il y a 3 ans, à l'occasion des élections cantonales, Biarritz a eu droit au premier démarchage électoral par visiophone : les services de M. Dubosq, candidat à ces élections, appelaient systématiquement les usagers. Ceux-ci décrochaient et... avaient droit à un clip de trois minutes présentant le candidat. Il paraît que très peu ont raccroché, mais... M. Dubosq n'a pas été élu pour autant...

11 QUAND LE TELEPHONE EST PREFERABLE AU VISIOPHONE

Il y a des situations où le visiophone semble retirer plutôt qu'ajouter au téléphone.

"Il y a des choses que l'on dit au téléphone et qu'on ne peut pas dire au visiophone". Des choses "difficiles", "embêtantes", "douloureuses", "très intimes", "fictives" et "imaginaires" : "On dit beaucoup de choses au téléphone... des choses qu'on n'oserait peut-être pas dire de visu et encore moins au visiophone" ; "Le visiophone c'est un plus par rapport au téléphone, mais quand on a des choses embêtantes à dire, c'est un moins" ; "Quand on a quelque chose qu'on n'ose pas dire mais qu'il faut bien dire, le téléphone, c'est pratique" ; "Pour les choses difficiles, douloureuses peut-être, gênantes à dire, le téléphone c'est mieux" ; "Au téléphone, on peut être pudique... je n'aurais pas aimé que la personne qui m'envoyait ce coup de fil (difficile) voie ma réaction... et je n'aurais pas aimé non plus voir sa réaction..." ; "Il y a des choses qu'on n'ose pas dire en face... je ne sais pas si c'est de la lâcheté ou de la pudeur... mais au visiophone ce serait impossible ou très difficile" ; "Il y a des fois où l'image introduit des difficultés supplémentaires" ; "On ne peut plus imaginer, ne jouer qu'avec les mots" ; "Parfois il est préférable de ne s'attacher qu'aux paroles, qu'à ce qui est dit, sans qu'il y ait interprétation de mimiques" ; "L'image apporte une proximité qui, paradoxalement, empêche la confiance."

Un des participants à nos groupes, psychiatre, est tous les jours confronté à ce problème et avoue qu'il s'en passerait bien : "Le téléphone, c'est une hérésie majuscule qui a été inventée exprès pour emmerder des psychanalystes (...) J'ai des patients qui ne peuvent me dire certaines choses qu'au téléphone. Sur le divan, ils n'y arrivent

pas, mais, quelques heures après, se montrent très prolixes au téléphone (...) Il y a des gens qui ne peuvent parler qu'au téléphone, les associations de type SOS amitié le savent bien."

Si l'on cherche un dénominateur commun aux communications pour lesquelles le visiophone serait plutôt un moins par rapport au téléphone, on s'aperçoit que leur bonne gestion implique, dans tous les cas, une distance entre les interlocuteurs. Distance que, précisément, le téléphone introduit. En effet, en dehors du pur message, de l'intonation de la voix, du bruit de la respiration, des soupirs ou du rire, peu d'information parviennent sur l'état du correspondant téléphonique. On doit imaginer celui-ci, figure absente que seul le message rend présent. Au visiophone par contre, l'interlocuteur apparaît : on le voit, il est là. L'imaginaire n'est plus tendu vers l'image manquante de l'autre, il n'y a plus de distance fictive.

En regard de ce qui vient d'être dit, on peut se demander si l'on ne va pas assister à un usage très différencié du téléphone et du visiophone suivant la nature des communications. En effet, le côté piégeant du visiophone ne fait que renforcer la tendance à ne l'utiliser qu'au niveau de l'actualisation de liens affectifs forts, déjà établis et qui ne craignent pas cet aspect.

En dehors d'usages purement instrumentaux et fonctionnels en vue de montrer un objet et en même temps d'en commenter l'image, le visiophone ne servirait qu'à des échanges privés à connotation positive.

Certains ont, du reste, fait le pas : "Une personne a passé le mot d'ordre à ses amis de ne l'appeler que sur son visiophone. Elle a fait un tri : les bonnes nouvelles, c'est au visiophone, du moins les amis, et le reste, c'est au téléphone" ; "Si j'ai quelque chose à lui dire (à un ami), je l'appelle par téléphone à son bureau, dans la journée et en dehors de chez moi. Le soir, quand je l'appelle au visiophone, c'est une conversation familiale, amicale. Lui, il fait pareil" ; "Je choisis mes têtes. La famille sur le visio, le reste au téléphone" ; "Il y a une chose très bizarre : on s'attend toujours à quelque chose de positif quand le visiophone sonne. Et si on ne reconnaît pas le numéro du correspondant, on sait qu'on va de toutes façons apprendre quelque chose de... de bon... enfin, quelque chose qui devrait faire plaisir."

12 DUREE ET FREQUENCE DES COMMUNICATIONS VISIOPHONIQUES

Des mesures quantitatives seraient ici certainement plus adéquates. Mais, si l'on en croit nos informateurs, leurs communications par visiophone seraient plus longues que par téléphone.

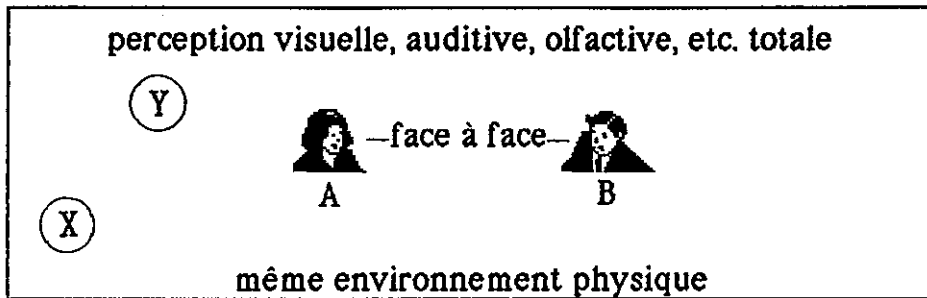
"J'ai tendance à passer plus de temps devant le visiophone qu'au téléphone" ; "Oui, beaucoup plus longues" ; "Ce n'est pas une question de confort, parce que c'est beaucoup plus confortable avec le téléphone : je me laisse aller dans mon fauteuil (...), mais je passe plus de temps au visiophone qu'au téléphone" ; "On se laisse aller, c'est plus difficile à couper, c'est un peu comme si on décapitait son correspondant, alors..." ; "Je suis sûre que si je pouvais avoir ma mère au visiophone, je lui parlerais plus longtemps qu'au téléphone. Je n'aime pas trop parler, mais j'aimerais vraiment la voir, on n'est pas obligé de parler" ; "Ma fille communique des heures entières avec une amie. Quand elle décroche, il n'est pas rare que ce soit pour une heure, une heure trente... et lorsqu'elles sortent, c'est la tenue complète qu'elles détaillent au visiophone."

Pour nos informateurs, la fréquence des appels est biaisée par les dimensions géographiques de l'expérience : les trois-quarts de leurs correspondants se trouvent en dehors de la zone câblée : "Si le visiophone était réparti ne serait-ce que sur le B.A.B. (Bayonne-Anglet-Biarritz), je m'en servirais dix fois plus" ; "Si le visiophone était étendu à toute la France, ce serait révolutionnaire et... désastreux pour mes finances" ; "Tous ceux à qui j'aimerais visiophoner sont loin..." ; "Je téléphone environ une fois par semaine à mes enfants qui sont à Paris. Mais là... ce serait dur de ne pas les voir plus souvent."

13 UN FACE A FACE QUI N'EN EST PAS UN

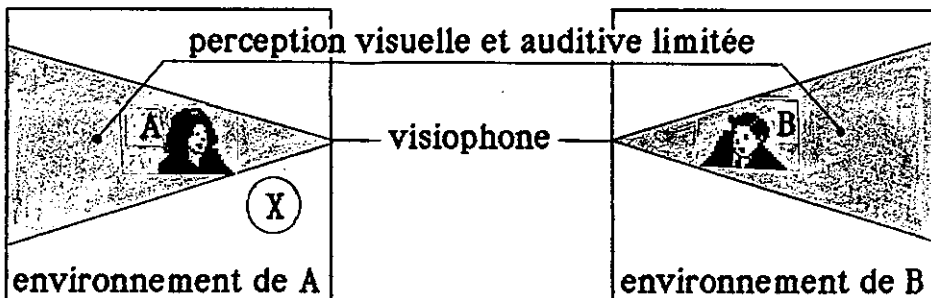
Le visiophone rapproche, donne l'illusion de la présence physique, ressemble à un face à face, mais n'en est pas un. De cette fiction naît un ensemble de comportements influant sur l'interaction et la limitant même sous certains aspects.

Lorsque deux personnes discutent face à face, elles partagent non seulement un même champ conversationnel (intersubjectivité, références et sujets communs), mais aussi un même environnement physique qu'elles vivent et maîtrisent en même temps :



Si un élément extérieur, X ou Y (tierce personne entrant dans la pièce où a lieu la conversation, chute d'un objet, etc.) intervient dans l'environnement commun des interlocuteurs A et B, ceux-ci en sont simultanément avertis et peuvent conjointement réagir, le comportement de l'un étant immédiatement perçue par l'autre comme réaction à l'élément extérieur.

Au visiophone, malgré l'apparence d'un face à face, il y a deux environnements distincts :



Si un élément extérieur X intervient dans l'environnement de A en dehors du champ de la caméra, B n'en sera informé qu'indirectement et non automatiquement par la réaction perceptible sur le visage qu'A lui offre. A doit alors expliquer cette réaction à B ou, en l'absence d'explication, B doit interpréter cette réaction. Il y a donc toujours une attention flottante mutuelle semi inconsciente, faite d'interrogations et de projections psychologiques : mon interlocuteur est bien là, je le vois, mais qu'en est-il réellement?

On a vu que l'aspect potentiellement voyeur existait moins chez l'appelant que chez l'appelé : l'image, matérialisation d'une présence physique, n'est pas éphémère au même titre que celle captée par le regard et qui n'est inscrite que dans la mémoire. Ici, elle peut être enregistrée, manipulée, utilisée hors contexte.¹ Il faut donc qu'un rapport de confiance régne entre les interlocuteurs pour qu'ils puissent se laisser aller à leur conversation, ou alors que chacun d'eux fasse preuve d'un self-control en ayant ce danger en tête.

Pour que la communication visiophonique réussisse, les interlocuteurs doivent éloigner cette "attention inquiète" par une série de comportements communicationnels inédits. Il leur faut renforcer la fiction d'un face à face, c'est-à-dire du partage non seulement d'un même champ conversationnel, mais aussi d'un même environnement alors qu'il y en a deux. A cette fin, des attitudes non naturelles, ou plus exactement qui apparaîtraient telles dans un vrai face à face, sont adoptées.

La plus immédiatement observable est la fixité du regard. Nous faisons l'hypothèse que cette fixité n'est pas seulement due au fait que l'image de l'autre est ciblée sur un petit écran, mais répond aussi à la nécessité de rassurer l'autre de toute son attention, de lui signifier que l'environnement visuel n'existe plus en dehors du champ de la caméra.

D'autres compositions gestuelles peuvent être observées : exagération des mimiques faciales, des sourires, des battements de paupières, des cillements et du regard. Autant de comportements forcés visant à concentrer sur le seul visage l'ensemble de la présence et de l'attention des interactants.

Par ailleurs, deux limitations techniques désorientent au départ les utilisateurs du visiophone et les obligent à adopter des comportements inédits : l'effet faux jeton et l'inversion des côtés.

Le premier est dû au fait que la caméra ne se trouve pas dans l'axe du regard dirigé vers l'écran. Placée à droite de l'écran, la caméra ne capte un regard que s'il cesse d'être dirigé vers l'écran (donc vers

¹ Une prise, à l'arrière du visiophone, permet d'envoyer l'image et le son du visiophone vers un magnétoscope en position d'enregistrement. Elle permet aussi l'inverse : l'envoi à un correspondant d'images et de sons en provenance d'un magnétoscope.

l'image de l'interlocuteur) pour fixer la caméra. Cette impression de ne jamais se fixer dans les yeux est très gênant.. Avec l'habitude, les bons visiophonistes apprennent à faire aller leur regard de l'écran à la caméra sachant que lorsqu'ils regardent la caméra et non leur interlocuteur, celui-ci aura l'impression d'être fixé... au fond des yeux.

Le second est lié au phénomène intrinsèque à toute projection d'image : si on pointe du doigt un côté, l'interlocuteur voit à l'écran la direction opposée. Même avec l'habitude, l'inversion de côté n'est presque jamais maîtrisée : ce phénomène donne plutôt lieu à des quiproquos et devient, lorsqu'on s'en aperçoit, source d'amusement.

14 PROBLEMES TECHNIQUES ET ERGONOMIQUES

Hormis l'effet faux jeton et l'inversion des côtés, plusieurs problèmes d'ordre technique et ergonomique doivent être mentionnés.

1. Esthétisme de l'appareil

Pour la majorité de nos informateurs, le visiophone "n'est pas très beau", "(esthétiquement) pas très évident". Son aspect massif et encombrant est souvent dénoncé.

"On ne peut quand même pas mettre ce truc qui n'est pas joli dans une belle pièce" ; "Mastoc et encombrant : ça... on ne peut pas le rater!" ; "Le visiophone, c'est un gros truc, cloué à un endroit... on ne peut pas le mettre sur la table du salon (...) alors que le téléphone, il est à portée de main" ; "Ce n'est pas très beau, très esthétique. Nous, on l'a caché" ; "Il faudra leur dire de changer de designer..." ; "L'appareil est trop encombrant et inesthétique" ; "Je ne sais pas où le mettre, il prend vraiment beaucoup de place" ; "Sur un bureau ou sur un comptoir, c'est vraiment encombrant."

2. Une image couleur arrangerait bien des choses

La définition noir et blanc tranche avec le caractère futuriste de l'expérience. Pour tous, il faut absolument passer à la couleur.

"L'absence de couleur est un handicap terrible qui fait que, finalement, on est plus éloigné de la réalité" ; "Avec une caméra couleur, on se laisserait prendre plus facilement" ; "Les enfants sont choqués : ils n'ont connu que la T.V. couleur" ; "On serait beaucoup plus tenté d'envoyer son image... parce que là, on se demande si l'autre ne va pas être effrayé de vous voir" ; "L'image... que vous soyez rasé de près ou pas... c'est pareil (...) avec la couleur (ça changerait peut-être)" ; "Ça rapprocherait de la réalité. J'en ai fait l'expérience en appelant un commerçant qui a la couleur."¹

3. L'éclairage

La qualité de l'image dépend directement de celle de l'éclairage. Quelques rares personnes ont bricolé des systèmes originaux. Tous pensent savoir bien s'éclairer, mais, en fait (nous l'avons constaté), très peu font l'effort de diriger une source lumineuse vers leur visage. Le résultat d'une telle absence d'éclairage adéquat, surtout le soir, est désastreux.

La solution serait peut-être d'incorporer un système d'éclairage au visiophone lui-même. Certains sont sensibles au fait qu'ainsi, les interlocuteurs seraient toujours nets à l'écran, tandis que l'arrière-plan pourrait rester invisible ou mal discernable.

4. Un abord trop compliqué

Beaucoup nous ont signalé la trop grande complexité de l'appareil : trop de fonctions, trop de boutons.

D'autres ne voient pas la nécessité d'intégrer le minitel : pour eux, ce sont deux fonctions, deux appareils différents. Par contre, la touche contrôle des dépenses est appréciée, même de ceux qui ne s'en servent pas ("Ça me gâcherait mon plaisir!").

¹ A titre expérimental, cinq commerçants disposent de caméras couleur, le réseau et les terminaux actuels permettant la transmission et la réception de la couleur. Sur la réaction, très négative des commerçants à l'écran noir et blanc, cf. infra : "Bémols d'ordre technique" de la monographie "Visiophonie et commerce".

5. Bruits et son

Le bruit du zoom de la caméra, qui se met en marche avant que la sonnerie ne retentisse, est contradictoirement apprécié, y compris chez des mêmes personnes. D'un côté, on l'a vu (cf. note 1, p 19), il intrigue, inquiète parfois, en signalant que le visiophone peut fonctionner (même s'il ne "voit" pas) à l'insu de son utilisateur. Mais, d'un autre côté, associé aux petites lumières qui s'allument lorsque l'appareil se met en marche, il rassure. Il permet en effet de se rendre compte que l'appareil fonctionne, et donc d'exclure l'idée d'une intrusion non contrôlée (caméra se mettant en marche sans que l'on puisse s'en apercevoir).

Par contre, plusieurs personnes nous ont signalé la faiblesse de la sonnerie et surtout de la fonction haut-parleur. Même poussé au maximum, le haut-parleur diffuse mal la voix du correspondant pour peu qu'il y ait un bruit de fond. De l'avis général, le son est très mauvais, "bien pire qu'au téléphone".

6. Affichage automatique du numéro et de l'image du correspondant

En ce qui concerne l'affichage automatique du numéro de son correspondant, les avis sont partagés, mais une majorité est pour.

"Ça permet de faire le trié" ; "Si on s'aperçoit que c'est le numéro de quelqu'un à qui on n'a pas envie de répondre... et bien, on ne répond pas!" ; "Ça, c'est très pratique, le numéro qui s'affiche. On sait si c'est un emmerdeur, un inconnu ou la grand-mère... On peut choisir d'être là ou pas là avant de décrocher." Il faut toutefois relativiser la portée de cette utilisation : on ne connaît pas par coeur les numéros de tous nos correspondants, et ceux que l'on retient le mieux sont, dans la plupart des cas, ceux des personnes... qu'on a le plus envie d'entendre. Ceux qui sont contre font valoir l'argument comme quoi l'affichage automatique du numéro "peut être une atteinte au principe même de la liste rouge : il n'y a plus de retranchement possible".

Toutefois, c'est moins le numéro que l'image même du correspondant qui pose problème. Faut-il ou pas que l'image de l'appelant apparaisse automatiquement chez l'appelé avant même que celui-ci ne décroche son combiné?¹

Certains pensent que ce serait un avantage : "Le choix serait total" ; "L'intrusion nulle" ; "On n'est pas obligé de connaître tous les numéros de ses connaissances. Mais là, avec l'image, impossible de se tromper". D'autres en relèvent les dangers possibles : "Ce serait ouvrir grand sa porte aux exhibitionnistes... le visiophone sonne, votre jeune enfant se précipite et là... non!" ; "Un médecin que vous ne connaissez pas vous appelle pour vous dire que votre mère (...) est malade, vous ne l'avez jamais vu... vous ne répondez pas..."

Tous sont cependant d'accord sur le fait que, lorsque la communication est engagée, l'envoi d'image doit être réciproque.

7. Micro et caméra libres

Certains nous ont confié leurs rêves : "On mettrait le micro comme un collier par exemple, on pourrait bouger, faire des gestes" ; "Sans ce truc (le combiné) on aurait encore plus l'impression d'être en face" ; "Ou alors un micro directionnel". Si le combiné à l'image casse un peu la fiction d'un face à face, il permet une certaine contenance.

Presque tous nos informateurs nous ont fait part de leurs désirs frustrés de montrer quelque chose avec la caméra. Celle-ci est trop difficile à sortir de son logement, et son absence totale d'ergonomie décourage les meilleures intentions.

La caméra devrait être "plus petite", "plus facile à manier", "style petit caméscope", "avec un fil moins gros et plus long", "beaucoup plus facile à sortir de son logement". "Ça (un fil plus long) permettrait de montrer ce qu'on veut" ; "On pourrait même envoyer des images de son jardin, ou des gosses en train de jouer, en direct!". Et... "l'idéal serait sans fil"...

¹ Cette option n'existe pas à Biarritz où l'envoi de l'image est obligatoirement réciproque.

8. Fonctions auxiliaires

Le compteur de taxes est unanimement apprécié, pour peu que son affichage à l'écran demeure, comme sur le présent visiophone, volontaire et non pas automatique.

Beaucoup ne supporteraient en effet pas que certains appels, affectivement très importants pour eux, soient "perturbés" par une référence mercantile. "Le contrôle (de la dépense) doit être là, dans notre tête, en arrière plan, mais pas affiché à côté du visage de votre interlocuteur, comme si celui-ci avait un prix" ; "Je ne mets jamais le prix, ça me gâcherait tout (...) Bien sûr, si je téléphonais à New York, ce serait peut être différent..." ; "Tant que c'est optionnel, c'est très bien, et pour certaines communications, très utile."

Même si presque tous nos informateurs s'y sont fait, l'association du téléphone, du visiophone et du minitel en un même appareil n'est pas spécialement apprécié. Beaucoup souhaiteraient au contraire avoir recours à un appareil précis pour une fonction interactive précise : le visiophone pour l'image et le son, le téléphone pour la voix seulement, le minitel pour l'écrit. Le rapport unissant l'appareil, la fonction et le type d'appel est dans chaque cas de nature différente et semble appeler une disjonction matérielle.

La touche "notice" n'est apparemment pas employée, nos informateurs préférant se servir du guide de l'utilisateur. Par contre, même si peu s'en servent, le répertoire personnel mémorisé et la touche "rappel du dernier numéro" sont jugés utiles.

Si beaucoup se sont au moins une fois amusés à "faire passer à la télé" un ami ou des parents grâce à la fonction "transfert d'image", peu considèrent qu'il s'agit là d'une touche importante, sauf ceux qui s'en sont déjà servis pour recevoir non seulement l'image visiophonique de leur correspondant mais aussi un de ses reportages vidéo. Dans ce cas, le recours à un écran T.V. est fortement apprécié.

15 A NOUVEL OUTIL. NOUVEAUX CODES ET NOUVELLES HABITUDES : LA CULTURE VISIOPHONIQUE

Faire brusquement irruption, par le regard et par l'ouïe, chez quelqu'un, être surpris par une "visite visiophonique", s'abstraire d'un coup de son milieu physique pour s'absorber dans la fiction d'un face à face : autant de situations et d'actions que chacun doit vivre, interpréter et contrôler en fonction de ce qui lui paraît relever de la bienséance, de la politesse, du tact. Aucune règle n'existe en effet pour guider ces conduites et situations inédites. Aucun de nos informateurs n'a appris nulle part les règles de bonne conduite visiophonique. Nos groupes de travail ont été des lieux de confrontation et d'évaluation de ces nouveaux usages.

1. La tenue face au visiophone

Certains se réjouissent de l'effort de tenue auquel nous oblige le visiophone, les autres, parfois avec un soupir, constatent qu'on ne peut pas faire autrement : "Le visiophone ça sert à quelque chose de bien. Ça discipline. Par exemple, contrairement au téléphone on ne peut pas continuer à parler et en même temps faire ça (geste : il m'embête!). Quand quelqu'un vous parle au visiophone, on est obligé d'être correct" ; "Le visiophone met les pendules à l'heure" ; "On est obligé de contrôler ses gestes" ; "Il faut réapprendre à se tenir droit d'abord. Si on commence à être incliné, on a le visage qui s'allonge, on est encore plus moche et c'est désagréable pour celui qui regarde. Il faut se tenir droit : c'est une nécessité à l'écran".

