

# Usages domestiques du visiophone

Francis JAURÉGUIBERRY

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 1 400 abonnés (1 250 ménages et 150 professionnels) peuvent désormais effectuer des *déplacements immobiles*. Il leur est ainsi possible de rendre visite à quelqu'un tout en restant chez eux, de visionner les étalages des commerçants sans se déplacer, d'être à la fois ici et ailleurs, d'instantanément vivre le lointain, bref, de tendre vers l'ubiquité<sup>1</sup>.

Mais si la science a 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. Un grand nombre de représentations, allant du rêve paradisiaque à la vision apocalyptique, nous décrivent en effet ce que seront nos sociétés lorsque l'ensemble de la population aura accès aux nouvelles technologies de la communication, et plus particulièrement au visiophone. 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 visent à présenter les premières constatations d'une recherche portant sur la nature des usages effectifs du visiophone, actuellement expérimenté à Biarritz. Le point de départ de cette recherche fut d'aborder le visiophone non comme un *arrosoir comportemental* dont l'eau serait puisée en dehors du social (pur déterminisme technologique), ni comme un simple objet de consommation qui serait accepté ou refusé suivant les modes de fonctionnement de la société réceptrice (simple reproduction sociale), mais comme un véritable outil de production d'usages, de contenus, de représentations et de comportements sociaux. 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 généralement: 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 qu'elles recoupent réellement les préoccupations des personnes interrogées et constituent un réel révélateur de l'innovation. 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. À cette fin, nous avons opté pour la méthode d'intervention sociologique doublée d'observations pratiques et d'entretiens individuels ouverts<sup>2</sup>.

Les réunions des groupes d'utilisateurs ont été des lieux de témoignages, de réflexions et de confrontations 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 pouvait en venir à 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.

## Une communication privée, conviviale et partagée

Nous verrons plus loin qu'il ne s'agit pas du seul type de communication visiophonique observé, 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 : « À 90 % la famille, les amis » ; « On visiophone aux gens que l'on connaît déjà bien » ; « Disons que c'est une histoire de famille » ; « J'ai des correspondants privilégiés, des interlocuteurs ciblés : mes amis. »

On ne fait pas connaissance par visiophone ou, tout au moins, on ne visiophone pas pour faire connaissance<sup>3</sup>. La communication visiophonique sert à prolonger des relations de confiance déjà établies. De ce point de vue, « 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 que l'on connaît. Ce sont deux opposés par rapport au téléphone classique. Ce sont deux techniques qui, du point de vue de la convivialité, diffèrent complètement. » 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 ne viennent que secondairement et après réflexion. On veut voir, regarder, écouter l'ami lointain car sa présence manque. Il s'agit d'appels strictement privés, relationnels, basés sur une réciprocité affectuelle et subjective.

La communication visiophonique est non seulement fortement conviviale mais aussi partagée par l'entourage des interlocuteurs. L'appel, et surtout la réception d'un coup de visio, suscite la curiosité et la plupart du temps la participation des membres du ménage présents. « 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 apparaissaient... Enfin, c'est une communication de famille. Vous voyez, on arrive à avoir une communication familiale, à plusieurs, chose qu'on ne peut pas faire au téléphone »; « Oui, je vois, à 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 voir qui est à l'écran: qui est-ce? Quelle gueule il a ce soir? etc. » Le visiophone est alors décrit non comme un outil mais comme un endroit où l'on vient « se montrer », « dire bonsoir », « sans présentation: juste un petit coucou », « on fait venir la famille, il y a les enfants qui viennent voir, dire bonjour ».

Durant les séances de groupe, nous avons amené 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. Idée très largement partagée chez les non-usagers du visiophone, la crainte d'être observé, violé dans son intimité, n'existe apparemment pas chez ceux qui l'utilisent régulièrement. De fait, l'aspect voyeur ne réside pas, comme nous l'imaginions au départ, du côté de 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 qui semble courant). 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 ne s'agissait pas là d'un phénomène dû à la nouveauté de l'appareil, au caractère exceptionnel, inédit, expérimental, des appels. Tel n'est pas 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 personnes présentes.

