



# Vers une pragmatique des attachements médiatiques. Le cas de la Télévision Mobile.

Julien Figeac

► **To cite this version:**

Julien Figeac. Vers une pragmatique des attachements médiatiques. Le cas de la Télévision Mobile.. Sociologie. Université Toulouse le Mirail - Toulouse II, 2009. Français. <tel-00411552>

**HAL Id: tel-00411552**

**<https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00411552>**

Submitted on 28 Aug 2009

**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.

Université de Toulouse II - le Mirail

Thèse nouveau régime pour le Doctorat de Sociologie

Présentée par  
Julien FIGEAC

# **VERS UNE PRAGMATIQUE DES ATTACHEMENTS MÉDIATIQUES**

## **Le cas de la Télévision Mobile**

Thèse dirigée par Anne SAUVAGEOT

Soutenue publiquement le 24 juin 2009

Devant le jury composé de :

Valérie BEAUDOUIN, Enseignant – chercheur à TELECOM ParisTech

Bernard CONEIN, Professeur à l'Université de Nice Sophia Antipolis

Michel GROSSETTI, Directeur de recherche au CNRS

Antoine HENNION, Directeur de recherche à MINES ParisTech (Rapporteur)

Christian LICOPPE, Professeur à TELECOM ParisTech (Co-directeur)

Anne SAUVAGEOT, Professeur à l'Université de Toulouse II - le Mirail

Jean Paul THIBAUD, Directeur de recherche au CNRS (Rapporteur)



## REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier Anne Sauvageot pour m'avoir accompagné tout au long de ces années et pour avoir relu ce manuscrit avec autant d'attention. L'espace de débat que vous m'avez ouvert m'a été très précieux car, au-delà de vos remarques et de vos recommandations, vous m'avez permis d'exprimer mes doutes tout en m'aidant à les surmonter.

Je remercie Christian Licoppe pour s'être autant investi dans la co-direction de cette thèse. En m'écoutant gloser, autour de ce que mes enregistrements vidéo donnent à voir, il m'a ouvert de nombreuses pistes de lecture. Ces échanges autour de l'écran resteront une de mes plus belles expériences d'apprenti sociologue.

Je remercie également Valérie Beaudouin pour sa bienveillance, ses relectures et ses conseils. Je vous suis très reconnaissant, à Marc Relieu et toi, de m'avoir ouvert les portes du laboratoire SENSE d'Orange Labs en me permettant de bénéficier d'une bourse doctorale.

Ce laboratoire m'a permis de baigner dans une ambiance de recherche stimulante, fortement imprégnée par l'interdisciplinarité. Je remercie tout d'abord ceux qui m'ont aidé, directement ou non, à mettre en place le dispositif d'enregistrement vidéo : Moustafa Zouinar, Anne Bationo, Bruno Bonu, Caroline Datchary, Julia Velkovska, Julie Denouël-Granjon et Dimitry Voilmy.

Je tiens à remercier Dominique Cardon pour ses remarques. Elles m'ont incité, en consonance avec celles de Patrice Flichy et de Dominique Pasquier, à revoir l'orientation initiale de cette thèse.

Je remercie enfin les autres membres de SENSE pour leur aide et leur soutien : Jean-Pierre Bacot, Thomas de Bailliencourt, Thomas Beauvisage, Sami Ben Sassi, Roland Canu, Christophe Cariou, Chantal de Gournay, Fabien Granjon, Bertrand Horel, Emmanuel Kessous, Marie-Laure Lancelin, Frédérique Legrand, Benoît Lelong, Alexandre Mallard, David Martin, Anthony Pecqueux, Anne-Sylvie Pharabod, Maryse Piart, Nicolas Pissard, Carole Anne Rivière et Zbigniew Smoreda.

Je salue amicalement Julien Morel pour l'aide inestimable qu'il m'a apportée. Je remercie les autres membres de Télécom ParisTech qui m'ont aidé durant la dernière ligne droite de la rédaction.

Je remercie également les membres du LISST-CERS pour l'accueil chaleureux qu'ils m'ont réservé. J'adresse un remerciement particulier à Michel Grossetti tant nos discussions, notamment sur la sociologie de la culture française, ont pu m'influencer. Merci également à Jean-Pierre Rouch pour avoir dirigé mes mémoires de master et pour ses conseils avisés sur les *Soap Opera*.

Je remercie tout particulièrement Emmanuel Pagès et Marion Pragout pour m'avoir aidé en relisant ce manuscrit.

Merci à mes parents sans qui cette thèse n'aurait pas vu le jour. Merci à Dorothy, Michel et Nick pour m'avoir aidé à traverser les étapes cruciales qui l'ont jalonnée.

Merci à mes compagnons de thèse les plus proches dont le soutien est irremplaçable : Ana Sofia Campos, Lionel Cauchard, Janet Freysoldt, Julien Levrel et Tristan Salord.

Je remercie plus affectueusement Nathalie Paton, celle d'entre eux qui a partagé ma vie durant ces années, une vie peuplée de joies et... deux thèses.



## RÉSUMÉ

Cette étude montre comment les usages de la Mobile TV viennent compléter ou remplacer les usages des autres supports médiatiques. Elle défend la thèse selon laquelle les utilisateurs s'approprient ce service par le travail de leurs préférences médiatiques, et plus précisément par leur attachement opportuniste au genre journalistique. Le transfert des préférences, des supports fixes à ces services mobiles, est parasité par diverses contraintes d'usage incitant les usagers à sélectionner celles qui sont ajustées à la taille de ces écrans de poche, aux problèmes de réception du réseau téléphonique, à la brièveté des créneaux d'utilisation, etc. Ce transfert forme dès lors une épreuve pragmatique à travers laquelle les préférences sont renouvelées. En ciblant les usages développés durant les déplacements, nous montrons comment les utilisateurs traversent cette épreuve en opportunistes. Ils mobilisent les médias, dont les téléphones multimédia, et les contenus rendus opportuns par les ressources et les contraintes rencontrées durant la conduite des déplacements. Ils développent alors un rapport réflexif vis-à-vis des médiations techniques qui équipent leurs pratiques, des situations qui accueillent leurs usages, des co-présents qui cautionnent tacitement leurs réceptions médiatiques. A l'heure où la sociologie de la fréquentation des biens culturels patine sur le terrain mouvant de la diversification des pratiques médiatiques, il peut être bénéfique de décrire comment cette propension opportuniste converge, à toute fin pratique, avec la captation des médiations techniques tissant ainsi, à la voie passive, des entrelacements d'usage et des attachements culturels.

## ABSTRACT

This study demonstrates how the various uses of Mobile TV complete or replace the use of other media. The thesis at stake is that users adopt this service through their media preferences, and more precisely through their opportunistic attachment to the journalistic genre. The transfer of their preferences, from fixed media to mobile services, is limited by several factors, thus inciting users to select those that are adjusted to the size of pocket screens, reception problems of the telephone network and short time slots, etc. This transfer therefore constitutes a practical ordeal through which preferences are renewed. By targeting the uses developed during travel time, we demonstrate how users take advantage of this ordeal as opportunists. They mobilize media, including the multimedia telephone, and contents suitable to the resources and constraints encountered during their situations of mobility. Thus, they develop a reflexive relationship with technical mediations, with the situations that accommodate these uses, and with those present who tacitly accept their use. While audience studies of media content are currently floundering on the uneasy ground of diversified media practices, it might be useful to describe how this opportunistic attachment converges, for all practical purposes, with the attraction of technical mediation, thus passively weaving links between use and cultural attachments.

# SOMMAIRE

INTRODUCTION .....	1
<b>PARTIE I. LES ATTACHEMENTS DANS UNE PRAGMATIQUE DE L'USAGE .....</b>	<b>13</b>
<b>CHAPITRE I. INSCRIRE LES USAGES DES SERVICES MULTIMÉDIA DANS LA CONSTELLATION DES GOÛTS MÉDIATIQUES .....</b>	<b>23</b>
I. L'INTEROPÉRABILITÉ DES SERVICES MOBILES MULTIMÉDIA.....	26
1. <i>Quelques éléments de contextualisation.....</i>	<i>27</i>
2. <i>Description des services.....</i>	<i>31</i>
II. RÉINSCRIRE LES UTILISATIONS FONCTIONNELLES DANS LA DYNAMIQUE DES GOÛTS MÉDIATIQUES.....	35
1. <i>Réinscrire le design des services multimédia dans la dynamique des goûts médiatiques.....</i>	<i>37</i>
2. <i>Réinscrire la relation aux contenus multimédia dans la dynamique des goûts médiatiques</i>	<i>40</i>
3. <i>Réinscrire les paramètres contextuels des utilisations dans la dynamique des goûts médiatiques .....</i>	<i>46</i>
<b>CHAPITRE II. REDÉFINIR LE CADRE SOCIAL DES USAGES AUTOUR DES GOÛTS MÉDIATIQUES .....</b>	<b>51</b>
I. LA SOCIOLOGIE DES USAGES ET LE VERSANT TECHNIQUE DE L'APPROPRIATION.....	51
1. <i>L'inscription du design des interfaces dans une pragmatique de l'usage.....</i>	<i>52</i>
2. <i>L'appropriation des contenus multimédia et le cadre social des usages.....</i>	<i>57</i>
II. PRENDRE COMME OBSERVATOIRE L'ATTACHEMENT À UN GENRE MÉDIATIQUE MULTI-SUPPORT.....	62
1. <i>Le genre journalistique : un observatoire entre la dimension technique des utilisations et les goûts médiatiques .....</i>	<i>62</i>
2. <i>Saisir l'appropriation des services mobiles multimédia par le travail de l'attachement au genre journalistique .....</i>	<i>68</i>
<b><u>SYNTHÈSE DU CHAPITRE II</u> .....</b>	<b>72</b>
<b>CHAPITRE III. LA PERFORMATIVITÉ DES ATTACHEMENTS AU GENRE JOURNALISTIQUE DANS UNE PRAGMATIQUE DE L'USAGE .....</b>	<b>73</b>
I. VERS UNE ACTIVITÉ DE RÉCEPTION INSCRITE DANS DES FORMES DE MULTI-ACTIVITÉ .....	75
1. <i>Saisir l'attachement au genre journalistique dans un environnement médiatique concurrentiel.....</i>	<i>75</i>
2. <i>L'attachement opportuniste au genre journalistique.....</i>	<i>82</i>
3. <i>Inscrire l'activité de réception dans le faisceau des activités sociales.....</i>	<i>87</i>
II. APPRÉHENDER LES ACTIVITÉS DE RÉCEPTION ET DE DÉPLACEMENT COMME UNE FORME DE MULTI-ACTIVITÉ.....	90
1. <i>Les déplacements comme observatoire de l'appropriation de la Mobile TV.....</i>	<i>91</i>
2. <i>Recomposer l'organisation séquentielle des activités médiatiques dans une mobilité augmentée.....</i>	<i>93</i>
<b><u>SYNTHÈSE DES DEUX PRINCIPAUX AXES DE LA PROBLÉMATIQUE GÉNÉRALE</u> .....</b>	<b>96</b>
<b>PARTIE II. L'ÉPREUVE DE L'APPROPRIATION DES SERVICES MOBILES MULTIMÉDIA .....</b>	<b>99</b>
<b>CHAPITRE IV. L'APPROPRIATION DES SERVICES MULTIMÉDIA PAR LE TRAVAIL DES ATTACHEMENTS AUX GENRES MÉDIATIQUES.....</b>	<b>101</b>
I. PRÉSENTATION DU PROTOCOLE D'ENQUÊTE .....	103
1. <i>Les entretiens comme modalité d'expression de la réflexivité .....</i>	<i>103</i>
2. <i>Présentation de l'étude .....</i>	<i>112</i>
II. L'APPROPRIATION DU WAP ET DE LA VOD PAR LE TRAVAIL DE L'ATTACHEMENT OPPORTUNISTE AUX NEWS ....	117
1. <i>L'appropriation du WAP par l'attachement aux news.....</i>	<i>118</i>
2. <i>Les deux modalités d'appropriation de la VOD .....</i>	<i>124</i>
III. L'APPROPRIATION DE LA MOBILE TV COMME ÉPREUVE TRAVERSÉE EN OPPORTUNISTE .....	136
1. <i>Panorama des usages de la Mobile TV.....</i>	<i>137</i>

2.	<i>L'appropriation de la Mobile TV par l'attachement opportuniste aux news</i> .....	143
3.	<b>CONCLUSION INTERMÉDIAIRE</b> .....	149
IV.	L'APPROPRIATION OPPORTUNISTE DES SERVICES MULTIMÉDIA DANS LA CONSTELLATION DES PRATIQUES D'INFORMATION.....	150
1.	<i>Les audiences massives de la télévision et de la radio : entre le registre de la multi-activité et les types d'interactions</i> .....	151
2.	<i>L'engouement pour la presse gratuite : entre l'argument de la gratuité et l'opportunité en situation de mobilité</i> .....	156
3.	<i>Les usages de la presse en ligne : entre le design des interfaces et la séquentialisation des activités</i> .....	157
4.	<i>Les services multimédia : entre la disponibilité des téléphones mobiles et l'accessibilité des news</i> .....	161
5.	<i>L'appropriation des services multimédia selon trois formes de propension</i> .....	164
V.	<b>CONCLUSION DU CHAPITRE IV</b> .....	167
 <b>PARTIE III. L'APPROPRIATION DES SERVICES MULTIMÉDIA EN SITUATION DE MOBILITÉ</b> .....		171
I.	PRÉSENTATION DE LA DEUXIÈME ÉTUDE .....	175
II.	VERS UNE APPROCHE PRAGMATIQUE DES ACTIVITÉS MÉDIATIQUES PRISES DANS DES FORMES DE MULTI-ACTIVITÉ .....	185
 <b>CHAPITRE V. L'INSCRIPTION DES SUPPORTS MÉDIATIQUES DANS LES DÉPLACEMENTS</b> .....		197
I.	LA PERTINENCE DES QUOTIDIENS AU COURS DES DÉPLACEMENTS.....	200
1.	<i>Le passage en kiosque dans le trajet du lecteur de la PQN</i> .....	201
2.	<i>L'inscription des quotidiens dans les déplacements</i> .....	209
II.	LA PERTINENCE DES SERVICES MULTIMÉDIA AU COURS DES DÉPLACEMENTS .....	215
1.	<i>La reconfiguration des activités médiatiques autour de la multifonctionnalité</i> .....	216
2.	<i>La réceptivité des réseaux téléphoniques comme épreuve</i> .....	225
III.	L'APPROPRIATION DES SERVICES MOBILES MULTIMÉDIA COMME ÉPREUVE OUVRANT SUR DE NOUVELLES FORMES DE MOBILITÉS.....	254
1.	<i>L'attachement aux contenus télévisuels comme épreuve ouvrant sur de nouvelles formes de mobilités</i> .....	255
2.	<i>L'enchevêtrement des temporalités dans les nouvelles mobilités</i> .....	260
IV.	<b>CONCLUSION DU CHAPITRE V</b> .....	266
 <b>CHAPITRE VI. L'ANCRAGE PUBLIC DES USAGES EN PRISE DANS DES FORMES DE MULTI-ACTIVITÉ</b> .....		271
I.	VERS UNE APPROCHE PRAXÉOLOGIQUE DE L'ANCRAGE PUBLIC DES USAGES.....	273
1.	<i>Vers un calme examen des relations en public</i> .....	273
2.	<i>Des écouteurs à l'écran : le téléspectateur-baladeur</i> .....	277
3.	<i>Décrire l'ancrage public des usages à travers l'écologie des régimes visuels</i> .....	280
II.	LES DEUX MODALITÉS D'OUVERTURE DES USAGES .....	281
1.	<i>La modalité d'ancrage introductive</i> .....	282
2.	<i>La modalité d'ancrage transitionnelle</i> .....	294
III.	L'ANCRAGE PUBLIC DES USAGES EN PRISE DANS DES FORMES DE MULTI-ACTIVITÉ.....	314
1.	<i>L'épreuve de la transition ou l'échec de l'anticipation</i> .....	315
2.	<i>L'activité de réception en prise dans des formes de multi-activité</i> .....	327
IV.	<b>CONCLUSION DU CHAPITRE VI</b> .....	339
 <b>CONCLUSION GÉNÉRALE</b> .....		345
I.	RETOUR SUR LE PROGRAMME DE RECHERCHE .....	345
II.	OBSERVER L'APPROPRIATION DES TIC PAR LE TRAVAIL DES PROPENSIONS OPPORTUNISTES .....	351
 RÉFÉRENCES .....		376
 ANNEXES.....		390





*Jamais, dans la France en cours de mondialisation, les occasions ni les moyens d'information n'ont été aussi multiples et foisonnants, jamais l'individu n'a été autant sollicité : chaînes de télévision (généralistes, thématiques, par câble, satellite, TNT...), radios, internet, presse écrite, magazines, et désormais journaux gratuits, SMS, etc. Un médiaconsommateur moyen passe 3 heures 30 par jour devant la télévision, 3 heures à écouter la radio, auxquelles il faut ajouter le temps à surfer sur l'internet, à lire les journaux (source Médiamétrie), etc. Et même s'il ne consacre pas tout ce temps à s'informer, la multiplication des supports, électroniques notamment, et leur miniaturisation font qu'il a accès à de l'information, qu'il la demande ou qu'on la lui propose, partout et en permanence. À son domicile certes, où la totalité des supports lui sont accessibles, mais aussi dans les transports, le bus ou le métro (journaux), la voiture (radio), dans la rue, qu'il soit à pied ou à vélo (baladeur), sur ses lieux de travail (internet, radio, journaux et magazines), de loisirs ou de vacances. Se brancher, se connecter aux sources d'information, est devenu chez lui un automatisme, un réflexe. La relation aux supports, de plus en plus mobiles et de plus en plus petits, a changé. L'arrivée de journaux d'information sur les téléphones mobiles de dernière génération, l'accès aux programmes des chaînes de télévision montrent que désormais le débat public pénètre l'ensemble des sphères, jusqu'à la plus intime. Nous sommes entrés dans l'ère de la médiaconsommation. Le médiaconsommateur est un être à part, qui a franchi la barrière des espèces (Moles, 1967, 1972). Ce n'est ni seulement l'auditeur, ni seulement le téléspectateur, ni seulement le lecteur ou l'internaute, c'est tout cela à la fois. Successivement et, de plus en plus, simultanément. Le changement n'est pas seulement dans la densité de l'offre de produits, il est dans le comportement de l'utilisateur. La mutation n'est pas seulement technologique, elle est aussi ergonomique, mentale et comportementale. L'individu, désormais, fait plusieurs tâches en même temps, jonglant avec les sources : il parcourt le journal tout en ayant un œil sur la télé ; il écoute la radio tout en surfant sur l'internet ; il navigue sur les réseaux tout en prenant connaissance des derniers messages électroniques qui s'affichent sur son mobile, etc. Et, à l'intérieur d'un même canal, il est de plus en plus fréquent que plusieurs tâches – deux, voire trois ou plus – lui soient proposées ou imposées : écouter et regarder le journaliste sur telle chaîne d'information continue, tout en lisant le bandeau déroulant au bas de l'écran qui égrène les dépêches ; suivre le flash d'actualités sur tel canal thématique spécialisé dans la finance, tout en surveillant l'évolution des cours de bourse et en intégrant les informations sur les rachats ou les publications de résultats au fur et à mesure qu'elles tombent, etc. À l'heure où les chaînes de télévision fleurissent par bouquets, où les kiosques débordent de journaux et de magazines, à l'heure où les portails internet se multiplient et où les blogs prolifèrent, comment expliquer une telle demande, une telle boulimie d'information ? Quelle est la nature de ce besoin, de cet appétit de connaissance ? À quelles motivations, à quelles logiques répondent-ils ?*

Denis Muzet<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Muzet, 2006, p. 51-53.



## Introduction

L'institut Médiamétrie propose, depuis 1985, des photographies de l'audience des médias en segmentant les publics autour des différents supports médiatiques. Ses mesures d'audience rapportent alors les pratiques des auditeurs, des téléspectateurs, des internautes et, plus récemment, des mobinautes<sup>2</sup>. Le problème qui se pose aujourd'hui aux commanditaires de ces mesures, les professionnels des médias, est on ne peut plus saillant. Les entreprises de presse cherchent un modèle économique viable permettant de pérenniser la coexistence de leurs différentes publications. Par exemple, en parallèle de son quotidien du soir, Le monde édite un quotidien gratuit, *Matin Plus*, et deux versions numériques dont l'une est adaptée aux téléphones mobiles<sup>3</sup>. Pour mettre en place un modèle économique viable, les entreprises de presse ont besoin de mieux comprendre comment leurs lecteurs circulent d'une édition à l'autre. Et, plus généralement, comment ils s'approprient ces multiples voix d'accès aux informations journalistiques qui leur sont aujourd'hui proposées à la télévision, à la radio, par Internet et dorénavant par les téléphones multimédia ? Quelle cohérence donnent-ils à leurs « 38,6 contacts par jour avec une activité média ou multimédia »<sup>4</sup> ?

Dans ce climat de crise du modèle de diffusion journalistique, l'institut Médiascopie a recherché des réponses inédites en tentant de contourner le problème sur lequel les instituts de sondage butent habituellement : plus les médias se diversifient, plus il est difficile de proposer une vision d'ensemble de ces nouvelles formes de consommation médiatique multi-support<sup>5</sup>. Le livre *La mal info*<sup>6</sup>, dont nous proposons un extrait en préambule, rapporte ces résultats. Nous pouvons en extraire divers enseignements, explicites et implicites, tout aussi passionnants qu'incontournables pour positionner cette étude des usages de la Mobile TV.

---

<sup>2</sup> Le mobinaute est l'utilisateur de l'Internet Mobile (ou WAP), du service de VOD (Video On Demand) et de télévision sur les téléphones mobiles. Cf. L'audience des services mobiles multimédia, page 17.

<sup>3</sup> Cf. <http://mobile.lemonde.fr/>

<sup>4</sup> Cf. Médiamétrie, « Etude Media In Life : 2005-2008 : Toujours plus de médias et de loisirs numériques », mars 2009, [http://www.mediametrie.fr/resultats.php?rubrique=div&resultat\\_id=637](http://www.mediametrie.fr/resultats.php?rubrique=div&resultat_id=637).

<sup>5</sup> La sociologie est elle-même confrontée à ce problème de la complexification des entrelacements des usages. Cf. Smoreda, 2007.