"Et oui, fini les pieds sur le bureau!" ; "J'adore téléphoner sur mon lit. Et là..." ; "Au téléphone, je m'oblige parfois à avoir une voix polie, mais je fais la grimace. Au visio, c'est pas possible" ; "On ne peut plus faire n'importe quoi : on est obligé d'être là" ; "Dès qu'on ne regarde plus l'écran, c'est l'affolement : Allo! Allo! tu me regardes!"

2. Faut-il demander l'image?

Est-il impoli de ne pas mettre l'image, est-il poli de ne pas la demander? Sur ce thème, le caractère inédit de l'expérimentation apparaît nettement : les avis divergent, les gens ne savent pas vraiment, se contredisent même souvent. Au départ, pas deux témoignages n'allaient dans le même sens, et il serait fastidieux de faire ici l'inventaire des premiers avis sur la question.

Nous nous sommes aperçu que la difficulté à définir une règle provenait du caractère expérimental de la situation : les gens pensaient que si leur interlocuteur ne mettait pas l'image, c'était peut-être parce qu'il avait oublié d'appuyer sur le bouton. Le manque d'habitude se mêlait alors au manque de repères simples et partagés. Toutefois, nos séances de travail furent l'occasion d'élaborer une règle de comportement qui a mis tout le monde d'accord : il est impoli de ne pas mettre l'image sans s'excuser, sauf dans les cas où la personne appelée est inconnue.

3. On ne visiophone pas plusieurs fois de suite ni à n'importe quelle heure

En dehors de quelques parents très proches, le fait de visiophoner plusieurs fois à la suite est considéré comme impoli. Au-delà de deux appels au cours d'une même demi-journée, il y a un sentiment de gêne ou d'intrusion. Dans les cas où il y a nécessité de répéter plusieurs fois ses appels, le téléphone apparaît mieux adapté.

De même "appeler par visiophone en pleine nuit ou au petit matin, à l'heure du petit déjeuner, ce n'est pas spécialement recommandé..." ; "Je me gêne pas pour appeler mon frère tard, des fois après minuit... Mais s'il avait le visiophone, je le ferais pas, pas à cette heure-là, j'emploierais le téléphone." Les heures d'appel visiophonique sont calquées sur les heures de visite : fin de matinée et d'après-midi et soirée pour les parents.

4. Visio, quand tu nous tiens!

Après quatre ans de pratique, certains ont réellement pris l'habitude de visiophoner. Plusieurs opérations et attitudes sont devenues automatiques.

"Ça fait trois ans que nous avons le visiophone, nous ne faisons plus attention à notre position, c'est automatique" ; "Les premières fois, on mettait du temps à se positionner, on faisait attention au cadre, à la distance... c'est terminé, nous faisons tout ça sans y penser" ; "Deux de mes meilleures amies ont le visiophone, on ne se téléphone (sic) que comme ça. L'autre soir, j'ai téléphoné à une autre amie, à Paris, qui m'est très proche. Et, j'aurais tellement voulu la voir. Là, je me suis dit : vraiment le visiophone, je le regrette!" ; "Des fois, ça me manque, je ne pensais pas que ça prendrait si vite".

"J'ai constaté qu'il crée un besoin. A partir du moment où on l'a, on veut s'en servir de plus en plus, on se demande comment on faisait avant" ; "Si on m'enlevait le visiophone, je serais frustrée" ; "C'est incroyable de voir mes enfants avec le visiophone. Ils y sont parfaitement habitués depuis leur naissance : ils ont un et quatre ans. Ils ont complètement intégré cet appareil dans leur univers. Pour faire un bisou, ils le font au niveau de la caméra. Au début, c'était au niveau de l'image, maintenant, c'est au niveau de la caméra. Ils ont intégré cette diffraction. Ils ne pourront peut-être pas revenir en arrière" ; "Le connaissant, savoir que je ne peux pas appeler toute la France me fait râler" et, last but not least : "Je ne peux plus m'en passer"...

16 ON NE PERDRAIT PAS LES GENS DE VUE

Le visiophone permet à la vision interactive de s'émanciper de la distance géographique. Le déterminisme spatial, où contiguïté était synonyme d'accessibilité et de rapidité, s'estompe : il est désormais plus long de traverser la rue pour parler à son voisin que de visiophoner à quelqu'un habitant à l'autre bout de Biarritz. Une possibilité de disjonction du binôme espace-temps, où économie de l'un se traduisait par gain de l'autre, apparaît. Comme la publicité de France-Télécom l'indique : "La quatrième dimension est là."¹

Les mass-médias ont profondément modifié notre rapport au monde inconnu ou entrevu. Dit de façon caricaturale : par l'intermédiaire de la télévision ou les films, nous connaissons aussi bien, si ce n'est mieux, la Cinquième avenue de New-York que les grands boulevards de notre propre ville. Le visiophone, lui, modifiera notre rapport au monde connu, déjà expérimenté. Or, celui-ci est de plus en plus éclaté spatialement. Il suffit de rappeler que plus de la moitié de la population française a déménagé depuis 1970 pour mesurer l'ampleur du phénomène de dispersion spatiale des familles et d'éloignement des êtres chers.

Jusque récemment, pour le plus grand nombre tout au moins, les relations amicales étaient en grande partie liées à la pratique d'un espace commun : on rencontrait des amis parce que l'on se trouvait à un moment donné à un même endroit, et on ne les perdait pas de vue parce qu'on avait la possibilité de, précisément, se voir souvent. Il y avait une part de non choix dans ce déterminisme physique (qui n'est évidemment pas seulement spatial, mais avant tout social : seules certaines catégories bien définies de gens fréquentent les mêmes lieux). Combien de relations, d'amis perdus, à cause de l'éloignement? "Il y a des amitiés que je ne peux pas vivre à cause de la distance".

¹ "La quatrième dimension, vivez tout l'espace en même temps". Dans un texte accompagnant un montage photographique mettant en scène le "don d'ubiquité", on peut lire : "La quatrième dimension, c'est une nouvelle vision du monde. Vous êtes ici et ailleurs. Vous êtes plus près de tous. Simultanément. Vous vivez tout l'espace en même temps (...)." Une autre publicité, plus récente et toujours de France Télécom, s'intitule : "À l'ère de la communication, vous êtes présent partout instantanément."

Le visiophone est unanimement décrit comme capable de lutter contre l'érosion des relations familiales et amicales.

"On a beau les imaginer (les amis), leur écrire, même leur envoyer des photos, c'est pas pareil... Ce sont des morceaux de vie qu'on met de côté, alors qu'avec le visiophone, on les vivrait à plein temps" ; "On ne se perdrait pas de vue" ; "La relation pourrait être entretenue" ; "Avec le visiophone, on finira par faire mentir l'adage "loin des yeux, loin du coeur..." ; "C'est un service pour l'amitié réelle qui est extraordinaire" ; "J'ai de la famille, loin, on reste parfois plusieurs années sans se voir, c'est dur. On a beau avoir le courrier, de temps en temps un coup de fil..., mais ce n'est pas suffisant. La photo, certes..., mais c'est pas pareil. On s'envoie des films, maintenant, ils sont même avec son synchronisé, mais c'est pas interactif, pas direct, on ne peut pas se répondre, réagir, voir l'autre sourire parce que vous dites ça ou ça (...) Le visiophone va complètement transformer notre vie. Quand il sera étendu, on ne pourra plus s'en passer."

"Les personnes âgées qui ne peuvent plus bouger auraient certainement une vie beaucoup plus heureuse et ne seraient plus confinées dans leur ghetto de maison ou de maison de retraite (...). Si avec le visiophone elles peuvent voir, et à plus forte raison en couleur, les autres membres de la famille dispersés à travers la France; si, un jour, celles-ci peuvent se faire voir, et leur dire non seulement un mot mais leur transmettre un sourire, je crois que ça changera beaucoup les relations humaines de la personne qui ne peut se déplacer, parce que trop âgée ou malade ou infirme." ; "Cette année, j'ai perdu mon père et ma mère se trouve seule avec ses cinq enfants dispersés dans le monde. Le fait d'avoir le téléphone, c'est quelque chose qui, du point de vue affectif, est hyper important pour la famille. C'est ça qui a permis que notre mère ne sombre pas dans la dépression : on l'appelait constamment (...) Avec le visio, il y aurait eu un "plus" incontestable... Se voir..."

Si l'on croit certains, un type inédit de relations déterritorialisées, portées par des flux médiatiques quasi immatériels, se superposerait à l'inscription spatiale du lien social. Une simple pression sur un bouton, et l'ami cher, séparé par des centaines de kilomètres apparaîtrait... Des groupes non-territoriaux maintiendraient ainsi leurs

relations. L'identification ne se ferait plus à partir d'un espace physique de référence, mais d'un passé commun, de mêmes intérêts ou passions.

Mais cette possibilité n'est pas synonyme, pour nos informateurs, d'une perte de liens spatialement vécus : la télé ou visio-convivialité ne remplacera pas la spatio-socialité. "Ça espacera peut-être les visites, mais ça ne les remplacera jamais" ; Pour un ami, si j'ai vraiment envie de le voir et que ce n'est pas trop loin, je me déplacerai toujours" ; "Lorsqu'on rend visite, il y a une charge affective différente. On est chez les gens, dans leur intérieur, on mange avec eux, enfin, il y a des tas de choses, imperceptibles mais irremplaçables, qui ne peuvent pas passer par visiophone" ; "L'image ne remplacera jamais la présence physique de quelqu'un (...) mais, si quelqu'un est physiquement loin, l'image aidera à supporter son absence" ; " Le visiophone ne remplacera pas le visu."

Certains pensent même que parler et voir visiophoniquement des êtres chers suscite l'envie de les rencontrer physiquement, alors qu'une non-médiation les aurait peut-être plongés dans un semi-oubli.

"C'est frustrant, de voir un ami au visiophone et de ne pas pouvoir aller prendre un verre avec" ; "Sans ces appels visiophoniques, on aurait peut-être moins envie de les voir (des parents)". Il est donc des cas où un rapprochement visiophonique crée un désir de rapprochement physique. Ce qui change, c'est la nature des déplacements physiques : non plus contraints mais choisis.

17 ESPACE CONTRAINT ET ESPACE CHOISI

"Lorsque Bayonne sera câblée, finie la queue aux Impôts, aux Administrations!" ; "On pourra faire tout ça sans être obligé de se déplacer" ; "Oui, cette perte de temps, de fatigue, de locomotion, tout ça on pourra l'économiser."

Si on en croit les plus optimistes, chacun pourra contacter, depuis son domicile, les lieux publics : centres administratifs, banques et même commerces. Outre un gain de temps et de fatigue, c'est l'oubli de ces lieux souvent gris, fades, parfois dévalorisants par leurs règles de fonctionnement obsolètes (files d'attente, formalités interminables).

A côté de ces espaces contraints, se profileraient donc, grâce au visiophone, des espaces choisis.

"A la place de toutes ces corvées, on pourrait faire autre chose, ce qui nous plaît" ; "Si on simplifie les obligations et qu'on a plus de temps pour les loisirs, on peut avoir d'autres contacts" ; "On serait moins stressé, plus aimable et plus disponible. Là, on court toujours" ; "Au lieu de passer deux heures à chercher quelque chose à Bayonne, on passerait un quart d'heure au visio et on aurait suffisamment de temps pour aller se promener, rencontrer des gens."

Tout un champ de possibles s'ouvre aux utilisateurs du visiophone. Jusqu'alors, l'accès aux biens, informations et individus prenait du temps. La seule réponse historique apportée par les sociétés passées fut de rassembler en un seul lieu, autant que faire se put, l'ensemble des moyens nécessaires à la production matérielle et intellectuelle. La reproduction de la richesse ne fit qu'accentuer ce phénomène, et par là même la disparité entre centres et périphéries.

Grâce aux nouvelles techniques de communication, et en particulier au visiophone, on tend désormais vers l'immédiateté d'accès, même si l'on se trouve loin du centre. La distance n'étant plus obligatoirement obstacle à l'échange, de nouveaux horizons d'informations, d'identifications et d'action apparaissent.

2° PARTIE : SIGNIFICATION DES USAGES

La première partie de ce travail a permis d'identifier la *forme* des usages du visiophone. Dans cette seconde partie, nous tenterons d'en déterminer le *sens*. Pour ce faire, effort sera demandé aux membres de nos groupes pour que, dépassant le simple récit de leurs pratiques, ils les replacent dans un contexte social global. Nous serons particulièrement attentifs à la nature des questions et des tensions que ce travail suscitera chez eux. Elles nous informeront en effet sur les évolutions socioculturelles profondes que connaît notre société et dont dépend, en dernière analyse, l'usage même du visiophone.

1. DU DONNE AU PRODUIT : PROGRAMMATION

Médiatiquement branché sur des "ailleurs", l'individu se doit d'adopter des stratégies de vie. L'accroissement considérable du flux des informations qui arrivent jusqu'à lui le met en effet en contact quotidien avec de multiples "autres". La connaissance de ceux-ci relativise son insertion acquise au profit d'identifications, la plupart du temps illusoire, à des "possibles" pensés comme potentiellement meilleurs.

L'hyper-information oblige l'individu à devenir de plus en plus sélectif, à appliquer une approche arithmétique à sa vie hors-travail. S'il ne veut pas se perdre en conjectures dans une situation d'hyperchoix, il doit programmer de façon chaque fois plus instrumentale son temps, sa pratique de l'espace et ses relations.

Ce qui relevait jusqu'alors du vécu comme donné (de façon transcendante : Dieu ou la tradition, ou immanente : le système social, la classe) est désormais conçu comme voulu. Il semble qu'il n'y ait plus de référence ultime en dehors de soi-même. Un "soi" qui n'est plus pensé comme simple héritage (statut, classe, ethnie), mais comme résultat d'une action volontaire. L'individu prend conscience qu'il se "fabrique" dans un environnement où les médias le mettent en contact avec un infini champ de possibles.

S'il ne veut pas qu'une inflation d'informations le prive d'action, l'individu n'a d'autre issue que d'effectuer des choix en hiérarchisant ses temps, ses lieux et ses relations selon une démarche quasi productiviste.

1. Choix des outils de communication

Le choix entre téléphone et visiophone, que tout portait, en un premier temps, à qualifier d'instrumental, relève moins de raisons matérielles ou opératoires que de motifs relationnels et affectuels. En effet, suite aux observations du phénomène quasi structurant décrit plus haut ("Quand le téléphone est préférable au visiophone"), on peut avancer qu'il y a une forte chance pour qu'à l'avenir, le choix de l'un ou l'autre de ces appareils à communiquer se fasse en fonction de la nature des conversations.

Les communications qui nécessiteront une distance fictive entre les interlocuteurs passeront par le téléphone, toutes les autres deviendront visiphoniques.

2. Choix entre déplacements physiques ou médiatisés

Lorsque l'image, et non la présence physique, de la personne ou de l'objet suffit pour que l'échange puisse se faire à distance, le visiophone peut éviter de nombreux déplacements fastidieux. Mais si, par exemple, on prend le cas d'une course, primitivement qualifiée de corvée, on peut aussi penser qu'elle sera l'occasion d'une rencontre imprévue sur le chemin, d'une émotion visuelle, d'un regard ou d'un sourire échangé, bref, par des événements non programmables liées au hasard. Cette "aventure au coin de la rue" aurait certes pu être une agression, un accident ou une rencontre désagréable. Mais il s'agit en définitive d'un seul et même phénomène : celui de l'imprévu. Or, faire ses courses en restant chez soi grâce au visiophone, revient à instrumentaliser au maximum cette activité, à s'interdire toute interférence.

Il faudra donc choisir : effectuer un trajet physique ou procéder médiatiquement. Mais le trajet physique aura t-il alors le même sens qu'autrefois?

3. Choix des relations

Il en va de même pour les relations : désormais médiatiquement en liaison ouverte avec nos connaissances, le fait de les voir et de les entendre devient le fruit de notre seule volonté.

"Maintenant qu'avec le visiophone on va avoir la possibilité d'être en contact avec quelqu'un d'éloigné, qu'on n'aura plus le moyen de dire : si je ne lui écris pas ou s'il ne me contacte pas, c'est parce qu'on ne peut pas le faire, maintenant, eh bien! on devra choisir, sans excuse" ; "Comme on a la possibilité d'avoir plus de relations, de rencontrer beaucoup plus de gens, on est obligé de faire un choix" ; "Nous menons une telle vie que, si nous voulons rencontrer certaines personnes, il faut savoir dire non à tout le reste, planifier et donc renoncer. La castration, ça existe!" ; "Maintenant, seul le plaisir commande mes rencontres avec mes amis. Celles-ci sont un pur choix, uniquement, mais on est sélectif" ; "Il y a vouloir (...), provocation pour retrouver les amis" ; "Nous sommes dans une civilisation de l'encombrement. Il va falloir apprendre à trier" ; "La rencontre ne sera plus gratuite, mais voulue."

4. Choix du silence

Alors que l'espace jouait une fonction de protection du domaine privé vis-à-vis de l'extérieur, les télécommunications l'invalident en lui superposant une proximité médiatique. L'isolement et le silence apparaissent dès lors aussi comme les résultats d'un choix. Il faut vouloir et agir pour s'isoler. Ceci peut se traduire par de brusques réactions de repli (refus du visiophone, du téléphone) ou par des "ruses" permettant de s'aménager des absences (répondeur-enregistreur) mais, de toute façon, il s'agit désormais d'actes volontaires.

"Il faut décider d'être là ou pas. Si j'ai envie d'être là, je suis là. Et puis des fois, je débranche carrément parce que j'ai décidé de faire la sieste et que je n'ai pas envie d'être dérangé" ; "Bien sûr, il y a toujours l'angoisse de louper un appel important, mais le répondeur, c'est fait pour ça, c'est une invention extraordinaire."

5. L'absence oubliée

Le thème de l'absence est revenue avec force durant nos séances. Temps d'espoirs, de tensions vers l'avenir, mais aussi temps du retour sur le passé, l'absence, l'attente et le différé semblent s'être chargés de négativité dans notre société de l'immédiat. Certains s'en inquiètent et y voient même un danger pour l'imaginaire.

Nous avons vu combien le visiophone était positivement appréhendé dans sa faculté de rapprocher les êtres chers, physiquement éloignés (cf. supra : "On ne perdrait pas les gens de vue"). Toutefois la perception de cette facilité nouvelle s'est aussi traduite chez certains usagers par une crainte, ou tout au moins une interrogation qui demeure sans réponse. Le constat est le suivant : "Nous sommes une civilisation de l'immédiateté et c'est à la fois fantastique et rassurant : veut-on parler à quelqu'un? Il suffit de décrocher son téléphone. Veut-on le voir? Voici le visiophone..." Mais ne court-on pas le risque de perdre le vécu et le sens de l'absence, de l'attente et du différé? Or combien de rêves, d'espoirs et de représentations l'absence et l'attente n'ont-elles pas nourris? Y aura-t-il encore place pour les poètes dans la société de communication? "Si on peut avoir qui on veut quand on veut, je me demande si ça ne va pas créer une absence d'imaginaire."

6. Gestion de son temps

Pour nos informateurs, il est clair que le visiophone permettra d'importantes économies de temps en remplaçant médiatiquement des déplacements physiques jusqu'alors obligés et souvent décrits comme des corvées (cf. supra : "Espace contraint et espace choisi"). Longuement commenté par le biais de scénarios lors de nos séances de travail, ce phénomène est vécu de manière ambivalente par nos informateurs. Considéré de prime abord comme un progrès ou même une libération, il devient vite, au gré des échanges, l'objet d'interrogations nouvelles.

L'économie du temps pose en effet le problème de sa valeur : précieux puisque à la fois gagné et libre, il demande par là même à être géré au mieux. De l'avis de tous, la gestion de ce "budget temps libre" entraîne une tendance à la rationalisation de la vie quotidienne et à l'instrumentalisation de son rapport aux autres.

"Les choses sont telles que, si je ne prends pas mes rendez-vous de tennis comme je prends mes rendez-vous de travail, je ne joue plus au tennis. Et c'est pour tout pareil, petit à petit, je suis obligé de rationaliser, de planifier toute ma vie, y compris les moments où je ne fais rien" ; "On en vient à programmer nos loisirs de la même façon que le travail (...) On programme l'oisiveté et les loisirs comme nos rendez-vous professionnels : de telle heure à telle heure, sur mon agenda, je lis "rien", et "rien" en vient à être planifié. Le Club Méditerranée a très bien compris ça" ; "Les rythmes de ma vie professionnelle se répètent dans ma vie libre, non professionnelle. J'emploie les mêmes méthodes. C'est grâce à ça que je gagne un temps fou" ; "Je n'ai qu'un agenda électronique sur lequel je programme et ma vie professionnelle et ma vie privée" ; "Je suis obligé de maîtriser et calculer mon temps si je veux faire quelque chose, sinon, c'est les autres qui me bouffent" ; "L'utilisation que je fais de mon temps, même dans le cadre d'une relation, est de plus en plus utilitaire."

C'est ce désir de rentabiliser le rapport au temps qui questionne le plus fortement nos informateurs.

"A partir du moment où on prévoit tout comme ça, on doit rentabiliser nos activités dans leurs styles respectifs : le jogging, c'est le jogging, il faut suer, souffrir, y faut que ça sorte; la thalasso, c'est la thalasso, il faut être bien, relax; le boulot, c'est le boulot, il faut être efficace, rentable; il faut, il faut, il faut..., il faut toujours! Et le danger, c'est qu'au téléphone, il faut être rentable aussi : vous cherchez de l'affection, votre correspondant ne répond pas à votre attente, crac, vous raccrochez!" La gestion du temps ne serait alors que le reflet d'une rentabilisation de son rapport au monde dans une logique du profit immédiat.

2. L'INDIVIDU MULTIDIRECTIONNEL

1. Le syndrome du zappeur

Ici et ailleurs n'apparaissent plus seulement comme les pôles d'une dichotomie physique, mais bien plutôt comme les possibles d'un même réseau qu'il s'agit d'activer et de gérer afin de pouvoir les vivre plus et mieux, simultanément si possible.

Une vision de cette situation, que l'on pourrait qualifier de purement libérale, conduit à penser que le visiophone, et les nouvelles technologies de communication en général, permettent une "économie de malheur" dans notre rapport au monde. A l'image du zappeur face à son poste de télévision, on instrumentaliserait ce rapport, choisissant activités et distractions selon nos propres désirs, ne consommant dans notre environnement que ce qui nous intéresse directement en lui. Libre sur un marché libre, l'individu se composerait une vie "à la carte" dont la programmation n'aurait plus d'autre objet que la satisfaction la plus immédiate de ses désirs. Dans ce cadre, le visiophone serait l'outil d'une jouissance non différée.