## Le lieu visiophonique

Cet effet aimant, le champ de la caméra et la participation des personnes présentes se traduisent spatialement jusque dans le langage: d'outil, le visiophone devient un endroit, un lieu *semi-public* dans l'espace privé de l'appartement ou de la maison. « En fait, — ... 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 principaux types de réactions, le premier étant de loin majoritaire.

- Banalisation d'un lieu « semi-public » au sein de l'espace privé: le caractère collectif ou potentiellement partagé des communications visiophoniques est accepté. Le visiophone est alors placé dans une pièce centrale, facile d'accès. « Moi, 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 un peu 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, hein! »
- En regard de cette banalisation collective, la recherche de la confidentialité 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 irrptions inopportunes. Ainsi, ce père de famille ayant placé son visiophone dans sa chambre: « C'est-à-dire l'endroit où, effectivement, 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 qui passent ou quelqu'un d'autre... »; « On peut très bien se créer un espèce de petit coin visiophone »; « Je l'ai mis dans un endroit où je peux être isolé, seul. Là, on est bien tranquille. »

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

## Images de soi

Les analystes des usages sociaux des autres nouvelles technologies de la communication (Postes de bande publique (CB), minitels, téléconvivialité, *radios ouvertes*) ont tous souligné l'importance d'une *fonction miroir* dans l'utilisation des nouvelles machines à communiquer<sup>4</sup>. L'individu en 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 essentiellement à jouir de l'attention, de l'écoute et de l'acception par les autres de l'autodéfinition que l'on veut donner de soi. Dans cette société de l'image et de l'apparence qui est la nôtre et où il faut, semble-t-il, chaque fois plus paraître pour être, nous nous attendions à repérer cette fonction miroir dans l'usage du

visiophone. Nous faisons donc l'hypothèse que le quête incessante de reconnaissance et le besoin de valorisation de soi allaient se traduire par un usage immodéré de la touche contrôle<sup>5</sup>. 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, puis après, on s'en fiche » ; « On s'est habitué à ça : on ne fait plus attention. Au début, c'est vrai, j'allais dans la salle de bain... quand ça sonnait... je me recoiffais... maintenant je ne le fais plus » ; « Quand je visiophone, je ne passe pas un quart d'heure devant la glace, je le fais comme je suis » ; « Personnellement, 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 indiquent une direction que de prime abord, nous n'envisagions guère : 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 réellement. Ceci ne veut pas dire que nos informateurs ne font pas attention à leur image ou ne soignent pas leur *look* ! Mais le visiophone n'est pas le lieu où ils se regardent, se contrôlent, évaluent leur apparence physique. Toutefois, la coquetterie de chacun réapparaît dans l'évocation de la *trahison* de l'image : « Au visiophone, quand même, on est un peu plus pire que la réalité » ; « L'image n'est vraiment pas très bonne... à telle enseigne, si vous voulez, que le fait de demander à la personne si elle va bien n'est pas inutile » ; « À partir de deux heures de l'après-midi, tous les hommes ont l'air de gangsters, avec des barbes de huit jours » ; « Tout le monde sait que l'image n'est pas très fiable et — ... dans certains cas, ce n'est peut-être pas si mal. »

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 ! », mais ça m'est égal car ce sont des amis. Les quelques amis auxquels je visiophone, je peux les appeler en robe de chambre ou le matin, en négligé — ... ce sont des amis » ; « Avec mes amis, ce n'est pas l'apparence qui compte, je fais attention à l'apparence des amis autant qu'à la mienne. » En effet, la communication visiophonique est avant tout relationnelle, unique, affective. C'est l'authenticité, la présence, l'écoute que l'on cherche, plus que l'apparence. On sait que l'évaluation, le sentiment plus ou moins positif ne dépendra pas d'une mèche de cheveux mal placée ou d'un maquillage plus ou moins réussi. Au contraire (mais ceci n'est pas valable dans tous les cas), le fait d'apparaître « tel qu'on est » peut être interprété (pour peu que l'on respecte toutefois un minimum de bienséance) comme une preuve de confiance, une proximité supplémentaire, un don de soi.