<sup>6</sup> Muzet, 2006.

- **La crise de la ménagère de moins de 50 ans**

Si l'on prend un peu de recul par rapport à cette étude<sup>7</sup>, il est frappant d'observer que les variables sociodémographiques y occupent une place marginale. Pourtant, Médiascopie analyse habituellement les tendances du Paysage Audiovisuel Français (PAF), comme tout institut de sondage, en croisant les classes d'âge, le sexe et la CSP de leur panel de téléspectateurs. Ces croisements génèrent le plus souvent des fictions statistiques de publics<sup>8</sup>. Mais, sans chercher à critiquer leur manque d'objectivisme statistique, retenons le fait que ces professionnels s'accordent sur l'intérêt de mesurer statistiquement l'audience de la télévision. Le nord de leur boussole statistique étant bien souvent la catégorie indigène de la ménagère de moins de 50 ans, celle qui accorde le plus de temps de conscience disponible au petit écran.

Dans cette étude, Médiascopie ne convoque pas les variables sociodémographiques pour analyser l'entrelacement des pratiques autour des différents supports d'information. Elle décrit des tendances du PAF en proposant des clés d'analyse qui les évacuent de fait. Il est alors intéressant de noter que ces tendances sont dégagées en convoquant « l'individu » plutôt que ses multiples facettes médiacentrées.

En effet, dans cet extrait de texte, trois tendances de fond émergent pour mettre en lumière ces entrelacements toujours plus complexes des pratiques médiatiques. La première renvoie à la multiplication des médias dans l'espace domestique. Elle découle du fait qu'en parallèle des télévisions et des radios placées dans les pièces à usage collectif (les salons et les cuisines), d'autres postes sont introduits dans les pièces plus intimes comme les chambres à coucher et les salles de bain. Ces agencements des habitats contribuent à renouveler l'économie des pratiques en multipliant les opportunités d'écoute. La deuxième tendance renvoie à la diversification des médias. Denis Muzet prend alors l'exemple de la diffusion des téléphones mobiles de troisième génération (3G) qui permettent désormais de lire des informations ou de regarder des chaînes télévisées pendant les temps de transport. La troisième tendance renvoie à cet art de faire consistant à superposer la réception d'un média sur la réalisation de tâches de plus en plus diversifiées et complexes. Il prend notamment l'exemple des usagers qui naviguent sur Internet en regardant la télévision.

---

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Dayan, 1998 ; Proulx (dir), 1998 ; Chalvon-Demersay (dir), 1998.

La convergence de ces trois tendances rend en partie caduque la catégorisation habituelle des publics autour des classes d'âges, du genre ou des CSP. La segmentation catégorielle des publics n'est pas récusable en soi. Elle est seulement bien trop éloignée des activités médiatiques réelles pour pouvoir se renouveler. Elle ressasse les mêmes enseignements sans apporter des réponses fines et opérationnalisables à la crise du modèle journalistique. C'est pourquoi, cet institut rentre dans le quotidien de la consommation médiatique, en prenant l'individu comme unité d'analyse<sup>9</sup>, pour tracer les entrelacements de ces « nouvelles » pratiques médiatiques. Ce retour à l'individu est encore plus nécessaire si l'on veut saisir, comme Denis Muzet s'y aventure, comment le récepteur distribue son attention entre les informations journalistiques et des activités périphériques (le ménage, la conduite automobile, etc.).

- **Comment vais-je te surnommer ? Mobinaute, Télénaut, Visionaute, Téléphoniste 2.0 ...**

Denis Muzet bute également sur un problème de catégorisation. En effet, il décrit l'évolution des pratiques médiatiques en lui imputant des causes, comme la miniaturisation des supports. Il entrevoit certaines conséquences, comme la diversification des pratiques en situation de mobilité liée au développement des téléphones multimédia. Il qualifie ensuite cette tendance de « médiacommunication » avant de lui donner corps derrière la figure du « médiacommeur » : « Ce n'est ni seulement l'auditeur, ni seulement le téléspectateur, ni seulement le lecteur ou l'internaute, c'est tout cela à la fois. Successivement et, de plus en plus, simultanément »<sup>10</sup>.

Si l'on est attentif aux détails, on peut noter qu'il ne donne pas de nom à cet usager du téléphone mobile. En effet, comment appeler celui qui regarde la télévision sur son téléphone mobile ? Un mobinaute comme Médiamétrie le propose. Mais, dans ce cas là, cette désignation peut être associée à une grappe de pratiques : la lecture des *news* sur l'Internet mobile, la consultation des vidéos en streaming ou la réception des chaînes télévisées. Le téléphone multimédia, en tant que dispositif multifonctionnel, rompt ce processus de catégorisation médiacentré autour duquel les études du PAF, et la sociologie

<sup>9</sup> Cf. Smoreda, 2007, introduction, pp. 9-15.

<sup>10</sup> Muzet, 2006, p. 52.

des usages<sup>11</sup>, se structuraient. Il ne permet plus de singulariser une nouvelle facette de l'utilisateur en fonction de sa familiarité avec ce nouveau média.

Il serait absurde de se contenter de critiquer la manière dont l'auteur et ses collaborateurs contournent ce problème de catégorisation en claironnant l'avènement du médiaconsommateur. Cette critique serait trop facile car c'est bien parce que nous avons nous-mêmes buté sur ce problème que nous le jugeons digne d'être rapporté ici. Comme la sociologie des usages le fait habituellement, nous aurions pu reprendre à notre compte toute nouvelle catégorisation de l'utilisateur (le mobinaute, visionaute, télénaute...) pour légitimer, implicitement, l'intérêt de notre étude. Nous aurions alors participé à cette tendance à la fragmentation de la figure de l'utilisateur qui a conduit la sociologie des usages au médiacentrisme<sup>12</sup>. A force de prendre les innovations technologiques et les innovations de services comme prétexte, les études d'usage se sont accumulées, ou du moins elles se sont superposées, en esquisant un portrait pointilliste et fragmenté du paysage médiatique.

Comme nous le verrons sur la base de nos analyses d'entretiens (cf. chapitre 4, p.101), nous avons choisi de prendre à bras le corps ce problème de catégorisation des usages de la Mobile TV et, plus généralement, de l'ensemble des services mobiles multimédia. Plutôt que de catégoriser *a priori* ces services et leurs utilisateurs, nous avons procédé en pragmatique. Il s'est agi d'écouter les utilisateurs catégoriser leurs propres usages en identifiant les éléments sur lesquels ils fondaient leur retour d'expérience. Il est alors apparu qu'ils ne rendent pas compte de leurs utilisations en mobilisant la désignation technique et commerciale de ces services : Mobile TV, VOD (*Video On Demand*) ou WAP (*Wireless Application Protocol*). Ils prennent plutôt appui sur les contenus. Ils catégorisent et singularisent leurs différents usages des services mobiles multimédia en fonction des différents genres médiatiques qu'ils consultent par cet intermédiaire : les *news*, les clips musicaux, les programmes télévisés, etc.

A travers ce problème de catégorisation, nous allons montrer que la problématique de l'appropriation<sup>13</sup> des nouvelles technologies ne peut plus être cantonnée à la dimension technique des usages, comme par exemple aux prescriptions d'utilisation<sup>14</sup>. Elle doit nécessairement inclure la dimension des préférences médiatiques et, plus précisément, des

---

<sup>11</sup> Proulx, 2002.

<sup>12</sup> Proulx, 2002.

<sup>13</sup> Chambat, 1994 ; Proulx 2002.

<sup>14</sup> De Certeau, 1980 ; Perriault, 1989 ; Thévenot, 1993.

préférences télévisuelles (cf. chapitre 2 p. 51 et chapitre 4, p.101). Nous proposons d'intégrer cette dimension en suivant la perspective d'une pragmatique du goût<sup>15</sup> (cf. chapitre 3, p. 73). A travers cette orientation, nous allons produire une étude d'usage qui prend les services mobiles multimédia comme prétexte pour observer comment les usagers reconfigurent leurs pratiques pour accueillir ces nouveaux usages. C'est pourquoi, nous ne singulariserons pas une nouvelle facette de la consommation médiatique en cherchant par exemple à évaluer comment elle vient cannibaliser la relation aux « anciens » médias. Notre objectif est résolument pragmatique. Il s'agit d'essayer de saisir comment les médiaconsommateurs assimilent au quotidien cette diversification des médias.

**- Vers une approche écologique de l'appropriation de la Mobile TV en situation de mobilité**

Depuis la fin de l'année 2006, avec la mise en place des offres illimitées<sup>16</sup>, les abonnés ont la possibilité de regarder, sans restriction de temps, une cinquantaine de programmes télévisés sur leur téléphone multimédia. Les personnes interrogées ici sont abonnées à ces offres illimitées. Elles visionnent essentiellement les programmes qu'elles ont l'habitude de regarder à partir de leur(s) télévision(s) domiciliaire(s)<sup>17</sup>. Lorsqu'elles adoptent ces services, elles transfèrent ainsi une partie de leurs préférences télévisuelles : le fan de séries profite de son téléphone pour suivre les derniers épisodes, le passionné de sport s'oriente vers les flashes sportifs, etc.

Nous allons alors défendre l'hypothèse suivante : la multiplication des supports médiatiques et la densification des entrelacements entre les « anciens » et les « nouveaux » médias doivent être saisies en prenant comme observatoire le travail des attachements aux contenus médiatiques. Qu'est-ce que la passion pour les séries télévisées fait faire ? Comment l'engouement pour les infos sportives vient-il légitimer l'appropriation, ou l'abandon, de certains supports médiatiques ?

En prenant ce travail des attachements comme observatoire, la problématique de l'héritage et de la cohérence des préférences médiatiques devient secondaire. L'objectif consiste plutôt à décrire comment les usagers reconfigurent leurs contextes familiers pour

<sup>15</sup> Hennion, 2003A, 2004A, 2005B.

<sup>16</sup> Par exemple, les offres illimitées d'Orange permettent, pour 6 euros par mois, de visionner de manière illimitée une vingtaine de chaînes télévisées ou une cinquantaine pour 10 euros par mois.

<sup>17</sup> Chipchase J., Yanqing C., Jung Y., 2006.



accueillir ces nouveaux usages et transférer leurs préférences télévisuelles des télévisions domiciliaires à ses écrans de poche. Rétroactivement, l'objectif consiste à mettre en évidence comment le réel résiste à leurs désirs, comme le dirait la psychanalyse, soit comment les différentes contraintes d'usages viennent contrarier ce transfert des préférences télévisuelles, comment ils affectent la sélection des supports en rendant l'utilisation d'un média plus opportune qu'une autre. Nous spécifierons ces différentes formes de contraintes car elles peuvent être d'ordre technique (la disponibilité des réseaux de communication, l'autonomie des batteries, etc.), économique (le coût des supports, le coût des abonnements aux services, etc.), temporel (les contraintes de la programmation télévisuelle, etc.), contextuel (l'accès aux différents médias est différent au travail et au domicile), cognitif (l'attention sollicitée par certains médias s'accorde plus ou moins bien avec certains lieux et certains moments) et normatif (certains médias peuvent être trop bruyants et intrusifs vis-à-vis des co-présents). En d'autres termes, il nous paraît pertinent de questionner, en pragmatique, l'ancrage écologique des différentes activités médiatiques pour saisir comment l'appropriation des services mobiles multimédia s'insère dans ce paysage de la consommation médiatique.

Prenons un exemple attesté par l'ensemble des études internationales qui ont abordé les usages pionniers de la Mobile TV. Il a pu être observé dans les pays précurseurs (Finlande, Japon, Corée du Sud) que la place accordée aux *news*<sup>18</sup>, dans la consommation télévisuelle sur les téléphones mobiles, est bien plus importante que la place qu'elle occupe dans la consommation sur les dispositifs domiciliaires<sup>19</sup>. Cette tendance peut tout d'abord s'expliquer par les stratégies commerciales des entreprises médiatiques. En effet, le portail Internet mobile<sup>20</sup> de France Télévision donne par exemple accès, parmi l'ensemble des chaînes du groupe et la diversité de leurs programmes, à un flash info (un condensé des JT de France 2) et des *news* écrites, la météo de France 2 en vidéo et des dépêches sportives. Ces contenus sont consultables gratuitement. Pour visionner les autres programmes, les utilisateurs doivent souscrire à un abonnement à la Mobile TV auprès de leur opérateur téléphonique. Nous avons décidé de faire un focus sur le genre journalistique car il se situe au cœur de l'appropriation de la

---

<sup>18</sup> Les mesures d'audience françaises tirent le même constat : « A la question quels types de contenus souhaiteriez-vous consulter sur votre TMP, les individus plébiscitent en premier lieu l'information avec les journaux télévisés (56%) puis les séries TV (37%) et enfin les films / fictions (33%) », Aegis Media Expert, Mars 2009.

<sup>19</sup> Södergard, 2003 ; Mäki, 2005 ; Knoche, Mc Carthy, 2005.

<sup>20</sup> Cf. <http://m.francetv.fr>.

Mobile TV. Il joue ce rôle en raison des choix éditoriaux des chaînes télévisées qui le mobilisent pour attirer les utilisateurs vers ce service en les incitant à franchir le pas de la souscription à un abonnement. Mais pas seulement. Même les individus interrogés ici, c'est-à-dire ceux qui payent pour avoir accès à une vingtaine de chaînes, situent le genre journalistique au cœur de leurs usages. Nous défendons l'idée qu'ils doivent éprouver, par l'exercice de leur réflexivité, les différents genres de contenus pour évaluer ceux qui sont adaptés à cette consommation télévisuelle. La majorité d'entre eux en conclut alors que le format des *news*, diffusées sur les mobiles<sup>21</sup>, converge à merveille avec la brièveté des créneaux d'utilisation de ce service. C'est pourquoi, ils privilégient ces contenus courts, qui ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue, car ils peuvent être picorés sous des délais très brefs, entre deux contraintes d'usage (cf. chapitre 4, p. 101).

De manière plus générale, les situations d'usage de la Mobile TV modifient la relation aux programmes télévisés. Ceci découle du fait que la réception sur les téléphones mobiles<sup>22</sup> se déroule dans des lieux inhabituels tels que les bureaux, les transports en commun ou les voitures ; elle s'inscrit dans des interactions spécifiques : entre collègues ou entre passagers ; elle modifie les formes d'écoute en incitant les utilisateurs à utiliser des écouteurs ; elle peut être regardée en marchant ce qui pousse les usagers à accorder plus d'importance aux sons qu'aux images ; elle renouvelle le rapport aux contenus puisque les contraintes liées à la réception détournent les utilisateurs des programmes trop longs, etc.

Nous allons approfondir la compréhension de ces processus en défendant l'hypothèse selon laquelle l'adoption de ces supports médiatiques mobiles ne renvoie pas qu'à des dispositions socioculturelles ou au transfert des habitudes médiatiques. Elle s'opère par un travail des individus qui tentent d'exploiter, en opportunistes, des situations inédites pour réaliser leurs préférences télévisuelles. Rétroactivement, cette adoption est ajustée aux contraintes d'usage spécifiques aux différents créneaux d'utilisation. Nous nous proposons d'insister sur cette deuxième dimension en montrant que l'adoption de la Mobile TV n'a de sens pour les utilisateurs que s'ils ont la possibilité d'inscrire durablement leurs usages dans des créneaux d'utilisation traversés au quotidien. En effet, les utilisateurs ne substituent pas ces dispositifs mobiles à une pratique qu'ils apprécient. Par exemple, ceux qui ont pour habitude de dîner en famille en regardant un

---

<sup>21</sup> Oksman, Noppari, Tammela, Mäkinen, Ollikainen, 2007.

<sup>22</sup> O'Hara, Mitchell, Vorbau, 2007

journal télévisé à partir de la télévision domiciliaire, ne vont pas l'abandonner pour y substituer l'utilisation de leur nouveau téléphone multimédia. Si l'adoption de ces services répond à leur attractivité ou au chant des sirènes de la « gadgétophilie », elle répond avant tout à la possibilité d'articuler leurs utilisations avec un ou plusieurs créneaux d'usage viables. Dès lors, nous ferons ici un focus sur les déplacements quotidiens, notamment entre le domicile et le lieu de travail, car ils sont propices au développement, et à la stabilisation, de ces usages pionniers.

Dans la mesure où nous défendons l'hypothèse que l'adoption de la Mobile TV et le renouvellement des habitudes médiatiques reposent en partie sur la configuration des créneaux d'utilisations, nous décrirons de manière fine comment la conduite des déplacements urbains va orienter la conduite des usages des supports médiatiques. Et, en retour, nous décrirons comment la conduite des déplacements va être orientée selon les logiques d'usages propres à chaque support médiatique. Nous insisterons sur ce dernier aspect en montrant comment les différents supports viennent s'inscrire dans l'économie des déplacements quotidiens et influent différemment sur la manière de se déplacer (cf. Chapitre 5, p. 197 et chapitre 6, p. 271).

En ce sens, nous inscrivons cette recherche dans la lignée du paradigme des nouvelles mobilités tel qu'il a été défini par John Urry et ses collègues<sup>23</sup>. A travers ce paradigme, la mobilité ne forme plus un simple interstice temporel venant s'intercaler entre les temps sociaux dominants : le temps de travail et le temps de la vie domestique. Autrement dit, le sens des déplacements quotidiens n'est pas assigné de manière purement exogène, comme c'est le cas quand l'on considère qu'un individu « va au travail » ou « rentre chez lui ». Les personnes interrogées ici ont des temps de transport quotidiens d'une à trois heures. Il n'est pas possible de réduire leur mobilité à leur simple fonction consistant à relier deux destinations. Pour rendre leurs trajets supportables, elles les transcendent en opportunité de divertissement, elles en font des expériences créatrices ayant une fin en soi, tournées vers des buts extérieurs aux destinations à relier. Ce paradigme permet ainsi d'appréhender les usages des TIC comme des activités en soi, orientées vers des buts propres, qui viennent performer le sens insipide et aliénant du « Métro, boulot, dodo ». La mobilité, comme expérience créatrice, constitue pour eux l'occasion d'aiguiser leurs compétences d'utilisateurs avancés des TIC en explorant les fonctionnalités et les services des dispositifs technologiques mobiles. Nous intégrons

---

<sup>23</sup> Urry, 2000 ; Sheller, Urry, 2006.

cette dimension en prolongeant plus précisément la branche des travaux qui décrivent comment la mobilité est « augmentée » par les TIC<sup>24</sup>. Nous montrerons comment la conduite conjointe des usages des supports d'informations et des déplacements génère un engagement multiple dans une forme de multi-activité<sup>25</sup>.

Il y a multi-activité car l'attention que les utilisateurs accordent aux usages ne peut jamais être désolidarisée de la part d'attention, de vigilance périphérique, qu'ils concèdent à la bonne conduite de l'activité de déplacement. Et, il y a multi-activité car les appuis mobilisés pour déployer les usages de la Mobile TV convergent avec ceux qui sont mobilisés pour conduire le déplacement. Nous décrivons cela à travers les arts de faire développés par les utilisateurs pour visibiliser la disponibilité, ou l'indisponibilité, du réseau téléphonique. Cette dimension est importante car les utilisateurs vont redistribuer leurs activités médiatiques autour de la disponibilité des réseaux téléphoniques. Désormais, la lecture des quotidiens leur paraît pertinente durant les phases de leur trajet où la connectivité de la Mobile TV n'est plus garantie. Le maintien de la connexion à cette médiation technique invisible est dès lors central puisque c'est à travers elle qu'ils vont initier ou clore leurs différents usages. Seulement, cette médiation est difficile à visibiliser.

En effet, comme les indicateurs réseau des téléphones mobiles ne délivrent pas d'informations sur la connectivité du réseau 3G à l'instant T+1, les usagers recherchent dans l'environnement ambiant des indices leur permettant de prédire pendant combien de temps est-ce qu'ils pourront maintenir leur réception télévisuelle. Le nom des stations ou certains indices architecturaux leur permettent alors d'identifier, en habitués, où ils se trouvent dans leur trajet. De même, la lumière extérieure visibilise le fait que le transport évolue en surface, dans une zone où la réception de la Mobile TV est possible. A travers elle, ils identifient avec précision l'endroit où ils se trouvent. Grâce à des « regards dirigés »<sup>26</sup> vers ces indicateurs et ces indices, ils maintiennent une vigilance minimale sur l'avancement de leur trajet. C'est à travers eux qu'ils planifient, *in situ* et à toute fin pratique, l'orientation de l'activité de réception télévisuelle en la projetant vers un horizon temporel : celui de l'arrivée à destination, celui de l'entrée dans une zone souterraine où ils devront clore leur usage de la Mobile TV. La convergence de ces indicateurs dans la gestion conjointe du déplacement et de la réception modifie bien, sur

<sup>24</sup> Licoppe, Inada, 2005 ; Licoppe, Guillot, 2006 ; Diminescu, Licoppe, Smoreda, Ziemlicki, 2009.

<sup>25</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>26</sup> Sudnow, 1972.

un plan pragmatique, la nature de ces tâches. C'est également autour de cette convergence que les utilisateurs vont reconsidérer les frontières de leurs « lieux pratiqués »<sup>27</sup>. En associant des activités médiatiques spécifiques à chacune des différentes phases de leur parcours, en fonction de la disponibilité des réseaux téléphoniques, ils segmentent les lieux traversés en fonction des pratiques qu'ils peuvent accueillir. C'est ainsi qu'ils requalifient l'ambiance de ces lieux tels des « dispositifs passionnels »<sup>28</sup> qui stabilisent la distribution experte de leur activité médiatique (cf. chapitre 5, p. 197).