L'individu est ici réduit à n'être que pure subjectivité et narcissisme, son environnement pur marché et ses actes purs choix utilitaires. Intérêts, besoins et désirs, seuls liens entre individus et société, ne sont jamais questionnés autrement que comme affirmations d'individualités singulières.

Quand bien même on accepterait cette vision purement utilitariste de la société, notre recherche montre qu'une telle situation ne conduit pas à plus de bonheur, mais à une série de doutes, craintes et remises en question que nous désignons ici par le terme de "syndrome du zappeur". Les principaux traits de ce syndrome sont, pêle-mêle, une activité fébrile, la peur de perdre quelque chose, la volonté d'être ici et ailleurs en même temps, la nostalgie de l'imprévu, et la recherche d'une authentique intensité de vie et de sentiments profonds.

2. La peur de perdre quelque chose

La hantise de manquer l'occasion, la rencontre qui (justement!) aurait pu transformer leur vie dans le sens souhaité habite les "zappeurs de vie" les plus actifs.

"C'est une angoisse, une inquiétude par rapport aux autres, à tout ce qui peut arriver, mais jamais je ne pourrais faire le deuil de ce que je rate si je ne suis pas branché. Se débrancher, c'est s'enfermer" ; "Si je suis chez moi et que je débranche, j'ai une tension. Je me dis : qu'est ce que je perds? De quoi je me frustre? Qu'est-ce que je fais perdre à autrui? Qu'est-ce qui ne va pas se passer qui aurait pu se passer?" ; "Le fait d'être presque partout à la fois peut produire, si l'on n'y prend pas garde, des frustrations. Je suis ici et je sais, par le téléphone, et ce sera pire avec le visiophone, que quelque chose se passe là-bas, mais il y a quand même 500 ou 800 km et que ça, j'y peux rien!" ; "On est au courant de plus en plus de choses, maintenant, on sait ce qu'on rate, et ça pose des problèmes."

3. Etre ici et ailleurs, maintenant

Cet "autrement" est la plupart du temps traduit spatialement, le "mieux potentiel" auquel il renvoie ayant toujours tendance à être physiquement situé lorsqu'il est imaginé.

"Si je ne gère pas à mort mon réseau, je fais quelque chose, je pars en Italie, je vais à Venise, et quand je reviens, je me dis : merdel je suis passé à côté de ça parce que je n'avais pas programmé. Ça, ça m'est insupportable! Je crois que c'est assez dur aussi" ; "A partir du moment où on peut tout s'offrir (dans les limites de ses moyens financiers, mais ça n'a pas obligatoirement à voir), j'essaie de tout prendre. Donc je programme pour tout faire, je ne perds pas cinq minutes. Pendant que je joue au golf, je pense à la régata que je vais faire après, et pendant que je fais ma régata, je pense à la partie de tennis qui m'attend. Finalement, on fait beaucoup de choses et on n'a rien fait parce qu'on n'était pas à ce qu'on faisait, on était à ce qu'on allait faire" ; "L'accélération des communications nous permet de faire

beaucoup plus de choses, on devient boulimique. En fait, on se disperse" ; "On s'étourdit d'activités de plus en plus superficielles" ; "Je cherche ma zone de plaisir en zappant" ; "S'il y a en a un qui donne une information qui ne me plaît pas, je vais voir ailleurs où on me donne une information qui m'intéresse un peu plus ."

4. Nostalgie de l'imprévu

La crainte semi-consciente que la rationalité économique n'envahisse la vie privée et le temps libre se traduit par l'éloge du temps gaspillé, du temps perdu, de son utilisation irrationnelle.

"J'ai l'impression que toutes ces techniques de communication, leur abondance même, créent un déterminisme (...) qui nous enlève certaines illusions. On en vient à souhaiter qu'il y ait une part d'incertitude et donc une possibilité que quelque chose qu'on ignore encore se produise" ; "Les gens ont de plus en plus un besoin, exacerbé chez certains, d'aventure, d'improvisation" ; "Je me rappelle, il y a cinq ans, lorsqu'une (tempête de neige avait bloqué la circulation), on ne pouvait plus rouler, les gens se cassait la gueule dans la rue, on arrivait en retard au boulot, et pourtant, tout le monde souriait. J'ai l'impression que les gens étaient contents. La routine était cassée" ; "On a besoin de sécurité et à la fois d'improvisation, ce qui semble un peu contradictoire. Inconsciemment, je guette le grain de sable qui va enrayer la machine et nous obliger à l'improvisation."

Beaucoup se disent "malades d'aventure", d'inédit, de surprise.

L'oubli, l'attente et le différé perdent du terrain face au programmé et au planifié. Les scénarios du futur nous montrent presque tous une société super intégrée, sans autre désordre que la nostalgie d'un temps inconnu. La traduction mercantile de ce déficit d'aventure et d'imprévu par des "voyages lointains", des "expéditions" ou des sports à hauts risques et aux sensations garanties ne réussit pas à satisfaire totalement ceux de nos informateurs qui s'y livrent : ces voyages ou sports ne sont en effet que des parenthèses programmées dans une vie programmée.

5. Les revers de l'efficacité relationnelle

Le fait de pouvoir être immédiatement en contact avec les autres est décrit comme un progrès et une richesse. Toutefois cette facilité est, dans le même temps, questionnée dans le risque qu'elle comporte d'introduire une "déshumanisation" des rapports sociaux repérable par une approche étroitement opératoire aux autres.

"Il faut être très sélectif, même dans ses relations. Et c'est quelque chose que je vis mal" ; "Si je me dis : tiens, je vais contacter Untel pour ceci ou cela, je peux le faire immédiatement. Tout ce que je risque, c'est qu'il ne soit pas là... et dans ce cas-là, qu'est-ce que je fais? Je téléphone à quelqu'un d'autre. Je consulte quatre ou cinq personnes et, sur les cinq, j'en aurai bien une qui m'apportera la solution. C'est très facile. Mais j'ai peur que ça introduise de la superficialité dans les échanges et une sorte d'utilisation des autres qui instaure une sorte de paresse" ; "Dans ma vie professionnelle... lorsqu'on réfléchit à une question, on pense automatiquement à quelqu'un. On pense plus souvent à une personne pour faire avancer un problème qu'au problème lui-même" ; "On joint les gens de plus en plus impulsivement. On a envie de dire n'importe quoi, on n'a pas envie d'être seul : on appelle..." ; "Tout ça, ça encourage une sorte de paresse intellectuelle, c'est facile, on sollicite le réseau tous azimuts jusqu'à ce qu'on obtienne satisfaction. On ne se confronte plus vraiment à la réalité, si tant est qu'elle existe, on choisit médiatiquement celle qui nous déplaît le moins."

6. Une nouvelle désinvolture

Au lieu de freiner la déliquescence du lien social, la désertification des lieux publics de sociabilité et l'enfermement de chacun dans sa sphère privée, les nouvelles technologies de communication ne feraient au contraire, pour les plus pessimistes, qu'accélérer ces phénomènes.

Après le fait de ne plus avoir à s'approvisionner qu'une fois par semaine (grâce aux techniques de conditionnement alimentaire et à la

généralisation des congélateurs), de pouvoir commander par correspondance ou par minitel à peu près tout ce que l'on veut et se le faire livrer à domicile, d'assister au spectacle du monde en direct (TV) ou en différé (magnétoscope), voici que l'on peut aussi parler instantanément à ses connaissances en faisant fi des distances géographiques (téléphone) et leur "rendre visite" sans se déplacer grâce au visio-
phone. Certains y voient les conditions d'un déclin de l'urbanité, des jeux de rôles, des règles de convenance, et le développement de ce que l'on pourrait appeler une nouvelle désinvolture de l'homme contemporain : le fait de communiquer depuis chez soi tout en gardant ses distances, avec la possibilité de pouvoir couper l'échange immédiatement, par simple pression d'un bouton, ne manifeste-t-il pas en effet un désengagement social? En ce qui concerne les relations jusqu'alors médiatisées par l'espace, nous assisterions à un désinvestissement du local et du voisinage, ceux-ci s'avérant désormais trop contraignants en regard de ces nouvelles proximités, ces nouveaux espaces de communication, ces réseaux déterritorialisés d'échanges que l'on peut choisir et quitter quand bon nous semble.¹

3. AU DELA DE L'UTILITARISME. L'APPEL AUX VALEURS

Nous ne nous attendions pas à ce que ce type de réflexions soit aussi présent dans nos groupes. Les questions qui sous-tendent ces réflexions semblent pourtant de prime importance pour ces usagers des outils de l'ubiquité. Comme en génétique ou en physique, le

¹ Ceci rejoint les positions les plus tranchées des tenants du courant critique en sociologie de la communication. Selon eux, nous assistons à l'accélération du processus d'éclatement des solidarités vécues au profit d'une réification et d'une instrumentalisation du lien social. Les nouvelles technologies de la communication ne feraient que précipiter l'atomisation des individus en rendant non seulement supportable mais agréable leur isolement, les installant dans une sorte d'hédonisme douillet les conduisant à s'enfermer chez eux avec un frisson de satisfaction au moment où les discours sécuritaires ne cessent de se développer. Replié sur soi, chacun préférerait consommer ses relations au monde à moindre frais, via des lucarnes électroniques, sans contact direct, sans s'exposer à la critique, au risque ou à l'inconnu, contribuant ainsi à vider les lieux publics en les rendant par là-même encore moins attirants pour ceux qui s'obstineraient à les fréquenter.

développement scientifique et technique soulève des interrogations d'ordre identitaire, existentiel ou éthique.

Que ce soit au niveau du choix des outils de communication, de la planification de ses relations, de la programmation de son espace ou de la gestion de son temps, un même processus est à l'oeuvre : l'instrumentalisation, la traduction stratégique de l'agir communicationnel. La prise de conscience de ce phénomène, difficilement vécue à travers le syndrome du zappeur, entraîne chez nos informateurs un refus de se laisser enfermer dans une évolution pragmatique qui réduirait leur rapport au monde à une logique utilitariste. Les autres et les institutions doivent pouvoir être pensées autrement que sur le mode de relations à de simples objets, ressources ou fonctions. Cet autre façon de penser renvoie à des valeurs, à des "principes" et à une éthique.

"La profusion, le côté pratique de tous ces moyens de communication n'est-elle pas de nature à effacer, à rendre flou et à faire passer au deuxième plan les valeurs, au profit de notions rationnelles d'efficacité, de plaisir... parce que le plaisir, c'est tout aussi rationnel que l'efficacité économique. Je me demande si ce flou qu'amènent ces nouveaux systèmes de communication, est un flou provisoire, le temps qu'on assimile et qu'on reprenne le contrôle de notre système de valeurs, quel qu'il soit, ou s'il est durable" ; "Il y a une accélération de la formule de la vie (..) et à un certain moment, on se dit : mais pourquoi?"

1. Facilité rime avec superficialité

La facilité d'accès au but recherché produit (paradoxalement au regard d'une logique utilitariste) une insatisfaction, une frustration chez ceux qui la renouvellent trop souvent.

"Ce n'est pas la notion d'abondance qui me gêne (...) mais plutôt l'émergence d'une sorte de légèreté, de superficialité" ; "Par les nouveaux modes de communication on peut aller directement à la rencontre d'un produit fini en sautant tout un tas de paliers intermédiaires : la difficulté de la rencontre, la conversation, la recherche d'un

consensus, l'activité, etc. Et ce produit fini, immédiatement accessible risque de me convenir (..) mais ça me gêne dans le cadre de mes valeurs où je pense qu'il faut qu'il y ait, avant, une démarche. Mon insatisfaction, passé les premiers émerveillements, naît précisément de cette facilité de communication, de cette facilité à atteindre ces buts" ; "Je sais qu'il a des gens qui sont payés pour cerner les besoins de ma catégorie socio-professionnelle. A la limite, ils savent mieux que toi ce dont tu as besoin en tant que ça ou ça... Moi, j'ai peur que ce qu'ils fabriquent me plaise"

Le rapport au monde est alors décrit comme calcul égoïste ou simple consommation sans effort. Les gens se sentent dépossédés de leur propre construction, de leur propre démarche : "A force de consommer des choses déjà mâchées, on ne sait plus mâcher."

2. Eloge de l'effort

Ceci produit une réaction, une prise de conscience de ce que la construction de la personnalité est la somme des différents "heurts" de l'individu au monde compris comme objet mais aussi comme obstacle. Or, via les nouvelles technologies de communication, on se heurte de moins en moins au monde qui devient immédiatement accessible : on le choisit selon son désir en le consommant, et donc en s'y consumant, s'y perdant car la reconnaissance est acquise d'avance (achetée même, comme dans le cas des messageries minitel). Ce besoin de se heurter au monde pour être et s'y reconnaître comme sujet va être défendu avec force par certains à travers un éloge de l'effort.

"Ce frein que j'ai par rapport à ce produit fini, c'est qu'ils me dépossèdent d'une démarche et d'un effort personnel de construction. Or, l'enrichissement de la personne se fait par l'effort, par les confrontations que j'ai à une nature, un entourage qui s'oppose à moi, par ces moments où je cherche les moyens d'avancer. Et cette démarche m'est personnelle, elle me construit, et je me fabrique en me confrontant."

"(S'il y a quelque chose qui ne me plaît pas dans ce que j'ai choisi), je l'oublierais vite parce que je n'aurais pas fait l'effort, je ne me serais pas construit moi-même face à cette activité. Donc, tout perd

du relief, moi y compris, dès lors qu'il n'y a plus cette notion d'effort pour accéder" ; "A défaut de tout savoir, on sait qui est capable de vous apprendre quelque chose que vous ignorez, et avec les moyens de communication modernes, on arrive à joindre ces personnes rapidement et à leur... non pas extorquer, mais à les utiliser. Ce qui est menacé, c'est une certaine démarche créatrice. Dès qu'un problème se pose, il y a la solution de facilité de joindre Untel ou Untel qui sait (..) Ça crée un sorte d'impuissance" ; "Le foisonnement des systèmes de communication, avec la facilité qu'ils apportent, me poussent à un système de rentabilité, et ça m'empêche de distinguer le problème qui mériterait une démarche propre, personnelle, constructive. On est plongé dans une sorte de fuite en avant où l'on ne s'appartient plus trop (...) on a l'impression d'être utilisé par le système, de la même façon qu'on utilise les autres. Il y a des fois où je me dis : j'aimerais bien qu'on vienne me chercher pour autre chose que ma stricte compétence."

3. Résistance au bien-être béat

Nos informateurs ont conscience d'appartenir à des couches sociales privilégiées d'un pays privilégié à l'échelle mondiale. S'ils dénoncent certains aspects de notre société de consommation, ils s'en réclament cependant tous. S'ils en étaient exclus, ils lutteraient pour y accéder. "Je ne me plains pas d'avoir trop de choix, beaucoup de gens seraient contents d'en avoir autant, certains continuent de lutter pour ça et ils ont raison, mais c'est vrai que ça pose des problèmes." Aucun ne souffre d'un déficit d'intégration, au contraire, comme dit l'un d'eux, "(ils) baigne(nt) dans ce système, et trouve(nt) l'eau plutôt bonne."¹

¹ Dans le cas contraire, on aurait toute chance d'avoir affaire à des conduites d'exclus. Il y aurait soit pression pour entrer dans le système de consommation dispensateur de biens sans en contester le fonctionnement (désir de participation débouchant sur une mobilisation intégratrice), soit enfermement en dehors du système sur un être, une nature de repli renvoyant à une définition méta-sociale de l'identité face à une société qui les rejette.

La prise de distance de avec certains aspects du système est opérée en son sein même. Il n'y a pas refus du bien-être qu'il peut offrir, mais inquiétude devant le fait que celui-ci soit en passe de devenir l'unique but de nos sociétés.

"On a toujours des modèles, des quantités de choses qui se font, par accélération, et dont la réflexion est souvent absente (...) En revenant de ma partie de squash, il m'arrive de me dire : ce n'est pas un véritable plaisir, c'est une nécessité, le squash, le jogging, le golf, tout ça, c'est le modèle. Le modèle, c'est qu'il faut être bien dans sa peau" ; "Mais qu'est ce qui nous mène à ça? Qu'est ce qui te fait choisir? Je crois qu'on nous détermine un petit peu. On est dans un système où on est impliqué. La mode, le système, on est en plein dedans. On a une image, et cette image-là nous contraint. Dans ce grand système d'apparences, je me demande si on a réellement le choix" ; "Ce système contraint le plaisir, il le détermine" ; "On est parfaitement obligé de prendre son pied" ; "Il y a un exemple caricatural de ça, c'est le club Méd qui te mâche les choses, où on a déjà tout pensé pour toi, où on sait ce qui va te faire plaisir, mieux que toi presque...et toi, tu demandes de ne pas trop penser...Je déteste ça. Je conçois mes vacances comme acteur et non comme simple consommateur de produits préfabriqués" ; "Etre le consommateur de ces activités en un minimum de temps, cette boulimie d'aller vite, ça correspond à quoi cette course, cette fuite en avant?" ; "Ce système où on n'a plus rien à penser si ce n'est prendre son pied, ça me fait peur parfois."

"Un plaisir de qualité n'est pas si facile à atteindre" ; "Est-ce que les commodités matérielles dont on dispose, c'est ça le bonheur?" ; "Je ressens comme une espèce de nécessité qui nous est proposée par l'éventail des possibilités de se faire plaisir qui existent dans la société actuelle (...) (Face à cela), je pense que le fait de résister à cet appel constant au plaisir et à la satisfaction immédiate est une manière de se préserver d'une certaine facilité" ; "Je ne rejette pas toutes ces facilités, loin de là, j'en suis un gros consommateur (...) Mais, parfois, je regrette de me laisser aller, de ne pas réagir."

Ces remarques renvoient la plupart du temps à un déficit d'engagement moral dépassant sa propre personne. La société n'offre plus comme modèle qu'un "faites-vous plaisir!" au moment où les

identifications à un sujet historique collectif suscitent (après les errements du XX^e siècle) plus de crainte que d'espoir. "Les intérêts de chacun ont à être liés à des idées, à des valeurs si on ne veut pas se transformer en simples instincts."

4. FUITES

Cette tension entre la rationalisation instrumentale croissante de la vie et son débordement par les "sentiments" que certains traits du syndrome du zappeur révèlent et que le discours sur les valeurs cerne mieux, cette tension se solde presque toujours par des tiraillements, une inquiétude, un malaise et parfois même par de la souffrance. En l'absence de solutions par le haut auxquelles on ne croit plus (changer la société, le système, faire la révolution), certains tentent, faute de mieux, d'aménager un *modus vivendi* entre une action de type stratégique et utilitaire dans leur vie publique, et une action de type affectif et gratuite dans leur vie privée. Cette fuite vers le privé pour vivre une certaine authenticité le transforme en cocon intime et chaud, déconnecté du système public qui apparaît en retour d'autant plus froid.

1. Refus du téléphone ou du visiophone

Ce repli sur l'intime peut se traduire par des attitudes extrêmes, la déconnexion avec l'extérieur étant alors prise au pied de la lettre : refus total de posséder le téléphone ou le visiophone chez soi.

Si une telle situation est rare et caricaturale, il nous a paru intéressant d'y confronter nos informateurs afin d'enregistrer leurs réactions face à ce genre de comportement. Quelques séances plus tard, ces réactions leur seront rappelées lorsqu'ils nous feront part de leurs propres stratégies de fuite, même si ces dernières se sont révélées être plus douces. A cette fin, nous avons fait venir deux interlocuteurs aux positions très tranchées. Le premier, mère de famille, très active au niveau de l'animation culturelle locale, refusait catégoriquement d'avoir le visiophone à son domicile. Le second,

directeur d'une importante entreprise de formation, avait rendu son téléphone deux ans auparavant.

Les deux ont développé une argumentation à peu près similaire. Ils ne veulent pas "tuer (leur) vie privée, de famille" (les deux sont mariés et ont deux enfants). Ils désirent préserver cette dernière de la "sollicitation permanente extérieure" : "Je refuse de gérer mon temps privilégié comme mon temps de mon travail" ; "Je veux décompresser vis-à-vis de toutes ces sollicitations nombreuses et variées dans la vie que je qualifierais d'active" ; "Je veux avoir la paix !" ; "Je ne veux pas être harcelé. Je ne veux pas être emmerdé chez moi !" ; "On n'a plus le temps de se retrouver, on ne sait plus ce que c'est que de se regarder en silence" ; "Je suis saturé de devoir être disponible, de devoir compter, économiser du temps. Avec ma femme, mes enfants, je n'ai pas envie d'être disponible. J'ai envie d'être là, simplement là, sans compter. Alors pour ça, je déconnecte."

Tous les participants se sont vivement opposés à eux, faisant valoir le fait que de ne pas avoir le téléphone chez soi était en définitive une absence de choix : celui de pouvoir communiquer depuis chez soi, au moins en cas d'urgence (médecin par exemple), celui de répondre à des appels, celui de "vouloir être là" ou pas. "(Faire ce que vous faites), ce n'est pas du tout le choix de la liberté. C'est même le contraire. C'est le non-choix. En prenant le téléphone, vous pouvez dire oui ou non. Là, c'est non ou non !" ; "On peut se débrouiller, négocier, bricoler sa petite affaire, mettre un répondeur, tandis que votre manière de faire est franchement terroriste du point de vue de l'épouse. Moi, je suis scandalisée par cette absence de négociation !" ; "A l'inverse de ce que vous dites, je me demande si votre refus du téléphone à la maison n'est pas la pire des invasions du professionnel dans le privé. Car s'il n'était pas associé à l'agression qu'il représente quotidiennement dans votre vie professionnelle, les choses seraient peut-être différentes" ; "Ça me fait penser à l'histoire du chauffeur de taxi qui refuse de conduire le dimanche, alors toute la famille reste à la maison !"

2. repli sur l'espace privé

Si nos informateurs condamnent le comportement extrémiste de leurs deux interlocuteurs, ils n'en reconnaissent pas moins partager avec eux une même logique visant à préserver leur vie privée des sollicitations extérieures.

En l'absence actuelle de mobilisations collectives capables de susciter des adhésions identificatoires, tout le monde ruse avec de micro-scénarios personnels, échappatoire à la fonctionnalisation et au productiviste de la vie quotidienne. L'intensité et l'émotion désertent l'action publique pour être vécues en privé. Des tactiques de replis visant à s'entourer de cercles restreints de parents et amis sont adoptées. Ces espaces conviviaux, où l'on ne craint plus d'être utilisé par l'autre, sont présentés comme des "oasis d'authenticité" où l'on peut laisser libre cours à sa spontanéité, son imaginaire, son affect et même à ses penchants d'irrationalité.

Nos informateurs sont les premiers à reconnaître que cet investissement affectif du domaine privé est la plupart du temps accompagné de l'adoption d'une position "cynique" envers l'espace public. "On l'utilise au mieux"; "Je fais des coups, dans la mesure de mes moyens." Chacun regrette la disparition d'un espace public de débat et d'action collective tout en avouant ne rien faire pour changer le cours des évènements.