Il en irait cependant 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 oui! Sûr 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. Au contraire, là, je fais attention à ma présentation. » En fait, cette décontraction entourant les communications visiophoniques n'existe que dans la mesure où, dans 90 % des cas, ce sont des amis ou parents qui appellent. De plus, le numéro du correspondant s'affichant systématiquement, une sécurité existe (les trois quarts des personnes interrogées ont pris l'habitude de regarder le numéro avant de décrocher le combiné, se réservant ainsi la possibilité de refuser un appel).

L'image contrôle agit même pour certains comme interférence négative dans la communication: « Ce qui me gêne le plus, ce n'est pas d'envoyer mon image, non. 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 expérience de communication où l'on se verrait communiquer. Et ça, oui, ça me gêne. »

## Les communications instrumentales à buts finalisés

Même si les communications relationnelles et affectives entre parents et amis représentent la grande majorité des appels des ménages observés, un second type de communications domestiques existe: à destination de commerçants, de l'administration, de professionnels souvent méconnus. Il ne s'agit donc pas là 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 ou observés (appels pour demander à un commerçant s'il avait tel type de vis, tel tissu, telle pièce d'un appareil ménager, 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 au bon déroulement de la communication et au 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, fonctionnel, et le but finalisé de l'appel. On ne visiophone pas pour

se montrer mais pour voir ou exhiber un objet. De fait, les échanges ont lieu sous le mode de commentaires de ce qui est vu à l'écran. Les visages des interlocuteurs n'apparaissent qu'en début et fin d'appel. Entre: la mise en scène de l'objet ou rien.

On peut se demander si ce type de communication opératoire, entièrement médiatisée par une technologie et à but strictement finalisé, 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 situations », 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 déterminées<sup>6</sup>.

Si certains pensaient que le visiophone allait participer à la destruction des frontières séparant espace privé et espace public, nous pouvons ici, au regard de l'ensemble des témoignages de nos informateurs, faire l'hypothèse exactement inverse. Nous observons, en effet, d'une part des appels strictement privés, conviviaux, où la règle est une réciprocité interindividuelle basée sur du subjectif et, d'autre part, des appels à destination de la sphère publique, relevant d'actions de type instrumentales ou stratégiques dont la démarche fonctionnelle est toujours tendue vers un but précis à atteindre<sup>7</sup>. En fait, nous verrons plus loin que le problème central n'est pas tant celui de la disparition des frontières séparant l'espace privé de l'espace public que celui de leur commune gestion purement instrumentale et stratégique.

## Le côté potentiellement *piégeant* du visiophone

Il est très difficile d'être désagréable, de mentir, de faire des confidences et de se dérober lors d'une conversation visiophonique. Pour expliquer ce côté piégeant du visiophone, nos informateurs se réfèrent souvent au téléphone. « On peut difficilement mentir au visiophone, tandis qu'au téléphone... » ; « Au visiophone, on se sent très vite coupable, je trouve » ; « C'est une communication où l'individu s'engage davantage que dans une communication téléphonique » ; « À partir du moment où l'on met l'image, on est déjà engagé. Tandis qu'au téléphone, c'est tellement plus anonyme: on dit « je suis désolé » et on raccroche » ; « Le visiophone trouble nos habitudes parce que — ... ça impose un peu la présence d'une personne qu'on n'attendait peut-être pas. Au téléphone, il n'y a aucun problème pour abrégé la conversation, tandis qu'au visiophone... » ; « Il 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 que l'on rentre en contact visuel, qu'on a de l'image, qu'on a donc quelqu'un en face... c'est piégeant un peu.»

De la même façon, il est apparemment très difficile d'être agressif ou désagréable au visiophone: «Je peux arriver à prendre un ton bourru au téléphone, le ton de quelqu'un de très contrarié, je compose, alors qu'au visiophone, on ne peut pas se composer une image plus méchante que ce que l'on est»; «Les gens sont moins agressifs au visiophone qu'au téléphone. Ça, je l'ai constaté dans mon travail»; «Les gens sont plus agréables au visiophone, plus gentils, oui»; «Je serais beaucoup plus agressif par écrit que par téléphone, et beaucoup plus par téléphone que par visiophone.» La nature des appels reçus renforce cette impression: «Il y a quelque chose de bizarre: on s'attend toujours à quelque chose de positif quand le visiophone sonne. Et si l'on ne reconnaît pas le numéro du correspondant, on sait qu'on va de toute façon apprendre quelque chose de... de bon»; «J'ai l'impression que je vais apprendre quelque chose qui va me faire plaisir.»