En décrivant comment la réception de la Mobile TV s'encastre avec la conduite du déplacement dans une forme de multi-activité, nous souhaitons également montrer comment cette activité médiatique affecte sous un jour nouveau les relations en public (cf. chapitre 6, p. 271). Selon une lecture praxéologique de la régulation des relations sociales dans les espaces publics, la coordination proxémique entre les coprésents est fondée sur des formes simples<sup>29</sup> telles que des échanges de « coups d'œil »<sup>30</sup>, des « regards dirigés »<sup>31</sup> ou des démonstrations soigneusement orchestrées d'« inattention civile »<sup>32</sup>. Il est rare qu'une telle régulation en appelle à des interpellations verbales, même lorsqu'un téléphoniste vient polluer la cohabitation silencieuse des co-présents par l'intrusivité de sa conversation téléphonique mobile<sup>33</sup>. Il va de soi que le maintien d'un engagement focalisé dans la réception télévisuelle affecte la manière dont le récepteur va participer au commerce des regards de la civilité proxémique. Lorsque les passagers des transports en commun s'évertuent à se donner l'apparence de l'inactivité<sup>34</sup>, ils orientent le plus souvent leur regard vers des « espaces neutres »<sup>35</sup> (le sol, l'extérieur, etc.). Le lecteur d'un quotidien va quant à lui se soustraire à ces échanges de regard pour accorder, par intermittence, une vigilance minimale sur la normalité des apparences. Autrement dit, il se désengage visuellement de son quotidien pour regarder autour de lui et, le cas échéant, pour vérifier l'avancement de son déplacement en adressant un regard dirigé vers les indices ou les repères des lieux. Lorsque l'observateur extérieur perçoit ce lecteur lever le nez, il catégorise comme normale l'orientation de son activité dans la mesure où elle était prédictible. Il en va sensiblement de même avec l'engagement visuel dans la réception de

<sup>27</sup> De Certeau, 1980, p. 172-175 de la réédition de 1990 ; Harrison, Dourish, 1996 ; Dourish, 2006.

<sup>28</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

<sup>29</sup> Conein, 2005.

<sup>30</sup> Sudnow, 1972.

<sup>31</sup> *Ibid.* Notion extraite de la traduction française : Thibaud, 2002, p. 76.

<sup>32</sup> Goffman, 1973.

<sup>33</sup> Morel, 2007.

<sup>34</sup> Sacks, 1992.

<sup>35</sup> Murtagh, 2002.

la Mobile TV. Une différence est toutefois importante. Si le quotidien cloisonne le champ perceptif de son lecteur, la petite taille des téléphones multimédia laisse le champ ouvert, en arrière plan, au maintien d'une vigilance périphérique minimale. Cette vigilance vise tout autant la normalité perçue de l'orientation des comportements des co-présents que les indices et les repères des déplacements. Par son positionnement corporel et par l'agencement de la zone de réception de la Mobile TV, l'utilisateur visibilise alors son engagement dans cette forme de multi-activité en maintenant une vigilance continue sur l'orientation de deux activités : la réception et la conduite du déplacement avec la gestion de la coordination proxémique qui incombe à la bonne conduite de cette dernière.

En appréhendant ces deux activités, la réception télévisuelle et le déplacement, comme une forme de multi-activité, nous montrerons donc comment les moyens mobilisés pour conduire la première viennent s'encastrent avec ceux mobilisés pour conduire la seconde. Et, plus généralement, comment les buts visés par la première viennent s'hybrider avec ceux visés par la seconde (cf. chapitre 5 p. 197 et chapitre 6 p. 271). Cette lecture pragmatique, qui colle au plus près de l'activité des « médiaconsommateurs », va nous permettre de fonder empiriquement un format d'attachement<sup>36</sup> aux contenus médiatiques que nous qualifierons d'opportuniste<sup>37</sup>.

L'objectif visé est donc saillant. Plutôt que de chercher à singulariser une énième facette médiacentrée de la consommation médiatique, en caractérisant les usages des mobinautes, nous allons plutôt décrire comment l'appropriation des services mobiles multimédia converge avec une tendance qui paraît être au cœur de l'orientation et du renouvellement des « trajectoires d'usage »<sup>38</sup> : une propension à l'opportunisme.

---

<sup>36</sup> Hennion, 2004B.

<sup>37</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 123.

<sup>38</sup> Proulx, 2002.



## **PARTIE I**

---

# **LES ATTACHEMENTS DANS UNE PRAGMATIQUE DE L'USAGE**





Pour définir cette étude d'usage des services mobiles multimédia, il paraît nécessaire de commencer par les présenter. Cette partie part d'une description relativement fine de leur structure, leur design et leurs contenus : les contenus textuels du WAP, les vidéos de la plateforme de VOD (*Video On Demand*) ou les chaînes télévisées de la Mobile TV.

Pour baliser cette étude d'usage, nous décrivons ensuite l'interopérabilité de ces trois services en montrant comment le WAP joue une double fonction, celle de plateforme proposant des contenus (les rubriques « News », « Infos pratiques », « Téléchargements » et « Infos conso ») et celle d'interface de navigation médiatisant l'accès aux autres services. C'est grâce à elle que l'utilisateur peut, en un seul clic, naviguer entre les programmes télévisés, les clips vidéo ou les contenus textuels.

Nous nous situons du côté des usagers dans le but de décrire les prescriptions d'utilisation induites par cette interopérabilité. Mais au lieu de suivre la perspective des *Human Computer-Interaction*, en questionnant l'utilisabilité de ce design, nous allons défendre l'hypothèse selon laquelle l'appropriation de cette interopérabilité, et plus généralement l'appropriation de ces services, forme une épreuve durant laquelle les utilisateurs doivent éprouver leurs préférences en matière de consommation médiatique. Ils doivent les questionner afin de sélectionner celles qui convergent avec les différents créneaux d'utilisation. Par exemple, l'amateur de série pourra difficilement suivre des épisodes de 45 minutes durant ses trajets dans les transports en commun. Il sera alors amené à faire passer au premier plan son intérêt pour les bulletins d'information dans la mesure où ils apparaîtront comme plus pertinents dans cette situation d'usage. A travers cette épreuve, ils requalifient donc leurs préférences télévisuelles en sélectionnant les programmes selon leur durée et leur format (avec ou sans structure d'intrigue).

En ciblant cette épreuve, nous allons saisir comment les usagers catégorisent leurs préférences médiatiques lors de ce moment de l'appropriation des services multimédia. Cette démarche est intéressante car elle permet de dépasser une des limites de la sociologie des publics. En effet, si cette dernière s'est intéressée à la définition et la circulation des genres télévisuels, on peut lui reprocher de catégoriser ces genres de manière abstraite sans prendre appui sur la manière dont les téléspectateurs catégorisent leurs préférences télévisuelles. Par exemple, quel téléspectateur va catégoriser sa

consommation comme relevant de la « télévision cérémonielle »<sup>39</sup> ? Ce genre médiatique ne fait pas sens pour lui. Cette catégorisation est bien trop éloignée de sa pratique réelle.

Il ne s'agit pas de critiquer la démarche de la sociologie des publics dans la mesure où ce parti pris peut être assumé<sup>40</sup>. Contentons-nous de considérer que les services mobiles multimédia changent aujourd'hui la donne. On peut en effet noter que des définitions de genres médiatiques (« News », « Sport », « Météo », « Séries », « Clips musicaux », « Humour », etc.) sont inscrites dans le design du WAP et de la VOD pour permettre de naviguer dans ces services. Dès lors, les usagers prennent appui sur ces catégorisations pour orienter leur consommation. Ils sélectionnent les contenus en phase avec leurs préférences, comme c'est par exemple le cas avec les « News ». Et, rétroactivement, ils redéfinissent leurs préférences médiatiques autour de ces définitions de genres médiatiques « prescrites ». Par exemple, l'utilisateur passionné par les informations journalistiques peut ne plus catégoriser son attachement autour de la « presse ». Il va assimiler cette catégorisation en se présentant, lors des entretiens, comme un fan des « News ».

C'est pourquoi, à travers ce simple détail de l'interopérabilité des services, nous allons suivre l'optique d'une pragmatique du goût<sup>41</sup> qui fait de la définition même des genres culturels l'objet de son analyse. Nous montrerons comment la catégorisation des services (le « WAP », la « VOD » et la « Mobile TV ») produite par ceux qui construisent et commercialisent les offres – et reproduite par ceux qui en analysent les usages – ne sont pas pertinentes pour les utilisateurs (cf. chapitre 4). Plutôt que de catégoriser leurs utilisations à partir du nom du service, ils prennent davantage appui sur ces définitions des genres médiatiques inscrites dans les interfaces. Par exemple, ils ne disent pas « J'utilise le WAP et la VOD » mais « Je me sers de mon téléphone pour regarder des news et des clips musicaux ».

En catégorisant leurs utilisations à travers les genres de contenus, ils ne dissocient pas les services utilisés puisque, pour consulter les « infos » ou les « clips », ils doivent à la fois utiliser le WAP (en tant qu'interface de navigation) et la VOD (en tant qu'offre de contenus : les flashes info et les clips musicaux). En montrant comment ils assoient implicitement leur catégorisation sur l'interopérabilité technique des services, notre

---

<sup>39</sup> Dayan, Katz, 1996.

<sup>40</sup> Charaudeau, 1997 A, 1997 B.

<sup>41</sup> Hennion, 2003A, 2004A, 2005B.

objectif consiste à invalider la possibilité de construire une étude d'usage sur la désignation technique et commerciale des services, dans la mesure où elle segmenterait ces logiques d'usage entrelacées. Cette entrée par les « arts de faire »<sup>42</sup> des usagers permet notamment de récuser un constat avancé par les études qui reprennent à leur compte la segmentation technique et commerciale de ces services. Elles ont montré que le WAP est très peu utilisé. Nous leur répondrons que le WAP s'inscrit de fait au principe même des utilisations dans la mesure où il joue la fonction de portail de navigation. Dès lors, celui qui regarde des vidéos ou la Mobile TV utilise de fait le WAP. Seulement, comme ils catégorisent ces utilisations autour des contenus consultés, il n'identifie pas ses usages du WAP. Il n'en rend donc pas compte si on le questionne par questionnaire ou entretien. Nous montrerons alors comment les usages de ce service sont « invisibilisés » par le fait que la catégorisation des utilisations n'est pas tant fondée sur la désignation commerciale de ce service que sur les genres de contenus inscrits dans les interfaces. C'est pourquoi nous revisiterons les fondations de la sociologie des usages pour inclure le rôle des contenus dans la problématique de l'appropriation technique des TIC (cf. chapitre 2).

Avant d'en arriver là, nous commencerons par dégager les conséquences les plus manifestes de cette dimension de l'interopérabilité (cf. chapitre 1). Aussi paradoxal que cela puisse paraître, nous reprocherons aux études sur les *Human-Computer Interaction* (HCI) de ne pas prendre cette interopérabilité en considération. Elles questionnent l'utilisabilité du design sans se demander comment l'appropriation de ce design confronte les utilisateurs à leurs choix et leur demande d'éprouver leurs préférences en matière de consommation médiatique. Ce design forme une médiation qui co-oriente les usages et peut amener les utilisateurs à découvrir de nouveaux contenus. Il s'agira pour nous d'insister sur le fait que le rôle d'une telle médiation, notamment son impact dans le renouvellement des préférences, est d'autant plus efficient qu'il converge avec la posture des utilisateurs qui cherchent à découvrir de nouveaux contenus, en opportunistes, en se laissant capter par les interfaces et le *push* de la programmation commercialisée par les opérateurs téléphoniques.

C'est à ce moment précis que nous allons buter sur un paradoxe particulièrement déconcertant. En ciblant l'appropriation de nouveaux services médiatiques, cette étude est tournée vers le changement, vers le renouvellement des modes de consommation lié à la

---

<sup>42</sup> De Certeau, 1980.

diffusion des TIC. Seulement, le dialogue que nous allons établir avec les études sur les *Human-Computer Interaction* va nous obliger, en sociologue, à continuellement récuser l'idée selon laquelle les usages de la Mobile TV seraient développés *ex nihilo*. Ces études photographient l'adoption de ce service sans prendre le temps de l'inscrire dans les « trajectoires d'usage »<sup>43</sup> des utilisateurs. Nous insisterons alors sur la nécessité d'articuler ces modes d'appropriation avec les goûts médiatiques développés autour des « anciens » médias. Le compte rendu des études sur les HCI, que nous allons présenter au cours du premier chapitre, ne sera donc pas exhaustif. Il sera critique afin de tempérer le caractère révolutionnaire de ces services innovants en insistant sur le fait qu'ils prolongent des préférences médiatiques fortement enracinées. En ne travaillant plus sur des prototypes de services mais sur des services finalisés et commercialisés, nous montrerons comment les premières adoptions, tournées vers la découverte, ne font que baliser le champ des appropriations. Les usagers réinjectent très vite leurs préférences médiatiques en polarisant leurs usages vers les contenus auxquels ils sont les plus attachés. Comme il ne s'agit pas non plus de nier le fait que la Mobile TV vient renouveler la pratique télévisuelle, nous abordons cette appropriation comme une épreuve tournée vers la découverte et traversée en appui sur les préférences médiatiques acquises autour des « anciens médias ».

Cette épreuve de l'appropriation se joue donc sur différents niveaux : la dimension technique des utilisations qui s'opère en appui sur le design des services et la dimension culturelle des goûts médiatiques qui se réalise dans le cadre de l'offre de contenu. Notre approche est structurée autour de l'hypothèse selon laquelle la relation aux contenus est première. Si la sociologie francophone des usages a eu raison de s'organiser autour de la dimension technique de l'appropriation, elle doit aujourd'hui prendre acte de la montée en compétence des utilisateurs (cf. chapitre 2). Les technophiles étudiés ici se jouent avec une facilité déconcertante des procédures d'utilisation de leur téléphone mobile. Ils n'ont que faire des manuels d'utilisation. Ils savent, en un coup d'œil, naviguer dans les services et passer d'un contenu à l'autre. A la différence de la sociologie des usages, nous ne limiterons pas le moment de l'appropriation à la seule transmission d'une culture numérique et du capital de compétences techniques<sup>44</sup>. Il nous paraît nécessaire de fonder dans notre étude cette dimension technique des usages en défendant l'hypothèse que la

---

<sup>43</sup> Proulx, 2002.

<sup>44</sup> *Ibid.*

relation aux contenus médiatiques devient aujourd'hui centrale pour aborder le moment de l'appropriation. C'est ainsi que nous nous proposerons de reprendre, et de prolonger, la pragmatique de l'usage défendue par Laurent Thévenot<sup>45</sup>. De manière bien plus exacerbée encore que dans les usages des poussettes, les utilisations des fonctions mobiles multimédia ne prennent pas tant appui sur les prescriptions d'usage, définies dans les manuels, que sur le faisceau des activités quotidiennes qui rendent certaines grilles d'utilisation plus pertinentes.

Il faut entendre le terme activité au sens large dans la mesure où la réception des médias constitue une activité, qualifiée ici d'activité médiatique. Nous nous intéresserons plus particulièrement aux activités développées autour de la réception des informations journalistiques (cf. chapitre 2). C'est pourquoi nous poursuivons la perspective d'une pragmatique du goût<sup>46</sup>, car elle invite à aborder la définition des genres médiatiques comme une activité sans chercher à les définir par avance, comme la sociologie des publics le préconise. Il s'agit d'observer comment ils sont définis par les individus eux-mêmes qui en balisent les frontières au fil de leurs activités médiatiques.

Nous prendrons alors comme observatoire un genre médiatique multi-support : le genre journalistique. Les informations journalistiques sont diffusées sur un si grand nombre de supports, à travers des formats si hétérogènes, qu'il est vain d'essayer de le définir de manière abstraite. Il est plus pertinent d'essayer de cerner comment les individus le définissent et en balisent les frontières à l'aune de leur pratique. En observant en situation les activités de réception des informations journalistiques, il devient possible de délimiter l'horizon flou de ce genre. Si cette entreprise est possible, ou du moins si elle a un sens, c'est avant tout parce que les individus interrogés s'approprient un nouveau support d'information : leur téléphone multimédia. Ils peuvent consulter des flashes info, des journaux télévisés ou des chaînes d'information en continu, notamment en situation de mobilité. Cette possibilité leur demande de questionner leur relation à la presse écrite puisqu'ils ne sont plus « contraints » de la mobiliser quand ils n'ont pas d'autres supports médiatiques sous la main, comme par exemple durant leur temps de transports. Ce moment de l'appropriation permet donc de voir émerger les propriétés attachantes de ce genre médiatique. L'affirmation de ces propriétés se fait essentiellement, dans le cas présent, dans l'opposition aux propriétés des autres genres télévisuels et, plus

---

<sup>45</sup> Thévenot, 1993.

<sup>46</sup> Hennion, 2003A, 2004A, 2005B.

particulièrement, des séries. En opportunistes, nous avons donc fait de la relation au genre journalistique un observatoire nous permettant de confronter ce qui attache les individus aux différents contenus : en le définissant, ils explicitent les préférences qui les lient aux contenus plus divertissants.

Le troisième chapitre sera l'occasion de rapprocher notre démarche de la pragmatique du goût d'Antoine Hennion. Il s'agira de décrire comment sa conception du goût, « comme activité hautement équipée, instrumentée, située, collective »<sup>47</sup>, peut nous permettre de relire l'appropriation des services mobiles multimédia à partir des attachements opportunistes aux genres médiatiques, et plus précisément au genre journalistique. La dimension de l'opportunisme est centrale ici car elle nous permettra de distinguer les attaches aux genres médiatiques des attaches aux autres objets culturels. Les fans de *news*, d'informations sportives ou de séries, peuvent être assimilés à des amateurs si l'on prend la précaution de distinguer leur format d'amateurisme. Nous le qualifions d'opportuniste car les activités de réception des contenus médiatiques répondent à une mise en disponibilité des utilisateurs, prenant parfois la relation aux objets culturels comme des prétextes, pour rechercher des petits plaisirs situés visant à s'évader via des contenus médiatiques distrayants. Si cette ouverture opportuniste est profondément attachée aux situations d'usage, aux environnements quotidiens et aux supports médiatiques, elle ne renvoie pas moins à des arts de faire experts au travers desquels les individus agencent les situations selon des attentes spécifiques, aussi bien faites de plaisir que de recherches d'information. Dès lors, dans ce format d'attachement opportuniste, la réflexivité s'exerce plutôt sur les conditions de la réception que sur la relation à l'Objet culturel proprement dit. Les usagers ne questionnent pas tant leurs attaches aux différents genres médiatiques que le dispositif médiatique et les situations qu'ils vont chercher à rendre opportunes pour déployer leurs usages.

Pour permettre à cet opportunisme de s'exprimer, il convient d'étendre l'armature minimale de la pragmatique du goût à une dimension qu'elle laisse dans l'ombre. L'opportuniste ne se contente pas de répondre aux circonstances sous leur seule dimension écologique. L'art de faire opportuniste consiste avant tout à greffer la conduite des activités culturelles ou médiatiques sur le maximum d'activités parallèles, très souvent perçues comme rébarbatives : l'activité de nettoyage, de rangement, de conduite, de déplacement, etc. Nous appellerons multi-activité cette conduite conjointe de plusieurs

---

<sup>47</sup> Hennion, 2003 A, p. 298.

activités dans le but d'observer les formes de multi-activité développées autour des usages des services multimédia. Un focus sera réalisé sur l'articulation entre l'activité de réception de la Mobile TV et l'activité de déplacement dans les transports en commun.

Antoine Hennion et ses collaborateurs proposent de sortir des théories de l'action pour permettre à la passion de s'exprimer car les « buts » des activités culturelles paraissent insipides et bien trop imprécis au regard des « buts » toujours plus performants des théories de l'action<sup>48</sup>. Nous ferons le chemin inverse en observant comment l'activité de réception des contenus médiatiques s'inscrit dans des formes d'activités multiples. Dans ces situations, il n'est plus possible d'opposer les buts des activités culturelles avec les buts des actions rébarbatives. Ils sont co-définis en situation, en appui sur la conduite conjointe de ces différentes activités. Les opportunistes exploitent les buts des activités rébarbatives pour donner sens à leur activité médiatique : « Je regarde des flashes infos pour m'occuper durant mon trajet en métro ». Et, en retour, ils performant les buts plats et insignifiants de certaines activités par les buts imprécis de leurs activités médiatiques : « Depuis que je prends le métro pour aller au travail, j'en profite pour regarder les news. Ça me permet de rester informé sur ce qui se passe tout en rendant mon trajet plus agréable ».

Si l'étude de ces formes de multi-activité permet d'appréhender cette hybridation de la définition des buts, elle cherchera également à décrire comment cette multi-activité affecte la définition des situations et, plus particulièrement, des situations de mobilité. Pour cela, nous ferons appel à la sociologie des nouvelles mobilités<sup>49</sup> qui préconise d'appréhender les déplacements comme des activités. En suivant plus précisément la branche des recherches sur la mobilité augmentée par les usages des TIC<sup>50</sup>, nous décrirons comment les usages des services multimédia s'inscrivent dans la conduite des déplacements, affectent les modalités de coordination avec les autres passagers et renouvellent, sur le modèle des technologies de représentation (GPS), la manière de circonscrire et de pratiquer les espaces urbains<sup>51</sup>. C'est ainsi que l'opportunisme des usagers sera définitivement libéré de la conception critique du zapping occupationnel pour être renvoyé à une « modalité pragmatique d'attachement au

---

<sup>48</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomard, 2000.

<sup>49</sup> Urry, 2000 ; Scheller, Urry, 2006.

<sup>50</sup> Licoppe, Inada, 2005.

<sup>51</sup> Harrison, Dourish, 1996 ; Dourish, 2006.



monde »<sup>52</sup> relativement inédite. A travers cet art de faire, les technophiles prennent leur dernier gadget technologique comme prétexte pour explorer d'autres manières de cheminer en ville, d'interagir avec autrui et, plus généralement, pour se détacher de leurs attaches quotidiennes.

La présentation du dispositif méthodologique, mis en place pour répondre à ce programme de recherche, n'interviendra qu'après ce troisième chapitre. A l'aide des entretiens, nous avons tenté de recueillir l'expression de la réflexivité des individus interrogés. Ils ont ainsi été amenés à décrire, voire peut-être à créer, les attaches aux contenus médiatiques qui les lient aux usages des services mobiles multimédia. Puis, à l'aide des enregistrements vidéo, réalisés à partir de lunettes caméra portées par les participants durant leurs trajets quotidiens, nous avons essayé d'atteindre les attaches pré-réflexives qui lient les usagers à leurs usages. En nous inspirant de la démarche ethnométhodologique, nous analyserons l'organisation séquentielle des activités développées en situation de mobilité pour décrire comment la conduite des activités médiatiques vient se superposer à la conduite de l'activité de déplacement. L'objet de cette première partie consiste donc à construire un programme de recherche qui ne trouvera de réponses que dans le face-à-face étroit avec les données « naturalistes » recueillies à l'aide d'enregistrements vidéo.

---

<sup>52</sup> Hennion, 2004B, p.10.