3. Célébration de la technique comme solution

Un des interlocuteurs de nos groupe était un fervent partisan des nouvelles technologies, en particulier dans le champ des télécommunications. Pour lui, l'humanité se trouve sur une pente ascendante où l'accès au bonheur est rendu plus aisé grâce au développement scientifique et technique. Après avoir rappelé les bienfaits de quelques unes des grandes découvertes scientifiques du XIX et XX^e siècle, il s'est longuement émerveillé sur le visiophone, cet outil qui allait permettre à un vieux fantasme humain de pouvoir enfin se réaliser : être ici et ailleurs en même temps. La technique y

est supposée toute puissante à directement influencer sur le socio-culturel, éventuellement sur le politique.

Cette célébration de la technique a été reprise par un autre interlocuteur qui a accepté d'aller au-delà de sa pensée pour jouer face au groupe le rôle d'un prophète du développement local réussi grâce aux nouvelles technologies de communication. Selon cette prophétie, la couverture du territoire national par des réseaux de communication chaque fois plus performants devrait permettre de résoudre des problèmes d'aménagement que l'hypertrophie des métropoles a posés : nuisances (bruit, pollution), baisse de la qualité de la vie (trajet résidence-travail chaque fois plus long et stressant), surcoûts (flambée de la rente foncière, transports en commun déficitaires, frais de gestion urbaine), et lente agonie des campagnes (où vies économiques, culturelles et politiques sont happées par la centralisation des activités). Contre le spectre de la centralisation et la dépossession de la périphérie, fut opposé un développement local, en harmonie avec les spécificités du Pays, le tout dans une ambiance conviviale et directement branché sur l'universel.

A un moment, certains membre des groupes ont succombé au charme et abondé dans l'utopie. Face à l'incapacité des croyances et idéologies jusqu'alors pourvoyeuses de sens et d'espérance à combler les incertitudes du présent, la technique fut présentée comme quelque chose de tangible, solide et de sûr. Deux membres du second groupe et près de la moitié du troisième se sont opposé à cette "jubilation technicienne" dans laquelle ces interlocuteurs et quelques membres des groupes semblaient se perdre. Ils ont rappelé qu'aucune technique, quelle qu'elle soit, ne saurait mécaniquement bouleverser les habitudes, les croyances et règles, les systèmes de valeur et de pouvoir, bref les principaux traits de la reproduction sociale des sociétés d'accueil. La conception même des techniques est largement tributaire de cette reproduction. Aucun d'eux ne s'est opposé au développement technologique, mais tous ont marqué ses limites à satisfaire le besoin d'intercompréhension et de reconnaissance des individus. C'est au cours de ces discussions que les groupes ont commencé à témoigner sur ce que nous avons plus tard appelé le syndrome du zappeur.

5. L'IDENTITE DU SUJET DANS LA DEJA PRESENTE SOCIETE POST-INDUSTRIELLE DE COMMUNICATION

"Zapper me nie" disait le membre d'un de nos groupes. Il avait l'impression d'être manipulé jusque dans ses désirs par le système médiatique. Il ne refusait pourtant pas globalement les programmes de télévision et le choix proposé qui couvrait presque tous ses goûts. Bien au contraire, la possibilité de choisir était décrite comme condition de liberté et comme richesse. Toutefois, "et bien (qu'il prenne plaisir à regarder la télévision", il se sentait "dépossédé quelque part de son désir par le fait même que quelqu'un ait déjà prévu qu'entre les quinze chaînes proposées, il devait trouver son plaisir". Il ne rejetait pas la consommation, mais refusait de n'être que par la consommation, c'est-à-dire, en définitive, une simple cible commerciale le privant "quelque part" (pour reprendre son expression) de la définition de sa propre personne.

Cette volonté d'être autre chose "quelque part" et cette affirmation d'une identité voulue en regard (et non en dehors) du système définissent très précisément l'espace de construction du sujet de la société post-industrielle de communication. Plongé dans un système qui ne cesse de le cerner dans ses désirs pour y subvenir sous la forme de marchandises, le sujet résiste à confondre sa personnalité avec la somme de ses intérêts scientifiquement définis.

Si nous appelons *moi* la représentation que l'individu, animé par cette volonté de résistance, se fait de lui-même et *soi* sa définition extérieure en tant qu'objet (physique : regard biologique et médical, social : rôle et statut, psychologique : regard analytique), on peut définir le sujet comme le travail d'un *je* sur un *soi* pour en faire un *moi*.¹

Ce *moi* ne saurait être pure subjectivité, identité hallucinée, simple enfermement dans un ailleurs irréductible et inaccessible à la société. La quête d'un tel ailleurs aurait en effet toute chance de conduire vers des intégrismes communautaires ou, en l'absence d'objet

¹ Le *soi* ici décrit correspond assez bien à ce que les membres de notre troisième groupe ont désigné sous le terme de "modèle": cf supra "Résistance au bien-être béat".

d'identification, à un état de décadence, de violence irrationnelle ou encore à de pures conduites nihilistes. Le *moi* dont il est ici question n'est pas une fuite vers une nature ou un sentiment profond asocial. Il est construction au sein même du système contre ses trop experts zéloteurs qui, à force de confondre bien-être et bonheur, identification à des modèles et réalisation de soi, pervertissent l'intégrité chaque fois unique de l'élan créateur individuel. Le *moi* n'a de sens ici qu'en ce qu'il se construit non pas contre *soi* (définition de l'individu par le système), mais en plus de lui. *Moi* est le résultat d'un travail sur *soi*

Le propre du modèle culturel de nos sociétés post-industrielles de communication étant l'exaltation de l'individu dans ses désirs et la confiance dans la capacité du système à y répondre, la définition même des besoins individuels devient l'enjeu de mobilisations inédites. D'un côté, la mise en forme, par une rationalité instrumentale chaque fois plus efficace, des besoins individuels au nom du bien-être et du confort de chacun, de l'autre, des sujets ne rejetant certes pas la consommation productrice de jouissances, mais refusant de confondre leur "être", leur personne, leur *moi* avec la définition froide et objective qu'on leur donne d'eux-mêmes.

Il s'ensuit que le *moi* ici décrit ne sera jamais pour l'individu une identité retrouvée, une totalité enfin transparente à elle-même, où le *soi* social ("le modèle") recouvrirait sans conflit un *moi* originaire et authentique. Ce recouvrement est le but même de la démarche totalitaire qui vise à supprimer toute autonomie individuelle en échange du bonheur de la transparence et d'une participation identificatoire rassurante. Le *moi*, produit du *je* (sujet), est au contraire un champ de tensions continues entre autonomie et identification, retrait et participation, expérience que vivent assez difficilement, on l'a vu, nos informateurs.

Le *moi* n'est pas non plus simple héritage (statut, classe, ethnie), mais résultat d'une action volontaire. Ceci ne signifie évidemment pas la disparition de la reproduction sociale et des communautés organisées. Mais celles-ci sont désormais moins vécues comme groupes d'appartenance à travers une identité d'intégration, que comme réseaux d'identification où l'*achievement* prend le pas sur l'*ascription*

La quasi-ubiquité permise par les médias et le fait d'avoir désormais immédiatement connaissance d'ailleurs et d'autrements, révèlent le caractère contingent et arbitraire des processus de socialisation.

Chaque jour, nous vivons, par l'intermédiaire des médias et sous forme de films, documentaires et témoignages les décors de ce que pourraient être des vies nouvelles. Ceci ne veut évidemment pas dire que, par exemple, les téléspectateurs s'identifient aux modèles colportés par la télévision. Il ne s'agit pas de confondre regard et adhésion. Mais ce regard se traduit par une vision éloignée, plus détachée de son environnement immédiat qui devient de ce fait objet d'évaluation et même de manipulation. Il y a prise de conscience accrue de *soi*. Dans ce cadre, l'identité transmise (l'appartenance) peut être rejetée (elle sera alors portée comme un stigmate), partiellement admise ou au contraire acceptée en toute connaissance de cause et instrumentalisée comme ressource d'une action stratégique visant la réalisation de certaines fins. Dans un environnement de pouvoir et d'influence, une identité habilement jouée peut se révéler très efficace pour obtenir certains avantages.

Mais cette conscience utilitaire de soi ne saurait à elle seule ramasser la réalité identitaire du sujet actant. Pour être efficace, l'action utilitariste doit en effet se situer au niveau des formes d'organisation sociales existantes. Or, il existe d'autres types d'actions, elles aussi manipulatrices d'identité, visant non plus (seulement) à améliorer une position relative dans une organisation, mais à en questionner le sens, la raison d'existence même au nom de valeurs morales, éthiques ou politiques. L'identité transmise n'est plus alors simplement jouée en fonction d'intérêts personnels, mais réinvestie comme substrat d'une conviction partagée, d'un engagement social, d'une identification à une exigence collective.

Jusqu'à une date récente, ce niveau de l'identité, qui correspond à celui des mouvements sociaux, a été, dans nos pays du centre, celui du dépassement par l'acteur de sa détermination sociale immédiate au profit d'une identification à des principes le transcendant : la raison, le progrès, la liberté, l'égalité, la justice. S'appuyant sur son identité pour en dénoncer l'injustice, l'acteur s'identifiait, contre l'ordre des choses,

au devenir de la société qu'il considérait dès lors comme étant aussi son oeuvre. Il se muait alors en sujet de l'histoire. L'archétype de ce type de mobilisation demeure le mouvement ouvrier : le refus de la condition ouvrière permettait à l'acteur d'accéder à la lutte de classe qui lui offrait une définition nouvelle de son identité d'ouvrier, socialement dialectique et tournée vers l'avenir.

A l'heure du reflux des images héroïques du sujet historique, cette idée de distance à soi doit être conservée pour penser le sujet. Mais le *soi* n'est plus tant un soi de classe lié à une appartenance collective qu'un *soi* chaque fois plus individuel, unique octroyé par la société qui n'a de cesse de vous désigner dans votre authenticité et vos désirs pour y répondre au moyen de services. Le sujet existe par sa volonté d'échapper à son encerclement instrumental par les grands appareils de gestion sociale qui lui parlent et le conseillent au nom de ses intérêts, de son bonheur et de sa sécurité.

Craignant de ne plus s'appartenir, le sujet éprouve le besoin d'exister "quelque part" en plus des sollicitations de la société, sans pour cela se situer en dehors d'elle. Difficile à cerner car chaque fois singulier et résistant à toute totalisation objectivante, il ne peut être sociologiquement défini que comme tension créatrice de son individualité.

6. UN ENJEU COLLECTIF VECU INDIVIDUELLEMENT

Après une séance particulièrement dense, une partie du troisième groupe a repris cette modélisation du sujet d'une société post-industrielle afin de s'en servir comme outil d'analyse de leur pratique¹. Reprenant son propre témoignage sur les valeurs, chacun s'est opposé à ce que son *soi* définisse à lui seul sa personne. La notion de sujet a été défendue dans sa capacité à résister au recouvrement du *moi* par le *soi*. Pendant plus d'un quart d'heure, chacun a rappelé ses actes de "résistance" de façon souvent exagérée : "A force de lire partout qu'il faut que je sois en forme, ça m'a écoeurée

¹ Ce modèle n'a pas été présenté aux deux précédents groupes dont le travail s'est arrêté à la formalisation du syndrome du zappeur.

du sport. J'ai arrêté le jogging" ; "S'ils continuent à m'emmerder avec leur campagne anti-tabac, je me remets à fumer".

On pourrait analyser ces réactions comme des sautes d'humeur d'anti-conformistes ayant les moyens de l'être. Ce serait passer à côté de l'essentiel : même si une certaine jubilation transgressive doublée d'une recherche esthétisante du geste est perceptible, la signification de tels actes ne saurait s'y épuiser. Certains membres du groupe ont clairement indiqué qu'il ne s'agissait pas là de pures conduites individualistes à tendance nihiliste, mais d'actions individuelles pensées comme termes particuliers d'un même rapport de domination.

Toutefois, le groupe n'ira pas beaucoup plus loin dans sa démarche. Il s'est séparé dans l'impossibilité d'aller au-delà d'un double constat qui, à nos yeux constitue déjà une réussite d'analyse. D'un côté, il a été capable de fournir une interprétation sociale de phénomènes que tout porte à qualifier de psychologiques. Même si ses effets sont individuellement vécus, le syndrome du zappeur a été décrit comme un produit social. "Le retour au social ne peut se faire que par la construction d'un sujet résistant. S'il résiste, c'est qu'il est dans un rapport de force et donc qu'il réfléchit pas que sur lui, mais sur la société, sur ce qui nous entoure." D'un autre côté, il y a eu constat de la difficulté rencontrée par chacun à s'investir dans des mobilisations collectives afin de lutter contre les causes de ce syndrome. Ses effets sont vécus individuellement avec désir mais sans grand espoir de rencontrer un collectif capable de les combattre.

A nos questions, pressantes, pour savoir à quelle forme d'action ce constat pouvait conduire, le groupe n'a pas pu donner une réponse globale. Pour deux pères de famille, le seul domaine où ils arrivent à traduire cette conscience en actes est l'éducation de leurs enfants. Reprenant notre vocabulaire, l'un d'eux a expliqué qu'il voulait "apprendre à ses enfants à être sujets de leur moi" en plus du soi que leur offre la société, celui-ci étant "mou et facile". Un autre a parlé de lutte contre le racisme "qui est la négation même de l'individu". Les autres se sont mis d'accord sur la nécessité de respecter l'autonomie de chacun comme lieu de construction des individualités, mais sans apporter plus de précisions.

3° PARTIE : MONOGRAPHIES

Quatre monographies ont été réalisées :

- Visiophonie et commerce p 73
- Utilisation du visiophone par les enfants p 83
- Visiophonie et enseignement p 87
- Expériences d'interactivité sur le réseau..... p 101

1. VISIOPHONIE ET COMMERCE

171 commerçants possèdent le visiophone dans leur magasin¹. Quels usages en font-ils? Cet outil est-il devenu un instrument de travail dans le cadre de leur activité professionnelle? Si oui, quelles en sont les applications concrètes? Si non, pourquoi? Quelques utilisateurs domestiques nous avaient donné le motif de leurs rares appels en direction de commerces ou de services. A chaque fois, il s'agissait de visionner ou de montrer un objet à distance pour éviter de se déplacer. Par ailleurs, les personnes possédant un visiophone dans le cadre de leur activité professionnelle nous disaient qu'il leur était difficile d'appeler avec l'image une personne inconnue.

Nous avons donc émis l'hypothèse que les appels par visiophone d'ordre professionnel étaient principalement motivés par un besoin non pas de voir son interlocuteur, mais de lui transmettre en direct l'image d'un objet pris dans son volume ou dans son mouvement.

Dans le but de répondre ces questions et de vérifier cette hypothèse, nous avons mené des entretiens (d'une demi-heure à une heure) avec plus de quarante commerçants.

¹ En plus de ces 171 visiophones pour les commerçants, on en compte : 51 pour les professions libérales (médecins, agents immobiliers, avocats, architectes), 20 pour les administrations et services publics, 19 pour les écoles, collèges et lycées, et 5 pour les associations.

1. De bonnes dispositions de départ

Tous les commerçants rencontrés ont rappelé leur bonnes dispositions de départ pour utiliser le visiophone à des fins professionnelles.

Ils pensaient pouvoir proposer de nouveaux services à leur clientèle : des acheteurs potentiels regarderaient à distance si l'objet recherché se trouve dans le magasin ou bien passeraient commande depuis leur domicile. "Les gens allaient appeler pour qu'on leur montre des marchandises" ; "(Des articles) seraient présentés à distance grâce au visiophone et les gens appelleraient pour demander des choses précises qu'on aurait montrées à l'image" ; "J'avais pensé faire un étalage spécial pour montrer mes articles par visiophone". Certains avaient envisagé un système d'achat par visiophone : "Quand on vend de l'alimentation à Biarritz où il y a beaucoup de personnes âgées, ça pouvait devenir un système de télémarket très perfectionné" ; "Avec les nouveaux systèmes d'achat par minitel, le visiophone c'était vraiment un plus et j'attendais beaucoup de ce côté-là"; "Le télé-achat a de l'avenir, et on est ouvert à toutes les possibilités".

Se doter d'un visiophone contribuait également, pour certains, à moderniser l'image de leur activité professionnelle.

"Pour l'image de marque, c'est très bien, mais ça sert à rien..." ; "Je l'ai pris pour être dans les mille cinq cent privilégiés et être à la pointe. On a souvent des journalistes ou des réalisateurs qui viennent nous voir. Nous sommes les seuls aussi à avoir un répondeur visio-phonique" ; "Ça impressionne un peu le client qui n'en a jamais vu, ça fait branché" ; "Y'a un côté moderne, futuriste même. On se dit : quelqu'un qui a ça doit être au courant."

Certains commerçants avaient également envisagé de répondre à des besoins spécifiques liés à la nature de leur activité. "Je donne beaucoup de conseils pour les points, les explications techniques à mes clientes et à mon équipe de tricoteuses. Je pensais qu'elles pouvaient me demander conseil par visiophone" ; "Je pensais, comme je travaille avec des plans, pour les architectes, que ça pourrait éviter les déplacements." Une banque a proposé à ses clients d'effectuer ses opérations par visiophone afin de leur éviter des déplacements.

2. Des bémols d'ordre technique

Les commerçants avancent des arguments d'ordre technique pour expliquer leur très faible utilisation du visiophone. Même s'ils ne nous paraissent pas déterminants, il faut les mentionner.

La définition de l'image en noir et blanc a très souvent été évoquée comme un handicap.

"Je travaille souvent avec un imprimeur qui a le visiophone, mais j'ai besoin de la couleur" ; "Pour montrer des tissus, la couleur aurait été indispensable, ça ne favorise pas la généralisation du système" ; "Quand on a besoin d'une photo pour le journal, ça n'a aucun intérêt si la caméra est en noir et blanc" ; "Question écran, pour se montrer un document, ce n'est pas terrible, avec la couleur, ce serait mieux". Constatant ce phénomène France Télécom a muni certains magasins de Biarritz de caméras couleur : les appels ont un peu augmenté, surtout dans les premiers temps de l'expérience. La fréquence des appels à destination d'un magasin de linge basque et surtout d'un fleuriste a sensiblement augmenté. Il semble donc qu'une caméra couleur développe l'intérêt pour ce nouveau type de service.

Un des commerçants a été encore plus critique sur la qualité de l'appareil : "L'image est naze, les gens ne se mettent pas devant. En plus, il faut attendre que ça chauffe pour pouvoir appeler". D'autres ont évoqué le fait que, pour visiophoner correctement, il faut se tenir devant le champ de la caméra : "Si on reçoit l'image dans le magasin, il faut s'asseoir, il faut être disponible, alors qu'au téléphone on peut faire autre chose en même temps."

La difficulté à dégager la caméra de son logement est presque toujours signalée.

Un fil plus long, une meilleure maniabilité et un contrôle de prise d'image sont réclamés.

Toutefois ces remarques ne sauraient expliquer à elles seules la faible utilisation professionnelle du visiophone par les commerçants. En effet, lorsque nous leur avons suggéré que les inconvénients

signalés pouvait être surmontés par le branchement d'une caméra vidéo, bien peu nous ont répondu y avoir pensé. L'argument alors développé du coût de la caméra n'explique rien, si ce n'est que les bénéfices escomptés grâce à son branchement ne leur paraissent pas justifier un tel investissement. Preuve que les difficultés ne sont pas d'ordre technique.

3. L'éloignement géographique comme condition des appels

Presque tous ont insisté sur le fait que le réseau était géographiquement trop restreint pour que de nouvelles habitudes d'achat puissent apparaître.

"Pourquoi voulez-vous que les gens me visiophonent? En cinq minutes maximum, tous les câblés de Biarritz peuvent venir ici et voir physiquement, toucher ce qu'ils veulent. S'ils habitaient à cinquante kilomètres, s'ils devaient prendre la voiture, passer du temps sur la route, ce serait sans doute différent, mais là..." ; "Il faudrait que les gens changent leurs habitudes" ; (mes clientes) préfèrent venir sur place. Si elles n'avaient pas le temps, si elles étaient très pressées et que ce soit désagréable, peut-être, mais là, ça leur fait une sortie"

Dans le cas d'une extension du réseau, beaucoup pensent que l'emploi du visiophone ne se traduirait pas par une baisse de la fréquentation de leur magasin, mais plutôt par une possibilité d'étendre leur clientèle à des personnes qui, vu leur éloignement, ne peuvent s'y rendre pour l'instant.

"L'avenir du visiophone, c'est quand les gens se diront : en visiophonant, j'économise une heure" ; "Je ne m'en sers jamais parce que mon marché est international" ; "Il faudrait au moins que le District soit câblé, j'ai une clientèle qui vient de partout" ; "Je m'en servirais très certainement pour effectuer des commandes avec mes fournisseurs qui sont tous à Paris, ça m'éviterais de me déplacer à chaque fois" ; "Ça nous offrira peut-être une clientèle plus large, des gens qui, de toute façon, ne viennent pas pour l'instant" ; "La voiture nous a amener de nouveaux clients éloignés, le visiophone étendra le cercle, ils n'auront plus à se déplacer".

4. Quand l'image est utile

Rares sont les commerçants qui nous ont décrit les occasions où ils ont utilisé l'image dans un but strictement professionnel. Dans chaque cas, les appels étaient motivés par le désir d'un client, de voir un objet à distance.

- "De temps en temps, des particuliers appellent, mais ce n'est pas rentré dans les habitudes. Il arrive qu'un particulier demande à voir un article, on met l'image, pas pour qu'il nous voie mais pour montrer l'article."

- "Avec la caméra couleur, c'est arrivé que quelqu'un appelle pour demander à voir ce qu'on peut lui présenter dans le magasin, mais les gens n'appellent pas pour demander l'image d'un objet précis, plutôt pour voir un ensemble de façon à faire un premier choix."

- "Les appels, c'est pour demander par exemple, ce que représente un bouquet d'une certaine somme. Alors, on dirige la caméra vers tel ou tel bouquet et le correspondant se fait une idée, sans avoir à se déplacer. Si ensuite il veut acheter, il vient au magasin."

- "Un jour une dame a téléphoné pour demander si on pouvait lui faire une couleur. On a regardé ses cheveux à l'image pour voir exactement ce qu'on pouvait faire."

- "Pour les documents, c'est très bien. Une fois, j'ai appelé le bureau de la S.N.C.F. en ville car je cherchais un document précis mais je ne savais pas comment était la couverture. J'ai appelé, il m'a montré la carte pour savoir comment elle était faite et j'ai pu identifier le document. Ça m'a fait économisé au moins un quart d'heure de recherche."