Certains pensent déjà à exploiter ce côté piégeant: «On pourrait peut-être s'en servir comme d'un atout professionnel»; «Je suis sûr qu'un démarchage par visiophone, ça donnerait des résultats trois fois plus performants.» Ou plus prosaïquement: «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 dans les roses comme elles le font par téléphone»; «Oui, 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...»

## Espace contraint et espace choisi

Le visiophone permet à la vision interactive de s'émanciper de la distance géographique. Le déterminisme spatial, où la 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, de rupture, dans le binôme espace-temps, où économie de l'un se traduisait par gain de l'autre apparaît: «La quatrième dimension est là.»<sup>8</sup>

Pour l'instant les relations amicales sont en grande partie liées à la pratique d'un espace commun: on rencontre des amis parce qu'on se trouve à un moment donné à un même endroit, et on ne les perd pas de vue parce qu'on a la possibilité de, précisément, se voir souvent. Il y a une part de non-choix dans ce déterminisme physique (qui n'est évidemment pas seulement spatial, mais surtout 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... enfin, à cause de la distance.» Ici, le visiophone est unanimement décrit comme capable de lutter contre l'érosion des relations. «On a beau les imaginer [les amis], leur écrire, même leur envoyer des photos, c'est pas pareil... Ce sont des morceaux de notre vie qu'on met un peu 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 cœur».»

## Quand le téléphone est préférable 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», «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 alors sa réaction...»; «Il y a des choses qu'on n'aime 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.»

Si l'on cherche un dénominateur commun à l'ensemble des types de communication pour lesquels le visiophone serait plutôt un moins au regard du téléphone, on s'aperçoit que leur bonne gestion implique, dans tous les cas, une distance entre les interlocuteurs. Distance que, justement, le téléphone introduit. En effet, en dehors du pur message, de l'intonation de la voix, de la perception de la respiration, des soupirs ou du rire, aucune information ne parvient sur l'état du correspondant téléphonique. On se doit d'imaginer celui-ci, figure absente que seul le *texte* 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 correspondances, de leurs contenus et de ce qu'on attendra. En effet, le côté

*piégeant* du visiophone ne fait que renforcer la tendance à ne l'utiliser qu'au niveau de l'actualisation des liens affectifs forts, déjà établis, au sein desquels ce côté des choses n'est pas craint. En dehors d'usages purement instrumentaux et fonctionnels découlant de la possibilité 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 sur le visiophone, du moins les amis, et le reste, c'est sur le 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. »

## Hyper-choix et programmation

Ce choix des machines à communiquer est un bon révélateur de la tendance de l'instrumentalisation de notre vie quotidienne qui semble structurer la situation d'hyper-choix dans laquelle nous évoluons désormais. Pour nos informateurs cette situation est repérable à plusieurs niveaux.

Choix d'abord entre déplacements physiques et médiatisés : le visiophone peut éviter les premiers. Mais si l'on prend par exemple le cas d'une course, primitivement qualifiée de corvée, on peut aussi penser qu'elle se soldera par une rencontre imprévue sur le chemin, une émotion visuelle, une odeur, un fond de l'air particulier, un regard ou un sourire échangé, bref par un ensemble de sensations *non programmables* liées au hasard. Nous aurions certes pu décrire différemment cette aventure au coin de la rue, par une agression, un accident, une rencontre désagréable, une mauvaise odeur, etc. 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, s'interdire toute interférence. Il faudra donc choisir : quand décide-t-on d'effectuer un trajet physique ou de procéder médiatiquement ? Le trajet choisi aura-t-il alors le même sens qu'autrefois ?