## Chapitre 1. Inscrire les usages des services multimédia dans la constellation des goûts médiatiques

---

Dans le but de délimiter cette étude d'usage des services mobiles multimédia, il convient tout d'abord de présenter rapidement quelques données de fréquentation. Sans autre ambition que de proposer au lecteur un bref tour d'horizon de la diffusion de ces offres, aux deux dates clés où nous avons réalisé cette étude, nous ne questionnerons pas la légitimité des chiffres proposés par Médiamétrie et par les opérateurs de téléphonie mobile. Cette entrée en matière, à l'aide de données de seconde main, va nous permettre d'identifier différentes limites autour desquelles nous allons circonscrire notre démarche.

La première de ces limites tient au profil technophile des utilisateurs. Entre chacune des lignes de ce manuscrit, il faut lire la spécificité de ce profil essentiellement composé de jeunes hommes, diplômés du supérieur, exerçant une activité professionnelle économiquement et socialement valorisée, vivant dans les grandes agglomérations françaises, développant des pratiques médiatiques et communicationnelles multi-support. Cependant, nous souhaitons insister sur le risque de réduire le profil des abonnés à ces services au profil technophile. Il ne faut pas être futurologue pour imaginer que les femmes, les « non-technophiles » et les « non-diplômés » succombent eux-aussi aux attraits de la Mobile TV, notamment par la force de leur attachement aux séries télévisées. Dès lors, comme Bruno Latour le préconise<sup>53</sup>, nous devons afficher une durée de péremption sur certaines de nos analyses. Par exemple, la mise en place de la *Télévision Numérique Terrestre Mobile* (TNT Mobile) pourrait, si l'option de la gratuité est adoptée, contribuer à rendre le profil technophile de moins en moins clivant. Dans le cadre de cette étude, nous minimisons ces effets péremptoires en abordant les pratiques médiatiques sous une orientation pragmatique. En effet, en ciblant l'écologie des pratiques technophiles, nos analyses investissent des « arts de faire »<sup>54</sup> préfigurant les développements futurs des pratiques non-technophiles.

La deuxième limite tient à la brièveté des usages car, au fond, si un nombre sans cesse croissant de mobinautes jettent de temps en temps un œil à ces services multimédia,

---

<sup>53</sup> Bruno Latour a tenu ses propos en 2007 lors d'un séminaire au laboratoire des usages d'Orange Labs.

<sup>54</sup> De Certeau, 1980.

peu d'entre eux prolongent leurs utilisations dans la durée. En étant fidèle à cette tendance, nous situerons cette brièveté des usages au cœur de l'opportunisme qui attache les utilisateurs à leurs utilisations : ils exploitent des créneaux horaires toujours plus courts, et de ce fait toujours plus inédits (les pauses cigarette, l'attente aux arrêts de bus...), pour réaliser leur consommation médiatique.

Après avoir présenté ces données de fréquentation, il s'agira de décrire en détail les trois services qui sont regroupés sous les offres mobiles multimédia : le WAP, la plateforme de VOD et la Mobile TV. Cette description insistera sur les modalités d'usage, prescrites par le design des services, qui fait du WAP un point de passage obligé pour accéder aux autres services et aux autres contenus. Cette dimension de l'interopérabilité des services va nous inviter à invalider toute possibilité d'appréhender isolément les utilisations de chacun de ces services. Cette première critique, adressée aux études sur les *Human-Computer Interaction* (HCI), va ouvrir la voie à notre lecture critique de ces travaux : peut-on comprendre les utilisations de ces services sans chercher à comprendre comment elles viennent prolonger les habitudes médiatiques et l'attachement à certains contenus ?

C'est à travers cette lecture critique que nous rendrons compte des principaux résultats des études internationales qui ont sondé les usages pionniers des services multimédia. Cet état de l'art est essentiel. En effet, à travers la restitution de nos résultats, nous allons continuellement rapporter des observations d'usage qui ont déjà été présentées par d'autres, et plus particulièrement par les chercheurs résidant dans les pays où ces services sont diffusés (gratuitement) de manière massive, comme la Corée du sud et le Japon. Dès lors, notre objectif n'est pas de nous évertuer à faire comme si nos observations étaient inédites. Elles sont fugaces et la rapidité de leur péremption s'accorde difficilement avec le temps de gestation d'un doctorat. Il va plutôt s'agir ici de chercher à confronter nos différentes manières de faire parler ces observations partagées.

Ce sera alors l'occasion de dévoiler ce qu'il convient de lire derrière la dimension culturelle des utilisations, telle qu'elle est convoquée par les travaux sur les HCI. Ils renvoient souvent les facteurs culturels à la spécificité des infrastructures de communication (les réseaux de transports) et de télécommunication d'un pays. Par exemple, la faible diffusion de la Mobile TV aux États-Unis peut être expliquée par ce facteur culturel : les États-Uniens utilisent peu ce service car ils se déplacent essentiellement en voiture, des véhicules augmentés d'écrans L.C.D incrustés dans les

appuis têtes. Et, inversement, les japonais regardent beaucoup la Mobile TV car ils empruntent régulièrement les transports en commun. En réduisant la dimension culturelle des usages, aux spécificités des infrastructures de communication d'un pays, elles sociologisent leur lecture de l'appropriation des TIC sans inclure, dans ces facteurs culturels, la relation aux contenus médiatiques. Dès lors, comme elles évacuent le rôle des préférences médiatiques, elles font de l'ennui la motivation première des usages, une motivation transversale aux cultures où l'on se déplace beaucoup dans les transports en commun.

Notre lecture de ces travaux sera dès lors focalisée sur le sort qu'ils réservent aux contenus car il n'est pas possible de dire qu'un individu va s'engager dans un usage par pur ennui. Même dans cette situation là, il va s'approprier les services à travers ses préférences, à travers ce qui l'attache à certains contenus. Autrement dit, l'ennui ne peut pas être simplement perçu comme un vécu psychologique incitant à fuir la situation vécue par n'importe quel moyen. Cette lecture coupe l'individu de ce qui l'attache à sa consommation médiatique. Il n'est pas possible de dire qu'une personne développe des utilisations car elle s'ennuie, jour après jour, dans les transports en commun. Elle a nécessairement fini par faire de cet ennui une opportunité de divertissement qu'elle remplit par le plaisir éprouvé dans la réception des contenus qu'elle apprécie le plus. Il est dès lors profondément arbitraire de piéger l'ennui sous sa dimension située pour ne pas y voir une ressource que les individus s'approprient activement, en opportunistes, pour réaliser des pratiques médiatiques. Ce simple glissement de l'interprétation nous invitera, dans les chapitres suivants, à rechercher les outils théoriques adéquats pour articuler les appropriations des services multimédia avec les habitudes médiatiques, pour faire du design des interfaces de simples médiations qui relient activement les usagers aux contenus auxquels ils sont attachés.

## I. L'interopérabilité des services mobiles multimédia

Pour comprendre ce qu'un usager fait des services multimédia 3G<sup>55</sup>, il est nécessaire de commencer par cerner ce qu'ils recouvrent. Nous prenons le parti de nous intéresser ici à une grappe de services apparentés : la Mobile TV, les vidéos consultables en streaming (ou VOD) et l'Internet mobile (WAP). Puisque la possibilité de regarder des chaînes télévisées sur les téléphones multimédia est relativement récente, et comme elle est susceptible d'être accueillie favorablement par les utilisateurs, nous y accorderons un intérêt particulier.

Dans cette optique, il nous semble important de commencer par rapporter les données d'usages publiées par les opérateurs téléphoniques pour se faire une idée, certes partielle mais pour le moins instructive, sur la diffusion de ce service. Ensuite, nous rappellerons quelques dates qu'il est nécessaire d'avoir en tête pour situer les analyses qui vont suivre. Si ces données rapportent des usages pionniers, ils commencent à être stabilisés puisque les personnes interrogées dans le cadre de cette étude fréquentent ces fonctionnalités depuis plusieurs mois, voire depuis plusieurs années. Enfin, nous présenterons les grilles tarifaires car la variable des coûts d'utilisation filtre la population des utilisateurs et délimite le champ des usages.

Dans un deuxième temps, nous décrirons plus précisément les trois services étudiés en distinguant les types de contenus auxquels ils donnent accès et les modalités de navigation auxquelles les utilisateurs doivent se plier. Cette dimension des modalités de navigation est centrale puisqu'elle nous invitera à définir un objet de recherche, et à mobiliser les outils théoriques, nous permettant de prendre en compte les effets de l'interopérabilité entre les différents services.

---

<sup>55</sup> La 3G (troisième génération) est une norme européenne de téléphonie mobile. La 3G accroît, par rapport aux générations précédentes, la rapidité de la transmission des données numériques. Cette accélération a permis de développer des services nécessitant la transmission d'une quantité importante de données dans un laps de temps restreint. Elle a ainsi permis de développer la visiophonie et la Mobile TV. La 3G+ est encore plus rapide et permet de développer des services qui nécessitent une transmission des données encore plus importante.

## 1. Quelques éléments de contextualisation

### a) *L'audience des services mobiles multimédia*

Dans la mesure où nous cherchons à décrire l'adoption des services multimédia, il paraît souhaitable de commencer par décrire le profil des utilisateurs pionniers en apportant quelques précisions sur leurs utilisations. Pour cela, nous allons nous appuyer sur la première étude d'audience de l'Internet Mobile réalisée par Médiamétrie<sup>56</sup>. Cette étude porte sur un panel de 2000 personnes, «représentatif de la population de mobinautes internautes français», c'est-à-dire les «mobinautes, âgés de 15 ans et plus, ayant également accès à l'Internet fixe (5,7 millions d'individus)». Ces personnes ont été interrogées sur la période mai/juin 2007, période durant laquelle nous avons réalisé la deuxième phase de cette recherche autour des enregistrements vidéo (cf. Partie III).

*« Au cours du dernier mois (juin 2007), 7,8 millions de personnes - soit 1 utilisateur de téléphonie mobile sur 5 - a consulté au moins une fois un service mobile, que ce soit un site Internet, une chaîne de TV ou une vidéo. (...)*

*L'étude révèle que les services et l'information sont les contenus les plus consultés sur l'Internet mobile. Les trois premières catégories de sites fréquentés, sont, dans l'ordre : 1) la météo, 2) les actualités, 3) le sport.*

*En ce qui concerne la télévision sur le mobile, elle entame sa conquête des mobinautes : près d'un mobinaute sur 5 (19% des personnes interrogées) a regardé la télévision sur mobile au moins une fois sur une période de 21 jours.*

*Quant au profil des mobinautes, il est essentiellement masculin, jeune et urbain : près de 2/3 sont des hommes (61%), jeunes (66% ont entre 15 et 34 ans), et plus d'1/5 habitent la région parisienne (23%).*

*L'étude des lieux de connexion montre que le domicile constitue le principal lieu de connexion à l'internet mobile. Sur l'ensemble des mobinautes actifs sur la période, 81% se sont connectés depuis leur domicile, 54% se sont connectés depuis leur lieu de travail, 47% se sont connectés dans les transports et 36% se sont connectés depuis un autre lieu. »<sup>57</sup>*

Même si la légitimité de ces données de seconde main peut être remise en question, nous retenons l'idée que ces contenus multimédia trouvent un public et que ce public commence à stabiliser ses usages. Il apparaît également que les *news*, au sens

<sup>56</sup> Médiamétrie, communiqué de presse, *La TV Mobile entame sa conquête des mobinautes*, 12 juillet 2007, [http://www.mediametrie.fr/fichier.php?fichier\\_id=207&element\\_id=211&module=news](http://www.mediametrie.fr/fichier.php?fichier_id=207&element_id=211&module=news).

<sup>57</sup> *Ibid.*

large, sont au cœur des utilisations. C'est pour cette raison que nous avons situé ce genre médiatique au centre de notre démarche.

Même si cela n'est pas une surprise, ce sont les jeunes hommes technophiles qui utilisent le plus ces services. C'est pourquoi l'ensemble des développements qui vont suivre doivent bien être référés à la spécificité de ce profil d'utilisateurs. Nous n'aurons de cesse d'insister sur cette dimension mais, là encore, il serait arbitraire de croire que les femmes ne sont pas intéressées par la Mobile TV. Cette idée est fautive car les femmes (le tiers des utilisateurs) investissent très fortement les séries télévisées. Comme elles accordent moins d'importance que leurs compagnons à la lecture de la presse, elles sont d'autant plus attirées par ce nouveau mode de divertissement.

En ce qui concerne les lieux d'utilisation, les usages sont principalement développés au domicile (81%). Mais, là encore, les usages au travail (51%) et dans les transports (47%) ne doivent pas être marginalisés car il semble que les usages en situation de mobilité tendent actuellement à être plus nombreux que les usages domiciliaires<sup>58</sup>. L'ensemble de nos observations – sur un échantillon extrêmement limité – vont d'ailleurs dans ce sens car la fréquence et la durée des utilisations sont plus intensives au travail et durant les temps de transport dans la mesure où les téléphones multimédia sont peu concurrencés, dans ces situations là, par les autres supports médiatiques.

Si ces chiffres permettent de se faire une idée sur la diffusion des usages, au moment où nous les avons observés<sup>59</sup>, ils ne nous apprennent rien sur la durée des utilisations. Or cette variable nous paraît particulièrement clivante. Précisons que la population étudiée dans le cadre de notre étude fait partie des quelques milliers d'usagers qui utilisent la Mobile TV plusieurs heures par mois. En cela, elle se distingue de la

---

<sup>58</sup> Notons que cette tendance est sur le point de s'inverser : « La TMP, un usage principalement out of home ... », Aegis Media Expert, mars 2009.

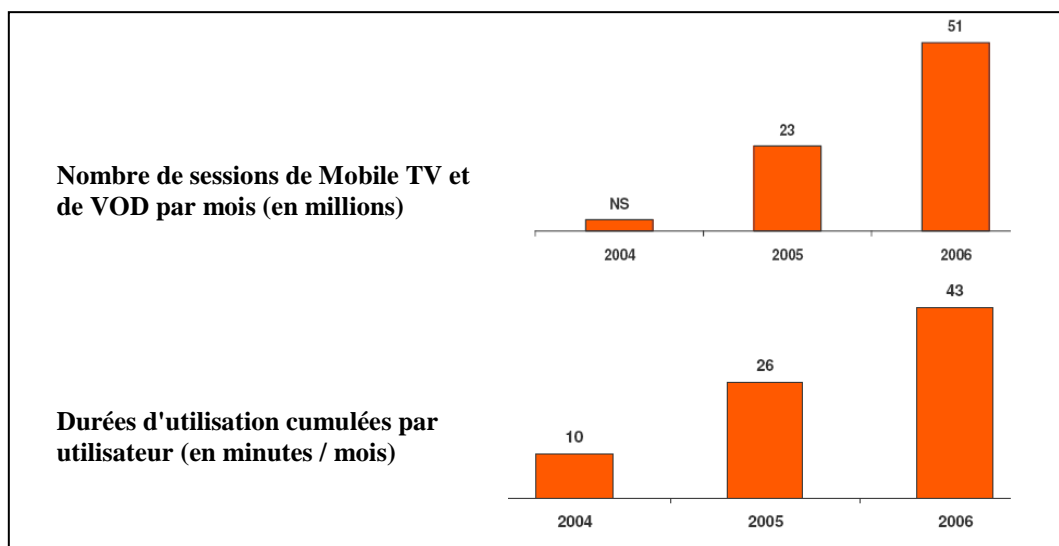
Cf. <http://blogs.lexpress.fr/media/2009/03/quel-avenir-pour-la-tmp-une-et.php>

Cette inversion de tendance est commune à l'ensemble des pays où la Mobile TV est commercialisée, comme c'est par exemple le cas aux Etats-Unis où 62% des usages sont développés en situation de mobilité (cf. Harris Interactive, avril 2009). Cette évolution est liée aux nouveaux téléphones mobiles qui permettent dorénavant de regarder des programmes dans des transports en mouvement.

Cf. [http://www.servicemobiles.fr/services\\_mobile\\_tv/index.html](http://www.servicemobiles.fr/services_mobile_tv/index.html).

<sup>59</sup> Ces chiffres sont notamment problématiques au regard des évolutions récentes des services multimédia. Depuis la commercialisation des nouveaux téléphones, notamment l'iPhone, des chaînes télévisées proposent de visionner gratuitement certains de leurs programmes. Par exemple, le portail de France Télévision donne accès au JT et à la météo de France 2. Les utilisateurs qui fréquentent ces programmes ne sont pas recensés parmi les abonnés à la Mobile TV. Il est dès lors très difficile de rapporter le nombre des utilisateurs qui visionnent en 2009 la télévision sur leur mobile.

majorité des utilisateurs, abonnés auprès d'Orange en 2006 (cf. le schéma ci-dessous), puisqu'ils se contentent de regarder la Mobile TV durant quelques dizaines de minutes par mois, par exemple 43 minutes par mois en 2006<sup>60</sup>.



**Tableau 1 : Fréquence et durée d'utilisation de la Mobile TV**

*b) Les dates clés*

La diffusion des services mobiles multimédia est relativement récente en France.

Voici les principales dates clés :

- *Aux alentours de l'an 2000* : diffusion des premiers services WAP. L'offre est extrêmement limitée et intéresse très peu d'abonnés.
- *2004* : possibilité de regarder des vidéos en streaming depuis les portails WAP (Orange World et Vodaphone Live! de SFR).
- *Décembre 2004* : lancement du service de Mobile TV. Deux opérateurs de téléphonie mobile sont dans la course : Orange et SFR.
- *Juin 2005* : le réseau 3G, qui permet la diffusion de la Mobile TV, couvre 90% de la population de la France métropolitaine. Même si le nombre d'utilisateurs potentiels est très élevé, l'offre est peu adoptée.

<sup>60</sup> Ces données sont extraites de la présentation de Le Drogo C. (Orange), "Mobile TV by Orange", Mobiles Monday, Paris, juin 2007.  
<http://www.mobilemondayfrance.org/wp-content/uploads/Pr%C3%A9sentation%20Orange.pdf>



- *Juin 2006* : Orange propose les offres illimitées. Pour 6 euros par mois l'utilisateur peut regarder 20 chaînes télévisées sans restriction de temps. Il s'agit des chaînes de la TNT, dont les 6 chaînes hertziennes.
- *Novembre 2006* : lancement de la *HD Mobile TV*. L'utilisateur final voit s'améliorer la résolution graphique des programmes. La durée de connexion au service est optimisée et le nombre de ruptures de flux est moins important.
- *28 Novembre 2007* : Commercialisation de l'iPhone en France. Google permet aux mobinautes, via la plateforme YouTube, de visualiser des programmes TV gratuitement.
- *Début 2009* : Les chaînes télévisées (France Télévision, BFM TV, etc.) proposent aux mobinautes de visionner gratuitement quelques-uns de leurs programmes, sans qu'ils soient obligés de souscrire à un forfait à la Mobile TV.
- *Début 2010* : Déploiement de la TMP (Télévision Mobile Personnelle), soit la TNT (Télévision Numérique de Terre) adaptée aux dispositifs mobiles. Le modèle payant est retenu par Orange et SFR. Si les équipementiers décident d'équiper leurs téléphones d'un Tuner TNT, les utilisateurs pourront se connecter gratuitement à ce réseau d'onde hertzienne, comme Bouygues Télécom le préconise. Les usages de la Mobile TV sont massifs, en Corée du Sud et au Japon, depuis que ces pays ont déployé l'équivalent gratuit de la TMP.

### *c) Le coût des abonnements*

La première étude de cette recherche a été réalisée à partir du mois de juin 2005. Elle a donc été développée autour des utilisateurs pionniers qui payaient leurs usages de la Mobile TV à la durée : une minute de réception de la Mobile TV était facturée le prix de deux minutes de communication vocale. Cette modalité de paiement avait nécessairement une incidence sur la durée des usages. Ceci dit, dans la mesure où cette tarification contraignait les utilisateurs à regarder des programmes télévisés pendant quelques dizaines de minutes par mois, elle nous a permis d'observer des logiques d'usage en phase avec les durées d'utilisations moyennes encore en vigueur aujourd'hui.

Précisons dès maintenant que nous ne chercherons jamais à amplifier les durées d'utilisation dans l'objectif inavouable de renforcer la légitimité d'une telle étude. Au

contraire, ces (très) courtes durées d'utilisation sont d'autant plus passionnantes pour nous qu'elles convergent avec l'hypothèse que nous développons : ces usages sont courts car ils sont toujours inscrits dans des nœuds d'activités complexes qui empêchent l'utilisateur de maintenir longtemps cette activité focalisée sur l'écran de son mobile.

La deuxième étude a quant à elle été réalisée début 2007 à partir de quelques utilisateurs abonnés aux offres illimitées (pour un montant d'environ 6 euros par mois (cf. le schéma ci-dessous). Dès lors, les usages observés n'étaient plus contraints par des impératifs financiers : ils étaient plus fréquents sans s'étendre pour autant dans la durée. Ces usages observés commençaient à être stabilisés puisque les abonnés recrutés regardaient la Mobile TV depuis plus de 6 mois.












<b>option TV<sup>(2)</sup></b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- près de 20 chaînes TV nationales et TNT en direct  </li> <li>- la vidéo à la demande : humour, clips musicaux, sport, bandes-annonces, people...</li> </ul>	6€/mois
<b>option totale TV<sup>(3)</sup></b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- plus de 50 chaînes : les chaînes de l'option TV et plus de 30 chaînes thématiques dont :  </li> <li>- la vidéo à la demande : humour, clips musicaux, sport, bandes-annonces, people...</li> </ul>	10€/mois
<b>option totale TV HD mobile<sup>(4)</sup></b> 	<p>Orange invente la TV HD mobile<sup>(4)</sup>.            Vous profitez de toute l'option totale TV, en HD mobile.            La TV HD mobile est disponible sur le réseau 3G+ et/ou 3G avec un mobile compatible.</p>	12€/mois
<b>option musique<sup>(5)</sup></b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- toutes les chaînes TV musicales, les meilleures radios et tous les clips vidéos</li> <li>- 700000 titres à découvrir</li> <li>- toute l'info sur les artistes et leur actualité musicale</li> </ul>	6€/mois
<b>option TV - musique - surf<sup>(6)</sup></b>  +  + 	<p>Pour en profiter plus, à prix avantageux</p> <p>l'option TV    l'option musique    l'option surf</p>	12€/mois au lieu de 18€/mois
<b>option sport<sup>(7)</sup></b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- exclusif ! Les grands événements sportifs en direct et en images</li> <li>- toute l'actualité du sport en continu : infos sportives + chaînes TV sportives ;  </li> <li>- vidéos, commentaires, alertes sms</li> </ul>	9€/mois

Tableau 2 : Grille tarifaire des offres illimitées d'Orange<sup>61</sup>

## 2. Description des services

Les offres multimédia 3G sont composées par trois services : Le WAP, les vidéos consultables en streaming et la Mobile TV. Intéressons-nous maintenant aux types de

<sup>61</sup> Cette grille tarifaire était celle en vigueur lors de la deuxième phase de cette recherche traitée dans la troisième partie de ce manuscrit.

contenus auxquels ils donnent accès et aux modalités d'utilisations que les usagers doivent suivre pour les consulter.