Parfois, le procédé se retourne contre les commerçants en leur amenant certains inconvénients. "S'il pleut, en été, on est embêté à longueur de journée. Les gens appellent, mais ils sont gênés ensuite. Ils mettent l'image mais ne disent rien ou bien font des commandes bidon" ; "Je suis continuellement dérangée par des gens, surtout pendant les vacances, qui m'appellent pour faire l'expérience du visiophone" ; "Mon numéro est communiqué par la cabine publique de la Poste, les gens appellent pour voir ce que ça fait. Ils n'ont rien à dire et sont très surpris." En dehors de ces quelques témoignages, et

malgré les bonnes intentions de départ, les autres commerçants que nous avons rencontrés n'ont jamais utilisé le visiophone pour montrer un objet à l'image.

Un des conseillers municipaux avait eu l'idée de créer un nouveau service pendant la saison estivale. Moyennant une cotisation, les commerçants auraient eu la possibilité d'appeler un numéro où une traductrice serait intervenue pour tout achat avec une personne étrangère. Tous les commerçants ayant le visiophone ont été contactés. A peine une dizaine sur les cent cinquante ont répondu favorablement. La municipalité n'a pas poursuivi l'expérience. Ce nouveau service ne correspondait sans doute pas à un réel besoin, mais l'idée pourrait suggérer d'autres types d'actions de soutien à l'activité commerciale.

Le commissariat de police a lancé également un système d'ilotage qui concerne partiellement les commerçants. "Le commissariat appelle parfois pour demander si les clients sont bien, s'il n'y a pas de chèques volés. Ils m'ont dit qu'ils appelleraient régulièrement." Nouveau champ du visiophone-assistance mais aussi du visiophone-surveillance : "L'été, souvent, le commissariat de police appelle et nous demande de diriger la caméra pour voir qui va prendre le train"...

5. L'impossible anonymat par visiophone

Les utilisations de l'image par les commerçants restent donc marginales. La cause principale réside sans doute dans "l'axiome visiophonique" défini avec nos groupes d'utilisateurs domestiques : on ne visiophone qu'aux personnes affectivement proches. Il semble presque impensable de visiophoner à un inconnu, sauf si l'envoi ou la réception de l'image d'un objet est la cause de l'appel.

<p>Par ailleurs, les codes de politesse visiophonique qui se construisent sous nos yeux compliquent l'utilisation et la généralisation du procédé.</p>
--

En effet, si un client appelle un commerçant, celui-ci ne se sent pas en droit de demander l'image, dans la mesure où il est son obligé. Les commerçants ont souvent évoqué cette question en faisant part d'une certaine perplexité : "Si la personne qui appelle ne met pas

l'image, on ne va pas demander. On a l'impression d'être indiscret" ; "Si la personne demande l'image, je la mets mais sinon, je ne la demande jamais" ; "Si on ne connaît pas, c'est gênant de demander l'image si on n'a pas besoin de montrer quelque chose" ; "Avec Air-Inter, ils me demandent, moi je ne la mets pas tout de suite, c'est une indiscretion d'appuyer, j'attends" ; "Je ne demande jamais l'image en premier, j'aime pas m'avancer."

Il est donc légitime d'utiliser l'image avec une personne inconnue si on doit lui montrer quelque chose, mais il paraît inopportun d'utiliser le visiophone dans le cas contraire. Si l'on ne connaît pas la personne et si l'on n'a rien à montrer, il est malséant de demander l'image.

Si, contrairement à ce qu'ils pensaient au départ, les commerçants n'utilisent presque jamais professionnellement le visiophone avec des inconnus, ils s'en servent parfois de façon conviviale avec des clients connus.

"On appelle souvent Sportville parce qu'on se connaît bien, c'est pas pour montrer quelque chose mais pour se voir, on discute..." ; "Avec Equidog ou d'autres magasins, on s'appelle. Quand on se connaît, c'est agréable d'avoir le visage en face. Jamais un client qui ne nous connaissait pas n'a appelé" ; "Oui, entre commerçants, on a besoin de se montrer des documents, on s'en sert quelque fois pour ça, mais c'est surtout pour se voir, pas pour le boulot. Si on a deux mots à se dire, on ne met pas l'image. Si c'est pour une conversation, on met le face à face" ; "Jamais des inconnus ne m'ont appelé, juste une fois ou deux, des amis, pour rigoler..." ; "C'est mieux pour les relations privées que pour les besoins professionnels. Le seul intérêt c'est de rendre les contacts plus chaleureux".

Ces témoignages montrent bien que le visiophone, même dans le contexte professionnel, ne s'utilise que si l'on connaît son interlocuteur. Avoir l'image de l'autre prend alors tout son sens et rend la communication plus chaleureuse.

"Les clients demandent l'image. Les gens me connaissent parce que je suis là depuis longtemps et demandent à me voir. Ils ont le

temps quand ils demandent l'image. Les gens racontent leur vie, les vieux surtout. Le renseignement sur les trains, c'est un prétexte pour parler. Les contacts sont plus chaleureux. On est trop automatisé. Je suis pour le moderne, mais pas pour les machines impersonnelles. Le visiophone, c'est plus humain" ; "Si la personne demande l'image, je la mets. C'est plus agréable pour le travail, moi qui suis tout seul toute la journée. Les gens mettent l'image parce qu'ils me connaissent, depuis le temps que je suis là !"

Au-delà des communications conviviales avec leurs clients déjà connus, les commerçants ont aussi parlé de leurs usages privé du visiophone sur leur lieu de travail.

"Ma mère l'a et on s'appelle souvent. Mes enfants, quand ils viennent au magasin s'en servent aussi. Ils sont très naturels, nous, il faut un peu se forcer pour apprendre... au début surtout. Quand j'étais à la clinique, je venais d'accoucher, j'ai appelé au magasin pour montrer le bébé. C'était vraiment bien" ; "J'appelle souvent ma femme, je me fais comme ça des petites escapades" ; "Je l'ai à la maison et quand mes enfants arrivent de l'école, ils m'appellent au magasin tous les soirs, j'ai l'impression d'être un peu avec eux aussi". L'image réunit alors affectivement les interlocuteurs en leur donnant l'illusion de la présence.

6. Quelques réticences

Lorsque l'appel visiophonique entre deux professionnels ne se connaissant pas n'est pas motivé par le fait de devoir montrer quelque chose à l'écran, mais par celui de vouloir voir son interlocuteur, l'image, loin de faciliter la communication, peut au contraire la défavoriser.

Dans ce cas la personne appelée peut avoir l'impression d'une intrusion de son correspondant, d'être forcée de se montrer à lui ou d'être dévalorisée à ses yeux dans la mesure il ne fait pas l'effort de se déplacer pour la rencontrer. Le visiophone n'est alors pas vécu comme un juste milieu entre un appel téléphonique et une visite, mais plutôt comme outil de persuasion (sensation de l'effet piégeant chez l'appelé) ou de facilité marquant une certaine désinvolture.

Plusieurs banques de Biarritz ont tenté des expériences d'utilisations auprès de leurs clients câblés. Des commerçants, clients de ces banques, ont été sollicités. Le témoignage de ces commerçants se retrouvant clients illustre bien ce phénomène de réticence et nous aide à mieux comprendre une des raisons qui peuvent freiner le développement de la vente à distance. "Quelqu'un du Crédit Agricole a voulu démarcher par visiophone. Je lui ai dit que c'était très impersonnel. Je lui ai demandé de venir nous voir s'il voulait nous proposer quelque chose" ; "Le Crédit Lyonnais a proposé de faire ses opérations par visiophone, mais j'ai refusé. Je préfère me déplacer, voir des gens. Sinon, on perd sa personnalité, tout devient automatique". Cette dernière personne transpose ce qu'elle a ressenti vis-à-vis de sa banque sur ses propres clients : "Il faut avoir des relations, c'est trop impersonnel. Moi, je ne veux pas du représentant sur visiophone. J'ai des représentants, je les connais depuis des années. Le modernisme a du bon mais si on se laisse manger, on devient des robots. Rien ne vaut que d'aller sur place. Pour choisir un instrument de musique, il faut le voir, l'essayer..." ; "J'ai l'impression que je ne pourrais pas réellement jauger mon interlocuteur. A la limite, si je veux lui casser la gueule, il n'est pas là."

Employer d'entrée le visiophone avec un inconnu sauf dans les cas purement instrumentaux, peut instaurer une distance, froisser même l'interlocuteur. C'est en effet lui laisser la latitude de penser qu'il ne vaut pas le déplacement.

7. Conclusion

Ce travail avec les commerçants permet d'avancer quelques enseignements sur les usages professionnels du visiophone¹ :

Il faut distinguer télé-information, où la nature des échanges est purement instrumentale et fonctionnelle, et télé-communication où une intersubjectivité relationnelle unie les interlocuteurs.

¹ Ces conclusions s'appuient aussi sur des entretiens avec : cinq secrétaires d'administrations publiques, trois secrétaires d'associations privées, trois médecins, deux agents immobiliers, un architecte et un chef de gare, tous s'étant servi du visiophone dans le cadre de leur activité professionnelle.

Dans le premier cas (télé-information), il y a recours au visiophone lorsque le but de l'échange est de voir ou de montrer en direct un objet pris dans son volume ou dans son mouvement. Dans les autres cas de télé-information, le téléphone et la télécopie sont préférés au visiophone, sauf si les opérateurs de l'échange se connaissent déjà et entretiennent une bonne relation. Des "clins d'oeil" accompagnent alors l'information qui devient aussi prétexte à une communication entendue comme relation.

Dans le second cas (télé-communication), soit on connaît déjà bien son interlocuteur et l'image rapproche et facilite l'échange, soit on ne le connaît que par son statut ou sa fonction, et le recours au visiophone doit instrumentalement être justifié.

L'éloignement géographique est condition de l'appel. Pour que le visiophone soit jugé rentable, il faut que la distance physique séparant les interlocuteurs soit suffisante. Bien sûr, cette notion est relative. Il n'y a pas d'éloignement, kilométriquement mesurable, à partir duquel le visiophone devient automatiquement rentable. C'est plutôt en termes d'économies de temps et d'énergie, variables selon chaque situation, qu'il faut raisonner.

Pour que le visiophone ait une réelle utilité professionnelle, il semble impératif que l'image soit de bonne qualité.

2. L'UTILISATION DU VISIOPHONE PAR LES ENFANTS

1. Le groupe d'intervention sociologique avec les enfants

Calquant notre méthode d'intervention sociologique auprès des adultes, nous avons constitué un groupe d'enfants, afin de vérifier avec eux plusieurs hypothèses, à la fois sur leurs usages privés du visiophone et sur la cause de l'échec de l'assistance scolaire par visiophone. La situation de groupe, contrairement à celle de l'entretien, nous a paru être la formule laissant la plus grande liberté d'expression aux enfants. Leur âge s'échelonnait entre huit et quatorze ans. Seuls quelques uns se connaissaient déjà entre eux. Tous possédaient un visiophone à leur domicile et pouvaient en disposer librement. Une des interviewées en avait même l'usage exclusif, l'appareil se trouvant dans sa chambre. Les deux séances de travail ont eu lieu autour d'un goûter qui a largement contribué à la décontraction de tous. La première séance fut consacrée à tester auprès des enfants quelques unes des conclusions de la recherche menée avec les groupes d'adultes, la seconde fut essentiellement centrée sur la question de l'Assistance scolaire.

Globalement, nous avons pu constater que ces jeunes utilisateurs n'avaient pas une perception et des pratiques d'utilisation du visiophone dissemblables de celles des adultes.

La spontanéité et l'authenticité de leurs témoignages nous permet par ailleurs de pouvoir présenter des conclusions précises sur les raisons de l'échec de l'Assistance scolaire par visiophone (Cf. monographie suivante "Visiophonie et éducation").

2. Premières réactions face au visiophone

Contrairement aux adultes, les enfants ne sont pas sensibles à la performance technique du visiophone. Aucun n'a fait l'éloge des prouesses technologiques de la fibre optique. Les enfants ne considèrent pas le visiophone comme une avancée décisive dans l'évolution historique des procédés de communication. Transmettre des images leur semble aussi naturel que transmettre du son.

"C'est comme si ça avait toujours existé." Par contre, ils le consomment au même titre qu'un autre objet, voire même comme un jouet : "C'était amusant quoi! surtout au début, on s'amusait tout le temps" ; "C'est un nouveau jeu en quelque sorte. C'est marrant, on se visiophone, on se regarde" ; "C'est normal, comme dans les films où ça existe, là, c'est en vrai."

De façon encore plus systématique que les adultes, ces jeunes n'utilisent l'image du visiophone que s'ils connaissent déjà bien leur interlocuteur, un autre enfant en particulier. Par contre, si le correspondant leur est inconnu, ils sont mal à l'aise et ils ne prennent jamais l'initiative de demander l'image.

"On est obligé de le regarder dans les yeux" ; "Je ne sais pas, mais j'aime pas voir les gens. Bon, on ne sait pas quoi faire..." ; "Je ne met l'image qu'avec (mes meilleures amies)" ; "Je ne vais pas dire : je ne veux pas vous voir" ; "J'étais gênée quand vous m'avez visiophonée... Si vous ne m'aviez pas demandé de mettre l'image, je ne l'aurais jamais mise... Je ne vous connaissais pas." L'image ne leur paraît naturelle que dans le cas où ils ont déjà des relations proches avec l'interlocuteur. "Je sais qu'au Club de tennis, ils en ont un, ils répondent avec. Pour réserver un court, je pourrais mettre l'image, eh bien je ne la met jamais. Dans ces cas-là, ça sert à rien."

3. Le visiophone : outil de communication privilégié pour relations privilégiées

Plus les relations sont intimes et soutenues et plus les appels sont fréquents et longs. A l'inverse, moins on a de liens avec quelqu'un et moins on utilise le visiophone pour le joindre.

Deux jeunes adolescentes du groupe, très amies et dans la même classe, s'appellent en moyenne une heure par jour! Deux autres ont cessé de se visiophoner le jour où elle n'ont plus été dans la même classe. Mais, être dans la même classe ne suffit pas. Encore faut-il entretenir certains liens. Deux des filles interviewées sont ensemble à l'école mais ne s'appellent pas. "On ne se connaît pas assez, je crois" dit l'une. "On ne se connaît pas assez. On a une relation de classe, de camarade, mais pas autre chose" dit l'autre.

Pour ces jeunes utilisateurs, le visiophone est un outil de communication qui renforce les relations conviviales mais n'en induit pas. Personne n'imagine faire connaissance de quelqu'un par visiophone.

Le visiophone n'empêchera ou ne remplacera pas non plus les déplacements : "Ça ne peut pas remplacer un après-midi ensemble" ; "On sent toujours qu'il y a un intermédiaire, quand même" ; "Si l'écran était plus grand, si on pouvait se balader dans l'appartement ou dans la maison, celui qui est en face de nous, nous verrait circuler ou d'autres choses. Tandis que là, on a toujours la personne en face de soi, qui ne doit pas bouger pour ne pas échapper au champ de la caméra. C'est très statique, c'est pas pareil" ; Quand on voit vraiment ses amis, c'est tout un entourage, toute une atmosphère, c'est beaucoup de choses" ; "Les amis lointains, y'a que le voyage pour les voir, mais Paris, c'est loin. S'ils avaient le visiophone, on pourrait les voir, on serait content parce qu'on participerait à leur vie quotidienne. Ils seraient toujours loin, on ne pourrait pas faire des choses ensemble, mais au moins on les verrait, on aurait plus envie de les appeler."

4. Si le visiophone se généralisait...

Placés dans la fiction d'une extension du visiophone à l'ensemble national, ces jeunes utilisateurs proposent mille occasions de s'en servir, toutes liées au maintien de relations affectives fortes.

"Surtout pour des amis qui habitent loin, qu'on n'appelle pas souvent. S'ils avaient le visiophone, ça serait génial. On mettrait l'image automatiquement" ; "Quand on a des gens qu'on ne voit pratiquement jamais, c'est mieux d'avoir le visiophone" ; "J'ai ma cousine préférée qui habite Bordeaux, ça changerait tout" ; "J'ai des amis qui habitent Paris, j'aime bien leur téléphoner. Mais, ça ne peut pas se faire tous les jours. S'ils avaient le visiophone, je suis sûre qu'ils aimeraient aussi m'appeler. Et puis on voit la technique évoluer, c'est super. On se dit : on est à je ne sais combien de kilomètres d'écart. Et on se voit, comme ça, c'est génial!"

5. L'effet piégeant du visiophone

Les enfants confirment le mécanisme de l'effet piégeant.

En particulier, le fait d'avoir l'image de son interlocuteur freine la distanciation. "Je crois que mes parents, s'ils avaient quelqu'un d'important à appeler, je sais pas, l'inspecteur ou le directeur, ils ne mettraient pas l'image, parce que ça fait quand même une perte de distance. L'image, ça rapproche beaucoup, trop même avec des inconnus" ; "Au téléphone, on peut faire des trucs, là, on se sent observé" ; "Des fois, si on est au téléphone, on pense tout à fait le contraire, on peut rigoler sans que la personne le sache. Mais là, on nous verrait, on ne peut plus" ; "C'est plus difficile de raconter des histoires, on s'abstrait moins" ; "Quand on doit annoncer le décès de quelqu'un, c'est plus facile de le dire sans l'image" ; "On pleure plus facilement sans que l'autre nous voit" ; "Une fois, j'ai pleuré au visio, j'aurais voulu couper l'image, c'était très gênant" ; "Des fois, au téléphone, on écoute quelqu'un, on a le regard perdu dans le vide, on l'écoute, on ne dit rien. Alors que si on l'a en face de soi, on se sent obligé de lui dire quelque chose".

Comme leurs aînés, les enfants pensent qu'il est difficile de mentir au visiophone.

"Même mentir, on ne peut pas mentir parce que ça se voit, ça se lit sur le visage. De ce côté là c'est quand même assez direct" ; "Au téléphone, des fois, je m'oblige à avoir une voix polie, mais je fais la grimace. Je regarde le reste de la famille, ça commence vraiment à m'énerver. Ça, on ne peut pas le faire si on a l'image. Il faut jouer le rôle avec le visage et avec la voix, c'est plus fatigant" ; "Si je disais quelque chose de pas vrai, j'ai l'impression que ça se verrait tout de suite. Au visio, c'est comme avec la caméra, on voit tout, tout de suite."

Quand ils évoquent l'effet piégeant du visiophone, les enfants ne s'imaginent pas forcément en être toujours les victimes mais envisagent aussi de pouvoir s'en servir : "Au visio, avec un gentil sourire, ça passe mieux" ; "Les gens ne peuvent pas se dérober, ils sont obligés de répondre" ; "C'est plus impressionnant pour la personne en face" ; "A partir du moment où c'est plus difficile de mentir, si on n'est pas sûr de quelqu'un, on lui visiophone, et on voit..."

3. VISIOPHONIE ET EDUCATION

1. Naissance d'une structure : F.O.E.B.

Avant même le branchement des premiers visiophones à Biarritz, le C.R.D.P.¹ de Bordeaux lance de façon officielle le groupe F.O.E.B. (Fibres Optiques Education Biarritz). Le Recteur d'Académie, les principales administrations concernées, des élus locaux et les enseignants intéressés assistent à la naissance d'un "centre de ressources" qui est un fonds documentaire constitué à partir des bibliothèques et archives des établissements scolaires de Biarritz. Le but de ce centre est de permettre aux élèves de pouvoir consulter sans se déplacer des documents à l'aide du visiophone.

1) Exclusivités de compétences

Le Recteur d'Académie de Bordeaux confie la mission de F.O.E.B. au Directeur du C.R.D.P. d'Aquitaine et à son service "Etudes et Recherches", qui possède déjà un savoir-faire en matière de télématique. Il détient surtout l'exclusive d'un service télématique, "Télémediathèque 33", créé dans les années 1980 pour répondre aux besoins de documentation des enseignants aquitains défavorisés par l'éloignement.

Le G.C.A.M., société de service dépendant de la Caisse des Dépôts et Consignations, élabore un logiciel pour interroger le fonds documentaire par minitel. Fort de ce savoir-faire, le C.R.D.P. transpose ses nouvelles compétences sur le réseau Fibres Optiques de Biarritz en créant "Télémediathèque Plus"². Un des trois enseignants mis à la disposition de F.O.E.B. rapporte : "On est allé au fond des classes des instituteurs pour répertorier leur Bibliothèque pour le Travail des Jeunes (B.T.J.). On a recensé des milliers de diapositives, bouquins, documents. On s'est vraiment investi là-dedans. On a fait une banque

¹ Le C.N.D.P. (Centre National de Documentation Pédagogique) est décentralisé au niveau de chaque région (les C.R.D.P.). Ces Centres Régionaux de Documentation Pédagogique ont à leur tour une antenne dans chaque département : les C.D.D.P.

² L'opération de Biarritz coïncide aussi avec les intérêts financiers du C.R.D.P. puisqu'à la même époque celui-ci cherche à vendre son logiciel en créant les télémediathèques "Dordogne 24" et "Landes 40".

de données considérable qui devait être la réalisation optimale du projet "Fibres Optiques". Un réel désir de mener cette opération à bien existait donc au départ.

2) Echec de "Télémediathèque Plus"

Une maquette expérimentale de la télémediathèque est fonctionnelle pendant plusieurs mois et les enseignants équipés d'un visiophone peuvent consulter des documents. De plus, deux services d'information et de télé-enseignement viennent s'ajouter au projet initial. Le 18 juin 1984, la maquette est présentée officiellement aux praticiens intéressés et surtout aux bailleurs de fonds pressentis : la Commission des finances du Conseil Général, la Municipalité de Biarritz, etc. Aucun n'accepte de soutenir l'opération en achetant le logiciel. Dès le lendemain, le code d'accès de la télémediathèque est retiré aux enseignants par le G.C.A.M.... Le C.R.D.P. se désintéresse alors de l'opération F.O.E.B. et délègue la charge de piloter la suite des réalisations au C.D.D.P. F.O.E.B. est dissous peu après.

Est-ce la logique institutionnelle d'un organisme tel que le C.R.D.P. qui a pu aboutir à occulter totalement la fonction spécifique du visiophone, l'interactivité de l'image? Aucune expérience n'a été tentée pour explorer ce nouveau domaine d'expression par l'image. Le C.R.D.P. a systématiquement appliqué son savoir-faire en télématique sans vraiment considérer les particularités du visiophone.

2. Changement d'identité et de logique d'action : "Visiocom Education Biarritz".

A la rentrée 1984, F.O.E.B. laisse place à "Visiocom Education Biarritz" et aux projets du nouveau responsable : le directeur du C.D.D.P. (antenne de Bayonne). Trois axes prioritaires sont définis.

- Des liaisons de points à points

Le réseau de fibres optiques permet aux enseignants d'organiser des visites de musée, d'entreprise, d'exposition sans être dans l'obligation de déplacer une classe entière. L'équipe de Visiocom Education Biarritz filme le lieu de visite avec une caméra reliée au

visiophone de la classe qui ne se déplace pas¹. Une liaison totalement interactive commence alors entre l'animateur sur place, et les élèves restés au collège. Généralement, la classe est scindée en deux : les "reporters" et les "spectateurs actifs".