Choix ensuite de relations : « Maintenant qu'avec le visiophone on va avoir la possibilité réelle d'être en contact avec quelqu'un d'éloigné, qu'on n'aura plus le moyen de dire : finalement, si je ne lui écris pas ou si il ne me contacte pas, c'est parce qu'on ne peut pas le faire, maintenant, et 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 sommes dans une civilisation de l'encombrement. Il va falloir apprendre à trier » ; « La rencontre ne sera plus gratuite, mais voulue. »

Cette possibilité de choix, ce foisonnement de « possibles », « d'ailleurs » et de potentiellement « autrement » est décrit à la fois comme richesse, parfois même comme condition de liberté, et comme danger pour la « profondeur des sentiments », « l'authenticité » et « l'éthique » des utilisateurs. « Nous sommes une civilisation de l'immédiateté et c'est fantastique : 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 même de l'absence, de l'attente, du différé ? Or, combien de rêves, d'espoirs, de constructions, de représentations, absences et attentes n'ont-elles pas nourris ? Y aura-t-il encore place pour les poètes dans la société de communication ? » ; « Quand je visiophone, j'ai parfois l'impression de *consommer* l'autre, son image, son sourire » ; « Au visio, c'est la présence, l'authenticité que l'on cherche [...] on visiophone pour ça, et... on gère ça comme le reste. »

Pour tout dire, nous ne nous attendions pas à ce type de réflexion. Les questions qui la sous-tendent semblent pourtant importantes pour les usagers des « outils de l'ubiquité » : elles reviennent constamment dès qu'on les interroge sur le sens de leurs pratiques. Comme dans les domaines de la génétique ou de la physique, le développement scientifique et technique renvoie ici à des interrogations d'ordre identitaire, existentiel ou éthique. Que ce soit par rapport au choix des outils de communication, de ses relations ou de la programmation de son espace, un même processus est à l'œuvre : l'instrumentalisation, la traduction stratégique de l'agir communicationnel. Un des dangers de ce processus est l'extrême relativisation des événements, leur perte de relief dans une situation d'hyper-choix éphémères, l'avènement de l'ordinaire et donc l'apparition d'un terrain propice à des conduites anomiques. Mais, d'un autre côté, ce même phénomène peut conduire à une réflexion sur ce qui est essentiel, sur ce qui donne du sens à l'action, au-delà d'un utilitarisme étroit.

Loin de s'enfermer frileusement sur le passé en rejetant l'innovation déstabilisatrice, les premiers utilisateurs du visiophone cherchent à imaginer de nouveaux codes, de nouveaux repères, bref, de nouvelles façons d'être et de faire dans un espace changeant de nature. Fondamentalement, cette recherche est productrice de tensions entre l'utilisateur-consommateur et l'utilisateur-sujet. D'un côté la recherche instrumentale du bien-être et de la satisfaction de désirs par une action purement utilitariste de l'environnement, y compris humain, de l'autre la résistance de sujets refusant de confondre leur *être*, leur personne, avec un ensemble d'éléments censés définir scientifiquement leurs intérêts, « le bonheur immédiat à la carte ».

## NOTES

1. L'expérience de Biarritz est unique en son genre. Il s'agit de la première expérimentation au monde d'un service grand public d'interactivité d'images et de sons. Celle-ci a été

rendue possible grâce à la construction en étoile d'un réseau câblé en fibres optiques. Un nouveau visiophone, plus compact, moindre consommateur de Kbit/s (mais se soldant par une plus faible définition de l'image) et capable de fonctionner sur le futur réseau numérique à intégration de services (RNIS) est actuellement expérimenté au CNET (projet Visages). À terme, l'interactivité visuelle médiatisée est donc appelée à se développer.