### a) *Le WAP*

Le *Wireless Application Protocol* (cf. ci-dessous la capture d'écran du portail Orange World) est un protocole de communication dont le but est de permettre d'accéder à Internet à l'aide d'un téléphone portable, un PDA, etc. La taille des écrans des téléphones mobiles est trop petite pour permettre l'affichage de l'ensemble des informations contenues sur les pages des sites Internet. Dès lors, le champ de l'Internet mobile s'ouvre difficilement à l'ensemble du WEB. Il se limite quasi exclusivement aux contenus diffusés sur les portails des opérateurs de téléphonie mobile. Seul l'iPhone d'Apple, commercialisé en décembre 2007, ne contraint plus les mobinautes à un tel territoire de navigation.

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes intéressés aux portails de deux opérateurs, le portail Orange World dont l'accès est commercialisé par l'opérateur historique et le portail Vodafone Live! proposé par SFR. Tous deux donnent accès à quatre types de contenus :



- « **Info** » : il s'agit de courtes dépêches d'agence illustrées par des photos, des grilles de résultats sportifs agrémentées de commentaires et de photos, des bulletins météo au niveau national et, avec le développement de la géolocalisation, au niveau régional.
- « **Utile** » : cette rubrique regroupe les pages dédiées aux informations trafics, aux itinéraires et à la consultation des *e-mails* via un *webmail* ajusté aux paramètres du WAP.
- « **Fun** » : cette rubrique englobe toutes les pages dédiées au divertissement (chaînes TV, vidéos, musique, jeux) et à la personnalisation des téléphones mobiles (sonneries, logos de fond d'écran,...).
- « **Ma page** » : dans le prolongement du *Web 2.0* qui se caractérise par une logique ascendante d'autoproduction de contenus, ce service a été créé pour permettre aux abonnés d'alimenter et de partager leur page personnelle à partir de contenus produits depuis leur mobile (photos, vidéos, commentaires).

Figure 1 : Portail "Orange World"

Si le service WAP donne accès à ces quatre types de contenus, il joue également la fonction de navigateur permettant d'accéder aux autres services. Pour pouvoir regarder des chaînes télévisées ou des vidéos, l'utilisateur doit se connecter au WAP et cliquer sur la rubrique « Fun » ou « Vidéo » (cf. la capture d'écran ci-dessus).

*b) Les vidéos en streaming ou VOD*

Le WAP donne accès à la page « Vidéo » qui regroupe différents types de vidéos consultables en streaming, en temps réel. L'utilisateur doit cliquer sur le genre de vidéos qui l'intéresse pour rechercher celle qu'il souhaite visionner (cf. la capture d'écran ci-dessous).

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes avant tout intéressé aux usages des vidéos regroupées sous les thématiques « Actu » et « Sport ». Elles prennent la forme, sur le portail Orange World, de flashes infos de deux minutes condensant les journaux télévisés de iTélé ainsi qu'un bulletin météo, des reportages décortiquant un événement de l'actualité du jour, le « Journal du foot » et le « Journal des sports » (également produits par les journalistes de iTélé).



Figure 2 : Les différentes thématiques du service de VOD d'Orange

c) *Les chaînes télévisées ou Mobile TV :*

Depuis la rubrique « Fun » du WAP, ou la thématique « TV/Série » de la plateforme de VOD, les utilisateurs ont également accès à différentes chaînes télévisées. Orange donne par exemple accès à une cinquantaine de chaînes qui sont regroupées en huit types (cf. la capture d'écran ci-dessous).

Même si nous n'avons pas émis de restriction sur les types de chaînes consultés, nous avons fait un focus sur les programmes les plus regardés : les journaux télévisés et les programmes entrecoupés de bulletins d'information (Télématin sur France 2, Le Grand Journal de Canal+, etc.) ainsi que les séries. Il apparaîtra dès lors une nette polarisation des usages autour des chaînes classées sous les rubriques « généralistes » et « info ».



**Figure 3 : Les différentes thématiques de chaînes télévisées du service de Mobile TV d'Orange**

Si nous avons décrit ces trois services multimédia de manière distincte, il convient d'insister sur leur interopérabilité. Nous avons montré que l'utilisateur doit, pour accéder aux rubriques « Vidéo » et « Chaînes TV », se connecter au WAP et aller sur la rubrique

« Fun ». Cette configuration technique des modalités d'accès aux services influe nécessairement sur leurs usages<sup>62</sup>. Par exemple, si le WAP attirait peu d'utilisateurs, il a connu un regain d'intérêt du fait de sa fonction de point de passage obligé permettant de visualiser des contenus télévisuels. Dès lors, il nous paraît vain d'essayer d'appréhender les usages de ces services de manière indépendante. Il s'agit maintenant de rechercher les outils théoriques qui peuvent nous permettre d'appréhender ces logiques d'usages entrelacées. Pour cela, intéressons-nous tout d'abord aux travaux qui traitent des interactions entre les utilisateurs et le design des services mobiles multimédia.

## **II. Réinscrire les utilisations fonctionnelles dans la dynamique des goûts médiatiques**

Nous venons d'insister sur la nécessité de prendre en compte le design des services, configuré autour de l'interopérabilité de fonctions mobiles multimédia, dans la mesure où il structure, et par là-même oriente, les utilisations. Si cette dimension du design peut paraître anodine, nous allons maintenant montrer comment elle est rendue pertinente par les études internationales qui traitent des *Human-Computer Interaction* (HCI).

Lorsqu'elles abordent ces usages pionniers, ces études questionnent les motivations des usagers : qu'est-ce qui peut bien pousser une personne à prendre son téléphone multimédia en main pour consulter des contenus médiatiques ? Les premiers travaux répondaient à cette question présentant ces usages comme des palliatifs de l'ennui : qu'il soit chez lui ou en situation de mobilité, le téléphage saisit l'opportunité de ce nouveau récepteur TV pour tuer le temps. Partant d'une telle signification d'usage, les analystes ont considéré ce support comme une opportunité de divertissement en tout point substituable à une autre. Ce qui est important aux yeux de l'utilisateur, ce n'est pas tant la manière dont il se divertit que la nécessité même de tuer le temps. Dès lors, lorsque ces services sont interprétés comme des modes de divertissement substituables, il s'agit de comprendre comment l'individu l'insère dans l'enchaînement de son « zapping occupationnel ».

---

<sup>62</sup> Précisons qu'une fonction « télécommande » est dorénavant incluse dans les fonctionnalités des téléphones multimédia. Elle permet de lancer des chaînes TV sans passer par le WAP. Aucun des utilisateurs interrogés dans le cadre de cette étude ne mobilisaient cette application, même après sa diffusion.

C'est en cela que l'interopérabilité des services multimédia, que nous venons de décrire, devient pertinente. Si les usagers sont motivés par l'envie de zapper d'un mode de divertissement à l'autre, il convient de saisir comment ils pilotent ce zapping. L'hypothèse ne peut alors être faite qu'une fois qu'ils sont engagés dans l'utilisation de leur téléphone multimédia, ils surfent d'un contenu à l'autre, non pour en rechercher un en particulier, mais pour passer le temps. Dès lors, leur orientation dans cet environnement multimédia n'est-elle pas davantage pilotée par le design des services et des interfaces que par les effets structurant de leurs goûts médiatiques ?

Cette problématique du zapping occupationnel, qui pose la question des motivations d'usages, va être au cœur de notre démarche. Dans la mesure où elle invite à décentrer le regard de l'utilisation d'un service proprement dite, pour observer comment ces utilisations s'insèrent dans la continuité des modes de divertissements, et plus généralement dans l'ensemble des activités quotidiennes, elle nous invite à sortir du cadre des interactions homme-machine. Autrement dit, cette problématique du zapping occupationnel nous permet de déplacer l'angle d'analyse de la question des utilisations, abordée par les travaux sur les *HCI*, pour l'ouvrir à la dimension plus sociologique des usages.

*« Quand on emploie le terme « utilisation », l'on décrit d'abord l'environnement rapproché de l'interaction entre l'humain et l'ordinateur. Le choix des termes « utilisation » et « utilisateur » s'inscrit ainsi dans la tradition de recherche dite de l'étude des interactions humains-machines ou Human-Computer Interaction (HCI). Cette tradition regroupe les travaux d'ergonomie cognitive, de psychologie cognitive, de design des interfaces humains-machines, etc. Quand on choisit d'observer l'utilisation qu'un agent humain fait d'une machine informationnelle, c'est qu'on s'intéresse par exemple au rapport de l'utilisateur au « mode d'emploi » fourni avec la machine qu'il explore, à sa manière d'interagir avec les interfaces, à la « carte mentale » qu'il utilise inconsciemment pour faire fonctionner l'appareil, etc. Quand on choisit d'employer au contraire l'expression « usage » pour décrire la relation de l'agent humain à la technologie, c'est que l'on cherche à prendre en compte le cadre social plus large qui englobe les interactions entre les humains et les machines. C'est une perspective davantage sociologique. »<sup>63</sup>*

Pour positionner notre étude, entre la vacuité du zapping occupationnel et l'affirmation de goûts médiatiques, commençons par dégager les apports et les limites des travaux qui analysent les interactions entre les utilisateurs et les services mobiles multimédia. Dans la mesure où nous prenons cette entrée, nous écartons d'emblée de cet

---

<sup>63</sup> Proulx, 2002.

état de l'art les études qui décodent, en appliquant la théorie de l'acteur-réseau, les enjeux organisationnels au sein desquels la production de ces services vient s'encaster<sup>64</sup>.

## 1. Réinscrire le design des services multimédia dans la dynamique des goûts médiatiques

La spécificité des études sur les *HCI* tient au fait qu'elles sont développées en amont de la diffusion des services finalisés pour recueillir, à partir de protocoles expérimentaux, les modalités d'appropriation possibles de prototypes de services. Pour les aborder, elles prennent comme observatoire le design des services et le design des interfaces. Elles sont formulées pour permettre aux développeurs de réajuster les interfaces aux attentes des utilisateurs potentiels : « *the basic aim of our study is to point out the importance of introducing the consumer viewpoint into product development* »<sup>65</sup>. Pour atteindre cet objectif, des téléphones portables ou des PDA (*Personal Digital Assistant*) sont remis aux personnes recrutées dans le but d'observer leurs utilisations potentielles de ces services.

Nous considérons dès lors, dans l'optique d'une sociologie des usages, que ces travaux ciblent plus l'accessibilité de ces services que leur appropriation réelle :

*« La deuxième série de distinctions que je souhaite introduire ici concerne la séquence : accessibilité-usage-appropriation. Il est en effet important de ne pas confondre l'accessibilité et l'usage. Quand on souhaite rendre une technologie accessible, c'est que l'on veut que cette technologie soit d'abord rendue physiquement disponible aux groupes d'individus que l'on cible. L'usage effectif de cette technologie implique un geste supplémentaire de la part de l'individu : il est nécessaire que celui-ci adopte cette technologie qui lui est offerte de manière à l'inscrire dans sa trajectoire propre. Le moment de l'appropriation constitue alors le but ultime du processus. L'appropriation effective d'une technologie par un agent humain suppose, selon moi, la réunion nécessaire et suffisante de trois conditions : a) une maîtrise cognitive et technique minimale de l'objet ou du dispositif technique ; b) une intégration sociale significative de l'usage de cette technologie dans la vie quotidienne de l'agent humain ; c) la possibilité qu'un geste de création soit rendu possible par la technologie, c'est-à-dire que l'usage de l'objet technique fasse émerger de la nouveauté dans la vie de l'usager. »*<sup>66</sup>

<sup>64</sup> Tilson, Lyytinen, 2005, 2006 ; Tilson, Lyytinen, Sørensen, Liebenau, 2006 ; Yoo, Lyytinen, Yang, 2005.

<sup>65</sup> Repo, Hyvönen, Pantzar, Timonen, 2004, p.2.

<sup>66</sup> Proulx, 2002.



Si nous situons notre approche du côté de l'appropriation, ces études pionnières s'intéressent quant à elles à la structuration de l'interface du prototype de service pour saisir comment il serait possible de la rendre plus « accessible ». Pour donner un aperçu de ces travaux, nous allons nous focaliser sur la première étude<sup>67</sup> qui traite du design de la Mobile TV en ouvrant le questionnement, et en apportant des éléments de cadrage, sur les usages pionniers de ce service. Cette étude est donc essentielle puisqu'elle a posé les bases des travaux ultérieurs.

Pour observer les interactions entre les utilisateurs et la Mobile TV, cette étude prend comme observatoire le design de la télévision sur des dispositifs mobiles (PDA et *Pen Tablet*). Elle prolonge les nombreux travaux sur le design des télévisions domiciliaires interactives<sup>68</sup> en montrant comment l'interface de la Mobile TV rend la réception des programmes télévisés encore plus interactive que sur les télévisions domiciliaires<sup>69</sup>.

Cette interactivité découle du design du service étudié par Södergard. Ce design se rapproche plus de la consommation à la carte d'un service de VOD que de la consommation de contenus diffusés en temps réel, puisque les différents programmes télévisés sont référencés sur des pages de l'Internet mobile (cf. la reproduction ci-dessous). Encore une fois, ce constat n'est pas gratuit puisque cette étude va devenir paradigmatique : ses biais vont se retrouver dans la plupart des travaux ultérieurs. Les utilisateurs doivent donc balayer différentes pages dans l'objectif de sélectionner la vidéo d'un programme intéressant.

---

<sup>67</sup> A notre connaissance, les travaux de Södergard sont les premiers du genre à aborder la question des utilisations de la Mobile TV ou, du moins, ce sont les premiers à avoir été rendus publics. Si ce n'est pas le cas, il ne fait pas de doute que les travaux de Södergard sont les plus repris par les études ultérieures. Södergard, 2003, 2004.

<sup>68</sup> Pour un état de l'art, cf. Lehtola S., Mokka S., 2002.

<sup>69</sup> Södergard, 2003.

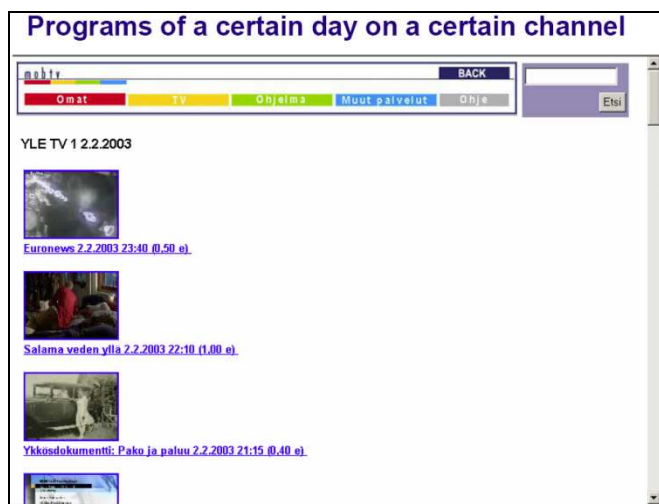


Figure 4 : Page du prototype de Mobile TV référençant les programmes

Sur leur télévision domiciliaire, les utilisateurs sélectionnent un programme en zappant d'une chaîne à l'autre et en jetant un œil aux émissions en cours de diffusion. Ils peuvent recourir à différentes modalités de zapping qui ont pu être catégorisées à travers une étude « pragmatique de la réception »<sup>70</sup> : le « soft zapping », le « hard zapping », le « zapping amoureux », le « zapping impliqué », etc. Quelle que soit la logique de zapping adoptée, ces téléspectateurs ont directement accès aux programmes diffusés. En faisant défiler les chaînes, ils peuvent se laisser directement capter par le programme qu'ils visionnent. Il est intéressant de noter qu'ils ne peuvent pas transférer cet art de faire sur le prototype de service étudié par Södergard. En effet, les pages de ce prototype référencent des programmes précis selon leur genre et leur date de diffusion (cf. la reproduction ci-dessus). Comme l'accès au programme n'est pas immédiat, ils doivent en sélectionner un par l'intermédiaire de ce référencement. Cette réception télévisuelle peut alors être analysée comme davantage interactive<sup>71</sup> dans la mesure où l'utilisateur doit sélectionner les programmes en fonction de cet intermédiaire. Notre critique de cette étude, et des travaux ultérieurs, repose sur ce fait dans la mesure où ces prototypes de services ne permettent pas aux utilisateurs de retrouver leurs programmes favoris, ceux qu'ils visionnent depuis leur poste de télévision domiciliaire. C'est pourquoi ces travaux évacuent la dimension du transfert des préférences télévisuelles et ne prennent pas en compte leur rôle dans l'appropriation de la Mobile TV. Cette thèse est produite autour de ce constat et se propose d'y apporter des éléments de réponse.

<sup>70</sup> Bertrand, De Gournay, Mercier, 1988.

<sup>71</sup> Daly-Jones, Carey, 2004.

## 2. Réinscrire la relation aux contenus multimédia dans la dynamique des goûts médiatiques

Nous allons maintenant isoler les variables clés à partir desquelles les études sur les *HCI* abordent la relation aux contenus multimédia. Il s'agit d'insister sur l'intérêt de resituer leur consommation dans la diversité des modes de consommation médiatiques. Cette entrée prend tout son sens dans une démarche sociologique soucieuse de tisser des liens entre les appropriations successives des innovations technologiques et des grappes de services.

### a) *La petite taille des écrans et les logiques de réception individualisées*

Prendre acte d'une évidence peut conduire à des surinterprétations imprégnées d'une idéologie technophile. En effet, il tombe sous le sens que la petite taille des écrans des téléphones mobiles contraint la réception des programmes télévisuels. Elle rend d'une part la réception inconfortable<sup>72</sup> dans la mesure où il peut être désagréable de froncer les sourcils pour décrypter ce qui se joue à l'écran. Cette contrainte explique en partie pourquoi les utilisateurs développent des usages très courts. Et, d'autre part, elle rend problématique la co-réception. En effet, s'il est difficile de regarder seul son petit écran, l'entreprise devient encore plus inconfortable si elle est réalisée à plusieurs.

Pourtant, certains chercheurs ont montré que cette contrainte technique de la taille des écrans constitue au contraire une ressource interactionnelle. Cette observation a pu être faite autour de la réception des émissions de karaoké<sup>73</sup>. En effet, si l'essentiel dans la réception de la Mobile TV n'est pas ce qui se déroule à l'écran mais les interactions que ce dispositif permet de créer, alors la petite taille des écrans devient une ressource qui rapproche les co-récepteurs dans la chaleur exigüe de sa zone de réception. On peut lire entre les lignes de cette étude le problème majeur sur lequel butent les études sur les *HCI*. Même un paramètre aussi simple que la taille de l'écran peut donner lieu à des appropriations différenciées. La seule arme qui peut alors être mobilisée pour les expliquer est formée par ce que l'on pourrait appeler, dans la lignée de ces travaux, des spécificités culturelles. Par exemple, comme les karaokés occupent une place de prédilection dans les soirées nocturnes des jeunes asiatiques, il existe de forte probabilité

<sup>72</sup> Knoche, Mc Carthy, Sasse, 2005.

<sup>73</sup> Repo, Hyvönen, Pantzar, Timonen, 2003, 2004.

pour qu'ils s'approprient leur téléphone multimédia à cette fin. On peut donc déduire de ce contre exemple que la taille de l'écran n'est pas toujours une contrainte. Elle peut former une ressource interactionnelle si elle converge avec des spécificités culturelles.

Si cette spécificité culturelle peut prêter à sourire, il en existe d'autres qui donnent une toute autre ampleur à ce schéma explicatif. Par exemple, la faible diffusion des services mobiles multimédia aux Etats-Unis s'explique en partie par le fait que, dans ce pays, les personnes se déplacent majoritairement en voiture<sup>74</sup>. Dès lors, la Mobile TV ne leur est d'aucune utilité<sup>75</sup>, notamment parce que les voitures sont de plus en plus augmentées d'écrans L.C.D. A l'inverse, la forte diffusion de ces services, en Corée du Sud ou au Japon, peut s'expliquer par le fait que les habitants de ces pays empruntent quotidiennement les transports en commun ; ces transports étant équipés d'antennes relais qui donnent un accès gratuit et illimité à la Mobile TV<sup>76</sup>. Il est donc particulièrement pertinent de référer les usages de ces services aux spécificités culturelles<sup>77</sup> d'un pays (au sens où ces études entendent le terme culturel), comme cela a été fait sur les usages différenciés du WAP entre la Corée du sud et le Japon<sup>78</sup>. Seulement, ces explications peuvent avoir des incidences néfastes. Dans l'exemple que nous venons de prendre, la dérive est saillante. La tentation consiste à rabattre la dimension culturelle sur la singularité des infrastructures techniques d'un pays, telles que ses réseaux de transports et ses réseaux de télécommunication<sup>79</sup>. A travers ce glissement, ces études « sociologisent » leur démarche en galvaudant la notion de culture. Elles rabattent l'analyse sur les questions techniques et évacuent le rôle des contenus médiatiques qui sont pourtant au cœur des spécificités culturelles en jeu dans l'appropriation des services innovants.

Si nous revenons maintenant à la taille de l'écran, nous pouvons observer une dérive bien plus insidieuse. Comme les écrans des téléphones multimédia rendent problématique la co-réception, les usages de la Mobile TV se font en solitaire. La dérive consiste alors à en déduire que les modes de consommation télévisuels développés depuis ces supports sont totalement individualisés, coupés des goûts médiatiques et de leur bain

---

<sup>74</sup> Chipchase, Yanqing, Jung Y, 2007.

<sup>75</sup> Notons au passage que les prévisions de cette étude sont totalement contredites par les faits puisqu'on recense, début 2009, plus de 12 millions d'utilisateurs de la Mobile TV aux Etats-Unis. Et, « 62 % des interrogés affirment regarder, ou vouloir regarder, la télévision mobile pendant leurs déplacements ». [http://www.servicesmobiles.fr/services\\_mobiles/mobile\\_tv/index.html](http://www.servicesmobiles.fr/services_mobiles/mobile_tv/index.html)

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> Blom, Chipchase, Lehikoinen, 2005.