- Une plate-forme d'exposition permanente

Après son départ, le C.R.D.P. de Bordeaux tenait malgré tout à conserver une antenne à Biarritz pour y aménager une vitrine des activités de l'Education nationale en matière de nouvelles technologies de communication. Une exposition permanente a donc été montée et tenue à la disposition des visiteurs (des particuliers mais surtout les classes environnantes) dans les locaux du Visiocom Education Biarritz.

- L'usage pédagogique de la télévidéothèque

Avec le réseau de fibres optiques, la possibilité est offerte à l'usager de commander, par un service télématique, le documentaire, reportage ou film de son choix. Une convention attend d'être signée entre le C.N.D.P. et France Télécom : en échange d'horaires adaptés aux rythmes scolaires (pour bénéficier de cette télévidéothèque pendant les heures de cours²), l'Education nationale ajouterait 350 titres aux 950 déjà existants. La convention signée à Biarritz représenterait un modèle pour les réseaux câblés prévus dans d'autres villes.

3. Mise en place d'un nouveau service : l'Assistance scolaire par visiophone.

Avec la télémediathèque et la télévidéothèque, le C.R.D.P. valorise à la fois les fonctions de diffusion et d'interactivité du réseau. Mais, dès le départ, un autre acteur, l'I.N.R.P. (L'Institut National de Recherche Pédagogique) allait aussi s'intéresser aux potentialités pédagogiques du visiophone.

¹ L'image et le son sont améliorés respectivement par une transmission sur monitor T.V. et un amplificateur.

² Les horaires d'ouverture actuels de la télévidéothèque sont de 15 h à 24 h, tous les jours sauf le mardi. Cela restreint les possibilités d'utilisation scolaire à trois heures seulement : de 15 h à 16 h les lundis, jeudis et vendredis.

En septembre 1984, une dizaine d'enseignants du collège Jean Rostand de Biarritz sont recrutés et rémunérés par l'I.N.R.P. pour concevoir et expérimenter le procédé d'Assistance scolaire par visio-
phone¹. Au départ, le public touché est limité à une seule classe de troisième, puis toutes les classes du même niveau, ensuite le collège dans son entier et enfin les deux établissements de Biarritz. En élargissant ainsi la cible, l'usage de l'Assistance scolaire ne se limite plus aux appels visio-phoniques. A l'opposé du public visé, les horaires de permanence sont, eux, restreints au fur et à mesure de la poursuite de l'expérience².

Une information importante est faite auprès des élèves afin de les inciter à appeler. Mais, en dépit de ces efforts, les appels téléphoniques stagnent à une moyenne de deux par soir tandis que les appels visio-phoniques sont quasi inexistantes. La fréquence des appels semble entrer en corrélation directe avec les périodes scolaires : en début de trimestre ou avant la période des conseils de classe, l'Assistance scolaire est davantage sollicitée. La relance de l'information est également un facteur influent. La diffusion de l'information ou sa répétition augmentent momentanément le nombre des appels. L'information est renouvelée régulièrement et ne peut être la cause de l'échec.

4. Crises de légitimité

Des critiques écorchent régulièrement le système éducatif français en dénonçant son inadéquation au monde actuel. L'Éducation nationale est accusée en particulier de "perpétuer l'échec scolaire", d'être "inadaptée à la vie professionnelle" et de "renforcer et reproduire les inégalités sociales". Difficile pour les enseignants de ne pas se sentir désinvestis de leur aura. Pour certains, la tentation est alors grande de se retrancher derrière l'institution et de débrayer de tout effort d'innovation pédagogique.

¹ Le principe de l'I.N.R.P. est de conduire des expériences de toute sorte de type éducatif qui doivent être généralisables ensuite sans moyens supplémentaires. Une des plus connues est l'expérience des "groupes de niveau".

² Au départ, tous les soirs de 16 h à 18 h et le mercredi matin de 9 h 30 à 12 h. Aujourd'hui, de 16 h 30 à 18 h sans la permanence du mercredi.

Dans ce contexte, les nouvelles technologies de communication représentent une opportunité pour tenter de reconstruire une image plus moderne et plus valorisante de l'Education nationale : "(...) l'outil télématique met l'instrument à la disposition de l'utilisateur réel qu'est l'élève, sans passer par l'intermédiaire du professeur. Cette nouvelle liaison permet de relativiser le réseau prépondérant maître/élève, réseau hiérarchisé et unidirectionnel dont l'orientation éducative n'est pas nécessairement progressiste".¹

Dans la plupart de leurs écrits, le C.R.D.P. comme l'I.N.R.P. opposent de façon parfois trop systématique l'enseignement traditionnel aux nouvelles technologies de communication. Celles-ci sont investies des plus grands espoirs pour lutter contre l'échec scolaire et réduire les inégalités sociales. A l'extrême, elles sont envisagées comme devant, à plus long terme, se substituer dans certaines matières à l'enseignant lui-même. Présenté aussi brusquement, l'intérêt pour ces nouveaux moyens de communication provoque plutôt des attitudes défensives, voire de rejet, chez beaucoup de professeurs. L'un d'eux, à Biarritz, explique : "L'I.N.R.P. est parti du constat que les enseignants sont des gens un peu frileux, qui craignent beaucoup les innovations. Il y a des enseignants qui s'en moquent, mais c'est aussi plus profond. Il y en a qui ont craint d'être dépassés par la machine, pas vraiment pour leur avenir professionnel mais plutôt pour leur statut : que vais-je devenir? Je ne serai plus le dispensateur de savoir puisque la machine me remplacera (...) dans la mesure où la machine fait une partie du travail de l'enseignant et, en particulier, peut dispenser un savoir que l'enseignant dispensait autrefois. L'enseignant perd de sa superbe, c'est sûr !" Des professeurs se sentent donc menacés par l'introduction à l'école de ces nouveaux outils présentés comme des substituts potentiels, sentiment se traduisant par des conduites de replis ou par le rejet de ces outils dans le cadre de leurs activités pédagogiques.

¹ René La Borderie, Directeur des recherches du C.R.D.P. de Bordeaux : "Le système télémediathèque", in Bulletin de l'IDATE, Octobre 1982, n° 9, p 124.

5. Une logique enseignante

Cette attitude défensive est cependant loin d'être commune à l'ensemble du corps enseignant. Ainsi, au collège Jean Rostand de Biarritz, des professeurs remettent en question leur rôle et cherchent les moyens d'être moins magistraux. Ils essaient de diversifier leurs outils pédagogiques pour instaurer des rapports plus conviviaux avec leurs élèves. Ils considèrent les nouvelles technologies de communication comme un atout supplémentaire susceptible d'accompagner leurs démarches : "Les rapports d'autorité, si j'avais voulu, j'aurais fait gendarme! En classe, on y est obligé, mais j'essaie de pas résumer mon rôle à ça. Dans les petits groupes, c'est très intéressant, c'est pour cela que je favorise le travail autonome. La vidéo, par exemple, est un excellent exercice pour avoir avec les élèves des contacts cordiaux, pas basés sur un rapport de maître à élèves (...) l'élève le sent et apprécie beaucoup."

L'adoption de nouvelles technologies de communication semble assez systématiquement accompagner la recherche de rapports différents avec les élèves. Ces nouvelles technologies semblent s'y prêter tout particulièrement et c'est bien avec ces objectifs que l'équipe enseignante de Biarritz a lancé l'expérience d'Assistance scolaire. Mais elle n'a pu la mener à fond dans la mesure où le visiophone était considéré comme un complément et non un substitut au rôle pédagogique du professeur.

Nos contacts avec les enseignants ont fait ressortir leurs préoccupations débouchant souvent sur de fortes remises en question. Ils constatent que les élèves d'aujourd'hui sont bien différents de ceux d'hier. L'environnement culturel se complexifie et ils bénéficient de multiples sources d'enrichissement et de lieux d'apprentissage. L'école n'a plus l'exclusive de la transmission du savoir et a perdu de son aura. Les enseignants rencontrés refusent d'être uniquement ces "dispensateurs de savoir", mais veulent également éviter de se cantonner dans une relation affective. Ils cherchent à redéfinir leur statut en repensant la notion d'éducation : "Le respect pour la fonction enseignante n'existe plus. L'élève n'attend pas tout de son professeur. Il sait très bien que la télévision peut lui fournir autant d'informations

que le professeur, les livres aussi. Les profs en prennent conscience. Ils ont craint d'avoir un rôle simplement affectif. Ils ont refusé le tutorat par exemple. Par contre, le professeur acceptera de ne plus avoir ce rôle magique d'autrefois. Il aura un rôle d'éducation à l'ordre, à la rigueur que la machine n'aura pas et finalement un rôle d'analyste. Face à l'image, il apprendra non à s'en servir car l'enfant le saura mieux, mais à orienter la recherche. L'enseignant voit que son rôle n'est pas fini. Il s'est rendu compte que l'informatique, par exemple, c'est assez limité. Les logiciels sont assez rudimentaires, le cours sera toujours indispensable".¹

On comprend mieux l'opiniâtreté des enseignants de Biarritz pendant trois ans : l'Assistance scolaire était un des moyens pour eux de créer un lien différent avec leurs élèves et d'instaurer des passerelles avec la vie extra-scolaire. L'enjeu de l'opération était pour eux aussi de trouver des réponses concrètes à leurs nouvelles préoccupations. Malgré cette volonté des enseignants de reconstruire des représentations différentes de leurs rôles, les élèves sont restés réticents à répondre à l'appel.

6. Premiers éléments d'analyse de l'échec de l'Assistance scolaire par visiophone

L'I.N.R.P. a voulu comprendre les motifs de l'échec de l'expérience d'Assistance scolaire par visiophone et a mené une enquête par entretiens individuels auprès d'un échantillon d'élèves du collège Jean Rostand. D'après cette enquête, et hormis les facteurs d'âge (un élève de troisième appellera plus facilement qu'un élève de sixième) des motifs d'échec ont été repérés.

- Une certaine méfiance envers le système chez les élèves qui ont habituellement des relations distantes, voire hostiles à l'égard de leurs enseignants : certains croient que les professeurs leur tendent un piège, "qu'ils se disent tout entre eux"².

¹ Cet enseignant utilise quotidiennement le magnétophone, la vidéo, le vidéotex ou le visiophone, pendant ses cours.

² Etude de l'I.N.R.P., M. Harpari : "Assistance Scolaire", premier trimestre 85/86; "Les Appels", avril 1986, p 1.

- Une timidité face à cette relation inhabituelle avec l'enseignant qui n'est plus là pour sanctionner mais pour aider l'élève.

- La majorité des appels sont motivés par une "difficulté rencontrée dans un exercice d'application"¹. Les mathématiques représentent la première discipline sollicitée (39 %) puis vient le français (27 %). Les autres matières occupent chacune moins de 10 % des appels. Au premier semestre de l'année 1985-86, "les mathématiques font l'objet des deux tiers des appels et l'Assistance scolaire est en passe de devenir S.O.S. maths"².

- Les élèves de niveau scolaire moyen ou bas, qui font leurs devoirs régulièrement et organisent leur travail à l'avance, "parlent de l'Assistance scolaire comme d'un service bien connu et le sollicitent naturellement en cas de difficultés"³. Mais pour les élèves en rupture scolaire, le système de l'Assistance scolaire ne constitue pas une ressource. Les témoignages d'enfants, abondamment cités dans l'étude de l'I.N.R.P., montrent que leurs attitudes à l'égard des enseignants ou du travail scolaire sont reproduites à l'égard de l'Assistance scolaire. Si l'élève se désintéresse de son travail, la possibilité d'être aidé par l'Assistance scolaire ne le motivera pas davantage. Par contre, si l'élève perçoit et accepte le rôle éducatif de l'enseignant au même titre que celui d'un parent, il fera appel à l'Assistance scolaire de façon plus naturelle et spontanée.

L'échec de l'Assistance scolaire par visiophone ne signifie pas nécessairement l'échec du procédé d'assistance. Une moyenne de deux appels par soir peut être considéré comme un résultat non négligeable pour une expérience totalement innovante. Mais un appel visiophonique par trimestre pointe bien le non succès de la tentative. Les enfants possédant un visiophone déclarent avoir essayé une première fois. Mais s'ils répètent l'opération, c'est avec le téléphone. Pourtant, ces mêmes enfants disent être des utilisateurs réguliers du visiophone, avec leurs camarades ou leur famille.

¹ Op. cit. p. 8.

² Op. cit. p. 1.

³ Op. cit. p. 3.

7. L'Assistance scolaire vue par les élèves

Ce n'est pas l'idée d'Assistance scolaire en elle même qui arrête les enfants. Ils la trouvent intéressante et disent avoir eu l'intention d'utiliser ce nouveau service dès sa mise en place. "C'était nouveau, ça sortait de l'ordinaire" ; "Moi, quand on m'a annoncé qu'il y avait l'Assistance scolaire, j'étais contente. Je trouvais que c'était une bonne idée et je pensais appeler à tout va et... finalement... je n'ai pas appelé."

Habituellement, l'élève ne met pas l'image parce qu'il ne connaît pas bien son interlocuteur. Dans le cas de l'Assistance scolaire, c'est exactement le contraire. Si l'élève imagine pouvoir tomber sur un de ses professeurs, il n'appelle pas. Et si, étant persuadé qu'il ne tombera pas dessus ce soir-là, il appelle et, contre toute attente, reconnaît la voix de son professeur, il ne met surtout pas l'image et se trouve très gêné.

"Une fois, je l'ai utilisé pour m'aider dans un exercice de maths. J'ai décroché et reconnu à la voix que c'était ma prof de math. Je pensais tomber sur un autre professeur, et justement, ce soir-là, c'était ma prof de math qui faisait la permanence! Alors, comme on pouvait conserver l'anonymat, ils avaient dit que ce n'était pas obligé de dire notre nom et notre classe, j'ai préféré le garder et j'ai pas voulu appuyer sur l'image. Ça m'aurait vraiment gêné de la voir" ; "J'ai peur de tomber sur mon prof, et alors le voir, comme ça... non!" ; "Mais, on est mal, mais oui, on est mal" ; "Les profs c'est les profs, c'est pas des gens avec qui on téléphone comme ça, tranquillement."

Les enfants sont catégoriques : s'ils étaient sûrs de ne jamais tomber sur leurs propres enseignants, ils feraient peut-être appel à l'Assistance scolaire.

Toutefois, il s'agirait là d'un ultime recours. "Quand on ne comprend pas, on se demande entre copines. Ça c'est toujours fait comme ça et c'est difficile de changer ses habitudes" ; "Mon premier réflexe quand je ne comprends pas, c'est de demander à mes parents. Après les parents, à une copine. Après, tant pis, j'abandonne."

8. L'artificialité d'une communication privée professeur/élève.

Les enseignants participant à l'Assistance scolaire disent leur intérêt pour le changement de statut qu'elle permet. "Dans notre pratique avec les élèves, les contacts par visiophone ou téléphone nous ont replacés dans un contexte tout à fait différent. Non plus de maître à élèves mais... comment dire... pas d'homme à homme, c'est pas tout à fait sur le même plan, mais d'éducateur à éduqué, c'est-à-dire l'éducateur n'étant pas le maître parlant depuis de son siège magistral, mais quelqu'un qui se dépatouille lui-aussi."

La grande incompréhension est là! L'enseignant a le sentiment de modifier son statut mais les élèves n'ont pas perçu ou n'acceptent pas le changement. Même si le contexte varie, le statut de l'enseignant reste le même aux yeux des élèves. La relation privée entre l'élève et son professeur est une situation anormale, l'enseignement public étant bâti sur un rapport collectif et hiérarchique. De façon inconsciente peut-être, une relation particulière avec le professeur exprime automatiquement une anomalie pour l'élève. Si le changement du statut de l'enseignant (de dispensateur de savoir il devient guide et éducateur) n'est pas perçu par les élèves et si la relation duelle est synonyme d'irrégularité, le procédé de l'Assistance scolaire ne peut déclencher ni adhésion ni utilisation massive.

Les relations habituelles entre les enseignants et les élèves ne sont ni conviviales ni amicales. Elles sont déterminées par un contexte précis qui semble incompatible avec l'utilisation du visiophone. Se servir de l'image impliquerait une relation nouvelle qui n'existe pas dans les faits.

Parler à son professeur au visiophone paraît artificiel et ne correspond à aucune circonstance vécue. "On ne le connaît pas assez. Ce n'est pas le même genre de connaissances que celles à qui on visiophone"; "C'est pas le même genre, on ne le connaît pas en privé"; "On choisit pas, est obligé de le connaître"; "On est forcé d'être au collège, d'être en face d'un prof"; "On connaît le prof mais pas la personne." Ces témoignages montrent que le visiophone impliquerait pour les enfants un nouveau type de liens avec leur professeur.

La barrière que constitue le contexte de l'institution est considérable et ne peut s'annuler, comme par enchantement, lors d'une communication visiophonique.

"C'est comme quand on est à la plage et qu'on se rend compte qu'il y a un prof, on pique la tête dans le sable. On fait l'autruche" ; "Maman avait invité le proviseur du lycée, moi, je suis restée dans ma chambre" ; "Même si on est à l'aise avec un prof, ça veut pas dire qu'on le connaît. On serait gêné si on devait lui parler en privé." Les rapports d'autorité d'enseignant à enseignés existent et se s'étendent au-delà des limites de l'établissement.

Contrairement à ce que les enseignants de Biarritz espéraient, le visiophone ne permet pas de modifier les rapports institués au sein de l'établissement scolaire pour les rendre plus conviviaux.

Le visiophone n'induit rien à ce niveau-là. "Si je rencontrais mon professeur, par exemple lors d'un repas et lui parlais...une conversation comme ça... on pourrait peut-être sympathiser. Mais, au visiophone, c'est quand même plus éloigné. On ne peut pas sympathiser par visiophone si on ne se connaît pas déjà bien." L'image, qui rapproche deux amis ou les membres d'une même famille est inopérante dans le cadre de l'Assistance scolaire.

Les enfants assimilent spontanément la relation duelle avec un de leurs enseignants à une situation anormale. Ils évoquent tout de suite une épreuve orale ou un problème de discipline. "Généralement, si on se retrouve tout seul en face du professeur, c'est qu'il y a un problème" ; "On est convoqué, on demande rien" ; "C'est l'oral" ; "A la fin du cours, si on n'a pas compris, on lui demande" ; "C'est quand il y a un problème" ; "Visiophoner à son prof, c'est comme si on allait voir son prof à la fin du cours, c'est pas par plaisir."

Même si le soir l'enfant n'est plus à l'école mais chez lui, il est pris dans le schéma scolaire : s'il appelle l'Assistance scolaire, c'est parce qu'il n'a pas compris la leçon, il se sent donc fautif. De plus, si demander de l'aide à un professeur peut être envisageable, l'acte devient coupable s'il s'agit d'un de ses propres enseignants : "Surtout le prof qui nous fait cours, si on ne comprend pas tellement..." ; "Si je n'avais pas reconnu ma prof de math, j'aurais mis l'image" ; "Si on était sûr de tomber sur le prof d'un autre lycée, on la mettrait peut-être".

Comme dans toute relation, les rapports enseigné/enseignant sont parfois basés sur des malentendus. Ainsi, l'élève qui ne comprend pas totalement un cours, ne demande pas automatiquement des éclaircissements au professeur. Il sait qu'une fois chez lui, il aura tout le loisir de prendre du recul pour réexaminer le problème. Retrouver son enseignant en appelant l'Assistance scolaire, fait apparaître au grand jour l'équivoque que l'élève aura laissé subsister, d'où un sentiment de culpabilité. Ce non-dit, fonctionnant par connivence au sein de l'institution, est menacé par l'expérience d'Assistance scolaire. Du côté professeur : "Ils auront peut-être honte de dire qu'ils n'ont pas compris alors qu'en cours ils ont dit qu'ils avaient compris." Du côté élève : "Si on appelle, ça veut dire aussi qu'on n'a pas compris."

D'autre part, même si les élèves nuancent cette appréciation par des exemples particuliers, la trop grande homogénéité du corps enseignant les gêne. Ils appréhendent l'institution comme un tout et non comme une somme d'individualités. "Oui, mais on a toujours peur. Les profs ils se disent tout dans la salle des profs. Et, quelque chose qui se passe, l'heure d'après, tout le monde sait tout" ; "Ça se sait vite, c'est dingue!" ; "Vous avez une heure avec un prof et la seconde heure, ce que vous lui avez dit vous est ressorti par un second prof" ; "Tous les profs savent ce qui se passe" ; "Des fois, on peut aller vers un prof et lui dire quelque chose qu'on n'a pas envie de dire à quelqu'un d'autre, et puis, quand on s'aperçoit qu'il l'a dit autour de lui, ça refroidit". Les enfants réclament moins de transparence entre les enseignants. "Il faudrait qu'il y ait un secret professionnel pour les profs".

Mais si l'élève ne se sent pas reconnu individuellement, ses rapports avec l'enseignant sont toujours inscrits dans une relation de groupe qu'il faut constamment renforcer. "Même si les élèves ne sont pas liés entre eux, il y a toujours une solidarité dans la classe, face au prof. Et à l'oral, c'est toujours comme ça. Même si les élèves entre eux ne s'entendent pas, face au prof, ils sont unis" ; "Pour les élèves, il faut détester le prof, c'est comme ça. C'est le prof, alors il faut le détester". Le pouvoir conféré à l'enseignant induit et génère une plus ou moins grande homogénéité de groupe. Ces témoignages sur l'effet piègeant du visiophone et sur le caractère atypique de la relation duelle professeur/élève, montrent clairement que le groupe est aussi un moyen de

se protéger du "rapport de domination" institutionnel. Le visiophone empêche de se composer un personnage, ce qui est par contre aisé au sein d'un groupe. Et ce pouvoir conféré à chacun par son appartenance au groupe s'évapore devant l'image du visiophone : "C'est comme à la fin du cours lorsqu'on vient dire qu'on n'a pas compris".

Cette relation de groupe dans lequel sont impliqués tous les élèves d'une classe, fabrique également les garants de sa cohérence et de sa permanence. Il n'est pas facile pour l'élève d'échapper aux règles communes. "On parle beaucoup avec le prof de dessin. On parle avec lui, de tout et de rien. Et alors, tout le monde dit : oui, il fayote. On ne peut pas... à peine quelqu'un parle avec un prof ou rit de lui, tout de suite, on le traite de fayot! Le prof, c'est l'ennemi". Les rapports de pouvoir établis par l'institution sont donc reproduits par les élèves eux-mêmes. Ils conditionnent en grande partie leur attitude et leur refus de l'Assistance scolaire.

Enfin, cette opération qui devait contribuer à limiter l'échec scolaire échoue aussi sur ce plan là. Nous arrivons aux mêmes conclusions que l'étude de l'I.N.R.P. Les enfants en difficulté appelleront encore moins que les autres. Une des interviewée qui a évoqué à plusieurs reprises sa timidité à l'école remarque : "Si on se sent à l'aise, si on est bon dans la matière, je pense pas qu'il y ait des problèmes. Si on est mauvais, ou timide, on a pas du tout envie d'appeler" ; "Si je suis nul, j'ai pas envie que le prof le sache" ; "Il y en a, c'est vraiment parce qu'ils ont la flemme de travailler."