2. Financée par France-Télécom, cette recherche est menée avec la collaboration de C. Mornet et de M. Veunac au sein de l'URA 911 et du CNRS. Trois groupes d'utilisateurs, composés chacun de douze personnes, se sont réunis durant huit séances de deux heures. L'ensemble des citations apparaissant dans le texte sont issues de la retranscription de ces séances. Le texte qui suit se réfère exclusivement aux usages domestiques du visiophone et a fait l'objet d'une communication au cours des 10<sup>es</sup> Journées internationales de l'IDATE (16-18 novembre 1988).
3. Il n'existe pour l'instant pas de messagerie visiophonique. Le principe en serait le suivant: appel du numéro de la messagerie et choix de la fonction enregistrement ou vision (plusieurs répondeurs — mais pas enregistreurs — visiophoniques 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 y correspondant. Le logiciel de la messagerie appelle alors l'auteur de l'image-messagerie retenue 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 de 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.
4. Voir Boullier, D., « Vol au dessus d'une bande de citoyens », *Réseaux*, n° 20, 1986; Baltz, C., « Messagerie Gretel: images de personne(s) », *Réseaux*, n° 6, 1984; Briole, A., « La télécommunication conviviale », *Réseaux*, n° 2, 1983.
5. 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 d'un poste de télévision et laisser sa propre image sur l'écran du visiophone: on se regarde alors communiquer en temps réel, à la fois acteur et spectateur de sa propre présentation!
6. Voir Habermas, J. B., *Théorie de l'agir communicationnel*, 1987, tome 1, p. 295-296.
7. Les appels professionnels, non abordés ici, relèvent essentiellement 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, sur le visiophone, un plan avec un entrepreneur chargé de son exécution.
8. « La quatrième dimension, vivez tout l'espace en même temps »: titre d'une publicité de France Télécom mettant en scène le don d'ubiquité. On peut y lire: « La quatrième dimension, c'est une nouvelle vision du monde. Vous êtes ici et ailleurs. Vous êtes plus près de tout, vous êtes proche de tous. Vous vivez tout l'espace en même temps [...] »

## NOTICE BIOGRAPHIQUE

*Francis JAURÉGUIBERRY est maître de conférences de sociologie à l'Université de Pau et chercheur au CADIS (Centre d'analyse et d'intervention sociologiques) à l'École des hautes études en sciences sociales (Paris) et au CRISSA (Centre de recherche sur l'impact sociospatial de l'aménagement) à l'Institut de recherche sur les sociétés et l'aménagement (Pau).*

---

## RÉSUMÉ

Cet article présente les premières constatations d'une recherche portant sur la nature des usages du visiophone grand public actuellement expérimenté en 15<sup>e</sup> première mondiale à Biarritz. Seuls les usages domestiques (qui sont, pour ce qui est du volume, les plus importants sur le réseau) de ce service d'interactivité en temps réel d'images et de sons sont ici abordés.

Les options théorique (aborder le visiophone comme un véritable outil de production d'usages, de représentations et de comportements sociaux inédits) et méthodologique (intervention sociologique) de l'auteur lui ont permis, en plus de repérer la nature et les modalités concrètes d'emploi du visiophone par les ménages, de révéler un ensemble d'interrogations que la progressive mise en place d'une « société de l'ubiquité » suscite chez ses acteurs.

## ABSTRACT

This article presents the first findings of a study on the use of picturephones for the general public in the world's first experiment which actually takes place in Biarritz. Only domestic usages (which represent the greatest volume and the most important of the network) of this interactive real-time audiovisual service are discussed here.

The options, theoretical (the picturephone as a tool for usages production, for representation and candid social behavior) and methodological (sociological intervention) have allowed the author not only to identify the nature and concrete conditions vis-a-vis the use of the picturephone by the general public, but also to discover the users' concerns raised by the progression of a « ubiquitous society ».

## RESUMEN

Este artículo presenta los primeros resultados de una investigación sobre la naturaleza de los usos del visífono (visiophone) para el público en general, actualmente en experimentación por la primera vez en Biarritz. Solamente se abordan aquí los usos domésticos (que son, en términos de volumen, los más importantes de la red) de este servicio interactivo de imágenes y sonido en tiempo real.

Las opciones teóricas (tomar el visífono como verdadera herramienta de producción de usos, representaciones y comportamientos sociales nunca antes vistos) y metodológicas (la intervención sociológica) no sólo permiten al autor ubicar la naturaleza y modos concretos de uso del visífono en el hogar, sino también señalar una serie de interrogantes de los actores sobre la instauración progresiva de una « sociedad de la ubicuidad ».