<sup>78</sup> Lee, Lee, Kim, Kim, 2002.

<sup>79</sup> Chipchase, Yanqing, Jung, 2007.

social et culturel. Cette dérive peut se lire en filigrane de la grande majorité des études internationales. Elle se retrouve également dans la manière dont les experts français ont baptisé la Mobile TV dans leurs différents rapports : la *Télévision Mobile Personnelle*. Le terme « personnelle » est jugé pertinent pour caractériser ce dispositif médiatique dans la mesure où le téléphone mobile donne lieu à une appropriation individualisée. A la différence des dispositifs médiatiques domiciliaires (les télévisions, les ordinateurs, les postes de radio...), il appartient à un usager qui en détient les droits exclusifs d'utilisations. L'appropriation de ce support se fait donc dans la solitude. Elle est désolidarisée du collectif familial et de ces contraintes normatives. L'utilisateur peut regarder ce qu'il veut, quand il veut, sans avoir à rendre de compte sur sa consommation.

C'est ainsi que les études internationales s'évertuent à décrire comment les mobinautes contournent, à l'aide de la Mobile TV, les contraintes de la programmation télévisuelle en développant une consommation ajustée à leurs attentes. Comme ils ne sont plus contraints de partager le choix des programmes avec des co-récepteurs et comme ils sont hors du champ de vision du contrôle parental ou conjugal, ces usagers peuvent développer des usages en phase avec leurs goûts « réels » et investir leurs programmes préférés. Ceci est tout à fait vrai, la Mobile TV permet d'individualiser la consommation télévisuelle. Mais nous irons dans ce sens avec prudence. Il ne faut pas pour autant en déduire que l'adoption de ce dispositif révolutionne les préférences télévisuelles. Si les usagers revisitent leurs préférences, ils ne les développent pas *ex nihilo* sans subir l'influence de leur entourage, tant celle de la sphère familiale que celle des sphères amicales ou professionnelles.

En d'autres termes, ces travaux insistent avec raison sur le fait que les utilisateurs veulent du changement. Ils souhaitent que la Mobile TV leur propose de nouveaux contenus, en leur donnant notamment accès aux chaînes télévisées payantes qu'ils ne peuvent pas regarder sur leur télévision fixe. Ils souhaitent également que le service de VOD soit développé, en parallèle de la Mobile TV, car il leur permet de regarder ce dont ils ont envie, au moment où ils en ont envie, dans des créneaux d'usage toujours plus inédits. Mais en insistant sur la manière dont la Mobile TV renouvelle la pratique télévisuelle, elles évacuent l'essentiel : ils veulent avant tout regarder dans des circonstances inédites les programmes auxquels ils sont les plus attachés. C'est avant tout sur cet aspect que la Mobile TV individualise la consommation car elle augmente le

temps passé devant le petit écran et permet à l'utilisateur de tomber nez à nez avec des programmes jusque-là inaccessibles dans certains créneaux horaires.

Là encore ce détail peut paraître dérisoire alors qu'il a de lourdes conséquences. Il alimente une forme d'idéologie technophile consistant à dire que la Mobile TV révolutionne les goûts, en les désocialisant pour les rendre plus aristocratiques, plus personnalisés, là où elle se contente avant tout d'individualiser les conditions d'accès aux contenus, de rabattre les grilles horaires de la programmation sur les attentes individuelles. Et ce détail alimente l'idée que la posture de recherche à adopter consiste à observer *in situ* ce qui change dans cette pratique télévisuelle, sans jamais se donner les moyens méthodologiques nécessaires pour observer le transfert des préférences télévisuelles vers ces supports mobiles. Autrement dit, ces études observent un changement sans jamais se donner les moyens pour comprendre ce qui change réellement.

C'est ainsi que ces photographies d'usage montrent comment ce service crée de nouveaux goûts télévisuels en occultant constamment le fait qu'il n'est le plus souvent que le réceptacle de préférences affirmées ; réceptacle dont l'accès est en revanche profondément individualisé, notamment en raison de la miniaturisation des téléphones et de leurs écrans. C'est pourquoi, à la différence de cette grille de lecture implicite des études sur les *HCI*, nous prenons le parti d'observer l'appropriation de la Mobile TV dans la continuité de la pratique télévisuelle.

Il apparaît clairement à quel point cette entreprise nous installe dans une position paradoxale. Alors que nous cherchons à libérer les goûts médiatiques des griffes de la sociologie de la culture, en cherchant à les désolidariser d'un modèle de la distinction et de la reproduction sociale pour insister sur leur individualisation par le travail des fans, le médiacentrisme « asocial » des études sur les *HCI* nous oblige à situer le transfert des goûts médiatiques au cœur de notre démarche. C'est pourquoi nous convoquons, à ce stade de notre étude, des notions renvoyant à la sociologie de la culture : les habitudes, les pratiques, etc.

#### ***b) La Mobile TV et le décloisonnement de la pratique télévisuelle de la sphère domiciliaire***

Cette lecture des modes de consommation des services mobiles multimédia ne prend pas uniquement acte du format contraignant des écrans des téléphones mobiles.

Comme nous venons de le décrire, elles s'appuient également sur le fait que ces dispositifs de communication se distinguent des autres TIC par leur possession et leur appropriation individualisées<sup>80</sup>. Ils donnent ainsi la possibilité aux utilisateurs de maîtriser seuls leur consommation. Ce potentiel est amplifié par le fait que ces dispositifs mobiles peuvent être utilisés en dehors de la sphère domestique qui forme le « contexte d'écoute »<sup>81</sup> « naturel » des programmes télévisés. Ainsi, le choix de programmes télévisés est désolidarisé des relations familiales<sup>82</sup> et des activités communicationnelles entre les membres du foyer<sup>83</sup>. Ces interactions autour de la programmation télévisuelle, quant interaction il y a, conduisent certains membres du foyer à mettre en avant les préférences télévisuelles au détriment de celles des autres. Ceux, dont la parole a le moins de poids dans les délibérations collectives<sup>84</sup>, sont alors contraints de rester assis devant un contenu moins intéressant que celui qu'ils souhaiteraient regarder. En ce sens, les téléphones mobiles<sup>85</sup> individualisent l'accès à la consommation télévisuelle en permettant aux utilisateurs, notamment aux plus jeunes, de développer des usages davantage en phase avec leurs goûts.

Dans le cadre de cette étude, il va s'agir de décrire et d'exemplifier comment la Mobile TV favorise cette convergence entre les attentes de consommation et la consommation télévisuelle effective. Mais là encore, il convient d'insister sur un aspect qui va nous conduire à distinguer notre approche des travaux sur les *HCI*. Pour amorcer cette distinction, partons d'une étude<sup>86</sup> sur les usages de la Mobile TV à Tokyo.

Elle montre que ce service est principalement utilisé dans les domiciles. Partant de ce constat, une question se pose d'elle-même : pourquoi les usagers utilisent ce dispositif dans un environnement saturé en supports médiatiques alors qu'il a justement été produit pour décloisonner la consommation télévisuelle des domiciles ? La réponse apportée à cette question est la suivante : les usages sont majoritairement développés dans les foyers, ces théâtres d'une grande variété de pratiques médiatiques, parce que la Mobile TV

---

<sup>80</sup> Gonord, Menrath, 2005.

<sup>81</sup> Morley, 1986.

<sup>82</sup> *Ibid.*; Proulx, Laberge, 1995.

<sup>83</sup> Morley, 1986.

<sup>84</sup> Pharabod, 2004A, 2004B.

<sup>85</sup> Cet accès individualisé aux chaînes télévisées a d'ailleurs conduit les pouvoirs publics, le 24 septembre 2007, lors de la rédaction de l'arrêté technique retenant la norme DVB-H pour diffuser des programmes télévisés sur le mobile, à rebaptiser la Mobile TV (ou TV Mobile) : la *Télévision Mobile Personnelle* (TMP).

<sup>86</sup> Chipchase, Yanqing, Jung (2007). Voir également le blog de Jan Chipchase : <http://www.janchipchase.com/mobiletv>

permet de développer des usages alternatifs, plus intimes, constituant une expérience personnelle. Pourquoi cette expérience est-elle jugée plus intime ? Parce que la petite taille des écrans et le port des écouteurs permet aux utilisateurs de s'isoler, de protéger leur réception des regards indiscrets et des oreilles un peu trop curieuses. Soit. Mais pourquoi aller jusqu'à dire qu'il s'agit d'usages alternatifs, plus intimes, qui rendent l'expérience télévisuelle plus personnelle ?

Rentrons dans les extrêmes pour imaginer en quoi cette expérience pourrait-elle être plus personnelle ? Quels types de contenus sont susceptibles de faire perdre la face au récepteur si un curieux vient transgresser l'intimité de sa réception ? Serait-ce les contenus érotiques ? Mais pour pouvoir visualiser des pin-up sur un téléphone mobile, il est nécessaire de souscrire à un forfait qui leur est dédié ou de payer à l'acte le droit d'accès aux vidéos érotiques. Autrement dit, il est nécessaire de laisser des traces sur les factures téléphoniques qui ne font que déplacer, dans le temps, la question du contrôle parental (ou conjugal). En revanche, depuis la diffusion de la technologie *Bluetooth*<sup>87</sup> qui permet aux mobinautes de partager des fichiers multimédia, il est possible de consulter dans les cours de récréation des contenus érotiques ou violents téléchargés sur les plateformes d'échange de vidéos sur Internet. Si la réception de tels contenus peut faire des téléphones multimédia des supports médiatiques plus intimes, il est hasardeux de chercher à généraliser cette tendance en avançant qu'elle témoigne d'une individualisation de la pratique télévisuelle.

Comme nous le montrerons par la suite, ce n'est pas le cloisonnement de la réception, lié à la taille des écrans et au port des écouteurs, qui rend la réception plus intime. Il s'agit plutôt du fait que tous les adolescents n'ont pas de poste de télévision dans leur chambre. Dans ce cas là, il est vrai que la réception sur mobile est plus intime puisqu'ils peuvent regarder dans leur chambre des programmes dont la vacuité ne saurait franchir le filtre du contrôle parental. Mais là encore, il paraît plus réaliste de ne pas amplifier un tel phénomène, de ne pas en faire une expérience télévisuelle unique, car la délibération familiale autour des choix des programmes n'est peut-être pas si préjudiciable pour les plus jeunes dans la mesure où leurs goûts sont également pris en considération. Et, plus généralement, les programmes que les plus jeunes regardent sur la Mobile TV,

---

<sup>87</sup> *Bluetooth* est une technologie radio, courte distance, destinée à simplifier les connexions entre les appareils électroniques. Elle permet de transférer des contenus entre les téléphones mobiles : des photos, des vidéos, de la musique, des sonneries, des fonds d'écran...



sans parler des plus âgés, ne sont peut-être pas si différents de ceux qu'ils regardent habituellement sur la télévision du salon.

Nous souhaitons donc distinguer notre approche des travaux antérieurs en ne nous contentant pas de faire une photographie des usages des services multimédia 3G. Se focaliser sur le temps court de l'adoption peut conduire à amplifier le renouvellement des goûts télévisuels. Il nous paraît plus pertinent de tenir compte de l'évolution des trajectoires d'usages dans le but de montrer comment les goûts télévisuels sont transférés d'un support médiatique à l'autre et comment ils sont renouvelés au cours de ce transfert. Le problème qui se pose à nous consiste à trouver un observatoire viable qui permet d'observer ce transfert et ce renouvellement des goûts médiatiques.

### **3. Réinscrire les paramètres contextuels des utilisations dans la dynamique des goûts médiatiques**

Si les premières études se contentaient d'observer la relation entre les utilisateurs et les interfaces des services multimédia, une deuxième vague de recherches est venue élargir cette sphère de l'appropriation en l'ouvrant aux pratiques sociales<sup>88</sup> au sein desquelles la relation homme-machine vient s'encaster.

*« Our study is based on the research tradition of everyday reasoning, which examines and analyzes consumer choices and actions as routinized habits, practices and usage situations. If such meaningful situations can be identified, it will facilitate the development of new service concepts and relevant user applications. »<sup>89</sup>*

La prise en compte des contextes d'usage devient pertinente pour ces études dans la mesure où ils co-orientent les logiques d'utilisation des prototypes et interfèrent sur les choix de services et de contenus. Il s'agit alors de montrer comment les modalités d'usages s'articulent avec les lieux d'utilisations : les lieux privés, les lieux publics, les transports individuels, les transports en commun, etc. L'objectif de ces observations étant de décrire comment la relation aux contenus télévisuels est renouvelée lorsqu'elle est décroisée de la sphère domestique et des postes de télévision domiciliaires.

---

<sup>88</sup> Reckwitz, 2002. Cette inscription de l'utilisabilité dans les pratiques sociales participe plus généralement à la tendance que certains qualifient de *Post-Modern Usability* (Lund, 2006).

<sup>89</sup> Repo, Hyvönen, Pantzar, Timonen, 2004, p.2.

Cette perspective de recherche a été développée pour expliquer une série de constats : la réception de la Mobile TV<sup>90</sup> se déroule dans des lieux inhabituels tels que les bureaux, les transports en commun ou les voitures ; elle s'inscrit dans des interactions spécifiques : entre collègues ou entre passagers ; elle modifie les formes d'écoute en incitant les utilisateurs à utiliser des écouteurs ; elle peut être regardée en marchant ce qui pousse les usagers à accorder plus d'importance aux sons qu'aux images ; elle renouvelle le rapport aux contenus puisque les contraintes liées à la réception détournent les utilisateurs des programmes trop longs, etc.

Ainsi, le renouvellement des goûts et des habitudes médiatiques est décentré de la seule relation au design des interfaces pour être expliqué à partir des pratiques sociales au sein desquelles il vient s'encaster. Par exemple, comme nous l'avons déjà montré, il a pu être observé dans les pays précurseurs que la place accordée aux *news*, dans la consommation télévisuelle sur ces dispositifs mobiles, était bien plus importante que la place qu'elle occupe dans la consommation sur les télévisions domiciliaires<sup>91</sup>. Cette tendance peut s'expliquer par l'attractivité du design des différents formats de *news* diffusés sur les mobiles<sup>92</sup>, que ce soit les dépêches d'agence et la facilité avec laquelle elles peuvent être survolées ou que ce soit les brèves vidéos de journaux télévisés et leur force de captation aux yeux d'un public friand de la mise en image des questions d'actualité. Mais cette orientation des usagers vers les contenus journalistiques n'est pas seulement liée à la configuration des services. C'est ce que ces études cherchent à montrer en prenant en compte d'autres variables comme les paramètres contextuels qui influent sur les modalités d'utilisation. C'est à partir de variables contextuelles, comme l'ennui ou l'envie de tuer le temps, que la place des *news* dans la consommation des contenus 3G peut également être expliquée.

*« Solitary viewing was the predominant form of consumption of mobile video. «Passing time » was unsurprisingly cited as one reason for this behaviour, but a deeper look at the episodes revealed important social factors underlying this seemingly solitary behaviour. »*<sup>93</sup>

Nous avons montré, dans la partie précédente, que la dimension culturelle des usages était souvent rabattue sur les infrastructures de communication et de télécommunication. On peut maintenant questionner le statut « social » des pratiques que

<sup>90</sup> O'Hara, Mitchell, Vorbau, 2007

<sup>91</sup> Södergard, 2003 ; Mäki, 2005 ; Knoche, Mc Carthy, 2005.

<sup>92</sup> Oksman, Noppari, Tammela, Mäkinen, Ollikainen, 2007.

<sup>93</sup> O'Hara, Mitchell, Vorbau, 2007, p. 859.

les HCI qualifient de pratiques sociales. Elles les nomment ainsi pour prendre en compte les activités quotidiennes et les tâches périphériques qui influent sur l'appropriation de la Mobile TV. On peut alors noter qu'elles répertorient, sous cette dimension sociale des pratiques, l'expérience vécue des usagers ou, du moins, leurs ressentis : l'ennui, l'envie de tuer le temps. Cette dimension sociale est on ne peut plus contestable. Il est aujourd'hui nécessaire, avec l'internationalisation des études scientifiques et le développement de l'interdisciplinarité, de rentrer dans ces questions. Il convient de décortiquer les éléments factuels qui sont glissés sous ces définitions du social et du culturel afin de remettre en cause la manière dont le courant des *HCI* « sociologise » ses études sur les TIC.

Cette précision est importante car nous allons reprendre à notre compte cette perspective en articulant les logiques d'usage de la Mobile TV avec les pratiques sociales qui les bordent. Le déplacement entre le domicile et le lieu de travail constitue pour nous une pratique sociale qui rend l'utilisation des services mobiles multimédia pertinente. Dès lors, nous ne ferons pas de l'ennui dans les transports en commun une cause à proprement parler car c'est le vécu du déplacement (l'ennui) que le créneau d'usage ouvert par le temps de déplacement qui influe sur les usages. Ceci est d'autant plus évident que les usagers n'ont pas attendu la commercialisation de la Mobile TV pour divertir leur temps de transports. Cet écart de lecture n'est pas anecdotique. Il permet d'extraire les individus d'une pure logique de zapping occupationnelle. Il permet de faire des contenus médiatiques des intermédiaires actifs : les individus les sélectionnent car ils y sont attachés, même dans les situations où leur motivation première est de tuer le temps.

Nous pouvons également noter que la dimension contextuelle est convoquée par ces études pour extraire des motivations d'usages des scènes de vie quotidiennes. Pour mieux comprendre cette tendance, voyons comment ces études peuvent évaluer l'utilisabilité de la Mobile TV en partant du principe que l'utilisation d'un prototype révèle les caractéristiques des contextes d'usages qui vont rendre l'utilisation de la Mobile TV pertinente. Ou, au contraire, celles qui vont en contraindre l'utilisation.

Une étude<sup>94</sup> est particulièrement pertinente pour observer cette tendance car elle se rapproche de notre démarche en ayant cherché à articuler l'appropriation des services multimédia 3G avec les habitudes médiatiques. Elle se démarque des autres travaux dans la mesure où elle essaye d'articuler les usages des services mobiles avec les autres

---

<sup>94</sup> Södergard, 2003, 2004.

pratiques médiatiques. Pour atteindre cet objectif, elle tente d'isoler les variables contextuelles qui expliquent pourquoi l'utilisateur va, dans une situation précise, privilégier un support médiatique par rapport à un autre : « *In the user trial we studied which terminal, content and service were suited to various user situations* »<sup>95</sup>.

La variable contextuelle jugée comme étant la plus discriminante est celle de la modalité d'usage qui différencie les usages privés (« *Private use* ») des usages partagés (« *Shared use* »). Le schéma ci-dessous montre ainsi comment les participants<sup>96</sup> distribuent leurs pratiques médiatiques et leurs pratiques de communication suivant ces deux modalités d'usages et suivant l'ambiance de l'environnement extérieur (calme versus agité).

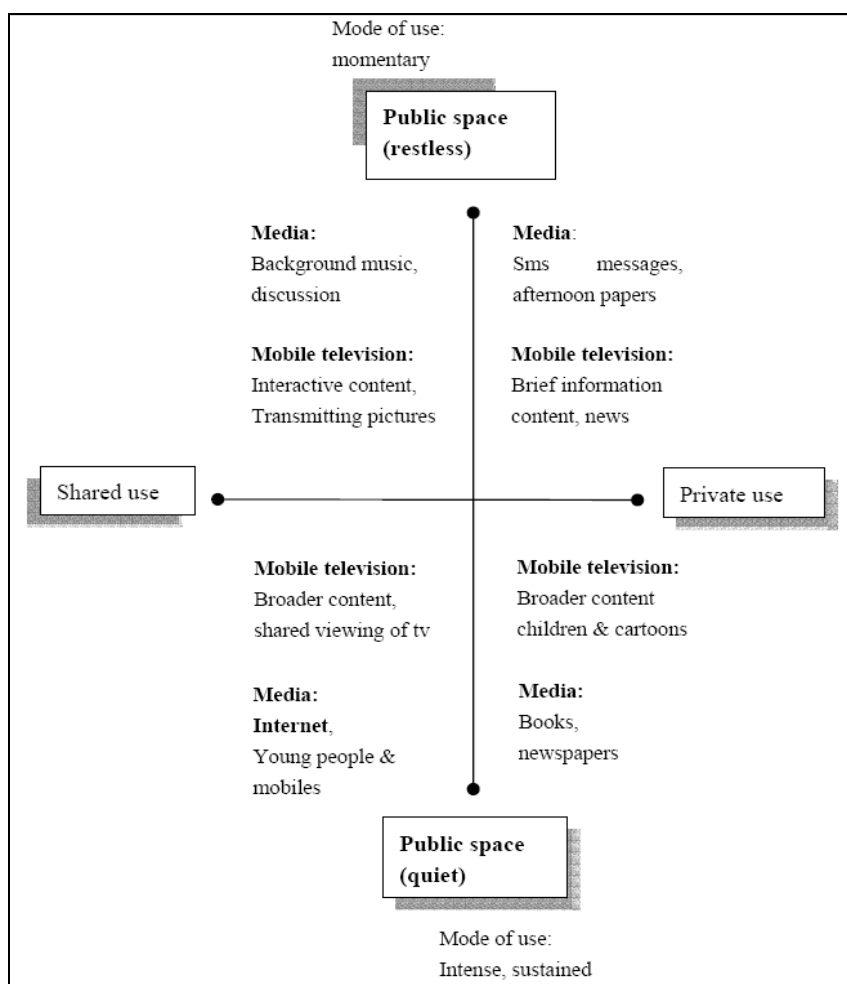


Figure 5 : *Mobile television and the public space communication environment*<sup>97</sup>

<sup>95</sup> Södergard, 2004, p.8.

<sup>96</sup> Södergard, 2003.

<sup>97</sup> Södergard, 2003, p. 59.