9. La nécessité d'une étape intermédiaire

Pourtant, les enfants interviewés ne sont pas fermés à toute modification des relations avec leurs enseignants. Dans cette reconsidération des rôles, le visiophone ne leur paraît pas être le meilleur outil. "Il y a des profs qu'on aimerait connaître en dehors, qu'on aimerait mieux connaître, mais il ne faudrait pas être aussi direct. Le visiophone, c'est trop rapide..." ; "Il faudrait peut-être prévoir une étape intermédiaire pour déjà mieux connaître le prof. Peut-être qu'après on pourrait lui visiophoner. Parce que là, c'est trop... ça fait un passage trop brutal" ; "Si on vivait autre chose, pour moi ça

pourrait marcher. Mais là, on n'est pas habitué... et puis, on est plus ou moins timide, même si ça ne se voit pas". L'école ne permet pas à tout le monde d'être soi-même, elle codifie les comportements : "C'est pas comme ça que ça peut se faire. En Allemagne, y'a de bonnes relations avec les profs. Ils ont cours le matin jusqu'à une heure ou deux. Après, ils ont du sport... des locaux où ils font ce qu'ils veulent et il y a les profs qui vont là-dedans et qui discutent avec eux. Et, ils ne sont pas du tout gênés" ; "En voyage, on voit les profs. On est beaucoup plus avec eux. On parle d'autre chose, pas seulement de leur matière".

Si d'autres relations s'établissaient en dehors de la classe, cette étape supplémentaire que réclament ces élèves suffirait peut-être à rendre la communication visiophonique possible. "Nous, on a fait un voyage à Paris, c'était bien, on a parlé avec les profs et après c'était beaucoup plus sympa" ; "La prof de musique, je ne la connaissais pas et je suis allée la voir. Je lui ai dit : "si vous faites quelque chose en musique, vous me faites signe". On a fait un spectacle et elle m'a demandé. On a joué du piano. Elle a appelé un jour, chez moi, pour me demander d'apporter les photos. Je n'étais pas du tout gênée avec elle au téléphone. Oui, elle, Madame X, je l'appellerais par visiophone".

L'activité éducative autour du visiophone est très réduite. L'outil n'a pas suscité de réelles passions parmi les enseignants. Seule une dizaine d'entre eux se sont lancés dans l'aventure. Tous pensaient pouvoir redéfinir les relations professeurs/élèves dans le sens d'une plus grande proximité compréhensive. Là réside sans doute l'explication de l'échec de l'Assistance scolaire par visiophone. Celle-ci ne sera possible que le jour où les rapports enseignant/enseigné sur seront différents et où les séparations entre les univers scolaire et privé de l'enfant ne seront plus aussi imperméables¹. Il y a refus de l'échange visiophonique à but éducatif car il désorganise les jeux de rôles habituels entre enseignants et enseignés. Dans l'état actuel des choses, l'Assistance scolaire par visiophone est condamnée à se limiter à des utilisations marginales et exceptionnelles.

¹ Utopie qu'il faut considérer avec circonspection, la mission de l'Education nationale étant d'extraire l'enfant de son milieu familial afin de l'ouvrir sur un savoir universel.

4. EXPERIENCES D'INTERACTIVITE SUR LE RESEAU

1. La notion d'interactivité sur un réseau de télédistribution

La communication entre deux personnes partageant un même espace est pensée comme l'archétype de l'échange interactif. Elle se passe en temps réel, tous les sens sont requis et le partage d'un même espace dispense l'émetteur et le récepteur des préoccupations de transmission. D'où le défi lancé aux ingénieurs des télécommunications voulant médiatiser cette interactivité : les techniques doivent tendre à neutraliser les contraintes dues à l'espace pour s'approcher au plus près de cette forme originelle de communication.

Appliquée aux réseaux de télédistribution, la notion d'interactivité apparaît au cours des années 70 avec les premières expériences de télévision de proximité permises par le câblage, pensé comme alternative à la distribution hertzienne. Les habitants d'un même quartier ou d'un même village sont invités à être à la fois récepteurs et émetteurs d'informations. Les professionnels de la communication commencent alors à opposer les réseaux interactifs aux réseaux de simple diffusion. En 1973, Daniel Populus parle de la nécessité de développer la "bi-directionnalité de la circulation de l'information"¹. Toutefois, au niveau technique, rien ne bouge vraiment : même si la nature de l'information transitant sur le réseau change, celui-ci demeure un simple arrosoir d'informations. Les expériences de télévidéo des années 70 consistaient bien à faire des émissions avec les téléspectateurs sur leurs lieux de vie, mais les films étaient montés en studio et diffusés d'un point vers tous les autres sans qu'aucun retour direct soit possible.

Ce sera France Télécom (alors D.G.T.) qui, depuis longtemps rompue aux phénomènes de feed back sur ses réseaux téléphoniques, bousculera les habitudes en cherchant à appliquer son savoir aux réseaux de télédistribution. En empruntant ses réseaux, le téléspectateur doit pouvoir répondre, donner son avis à l'émetteur-distributeur.

¹ Daniel Populus : animateur de la première expérience de télévision locale sur le réseau câblé de la Villeneuve-de-Grenoble, de 1971 à 1973.

Elle fait de l'interactivité son affaire, doublant en cela la simple diffusion hertzienne qui ne permet pas le feed back. Cette différenciation correspond alors assez bien au découpage des compétences et des missions des deux organismes d'Etat des télécommunications françaises, T.D.F. et D.G.T.¹ Un plan câble est concocté. Derrière les louanges de l'interactivité médiatique, capable de transformer un consommateur passif en un producteur actif, se trouvent également des enjeux financiers considérables. Quoi qu'il en soit, la distinction entre interactivité bi-directionnelle et diffusion uni-directionnelle donne une importance nouvelle aux pratiques de l'utilisateur. L'auditeur n'est plus uniquement un récepteur muet, mais aussi un acteur. Une brèche technique est ouverte. Les militants d'un nouvel espace public médiatique vont s'y précipiter.

Dès le début de l'expérience du réseau câblé de Villeneuve-de-Grenoble en 1973, les précurseurs des réseaux câblés interactifs s'inspirent d'idéologies militantes visant à revivifier des espaces de débat. L'équipe de D. Populus à Villeneuve-de-Grenoble cherche à susciter une participation active des habitants et à transformer le câble en "un instrument de démocratisation de la vie locale" afin de créer un "nouveau forum". En 1971, ces pionniers de la télévision locale agissent dans le climat d'après-mai 68. Mais, 13 ans plus tard, lors du lancement des opérations de Gennevilliers et de Biarritz, c'est toujours les mêmes thèmes que se mobilisent les militants du câble. A Gennevilliers : "Parler d'interactivité, c'est d'abord évoquer l'interactivité sociale, la diversité des situations, la complémentarité des médias, la réduction des divisions sociales et culturelles"². A Biarritz : "Des passionnés de théâtre pourront dialoguer avec des acteurs en répétition ou des cinéphiles pourront inventer leur film au fur et à mesure de leurs questions. Des associations à caractère social utiliseront le visiophone pour rompre la solitude des personnes âgées"³.

¹ Richard Lauraire, François Rabaté : "L'interactivité saisie par le discours" in le bulletin de l'IDATE, n° 20, juillet 85, p. 28.

² Gislaine Azémard, Jean-Claude Quiniou : "Une autre optique à Gennevilliers", Editions du CERIAM, Paris 1984, p. 25.

³ Le bulletin Eco nov-déc 1983.

Contre les risques de déracinement, d'aliénation et de manipulation auxquels sont associés les grands médias centraux qui déversent sur chacun des produits anonymes conçus ailleurs, le câble et l'interactivité nous offriraient enfin, pensent ces militants, la possibilité d'entendre, de voir et de dire des choses qui concernent vraiment chacun et de participer ainsi directement à la marche de la cité. Cette nouvelle sociabilité locale serait l'antidote à la destruction ou au relâchement des relations sociales, à l'anomie et aux misères individuelles que les mégalofoles engendrent. Elle permettrait en particulier d'échapper à la solitude, à l'instrumentalisation des relations humaines et à l'unidimensionalisation des comportements. L'utopie d'un monde transparent et décentralisé, où une démocratie réellement participative et une convivialité authentique seraient enfin obtenues grâce aux nouvelles technologies de la communication, pointe dans les discours et écrits provoqués par l'annonce de la mise en place de réseaux interactifs.

L'interaction des premiers réseaux a toutefois déçu plus d'un. Dans le meilleur des cas, le retour du téléspectateur consiste à pouvoir choisir entre une quinzaine de programmes. Il semble que, sous le terme novateur d'interactivité, on ait confondu possibilité de choix de programme et échange. Avec sa télévidéothèque, le réseau de Biarritz représente sans doute le maximum que l'on puisse faire dans cette direction. L'usager peut choisir, parmi plus de 850 titres, un film ou un documentaire et en programmer le passage, au jour et à l'heure qu'il veut, sur un canal du réseau spécialement réservé. Mais même dans ce cas, le téléspectateur n'est acteur que dans son choix de consommation télévisuelle. Ce choix n'est finalement pas plus interactif que le zapping entre plusieurs programmes ou l'emploi d'un magnétoscope.

Le réseau en fibres optiques de Biarritz a la particularité d'être à la fois un réseau diffusé de télédistribution (programmes TV et HI-FI) et un réseau commuté visiophonique. Ces deux réseaux, parfaitement superposés dans l'espace peuvent être utilisés conjointement. N'importe quel usager du réseau peut passer en direct sur le canal de télévision locale : il lui suffit de visiophoner au studio. Son image personnelle sera alors diffusée à l'ensemble des téléspectateurs branchés sur ce canal. Pour la première fois sur un réseau, les

télespectateurs peuvent non seulement choisir leur émission, mais y participer tout en restant chez eux grâce à leur propre "studio de télévision" : le visiophone.

L'interactivité du réseau de Biarritz a-t-elle permis de définir un nouvel espace médiatique de débat, de rencontre et d'échange? A-t-elle suscité de nouveaux usages et de nouveaux types d'expression?

2. Etude de l'interactivité sur le réseau biarrot

Même si le passage de l'interactivité technique à l'interactivité sociale semblait ne pas aller de soi, plusieurs associations ont milité pour qu'il se produise à Biarritz. Leur objectif peut être résumé ainsi : donner la parole aux usagers, rompre l'enfermement de chacun sur son foyer et créer une convivialité à l'échelle du réseau.

1) Premières expériences : les jeux interactifs

Créés et animés par "Biarritz Communication Nouvelle" (BCN)¹, plusieurs jeux furent proposés aux câblés durant les deux premières années de l'expérience². Outre le fait d'animer le réseau en suscitant des appels, ces jeux offraient la possibilité de tester l'envoi simultané de plusieurs sources d'images en provenance d'une caméra, d'un vidéodisque, d'un magnétoscope ou d'un ordinateur. BCN développait ainsi l'idée qu'il pouvait y avoir de nouveaux produits à offrir au public.

Les jeux ayant eu le plus de succès furent ceux du "visiorôle" (Les participants devaient mener une investigation pour résoudre une énigme. Le joueur appelait au visiophone et, à l'autre bout du fil, une

¹ BCN a été créée en même temps que le réseau de Biarritz. Son objectif était de susciter de nouveaux usages chez les abonnés du visiophone en créant des animations sur le réseau. Cette association a compté jusqu'à 200 membres en 1986. Elle semble se reconvertir actuellement en prestataire de services en communication (formation continue, audit d'entreprises, animation).

² Du 5 au 31 août 1985 sous le titre générique de "Les Biarrots sont câblés", du 9 au 14 décembre 1985 : "Le Biarritz Bonheur des câblés" (les lots étaient fournis par le magasin "Biarritz Bonheur-Nouvelles Galeries"), du 6 au 9 janvier 1986 : "Culture au futur" (animé par l'Association pour le développement culturel), du 11 au 15 août 1986 : "Semaine de l'interactivité". La télévision locale Biarritz Télé Câble prendra ensuite le relais en organisant ces jeux sur son antenne.

animatrice de BCN répondait aux questions ou donnait des indices complémentaires. Les renseignements pouvaient être oraux ou visuels), de "Biarritz casé" (Le joueur qui appelait BCN voyait apparaître sur son écran de visiophone une image marquée par un quadrillage à la manière d'une bataille navale. Au bout de trois cases découvertes, il devait deviner l'image cachée), du "Clip masqué" (Une présentation proposait des clips vidéo où les voix et les images ne correspondaient pas obligatoirement au titre du sujet annoncé. La personne qui appelait devait retrouver les bons titres), et celui de "L'image en miettes" (Il s'agissait de rechercher sur le réseau un partenaire visiophoniste ayant vu la deuxième moitié d'une même séquence, afin de pouvoir reconstituer l'ensemble du scénario).

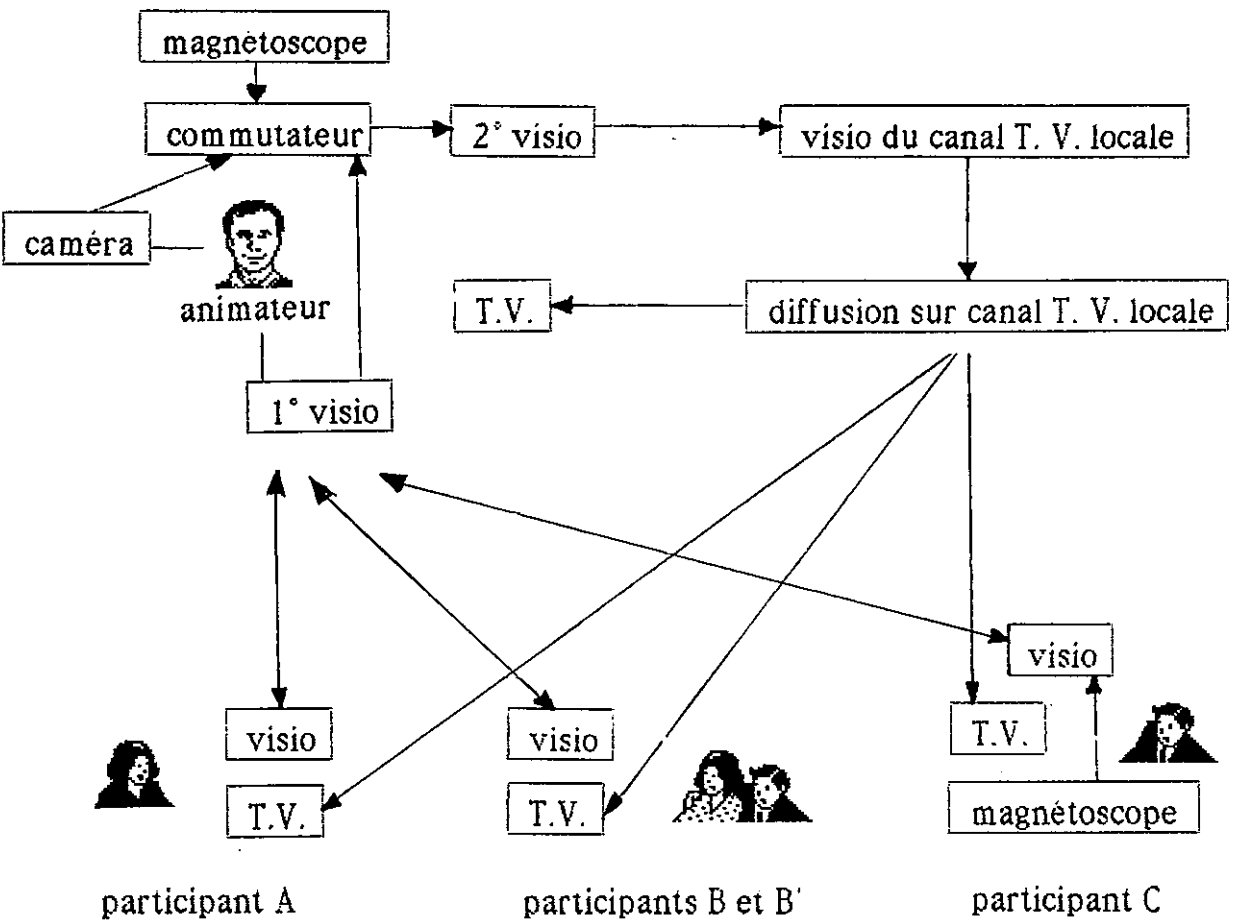
Les buts de BCN furent atteints. Démonstration était faite que l'interactivité du réseau pouvait être exploitée, ici à des fins ludiques. La participation des usagers fut plus qu'honorable. Par exemple, durant les 22 jours de jeu du mois d'août 1985, alors que seulement 700 abonnés étaient reliés au réseau, il y eut 366 appels visiophoniques, soit une moyenne de 17 par jour. Les appelants avaient entre 10 et 25 ans. 45 % des appels provenaient de cabines visiophoniques publiques, 30 % d'abonnés particuliers, 10 % de l'hôtel Miramar et le reste de professionnels appelant depuis leur lieu de travail. C'est en concevant et en gérant ces jeux que la possibilité technique de réaliser une intervision apparut aux animateurs de BCN.

2) L'intervision

L'intervision¹ fut sans doute la plus novatrice et spectaculaire des opérations menées sur le réseau biarrot. Le projet de BCN était de réaliser une émission en direct, non pas seulement avec quelques personnes débattant entre elles dans un studio de télévision, mais avec l'ensemble des usagers. Au cours d'une intervision, le "studio" n'a plus d'unité physique. Il est médiatiquement constitué par la somme des espaces privés des téléspectateurs qui décident d'intervenir en direct lors de l'émission. Les téléspectateurs produisent eux-mêmes le contenu de l'émission au fur et à mesure de son déroulement.

¹ La paternité de ce terme revient à BCN.

Schéma d'une intervision



Si, par exemple, les participants B et B' désirent intervenir en direct lors de l'émission, il leur suffit de visiophoner à l'animateur qui, par le biais d'un commutateur et grâce à un second visiophone, envoie leurs images et sons vers le diffuseur TV qui "arrose" l'ensemble des téléspectateurs. Voyant B et B' sur son poste TV, le participant C peut réagir en envoyant un petit documentaire grâce au couplage de son magnéto' scope avec son visiophone. Documentaire qui, à son tour, donnera peut être envie d'intervenir au participant A, à l'animateur ou au participant C, D, etc.

(Un troisième visiophone chez l'animateur permettrait à deux participants de l'appeler en même temps. L'animateur pourrait alors organiser, en direct à la TV, un débat entre eux en incrustant leurs deux images à l'écran)

La première expérience mondiale d'intervision s'est déroulée le 12 Août 1986 et a duré plus d'une heure. Au moment de sa préparation, BCN avait contacté toutes les associations de Biarritz concernées par le câble et par le thème de l'émission ("Trente ans de surf à Biarritz")¹. Joël de Rosnay, animateur de l'émission, sollicitait et coordonnait les appels des téléspectateurs. Ceux-ci visiophonaient pour témoigner, faire part de leur impression, montrer des documents (photos, vidéos, vieilles planches de surf, lettres) ou même saluer un téléspectateur apparu quelques instants auparavant sur l'écran.

Le "centre coordinateur", monté pour l'expérience dans les locaux de BCN, était constitué d'une caméra couleur devant laquelle se trouvait l'animateur, d'un magnétoscope pour envoyer des images pré-enregistrées, et d'un premier visiophone pour recevoir les appels. Un boîtier de communication permettait de mixer ces trois sources d'images afin de les retransmettre par l'intermédiaire d'un second visiophone vers le diffuseur (canal de TV locale).

Sur les six cents téléviseurs fonctionnant ce jour-là, cent cinquante étaient branchés pour regarder l'intervision, soit un taux d'écoute de 25 %. Une quinzaine de personnes ont appelé durant l'émission. En visionnant l'enregistrement vidéo de l'émission, on est frappé par son ambiance conviviale. Lorsqu'une personne du réseau intervient à l'écran, on découvre qu'elle est presque toujours entourée d'amis qui saluent, font un petit signe ou disent quelques mots. Le téléspectateur éprouve un fort sentiment de proximité avec ces visages inconnus. Le plus souvent l'intervenant balaie avec la caméra de son visiophone le champ de la pièce où il se trouve pour présenter les lieux et les personnes présentes. Le téléspectateur découvre l'univers privé de ceux qui appellent et est en quelque sorte invité en direct chez eux sans se déplacer. L'impression de "direct" est très forte. Il arrive de reconnaître quelqu'un à l'écran. La décontraction et la

¹ Uhaina (production d'images de sports de glisse), Biarritz Fibres Optiques (promotion du visiophone au sein de l'Education Nationale), les Ours Blancs (natation) et BTC (Biarritz Télé Câble, la télévision locale).

bonne humeur des intervenants, le côté artisanal et non professionnel de l'émission invitent les téléspectateurs à devenir téléacteurs.¹

Quelques jours après cette expérience, BCN fit réaliser une enquête qui montre combien les téléspectateurs ont été sensibles à l'aspect convivial de cette émission. "L'émission permet d'établir de nouveaux rapports entre les 'spectateurs'. Leur télévision leur sembla beaucoup plus proche, plus accessible". Les personnes interrogées parlent d'une "communication réelle et directe" qui "rompt l'enfermement de chacun sur soi", d'une télévision "relationnelle", "conviviale", "non-prétentieuse", qui "apprend au public à construire l'image", "à faire sa propre télévision", d'une télévision qui "entre vraiment chez soi", "où on peut dire ce qu'on veut" et où "on se sent partie prenante". La qualité technique, plutôt médiocre en comparaison avec ce que nous offrent les chaînes nationales, n'a pas constitué une réelle gêne pour les interviewés. Le contenu primait sur la forme. Les références habituelles permettant de juger de la qualité d'une émission télévisée étaient remplacées par de nouveaux critères d'appréciation.

L'expérience "Trente ans de surf à Biarritz" n'eut pas vraiment de suite. Une autre tentative d'intervision² se solda par un quasi échec. Trop peu d'écoute, trop peu d'intervenants en direct. Malgré la réussite de la première intervvision, il n'y eu pas de mobilisation des usagers pour continuer ce type d'émission. On peut donc se demander si la minutieuse préparation de la première intervvision ne fit pas illusion. La plupart des personnes étant intervenues avaient en effet été contactées au préalable. De plus, le milieu du surf est à Biarritz relativement homogène et circonscrit. Il s'agit plus d'une "société d'interconnaissance", au sens où l'entend Louis Quéré, que d'un espace anonyme³. C'est exactement dans ce contexte que s'est déroulée

¹ Ces impressions sont celles de quarante de nos étudiants qui ont visionné l'enregistrement vidéo de cette émission.

² Animée par Stella et Joël de Rosnay, elle eu lieu le 11 en octobre 1986 sur le thème de : "Bonne ou mal bouffe dans le Sud-Ouest?"

³ "Une société d'interconnaissance s'organise à mi-chemin entre l'anonymat et l'intimité. Elle correspond à une collectivité dont les membres se connaissent entre eux. Non pas de ce type de connaissance qui caractérise les relations familiales ou amicales mais celui qui fait qu'un individu se sait reconnu,

l'émission "Trente ans de surf à Biarritz". Sur la quinzaine d'intervenants, tous se connaissaient sauf deux. Il serait donc un peu hâtif de conclure à l'émergence d'une nouvelle agora électronique où des inconnus, physiquement éloignés, pourraient médiatiquement partager la proximité d'un échange d'arguments et d'informations.

3) Les "téléacteurs" de B.T.C.

La télévision locale "Biarritz Télé Câble" (B.T.C.)¹ a également ouvert son antenne aux téléspectateurs qui pouvaient intervenir en direct durant certaines de ses émissions. Dans son travail de maîtrise de sociologie, Vincent Brillot² étudie ce qu'il nomme les "téléacteurs", c'est-à-dire les personnes qui participent régulièrement en direct, par la voix et l'image, aux émissions de B.T.C. Il observe que les téléacteurs n'interviennent jamais pour débattre publiquement d'idées. "Ils n'appellent que par plaisir, plaisir de jouer, plaisir de jouer à passer à la télévision, plaisir de passer à la télévision"³. Au cours de son enquête auprès des habitués de la télévision interactive, une seule personne a déclaré avoir participé à une émission pour faire part de son opinion : "Une fois, je suis intervenu, il y avait Bruno Masure (dans les studios de BTC). Alors, j'en ai profité pour lui dire qu'il ne fasse pas à Biarritz comme à la télévision nationale, qu'ils ne montrent pas des femmes à poil ou des coups de revolver".

A la lecture des treize entretiens effectués auprès de ces téléacteurs, nous sommes en mesure de conclure que les motivations les amenant à intervenir à B.T.C. sont avant tout d'ordre ludique et

identifié hors de chez lui.", Louis Quéré, "Des miroirs équivoques", Paris, Aubier, 1982, p 52.

¹ BTC fut inaugurée le 10 janvier 1986 à l'occasion du branchement du 1000^e abonné visiophonique. Elle produisait 45 mm d'émission quotidienne qu'elle diffusait deux fois de suite entre 18 h 30 et 20 h. Faute de moyens financiers, et dans l'attente de la mise en place d'une nouvelle structure de production liée au futur réseau câblé (en coaxial...) du District Bayonne-Anglet-Biarritz, elle interrompit ses émissions en juin 1989. Durant ces trois ans et demi d'émission, la moyenne de son audience régulière fut de 21 % tandis que son audience occasionnelle passait de 44 % en 1986 à 57 % en 1988.

² Vincent Brillot : "Le téléacteur", mémoire de maîtrise, Bordeaux II, 1988, p 93.

³ Op. cit. p. 90.

narcissique. L'intervention en direct des abonnés du visiophone sur le canal de TV locale se limite pratiquement à la participation aux jeux qu'organise B.T.C. au cours desquels les téléacteurs se mirent en se marrant dans leur téléviseur. L'autre succès de télévision interactive est l'émission très attendue d'une voyante. Les gens appellent, expliquent leur problème personnel et se font tirer les cartes à l'antenne. "Le téléacteur entre à un certain moment dans l'espace public pour satisfaire son désir de jouer ou de participer, mais à aucun moment la finalité de l'acte n'est publique. Un des téléacteurs ayant aussi participé à une émission sur le plateau de BTC compare : "Quand tu passes à la télé, tu te dis : tout le monde me voit à la télé! Alors que lorsqu'on intervient en direct grâce au visiophone, on est quand même chez soi! On se voit à la TV, mais derrière, il y a le décor, le fond de chez soi"¹. De fait, lorsque qu'un téléacteur passe à l'écran, il voit la même image que celle qu'il verrait s'il appuyait sur la touche contrôle de son visiophone. La dimension publique de son acte est relativisée d'autant. "Le téléacteur n'a pas conscience de l'être. Il ne réalise pas une vidéocommunication publique mais plutôt une vidéocommunication privée dont le second interlocuteur est l'animateur de l'émission. Ainsi, un des interviewés explique : "J'ai l'impression de lui (animateur) parler seul à seul. Dans le fond, on n'a pas du tout l'impression qu'il y a des centaines de personnes qui vous regardent"².

4) L'opération Père Noël

Organisée par BCN, l'opération "Le Père Noël au bout de l'image" eu lieu du 18 au 24 décembre 1987. Deux possibilités étaient offertes aux jeunes usagers. En appelant un premier numéro, ils tombaient sur un répondeur visiophonique et découvraient une grotte illuminée remplie de cadeaux. Un Père Noël leur parlait et les faisait rêver devant les multiples jouets exposés. En appelant un second numéro, ils obtenaient en direct le Père Noël en personne qui répondait à leurs questions ou leur racontait des histoires. L'opération fut un succès : il y eut 387 appels en provenance de 167 foyers différents pour le

¹ Op. cit. p. 94.

² Op. cit. p. 95.

répondeur, et 124 appels (horaires plus restreints), presque tous en provenance de foyers différents, pour avoir le Père Noël en direct.

L'intensité et l'authenticité des communications chez ces jeunes enfants (entre 2 et 7 ans) montrent que l'image, surtout si elle est en couleur, enrichit considérablement la communication de type émotionnel. Loin d'anéantir l'objet de fantasmagorie, la mise en scène visiophonique du Père Noël paraît lui donner une plus grande intensité. Une mère, interviewée après l'opération, explique comment son fils de trois ans, qui commençait à douter de l'existence du Père Noël, était, à la suite de l'émission, "reparti pour être convaincu encore deux ans".

5) L'opération "Biarritz Surf Masters en direct"

A l'occasion des Biarritz Surf Masters 88, l'Association Uhaina et France Télécom ont proposé pendant cinq jours aux abonnés visiophoniques des images en direct de cette manifestation sportive. Sur la plage, un technicien filmait la compétition avec une caméra reliée à deux visiophones. Il suffisait d'appeler un de ces deux visiophones pour assister en direct à ce qui se passait sur les vagues et la plage. Devant le succès des premiers jours, France Télécom dut limiter le temps des appels à 10, puis 5 minutes : certains n'hésitaient pas à monopoliser la ligne une demi-heure... La moyenne quotidienne fut de 336 appels efficaces (liaison obtenue) et de 468 appels inefficaces (numéros occupés).

6) L'interacthéâtre

Proposé par le Théâtre du Versant (troupe de Biarritz) le but de cette opération était de créer une représentation théâtrale médiatique entre sept points réparties dans la ville. Les scènes sur lesquelles évoluaient les acteurs, étaient reliées entre elles en direct grâce au réseau. Chaque spectateur se trouvant physiquement sur un de ces lieux pouvait assister à un spectacle vivant et voir en même temps sur un écran géant les inserts venant des autres scènes. Les acteurs physiquement présents répondaient à des acteurs médiatiquement présents. Par ailleurs, les personnes non présentes sur un des sept lieux pouvaient suivre le spectacle sur la chaîne de télévision locale

BTC. Par l'intermédiaire de leur visiophone, elles pouvaient intervenir depuis leur domicile, à des moments précis, pour émettre des images et des sons et participer ainsi à la représentation. Ayant pour thème "Biarritz, les légendes et la mer", l'opération fut un succès (salles de représentation comblées et forte audience de BTC).

3. L'interactivité désenchantée

Malgré le succès de toutes ces opérations, il est difficile de conclure à l'avènement du nouvel espace de démocratie électronique rêvé par les militants de l'interactivité. Dans l'immense majorité des cas, les usagers sont restés des consommateurs d'images ou de jeux. Ces expériences renforcent des attitudes de consommation ludique ou narcissique plus qu'elles ne suscitent un espace de débat public. Pour être possible, ou tout au moins facile, l'intervention sur le réseau doit être assimilée à quelque chose de "marrant", superficiel et sans conséquence : à l'opposé de l'argumentation et donc du débat d'idées. A notre connaissance, il n'y eu pas non plus de détournement d'antenne : personne n'a profité du fait de passer en direct à la télévision pour se livrer à une exhibition, prononcer un discours ou revendiquer quelque chose. La dimension restreinte du réseau ainsi que la possibilité de repérer immédiatement le numéro de l'appelant y sont peut-être pour quelque chose.

Le nouvel espace public médiatique, entrevu lors des intervisions et de quelques émissions de BTC, s'est donc vite estompé, réduisant les usages du visiophone à leur dimension de communications privées et le réseau de télédistribution en simple arrosoir d'émissions. Le succès des quelques animations interactives du réseau et leur rareté montrent que, si l'espace interactif existe bien, il demeure désert en l'absence de réelles mobilisations sociales. Désenchantés, les militants eux-mêmes ont déserté la cause pour se muer en simples prestataires de service. La technique permet, mais ne provoque pas automatiquement une nouvelle vie culturelle. Pour l'heure, les communications visiophoniques restent privées, et l'espace médiatique interactif plutôt inactif.

CONCLUSION

Hypothèses sur l'utilisation d'un visiophone grand public

Les applications et usages sociaux d'une découverte scientifique et technique sont presque toujours analysés au point de vue de ses conséquences pratiques : à quoi va-t-elle servir, concrètement et dans quelle mesure? Les réponses à ce type de question sont généralement apportées en adoptant une méthodologie consistant à effectuer des tests auprès d'une population témoin afin de mesurer la fréquence des différentes utilisations. Appliquée à l'expérience de Biarritz, une étude animée par une telle démarche aurait sans doute conclu que le visiophone n'a aucun avenir de masse : le trafic est faible et les utilisations rares.

Pourtant, au terme de cette recherche, nous pouvons affirmer le contraire : les usages potentiels du visiophone sont considérables. Toutefois, ces potentialités ne deviendront réalité que dans la mesure où certaines tendances du changement social, repérées durant cette recherche, seront affirmées.

En étendant le champ d'étude bien au-delà des usages, notre méthodologie a permis de rendre compte de quelques unes de ces tendances. Il nous faut donc revenir sur certains développements de la seconde partie de ce travail pour proposer une évaluation prospective des usages sociaux d'un futur visiophone grand public.

Un des acquis de cette recherche est la détermination de ce que nous avons appelé le syndrome du zappeur. L'hyper-sollicitation (permise, entre autres choses, par le développement des nouvelles technologies de communication) et l'hyper-choix qui caractérisent de plus en plus notre quotidien, oblige l'individu à gérer de façon instrumentale son temps, sa pratique de l'espace et ses relations¹. S'il ne veut pas qu'une inflation d'informations le prive d'action, l'homme multidirectionnel doit programmer sa vie. Cette contrainte produit un syndrome repérable par une suractivité fébrile, un désir d'être ici et ailleurs en même temps, une hantise de perdre quelque chose, une

¹ Cf. "Du donné au produit : programmation", p 50.

nostalgie de l'imprévu, une recherche de la profondeur des sentiments et un appel à une authentique intensité de vie¹.

La tension entre la rationalisation instrumentale croissante de la vie et son débordement par les sentiments que le syndrome du zappeur révèlent se manifeste presque toujours par une inquiétude, un malaise et parfois même par de la souffrance. En l'absence d'une identification à un mouvement social ou historique capable de combler un déficit d'intensité de vie et d'authenticité désintéressée, la majorité tente, faute de mieux, d'aménager un *modus vivendi* entre une action stratégique et utilitaire dans leur vie publique, et une action affective et gratuite dans leur vie privée. D'où un cercle vicieux : le repli sur l'espace privé pour vivre une certaine authenticité le transforme en un agréable cocon, déconnecté de l'espace public qui apparaît d'autant plus froid, etc.

Cette tendance lourde de nos sociétés (hyper-sollicitation, hyper-choix, instrumentalisation de sa vie et dissociation espace privé/espace public) doit être intégrée à toute réflexion prospective sur le visiophone. Sa mise en relation avec ce que nous avons appelé l'effet piégeant du visiophone nous permet d'affirmer que, contrairement à ce que l'on pourrait penser au premier abord, le visiophone ne supprime en rien la frontière séparant espace privé et espace public. C'est exactement l'inverse qui se passe. Nous observons en effet, d'une part, des appels strictement privés et conviviaux où la règle est une réciprocité subjective interindividuelle ou interfamiliale et, d'autre part, des appels publics et professionnels relevant d'actions instrumentales ou stratégiques dont la démarche est toujours tendue vers la réalisation de buts précis.

L'effet piégeant du visiophone², la grande proximité intersubjective qu'il nécessite entre les interlocuteurs, le peu de distance fictive qu'il laisse entre eux en comparaison de celle que permet le téléphone, se traduisent par la propension à limiter son utilisation aux personnes non seulement connues, mais aussi avec lesquelles la "proximité visiophonique" n'est pas vécue comme une intrusion.

¹ Cf. "Le syndrome du zappeur", p 55.

² Cf. "L'effet piégeant du visiophone", p 30.

Le fait qu'il soit possible de faire irruption par l'image et le regard chez quelqu'un conduit non pas à la disparition des barrières visant à préserver son espace de vie privée, mais à leur renforcement par des actes de préservation.

Le sur-investissement affectif du domaine privé couplé avec l'effet piégeant du visiophone conduit à réserver son utilisation aux communications entre personnes intimes.

A l'inverse, une utilisation purement instrumentale du visiophone entre inconnus est d'autant moins gênante qu'elle ne contient pas de dimension relationnelle autre que conventionnelle de statut à statut (de *soi* à *soi*) et non de personne à personne (de *moi* à *moi*). L'accent est mis sur le but strictement utilitaire de l'appel. On ne visiophone pas pour se montrer, pour établir une relation, mais pour voir ou exhiber un objet. Dans ce cas, l'appel visiophonique ne sera bien perçu que s'il est exigé par un emploi que ne permettent techniquement ni le téléphone, ni la télécopie). Dans le cas contraire, il sera vécu comme une intrusion déplacée.

Le visiophone ne semble pas avoir d'avenir en dehors de ces deux lieux extrêmes de l'espace social : le cercle privé des personnes affectivement très proches, et l'activité professionnelle. D'un côté médium d'une intimité partagée, de l'autre outil d'une télé-information¹.

Cette distinction explique la manière différente avec laquelle les usagers domestiques et les professionnels abordent la question de la qualité de l'image. Pour les premiers, le fait de voir une personne affectivement proche mais physiquement éloignée est une joie. Son apparence et la qualité de l'image importent peu : distinguer son sourire et son regard prime sur tout le reste. Il n'en va pas de même pour les professionnels pour qui la qualité de l'image est prépondérante. L'objet, qui condense le motif de l'appel, doit pouvoir être très distinctement visionné à l'écran.

¹ Le succès des jeux visiophoniques et des expériences de consommation d'images à la carte étend l'emploi du visiophone aux communications volontaires avec des serveurs dans des buts ludiques ou hédonistes (cf. "Expériences d'interactivité sur le réseau", p 101).

Tenant compte de cet enseignement, on peut imaginer la diffusion non pas d'un, mais de *deux* visiophones. Un premier avec une image de bonne définition, au prix élevé mais pouvant néanmoins s'avérer rentable pour certains professionnels, et un second avec une image de moins bonne qualité mais meilleur marché pour les usagers domestiques pour qui l'essentiel des motivations d'appel réside dans le désir de voir le visage de leur correspondant¹.

Ce qui précède se réfère à un premier niveau d'analyse : celui de la détermination prospective des usages par la mise en corrélation des spécificités du visiophone avec des tendances lourdes du changement social. Il existe un second niveau d'analyse qui prend en compte non seulement les usages, mais aussi les questionnements que ces usages suscitent chez leurs auteurs. On peut se demander dans quelle mesure ces questionnements influenceront à leur tour sur la nature des usages.

Le visiophone n'est pas un outil neutre. Son usage provoque au contraire de vives réactions. Celles qui ont dominé les discussions de nos groupes renvoient, pour l'essentiel, au refus de se laisser enfermer dans une évolution pragmatique qui réduirait le rapport au monde à une logique utilitariste. En particulier, les autres doivent pouvoir être appréhendés autrement que sur le mode de relations à de simples objets, ressources ou fonctions². Pour reprendre les termes que nous avons proposés aux participants du troisième groupe, il y a, au niveau individuel, résistance à ce que le *soi* recouvre le *moi*³. Pourtant, dans la programmation accrue de sa vie, chacun a tendance à considérer les autres comme des *soi*.

¹ Ceci impliquerait de renoncer, pour un temps tout au moins, aux communications entre les foyers domestiques et les professionnels, comme par exemple dans le cas des appels des particuliers vers leurs commerçants. Mais ce ne serait pas courir là un grand risque, l'essentiel du trafic domestique étant de type convivial.

² Cf. "Au-delà de l'utilitarisme, l'appel aux valeurs", p 59.

³ Cf. "L'identité du sujet dans la déjà présente société post-industrielle de communication", p 68.

A Biarritz, on ne peut que constater le décalage entre le désir exprimé par certains d'être des sujets sociaux intervenant dans l'espace public pour des raisons autres qu'étroitement utilitaristes et leur totale passivité face aux possibilités interactives du réseau. Celui-ci pourrait être utilisé pour créer un espace public inédit où chacun interviendrait, par le biais du visiophone, pour faire part de son expérience, échanger des informations ou développer des arguments fondés en raison sur des sujets concernant la collectivité. Hormis l'expérience non renouvelée de l'intervision, rien de tel n'a été tenté. Les dimensions de l'expérience de Biarritz ne nous autorise pas, à ce niveau d'analyse, à extrapoler ses résultats, mais nous sommes pessimistes quant aux possibilités d'utilisation d'un visiophone grand public comme outil de débats publics (dans le cadre d'émissions de télévision interactive).

Tout porte à croire que ce désir de vivre son rapport aux autres autrement que sur le mode exclusif de *soi* à *soi* cherche plutôt sa réalisation dans des cercles plus restreints où la dimension relationnelle est importante. Mais ceci n'entraîne aucun usage nouveau du visiophone. Au contraire, la tendance à ne l'utiliser qu'entre personnes se connaissant déjà très bien s'en trouve renforcée.

TABLE DES MATIERES

Remerciements	1
Présentation.....	2
Plan.....	3

Introduction

1. Approche théorique.....	4
2. Méthodologie	6
1. L'intervention sociologique.....	7
2. Composition des groupes.....	11
3. Monographies.....	13

1^e partie : identification des usages

1 Premières impressions et motivations des utilisateurs.....	14
2 Le visiophone comme objet de distinction.....	16
3 Une communication avant tout familiale, amicale et conviviale	17
4 Une communication partagée : l'effet aimant.....	18
5 Le lieu visiophonique	20
6 L'intrusion, ses représentations et son contrôle	21
7 Images de soi et touche contrôle.....	23
8 Les communications instrumentales à but finalisé	27
9 Entre les usages conviviaux et instrumentaux : rien?	28
10 L'effet piégeant du visiophone.....	30
1. Une communication engagée difficile à couper	30
2. Une communication plus conviviale et moins agressive.....	31
3. Difficile de mentir, difficile de refuser.....	31
11 Quand le téléphone est préférable au visiophone	33
12 Durée et fréquence des communications visiophoniques.....	35
13 Un face à face qui n'en est pas un	35

14 Problèmes techniques et ergonomiques	38
1. Esthétisme de l'appareil	38
2. Une image couleur arrangerait bien des choses	38
3. L'éclairage.....	39
4. Un abord trop compliqué.....	39
5. Bruits et son.....	40
6. Affichage automatique du numéro et de l'image.....	40
7. Micro et caméra libres	41
8. Fonctions auxiliaires.....	42
15 A nouvel outil, nouveaux codes et nouvelles habitudes	43
1. La tenue face au visiophone.....	43
2. Faut-il demander l'image?	44
3. On ne visiophone pas plusieurs fois de suite ni à n'importe quelle heure.....	44
4. Visio, quand tu nous tiens!.....	45
16 On ne perdrait pas les gens de vue.....	46
17 Espace contraint et espace choisi.....	48

2^e partie : signification des usages
--

1. Du donné au produit : programmation.....	50
1. Choix des outils de communication.....	51
2. Choix entre déplacements physiques ou médiatisés.....	51
3. Choix des relations.....	52
4. Choix du silence.....	52
5. L'absence oubliée	53
6. Gestion de son temps.....	53
2. L'individu multidirectionnel.....	55
1. Le syndrome du zappeur.....	55
2. La peur de perdre quelque chose	56
3. Etre ici et ailleurs, maintenant	56
4. Nostalgie de l'imprévu	57
5. Les revers de l'efficacité relationnelle.....	58
6. Une nouvelle désinvolture	58

3. Au delà de l'utilitarisme, l'appel aux valeurs.....	59
1. Facilité rime avec superficialité.....	60
2. Eloge de l'effort.....	61
3. Résistance au bien-être béat.....	62
4. Fuites.....	64
1. Refus du téléphone ou du visiophone.....	64
2. Repli sur l'espace privé.....	66
3. Célébration de la technique comme solution.....	66
5. L'identité du sujet dans la déjà présente société post-industrielle	68
6. Un enjeu collectif vécu individuellement.....	71

3^e partie : monographies
--

1. Visiophonie et commerce.....	73
1. De bonnes dispositions de départ.....	74
2. Des bémols d'ordre technique.....	75
3. L'éloignement géographique comme condition des appels.....	76
4. Quand l'image est utile.....	77
5. L'impossible anonymat par visiophone.....	78
6. Quelques réticences.....	80
7. Conclusion.....	81
2. L'utilisation du visiophone par les enfants.....	83
1. Le groupe d'intervention sociologique avec les enfants.....	83
2. Premières réactions face au visiophone.....	83
3. Le visiophone : outil de communication privilégié pour relations privilégiées.....	84
4. Si le visiophone se généralisait.....	85
5. L'effet piégeant du visiophone.....	86

3. Visiophonie et éducation.....	87
1. Naissance d'une structure : F.O.E.B.....	87
2. Changement d'identité et de logique d'action : "Visiocom Education Biarritz".....	88
3. Mise en place d'un nouveau service : l'Assistance scolaire par visiophone.....	89
4. Crises de légitimité.....	90
5. Une logique enseignante.....	92
6. L'échec de l'Assistance scolaire par visiophone.....	93
7. L'Assistance scolaire vue par les élèves.....	95
8. L'artificialité d'une communication privée professeur/élève.....	96
9. La nécessité d'une étape intermédiaire.....	99
4. Expériences d'interactivité sur le réseau.....	101
1. La notion d'interactivité sur un réseau de télédistribution.....	101
2. Etude de l'interactivité sur le réseau biarrot.....	104
3. L'interactivité désenchantée.....	112

Conclusion

Hypothèses sur l'utilisation d'un visiophone grand public.....	113
Table des matières.....	118