Pour comprendre l'intérêt d'une telle schématisation, et la pertinence du choix des variables, il convient de la référer à sa finalité. L'objectif est bien de sonder les moteurs et les freins à l'acceptabilité de la Mobile TV en distinguant les propriétés de ce service de celles des autres médias. Il paraît pertinent de comprendre comment l'utilisateur va bifurquer d'un média à l'autre en fonction de l'intrusivité, dans sa sphère d'écoute, des bruits et des mouvements extérieurs. C'est ainsi qu'il privilégiera certains médias quand l'ambiance sera calme (livres, journaux, Internet) et d'autres (écoute de la musique, discussion) quand il sera dans un environnement bruyant. Cette variable contextuelle du bruit est importante car elle peut dissuader l'utilisateur de s'engager dans l'écoute de la Mobile TV. Dès lors, cette étude sur l'amélioration des interfaces va en déduire qu'elles doivent être modulables, pour permettre au récepteur d'ajuster son écoute aux contextes d'usage : « *As the environment of use is not ideal, the device should be adjustable with regard to its features (screen, contrasts, volume, etc.)* »<sup>98</sup>.

Il est intéressant d'observer que cette étude, qui a posé les bases des travaux ultérieurs sur les usages de la Mobile TV, aborde la question du renouvellement des goûts télévisuels en isolant les paramètres contextuels qui vont orienter les usagers vers des contenus précis. Par exemple, il est noté que dans un environnement bruyant, les utilisateurs consultent les *news* sur leur téléphone multimédia là où, quand ils sont au calme, ils préfèrent regarder des dessins animés ou lire des quotidiens.

Cette entrée nous paraît particulièrement intéressante car elle aborde la dynamique de la consommation médiatique à partir des paramètres contextuels qui cadrent et orientent la sélection et la réception des contenus. Nous nous proposons d'adopter la même entrée en nous demandant quels éléments, dans une situation donnée, vont rendre le recours à un support médiatique plus pertinent qu'un autre : par exemple le bruit, la promiscuité, le fait d'être debout ou assis, etc. Cependant, nous prendrons également en compte le rôle des contenus et des préférences médiatiques dans cette sélection des supports.

---

<sup>98</sup> Södergard, 2003, p. 58.

## Chapitre 2. Redéfinir le cadre social des usages autour des goûts médiatiques

---

A travers la description des services multimédia 3G, nous venons d'insister sur la nécessité de prendre en compte la dimension du design des interfaces pour comprendre comment ces services sont utilisés. Si les usagers peuvent investir la Mobile TV dans la continuité de leur pratique télévisuelle domiciliaire, ils peuvent s'orienter vers de nouveaux contenus en se laissant capter par l'offre et le design des services. Par exemple, comme le WAP constitue un point de passage obligé pour accéder aux pages référençant les chaînes télévisées, il peut capter l'attention du mobinaute en l'amenant à consulter des contenus qu'il ne recherchait pas au moment où il s'est connecté.

S'il paraît pertinent d'inclure cette dimension du design des services dans les modalités de déploiement et de renouvellement des activités médiatiques, il convient également d'accorder une grande importance aux paramètres contextuels. Les travaux sur les *HCI* ont largement insisté sur cette dimension en inscrivant les utilisations des services mobiles dans les pratiques sociales qui les englobent. Des données contextuelles telles que les moments de solitude, les temps de transport, les phases d'attente ou encore les pauses cigarette constituent autant de prises pouvant être situées au principe même des utilisations.

Dans le cadre de cette étude, nous souhaitons prendre acte de ces paramètres techniques et contextuels qui cadrent les utilisations pionnières des services 3G. S'ils sont pertinents, ces seuls éléments ne permettent pas d'expliquer à eux seuls la complexité de l'appropriation de ces fonctions. Leur adoption ne peut pas être abordée indépendamment de la dimension du transfert des préférences médiatiques. Par exemple, en décloisonnant la réception des programmes télévisés de la sphère domiciliaire, la Mobile TV permet aux utilisateurs de regarder leurs programmes favoris dans des contextes inédits. Comme le champ des utilisations, balisé par les études sur les *HCI*, ne permet pas d'aborder ce transfert, il est nécessaire de rechercher les outils théoriques adéquats.

### **I. La sociologie des usages et le versant technique de l'appropriation**

Nous avons vu que la perspective des travaux sur les utilisations des services multimédia nous semblait trop restrictive. Elle ne permet pas de les réinscrire dans un

cadre sociologique plus large en dégagant comment ces utilisations viennent compléter ou se substituer aux usages des autres médias. Il s'agit maintenant de saisir comment le cadre plus sociologique des études d'usages permet d'inscrire la dimension des utilisations dans le champ des pratiques médiatiques.

Notre démarche n'est en rien inédite. Il est déjà apparu pertinent de poser la question « du lien entre usages et pratiques culturelles »<sup>99</sup> pour comprendre l'utilisation des « CD-Roms culturels liés aux musées »<sup>100</sup>, ces objets techniques qui acquièrent le statut d'« objet culturel »<sup>101</sup> à travers leurs contenus, des livres numérisés et des vidéos. Cette question se pose maintenant à nous pour saisir le lien entre les utilisations de la Mobile TV et les pratiques télévisuelles. Pour y répondre, nous ne ferons pas un historique exhaustif de la notion d'usage en retraçant les diverses orientations qu'ont pu emprunter les études d'usages des TIC. Nous allons nous contenter de montrer comment la sociologie francophone des usages a suivi une perspective médiacentrée, en évacuant la dimension de la réception des contenus pour cibler l'appropriation technique des dispositifs médiatiques.

## **1. L'inscription du design des interfaces dans une pragmatique de l'usage**

Contentons-nous de rappeler<sup>102</sup> que la notion d'usage n'est pas récente puisqu'elle a été développée, dans les années soixante, par les recherches anglo-saxonnes dites des « *uses and gratifications* »<sup>103</sup>. Ces travaux ont commencé à libérer les récepteurs du paradigme dit « des effets » en insistant sur la créativité en jeu dans ce que les individus font des médias. Cette notion n'est réellement apparue, dans la sociologie francophone, qu'au cours des années 80 sous l'inspiration des travaux de Michel de Certeau<sup>104</sup>. S'il n'emploie pas le terme d'usager<sup>105</sup>, Michel de Certeau utilise la notion d'usage « qu'il définit comme les « manières de faire » avec les matériaux symboliques mis à la disposition des individus par l'entremise des médias »<sup>106</sup>. Pour lui, l'usage devient une

---

<sup>99</sup> Davallon, Le Marec, 2000, p.176.

<sup>100</sup> *Ibid.*

<sup>101</sup> *Ibid.*

<sup>102</sup> Jouët, 2000.

<sup>103</sup> Blumler, Katz, 1974.

<sup>104</sup> De Certeau, 1980.

<sup>105</sup> Méadel, Proulx, 1993, p.88.

<sup>106</sup> *Ibid.*

« poïétique »<sup>107</sup>, un lieu de créativité culturelle où les individus s'adonnent à des « bricolages », sous forme de ruses ou de « tactiques », pour faire face au caractère aliénant de la consommation médiatique. Mais, en insistant sur la créativité des récepteurs dans l'acte de réception, « Michel De Certeau accorde finalement peu de poids aux programmes, aux livres, aux textes : ce qui l'intéresse, c'est ce que les usagers en font »<sup>108</sup>.

*« Du point de vue d'une analyse des médias et de l'usage des TIC, De Certeau nous invite à faire fi des contenus des messages culturels offerts, comme si ces messages n'étaient pas transformés à travers l'acte même de leur « consommation ». L'étude de ces contenus n'apparaît pertinente que si elle les aborde à travers les marques laissées par les pratiques des consommateurs culturels. »<sup>109</sup>*

Sous cette double inspiration, des « *Uses and gratifications* » et des travaux de Michel de Certeau, la sociologie francophone des usages s'est démarquée des études traitant de la réception des contenus médiatiques, et plus généralement des contenus culturels, pour s'intéresser, dans la lignée des prophéties de Mc Luhan<sup>110</sup>, aux effets de la technique sur la société. Les études d'usages se démarquent dès lors de l'approche médiologique<sup>111</sup> qui aborde de front le processus de co-construction des contenus médiatiques, par les dimensions socioculturelles et techniques, à travers le concept de « Médium »<sup>112</sup> repris à Mc Luhan.

*« Un médium peut désigner : 1/ un procédé général de symbolisation (parole articulée, signe graphique, image analogique) ; 2/ un code social de communication (la langue utilisée par le locuteur ou l'écrivain) ; 3/ un support physique d'inscription et de stockage (pierre, papyrus, support magnétique, microfilms, CD-ROM) et 4/ un dispositif de diffusion avec le mode de circulation correspondant (manuscrit, imprimerie, numérique). »<sup>113</sup>*

La sociologie des usages ne poursuit pas l'ambition d' « établir des corrélations entre nos « fonctions sociales supérieures » (sciences, religion, art, idéologie, politique) et nos procédés de mémorisation, représentation et déplacement »<sup>114</sup>. Elle appréhende la

---

<sup>107</sup> Breton, Proulx, 2002, p.258.

<sup>108</sup> Méadel, Proulx, 1993, p.92.

<sup>109</sup> Breton, Proulx, 2002, p.259.

<sup>110</sup> Mc Luhan, 1977.

<sup>111</sup> Debray, 1991.

<sup>112</sup> Debray, 2000.

<sup>113</sup> *Ibid.*, p.35.

<sup>114</sup> Debray, 2000, p.70.



technique comme un « construit social »<sup>115</sup> à partir de trois problématiques de référence : celle de l'innovation, de l'appropriation et de la diffusion<sup>116</sup>.

Chacune de ces problématiques a contribué au rayonnement de la notion d'usage en partant du principe que les usages des objets techniques forment un observatoire pour saisir l'action de la technique dans et sur la société. Parmi les travaux qui ont abordé ces problématiques, ce sont les recherches focalisées sur les processus d'innovation qui ont le plus dissocié le cadre des utilisations du cadre plus général des usages. Cette différenciation s'est avérée nécessaire dans la mesure où la question du déterminisme a peu à peu été déplacée de la relation aux contenus pour investir la dimension de l'appropriation des supports médiatiques, avec l'idée qu'elle est potentiellement surdéterminée par le design de l'objet technique. En effet, comme l'usage est inscrit dans l'objet<sup>117</sup> à travers le design des interfaces, la question des prescriptions d'usages se pose : le fabricant se donne pour « stratégie » de « discipliner l'utilisation », « il inclut dans l'objet un dispositif disciplinaire interdisant, par la contrainte, un usage déviant »<sup>118</sup>.

En parallèle des travaux sur l'appropriation, qui ont révélé l'écart entre les usages prescrits et les usages réels<sup>119</sup>, les études inspirées par la sociologie de la traduction ont décrit comment ces prescriptions d'usages, qui peuvent être observées au niveau fonctionnel des utilisations, échappent au déterminisme technologique si elles sont inscrites dans un cadre sociologique plus large. Il apparaît d'une part que le déterminisme des prescriptions d'usages n'est que la traduction de la coordination entre usagers et concepteurs<sup>120</sup>. Dès lors, les utilisateurs se plient, d'une certaine manière, aux modalités d'utilisation qu'ils ont eux-mêmes contribué à définir par leur participation, plus ou moins directe, dans le processus d'innovation. Il apparaît d'autre part que la catégorie de l'usage, en prenant en compte les gestes quotidiens qui débordent du cadre strict des utilisations fonctionnelles, permet de réinscrire ces utilisations dans leur profondeur sociale.

*« L'usage exercé de la poussette passe par des indices visuels, auditifs, tactiles, d'un possible repli intempestif au passage d'une marche. Les indices sont souvent personnalisés et ne coïncident pas avec les repères explicités dans des règles*

---

<sup>115</sup> Chambat, 1994, p. 253.

<sup>116</sup> *Ibid.*

<sup>117</sup> Akrich, 1993B.

<sup>118</sup> Thévenot, 1993.

<sup>119</sup> Perriault, 1989, p.14.

<sup>120</sup> Akrich, 1993.

*fonctionnelles et des prescriptions d'utilisation (du type comment déplier et replier la poussette). »<sup>121</sup>*

Cette pragmatique de l'usage, qui réinscrit l'utilisation fonctionnelle dans l'épaisseur des situations, réduit la dimension du design de l'objet technique à un simple registre de contraintes et de possibilités qui ne fait que polariser les usages. C'est pourquoi nous la prolongerons. Elle va dans le sens de la sociologie de l'appropriation<sup>122</sup> qui considère que le moment ultime de l'appropriation est celui où les usagers contournent les modes d'emploi pour développer des logiques d'usages en phase avec leurs attentes. C'est pourquoi nous allons mobiliser le terme d'appropriation, pour saisir comment les usagers s'approprient les services mobiles multimédia, car il renvoie selon nous à la pragmatique de l'usage de Laurent Thévenot.

L'originalité de la sociologie de l'appropriation est de considérer que les attentes des usagers sont situées localement et émergent du faisceau d'activités au sein duquel les utilisations viennent s'encadrer. Partant de ce principe, Laurent Thévenot a différencié les notions d'utilisation et d'usage :

*« Nous emploierons le terme d'utilisation pour indiquer l'encadrement dans une action normale en réservant le terme d'usage à un accommodement qui fait sortir de ce cadre. »<sup>123</sup>*

Cette différenciation est couramment reprise dans la sociologie des usages francophone pour se démarquer des travaux sur les *Human-Computer Interaction*. C'est pour atteindre cette fin que nous la mobilisons ici. Seulement, comme nous l'avons dit, le courant des *HCI* attache désormais une grande importance à l'épaisseur sociale des situations d'usage. Si cette différenciation entre le terme d'utilisation et d'usage a pu être tout à fait légitime, elle ne va plus de soi aujourd'hui car les *HCI* ont sociologisé le cadre des utilisations, avec les dérives que nous avons pointées. C'est pourquoi nous défendons l'idée que, par rapport aux utilisations, le cadre des usages peut être plus sociologique s'il fait dialoguer l'appropriation d'un dispositif technologique avec les habitudes médiatiques préexistantes. Autrement dit, cette différenciation établie par Laurent Thévenot inscrit les usages dans le cadre situé plus général des pratiques sociales. Mais elle ne permet pas de prendre en compte le fait que la conduite des utilisations et des usages vient également

---

<sup>121</sup> Thévenot, 1993, p. 105-106.

<sup>122</sup> Chabat, 1994, p. 258.

<sup>123</sup> Thévenot, 1993, p. 87.

s'encadrer dans un faisceau d'activités médiatiques et culturelles, distribuées dans le temps et dans l'espace.

Cette question se pose lorsqu'on traite de dispositifs bien plus complexes que les poussettes, comme les « terminaux branchés sur des réseaux (...) qui délivrent des services »<sup>124</sup>. En effet, les téléphones mobiles sont multifonctionnels : ils permettent de développer des activités de communication et des activités médiatiques. Cette multifonctionnalité renouvelle la question de l'appropriation. Elle ne peut plus être élucidée à partir des seules prescriptions d'usages dans la mesure où ces dispositifs complexes nous invitent à distinguer l'appropriation technique des terminaux de l'appropriation de l'offre de contenus. Ou, du moins, elle nous invite à les articuler. Nous allons alors défendre l'hypothèse selon laquelle l'appropriation des services multimédia se réalise avant tout à travers les attachements aux contenus médiatiques car les mobinautes maîtrisent dorénavant les paramètres techniques des utilisations.

Nous suivons malgré tout la perspective de la sociologie des usages car il ne s'agit pas pour autant de nier le rôle actif de la technique dans l'ajustement et le renouvellement des activités médiatiques. Cette dimension technique influe notamment sur les pratiques au niveau de l'interopérabilité entre les fonctions communicationnelles (appel vocaux, SMS, MMS, e-mail) et les fonctions multimédia. Un usager qui utilise les fonctions communicationnelles sur un « modèle connecté », c'est-à-dire qui entretient des liens téléphoniques composés « d'appels, courts, fréquents, où le contenu peut jouer un rôle secondaire par rapport au simple fait d'appeler »<sup>125</sup>, est susceptible de s'approprier les fonctions multimédia sur le même modèle.

C'est du moins l'hypothèse que nous défendons dans la mesure où nous montrerons que les usages de ces fonctions sont composés d'utilisations courtes, fréquentes, où le contenu peut jouer un rôle secondaire par rapport au simple fait de manipuler le combiné. Nous montrerons cependant que le connecté ne s'inscrit pas pour autant dans des formes de zapping occupationnel où les contenus seraient totalement secondaires. Il agit le plus souvent en fan. Il s'approprie ces fonctions pour maintenir un contact avec ses contenus favoris, dans des situations inédites, comme les situations de mobilité où la réception des programmes télévisés était jusque-là impossible. Dès lors, intéressons-nous maintenant à la manière dont les études d'usages, développées dans la

---

<sup>124</sup> Chambat, 1994, p.253.

<sup>125</sup> Licoppe, 2002, p. 183.

lignée de la problématique de l'appropriation technique, traitent cette dimension du transfert des goûts médiatiques en jeu dans l'adoption des TIC.

## 2. L'appropriation des contenus multimédia et le cadre social des usages

Laurent Thévenot a distingué le terme d'usage des simples utilisations par le fait qu'il permet de prendre en compte les gestes quotidiens et les pratiques sociales qui font émerger la pertinence de certaines procédures d'utilisation fonctionnelles. Nous souhaitons prolonger cette perspective d'une pragmatique de l'usage, pour saisir les enjeux techniques qui se jouent au niveau de l'appropriation des services multimédia. Il convient maintenant de saisir comment nous pouvons articuler cette perspective avec les pratiques médiatiques, développées autour des anciens médias, car elles préfigurent également le champ de ces appropriations.

Pour cela, il convient de partir de la définition de la notion d'usage telle qu'elle peut être caractérisée, cette fois-ci, par rapport à la notion de pratique.

*« Les nouvelles techniques de communication, communément appelées aussi techniques digitales, se démarquent des anciens médias par un contenu technique et une logique d'opération propres (interactivité, intégration plus ou moins prononcée de l'informatique) qui entraînent d'autres modes de faire. La distinction entre les notions d'usage et de pratique de ces objets est de fait souvent tenue car les termes sont dans la littérature fréquemment employés l'un pour l'autre. L'usage est cependant plus restrictif et renvoie à la simple utilisation tandis que la pratique est une notion plus élaborée qui recouvre non seulement l'emploi des techniques (l'usage) mais aussi les comportements, les attitudes et les représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil. »<sup>126</sup>*

Par rapport aux modalités d'utilisation des anciens médias, les usages des technologies d'information et de communication nécessitent l'appropriation d'un « contenu technique » et de « logiques d'opération » propres<sup>127</sup>. Les études d'usages ont donc ciblé l'appropriation de ces « modes de faire »<sup>128</sup> pour saisir comment ils s'encastrent dans les pratiques et viennent en retour à les renouveler. C'est pourquoi Josiane Jouët rabat la notion d'usage, dans cette définition, sur celle d'utilisation en la limitant à l'emploi de la technique. Elle propose alors de la mobiliser pour saisir comment les usages

---

<sup>126</sup> Jouët, 1993.

<sup>127</sup> *Ibid.*

<sup>128</sup> *Ibid.*

instrumentent les pratiques et contribuent à fabriquer de la culture. Elle emploie alors le terme de « pratique » au sens large, afin qu'il puisse être qualifié par divers adjectifs : les pratiques communicationnelles, informationnelles, télévisuelles, culturelles, etc.

Pour comprendre les définitions proposées par Josiane Jouët, il faut prendre en compte le fait que les TIC ne se limitent plus, par rapport aux « anciens médias »<sup>129</sup>, à la diffusion des contenus médiatiques. Elles permettent de développer des activités communicationnelles inédites, comme par exemple les communications roses du Minitel. Dès lors, les études d'usages se sont détournées de l'analyse de la réception des contenus médiatiques, pour cibler les « modes de faire » techniques porteurs des nouvelles activités communicationnelles. Si cette conception n'est pas problématique en soi, elle pose problème si l'on cherche en retour à l'appliquer à l'étude des anciens médias ou à l'étude des nouveaux supports, comme Internet en tant que mode de diffusion de contenus médiatiques. Une telle grille de lecture, délimitée autour de la dimension technique de l'appropriation, réduit en effet les contenus à de simples formes de communication qui se réalisent au niveau de la réception sans réellement interférer sur le champ des usages et sur les logiques d'appropriation elles-mêmes. Si l'on détourne cette sociologie de son objet, elle conduit de fait à évacuer la dimension culturelle des appropriations, soit ce qui attache les individus aux contenus médiatiques, pour surestimer le rôle des compétences techniques.

*« Les études sur les médias, et plus largement sur les communications, ont souvent ignoré le champ des pratiques culturelles dont elles sont pourtant constitutives. A force de scruter les enjeux des communications, en s'inscrivant dans les filières d'enseignement, en voulant acquérir autonomie et légitimité, les sciences de la communication ont parfois eu tendance, à l'instar de maints autres domaines de recherche, à isoler leur objet non pas des grands débats de société mais de domaines connexes dont elles voulaient se distancier pour mieux s'affirmer. »<sup>130</sup>*

Il n'y a pas lieu de critiquer cette orientation dans la mesure où ces études ont dû marginaliser la dimension culturelle des usages, dans la continuité de la sociologie de la réception, pour mieux libérer les récepteurs des théorisations critiques sur les effets des mass médias. Nous les convoquons ici car nous considérons qu'il est judicieux de partir de la notion d'usage pour prendre en compte l'appropriation technique des supports médiatiques mobiles. Seulement, cette appropriation technique est indissociable des goûts médiatiques car ils orientent les logiques d'usages et définissent un champ de pertinence à

---

<sup>129</sup> *Ibid.*

<sup>130</sup> Pronovost, 1996, p.5.

partir duquel l'individu va décoder les interfaces. Prenons l'exemple d'un utilisateur passionné par le sport. Au fil de ses utilisations, il sait où rechercher les liens qui vont le conduire vers les informations sportives. Dès lors, la manière dont il va s'approprier les interfaces doit être référée à ce goût autour duquel il négocie la saillance et la pertinence des liens. L'étude de l'appropriation de ce service demande donc de croiser la dimension technique des usages, sous le versant des modes de faire, avec la dimension davantage culturelle des goûts médiatiques. Nous recherchons donc comment inscrire de tels enjeux culturels dans une étude d'usage.

Gilles Pronovost s'est déjà proposé de « considérer les médias et les pratiques culturelles comme relevant d'une même perspective d'analyse, tant empirique que théorique »<sup>131</sup>. Il s'appuie sur un « aspect négligé sinon oublié, ce sont bien les études sur les médias qui ont donné le ton aux grandes enquêtes de participation culturelle des dernières décennies »<sup>132</sup>. Dès l'entre-deux-guerres, des travaux ont cherché à sonder les pratiques médiatiques (écoute de la musique ou de la radio) en s'appuyant sur « des catégories classiques de l'analyse sociologique, par le rappel des différences observables selon les catégories d'âge, de sexe, par les fréquentes observations sur les différences de pratiques et de contenus selon les classes sociales »<sup>133</sup>. Dès lors, les enquêtes de participation culturelle ont développé des traitements statistiques qui ont fini par dissoudre les pratiques médiatiques dans les pratiques culturelles. Ceci ne poserait aucun problème si nous n'étions pas aujourd'hui obligé de redoubler d'effort pour rendre aux pratiques médiatiques leur portée culturelle, en osant affirmer qu'elles engagent des goûts, aussi peu légitimes soient-ils. L'auteur reprend cette perspective des enquêtes statistiques sur la participation culturelle en l'orientant vers la compréhension des « usages sociaux » des médias. Il souhaite ainsi inscrire ces usages dans le « système d'ensemble des pratiques culturelles dans lequel s'insère la consommation de médias »<sup>134</sup>. A la différence des études inspirées par la sociologie de la traduction, il s'intéresse peu à la question des interfaces et des modes d'emploi pour cibler les significations des « usages sociaux ».

*« Nos travaux ont montré [...] que l'insertion sociale d'une NTIC, son intégration à la quotidienneté des usagers, dépendaient moins de ses qualités techniques « intrinsèques », de ses performances et de sa sophistication, que des significations*

---

<sup>131</sup> Pronovost, 1996, p.6.

<sup>132</sup> *Ibid.*, p.91.

<sup>133</sup> *Ibid.*, p.11.

<sup>134</sup> *Ibid.*, p.54.

*d'usage projetées et construites par les usagers sur le dispositif technique qui leur était proposé. »*<sup>135</sup>

Ce qui importe, ce sont les « significations d'usages »<sup>136</sup> projetées par les utilisateurs sur le dispositif technique qu'ils adoptent. Elles renvoient aux « représentations et aux valeurs qui s'investissent dans l'usage d'une technique ou d'un objet »<sup>137</sup>. La démarche de Gilles Pronovost est intéressante dans la mesure où il lit les pratiques médiatiques, dans la lignée de la sociologie de l'appropriation, à partir des significations d'usages accolées aux différents médias. Ces significations sont attribuées par les usagers en appui sur les prescriptions d'usages inscrits dans les modes opératoires. Mais ils se jouent souvent de ces prescriptions en s'appropriant les médias sur le mode du jeu. En partant de cette négociation des prescriptions d'usages, il développe une « problématique des usages sociaux reliés aux médias, en tenant compte à la fois de la double référence aux capacités des acteurs et aux logiques industrielles dominantes, ainsi qu'au système d'ensemble des pratiques culturelles dans lequel s'insère la consommation des médias »<sup>138</sup>.

Il est intéressant de noter que, malgré cette ambition, il ne fait pas des contenus et des préférences médiatiques une des modalités de l'appropriation des TIC. Par exemple, « Les multiples significations exprimées à propos du seul usage de la télévision sont riches et très diversifiées : outil contre la solitude, repos, détente, divertissement, culture et information, recherche de sociabilité, plaisir du jeu, interactions familiales. Elles ne se ramènent surtout pas au seul passe-temps »<sup>139</sup>. C'est dès lors à partir de ce type de significations d'usage qu'il trace les trajectoires d'usage de groupes d'utilisateurs, qu'il décrit le processus de complémentarité et de substitution entre les usages des anciens et des nouveaux médias.

L'entrée par les trajectoires d'usages<sup>140</sup> met en évidence le fait que, sur le long terme, la dimension de la transmission d'une culture numérique devient centrale pour observer l'appropriation des technologies. Elle paraît dès lors particulièrement pertinente pour inscrire l'appropriation des services mobiles multimédia dans le cadre, plus

---

<sup>135</sup> Mallein, Toussaint, 1994, p.318.

<sup>136</sup> Chambat, 1994, p.262.

<sup>137</sup> *Ibid.*

<sup>138</sup> Pronovost, 1996, p.54.

<sup>139</sup> *Ibid.*, p. 61.

<sup>140</sup> Proulx, 2002.

sociologique, des usages. Seulement, si nous souhaitons la prolonger, nous ne pouvons pas nous l'approprier en l'état.

En effet, comme cette perspective embrasse dans un même mouvement la distribution des pratiques culturelles et médiatiques sur une perspective diachronique, elle gomme des aspects précieux à la compréhension de l'appropriation des services mobiles. Si elle invite à référer cette appropriation aux appropriations successives des différents supports, nous ne pouvons pas nous contenter de sa réponse. Cette adoption ne renvoie pas qu'au transfert de la culture numérique. Par exemple, il est peu fructueux de limiter l'adoption de la Mobile TV au simple transfert des compétences techniques des utilisateurs. Leur familiarité avec les téléphones mobiles est telle qu'ils comprennent très rapidement les modalités d'utilisation de ce service. Ce qui est davantage problématique pour eux, et qui attire toute leur attention, c'est le type de contenus qu'ils vont bien pouvoir regarder à travers ce service. S'ils ne trouvent pas un genre de contenus intéressant à regarder, ils abandonneront l'utilisation de la Mobile TV. La question centrale pour eux, lors de l'appropriation de cette offre, c'est la possibilité de transférer leurs goûts télévisuels et la possibilité d'en développer de nouveaux. C'est à travers leurs attachements à certains contenus qu'ils vont produire des significations d'usages, qu'ils vont donner sens aux dispositifs médiatiques : « Moi j'aime bien la télévision sur mon téléphone car elle me permet de voir ou de revoir des épisodes de mes séries préférées ». Dès lors, l'appropriation d'un tel service déborde nécessairement du simple transfert des compétences techniques de la culture numérique.

Au cours de cette partie, nous avons insisté sur l'avantage de poursuivre la perspective d'une pragmatique de l'usage dans la mesure où elle permet de prendre en compte le rôle du design des interfaces tout en en faisant une simple modalité d'utilisation. Les logiques d'usage répondent bien moins aux prescriptions d'usages, contenues dans le design des objets, qu'aux modes de faire fonctionnels qui émergent *in situ* des gestes et des pratiques sociales composant un régime d'action familial. C'est ainsi que la conduite des usages doit être référée aux activités quotidiennes qui rendent ces usages pertinents en induisant des modalités d'utilisation qui leur sont ajustées. Seulement, en l'état, cette pragmatique de l'usage ne nous permet pas de prendre en compte le rôle des goûts médiatiques dans l'appropriation de nouveaux supports.



Il en va de même pour la sociologie de l'appropriation qui évacue, de ses analyses des trajectoires d'usage sur le long terme, les effets structurants de la relation aux contenus. Nous avons tenté de dégager cette spécificité de l'histoire de la sociologie francophone des usages et de son ambition d'analyser les répercussions de la technique sur la fabrication de la culture. Ceci nous a permis d'essayer de comprendre pourquoi les études statistiques, qui analysent la fréquentation des supports médiatiques, se trouvent également incapables d'expliquer cette fréquentation en prenant en considération ce qui lie les individus aux contenus. Il s'agit maintenant de définir comment nous allons prendre en compte le rôle actif des préférences médiatiques, au moment de l'appropriation comme sur le long terme des trajectoires d'usages.

## **II. Prendre comme observatoire l'attachement à un genre médiatique multi-support**

Il s'agit maintenant de rechercher les outils théoriques qui puissent nous permettre de faire des préférences médiatiques une des modalités de l'appropriation des services mobiles multimédia. Pour atteindre cet objectif, il nous paraît pertinent de prendre comme observatoire un genre médiatique précis afin d'observer comment l'attachement à ce genre peut inciter les utilisateurs à associer ces services mobiles à leur trajectoire d'usage.

### **1. Le genre journalistique : un observatoire entre la dimension technique des utilisations et les goûts médiatiques**

La sociologie de la réception, et plus précisément la branche des recherches sur la construction des publics de la télévision, a critiqué les définitions génériques des genres culturels proposées par les études d'audience<sup>141</sup>. Cette critique destitue la crédibilité des mesures d'audience en montrant qu'elles ne proposent qu'une fiction statistique de public. Elle distingue alors ces fictions de la définition des genres culturels, de la sociologie des hiérarchies culturelles, qui repose quant à elle sur un réel « objectivisme statistique »<sup>142</sup>.

---

<sup>141</sup> Dayan, 1998 ; Proulx (dir), 1998 ; Chalvon-Demersay (dir), 1998.

<sup>142</sup> Lahire, 2004.

De plus, si les études sur la réception des années 90 supposaient qu'il était encore possible de clairement identifier des publics, il paraît désormais nécessaire de qualifier leur statut car le public de la télévision est toujours un « presque-public »<sup>143</sup>. Avec l'imbrication des médias, les publics deviennent de plus en plus difficiles à discerner et tendent à devenir, en sociologie de la réception comme dans les mesures d'audiences, de pures abstractions construites par les analystes<sup>144</sup>.

Ces mystifications des publics, opérées par les mesures d'audience, tirent leur légitimité des variables sociodémographiques. Cette nouvelle génération d'études sur la réception postule qu'il est difficile d'identifier un public en partant des profils sociodémographiques des récepteurs. La seule entrée viable consiste à dégager des publics derrière une audience si, et seulement si, cette audience est relative à une émission ou à un type de contenu précis. C'est à ce moment là qu'il devient possible de parler de public car la « réunion invisible »<sup>145</sup> des téléspectateurs ne s'établit pas autour de la télévision en tant qu'objet mais autour d'« une relation complexe, faite d'adhésion et de distance, modulée selon les émissions et les moments de ma présence devant l'écran »<sup>146</sup>. S'il y a réunion, c'est parce que le téléspectateur se projette à la place des autres téléspectateurs pour imaginer comment ils peuvent bien s'approprier le programme qu'il est en train de regarder. Par exemple, « si je regarde un Journal télévisé étranger pour voir comment y est traité un événement politique de mon pays, je regarde moins les images que je n'écoute ceux à qui elles s'adressent. Mon intérêt porte moins sur les images que sur l'intérêt que certains leur portent »<sup>147</sup>. Le genre télévisuel joue un rôle important dans la formation de cette réunion invisible et, par conséquent, dans la constitution des publics :

*« Le genre joue un rôle capital dans l'orientation du choix et des attentes du public (« Vais-je regarder X ? A quoi est-ce que ça peut bien ressembler ?) et dans l'organisation des sous-ensembles de compétences et de dispositions culturelles appropriés pour regarder, écouter et lire différents types de productions. »*<sup>148</sup>

Le genre télévisuel peut dès lors être assimilé à une prise sur laquelle les téléspectateurs prennent appui pour sélectionner un programme. Pour le téléspectateur, il

---

<sup>143</sup> Dayan, 2000.

<sup>144</sup> Livingston, 2004.

<sup>145</sup> Gheude, 1998.

<sup>146</sup> *Ibid.*, p.164.

<sup>147</sup> *Ibid.*

<sup>148</sup> Corner, 1991.

forme un référent lui permettant de s'identifier à la communauté des téléspectateurs qui ont, comme lui, sélectionné ce programme en fonction de ses propriétés spécifiques. Pour l'analyste qui tente de recomposer les publics, il constitue également un référent permettant d'articuler les choix de programmes aux propriétés d'un contenu. Il peut dès lors identifier ces propriétés attachantes pour saisir comment elles captent et fédèrent un public. Voilà pourquoi cette génération d'étude sur la réception préconise de ne plus circonscrire les publics à partir des variables sociodémographiques. Cette manière de faire est trop arbitraire. Elle est coupée des propriétés des contenus qui contribuent à fédérer des publics, à médiatiser le sentiment de vivre une expérience partagée.

Dès lors, la force de la catégorisation du « genre médiatique »<sup>149</sup> est d'avoir été développée dans la continuité de la tradition littéraire de l'analyse texte/lecteur. Elle permet d'appréhender la sélection des contenus comme une activité réflexive prenant appui sur leurs propriétés intrinsèques. Elle offre également la possibilité de prendre en compte la spécificité du dispositif de diffusion qui, en médiatisant les contenus, les informe sous un nouveau genre. C'est en cela que les genres peuvent constituer des médiations permettant de référer le choix des contenus aux dispositions culturelles et aux compétences, notamment techniques, des récepteurs.

Cependant, si l'on ouvre la boîte noire de cette médiation, elle résiste difficilement à l'analyse : les propriétés des contenus télévisés sont bien plus difficiles à singulariser que celles des contenus littéraires. Par exemple, le format des journaux télévisés est si hétérogène qu'il est difficile à classer sous un genre télévisuel homogène.

*« Le JT, sigle bien connu du journal télévisé, est le genre qui intègre le plus grand nombre de formes télévisuelles, en raccourci pourrait-on dire : des annonces, des reportages, des résultats d'enquête, des interviews, des mini-débats parfois, des analyses d'experts, etc. »*<sup>150</sup>

La catégorisation des genres télévisuels est donc problématique tant la diversité des formats télévisuels se laisse difficilement enfermée sous un seul et même genre. Même si cette catégorisation est problématique, elle peut toutefois nous être utile. En effet, cette entrée va nous permettre de faire nôtre, et de prolonger, une des critiques adressées à la sociologie de la culture. Cette critique porte sur la manière dont elle procède pour hiérarchiser les genres culturels. En effet, les travaux sur les genres

---

<sup>149</sup> Charaudeau, 1997 A, 1997 B.

<sup>150</sup> *Ibid.*

musicaux ont étudié la formation et l'affirmation des goûts musicaux comme des processus. Ils ont montré que les plus jeunes affirment rarement leur goût pour la musique, ou pour un genre musical précis, dans la comparaison aux autres genres culturels. Cette affirmation se réalise plutôt à travers des comparaisons à l'intérieur d'un même genre, en comparant les artistes, en comparant ce qui est rare et ce qui est devenu commun<sup>151</sup>. Ce constat peut être transposé à la formation des goûts télévisuels. La diversification des contenus télévisuels fournit à elle seule des appuis suffisants pour affirmer des préférences, sans que les téléspectateurs éprouvent le besoin de les confronter à ce qui les attache aux autres genres culturels.

Nous allons dès lors prolonger ces travaux pour saisir comment les préférences, formulées à l'égard des genres médiatiques, forment une des modalités de l'appropriation des services mobiles multimédia. Comme ces services proposent une grande variété de genres médiatiques (les *news* sous toutes leurs formes, les clips musicaux, les séries, etc.), nous allons chercher à repérer ceux qui sont convoqués par les usagers pour utiliser leur téléphone multimédia. L'idée est de saisir quelles sont les propriétés des contenus que les utilisateurs vont percevoir comme discriminantes dans leur choix de consommation. Nous verrons par la suite comment les contraintes d'usage des services mobiles poussent les utilisateurs à sélectionner les contenus qui ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue (les *news*, les clips, etc.). Ces contenus peuvent être picorés. Ils peuvent être réceptionnés par intermittence sans que la perte de la connexion aux services ne soit problématique. L'absence de structure d'intrigue sera alors perçue comme une propriété des contenus médiatiques sur laquelle les utilisateurs prennent appui pour orienter leur consommation.

Si nous souhaitons prolonger les études sur les genres médiatiques, nous allons cependant nous démarquer de leur démarche. Nous partons du principe qu'il ne nous est pas nécessaire de définir ces genres de manière *a priori* car, comme nous venons de le dire, une telle entreprise peut s'avérer très problématique :

*« Pour ce qui nous concerne, notre principe de typologisation sera celui que nous venons de résumer, sans être persuadé que ce que nous classons puisse continuer à être dénommé genre, même si, nous-mêmes, continuons d'employer ce terme. »*<sup>152</sup>

---

<sup>151</sup> Glevarec, 2003.

<sup>152</sup> Charaudeau, 1997 A, 1997 B.

Ce refus de chercher à définir les genres médiatiques de manière abstraite s'avère également pertinent pour contourner une des limites de la sociologie des publics. En se focalisant sur la constitution des publics, autour d'un dispositif de diffusion et d'un genre de contenu, la sociologie des publics adopte une perspective médiacentrée. Or, si la Mobile TV diffuse les mêmes contenus que les télévisions domiciliaires, elle s'inscrit dans un mode de diffusion des contenus médiatiques que l'on peut qualifier de multi-support.

Cette tendance a pu être observée autour de Loft Story<sup>153</sup>. Cette émission était diffusée par une chaîne généraliste (M6) et par une chaîne satellite qui a été entièrement produite autour de l'émission, pour retransmettre en continu la vie de ses coulisses. De plus, les fans se retrouvaient sur les *chats* de la chaîne M6 pour échanger des informations, pour défendre leur candidat préféré, etc. Dès lors, la constitution des publics de l'émission se faisait autour des « entrelacements »<sup>154</sup> entre les médias : entre la réception télévisuelle et les usages des *chats* Internet. C'est ainsi que ce genre télévisuel peut être considéré comme multi-support puisqu'il a été créé pour être consommé par divers canaux et pour induire la participation des publics par le biais des votes SMS.

Pour aborder les usages de la Mobile TV, nous allons nous inspirer de cette démarche en observant la circulation d'un genre médiatique autour de plusieurs supports. Cette orientation va nous permettre de délimiter une prise permettant de prendre en compte le rôle actif des contenus dans l'appropriation de la Mobile TV. Elle va ainsi nous permettre de l'inscrire dans la continuité des pratiques médiatiques développées autour des autres supports.

Pour atteindre cet objectif, il va s'agir d'observer la circulation d'un genre médiatique polymorphe que nous allons appeler le genre journalistique. Il est polymorphe car les informations journalistiques revêtent différents formats suivant leur support de diffusion : les quotidiens papiers, les magazines, la radio, la télévision, Internet et les téléphones multimédia. A travers les seuls services multimédia, il peut prendre la forme d'articles écrits, d'émissions radiodiffusées, de journaux télévisés ou de flashes infos consultables à la demande. Comme ce genre journalistique est diffusé selon un modèle multi-support, il est impossible de chercher à le définir *a priori*<sup>155</sup>. Il s'agit plutôt de faire

---

<sup>153</sup> Beaudouin, Beauvisage, Cardon, Velkovska, 2003.

<sup>154</sup> Beaudouin, Velkovska, 1999 ; Smoreda, 2007.

<sup>155</sup> Charaudeau, 1997 A, 1997 B.

de la définition de ce genre médiatique un observatoire en tant que tel, d'en faire l'objet même de l'analyse comme Antoine Hennion le préconise à travers son approche pragmatique du goût<sup>156</sup>.

En prolongeant cette démarche, nous observerons alors quels contenus, quels supports, quelles pratiques les usagers interrogés inscrivent sous ce genre. Nous contournons ainsi le problème de définition, d'un genre médiatique multi-support aussi hétérogène, qui dépasse largement l'aporie de la définition du « genre télévisuel d'information »<sup>157</sup>. Et nous le laissons ouvert pour observer sa circulation, c'est-à-dire pour l'observer comme un processus en continuelle redéfinition. Suivant les époques et la diversité des sources d'information, suivant les phases de leurs trajectoires personnelles et leurs aspirations, suivant les circonstances pratiques et les sources d'information à leur disposition, les individus élargissent ou restreignent le champ des supports médiatiques qu'ils mobilisent pour alimenter leurs pratiques d'information. Dès lors, nous allons prendre le prétexte de l'adoption des services mobiles multimédia pour photographier comment elle va être inscrite dans ce processus. Dans quelle mesure les usagers déplacent-ils les frontières de leurs pratiques d'information au fil de leur appropriation de ces services mobiles ?

Cette posture d'ouverture permet de ne pas partir d'une hiérarchisation arbitraire de la légitimité des sources d'information pour observer, durant les entretiens, quelle pertinence les individus vont donner à chacune de ces sources. En cela, cette approche alimente l'idée que la légitimité des sources n'est plus seulement une domination exercée ou subie. Comme pour les goûts musicaux, la légitimité constitue une dimension de l'identité. Elle constitue un outil au service de l'acquisition et de l'affirmation des goûts.

*« Chacun sait qu'à un moment donné, cela fait bien d'aimer certaines musiques. Mais on peut faire une analyse tout à fait positive de cela, c'est un appui comme un autre, que les amateurs apprennent à la fois à utiliser, pour aimer ou disqualifier certaines musiques à la mode, ou réformer un goût. »<sup>158</sup>*

Cette entrée par un genre nous permet de faire une analyse positive des ordres de la légitimité culturelle en les réduisant à une des modalités orientant l'appropriation des services mobiles multimédia. Par exemple, nous avons interrogé un journaliste d'une cinquantaine d'année qui est devenu réalisateur d'une émission télévisée consacrée aux

<sup>156</sup> Hennion, 2003A, 2004A, 2005B.

<sup>157</sup> Charaudeau, 1997 A, 1997 B.

<sup>158</sup> Hennion, 2003.

automobiles. Cet amateur d'information lit quotidiennement Le Monde et Le Figaro. Mais il considère que la presse légitime ne lui permet pas de sonder le climat social dans la mesure où les analyses de ces journalistes ne sont pas représentatives de l'état de l'opinion. En observateur, il balaye alors différents journaux télévisés pour comparer la manière dont ils traitent un même fait. Il s'est approprié la Mobile TV dans cet esprit, telle une lucarne de poche lui permettant de scruter les égarements de l'opinion, de coller à la fabrique de l'information en se connectant régulièrement aux chaînes d'information en continu. S'il recompose la distribution de ses pratiques d'information en prenant appui sur la légitimité de la presse écrite nationale, il se joue des ordres de la légitimité culturelle. Il considère qu'il peut développer un point de vue éclairé sur le monde, sur l'état des préjugés de ses compatriotes, en étant un fidèle auditeur de PPDA. C'est ainsi que les ordres de la légitimité constituent pour lui une dimension de son identité, un simple outil dont il faut savoir se jouer pour développer un regard réellement éclairé sur les questions d'actualité, sur ce que les autres en retirent.

Dès lors, l'étude de la circulation d'un genre médiatique spécifique est précieuse car elle va nous permettre d'inscrire l'appropriation des services mobiles multimédia dans la continuité des activités médiatiques. Seulement, si la définition *a priori* des genres médiatiques, préconisée par la sociologie des publics, permet d'observer la circulation d'un genre médiatique multi-support, elle ne permet pas de prendre en compte les goûts qui relient les individus à la consommation de ce genre. Or, notre ambition est bien d'aborder la « formation des usages sociaux »<sup>159</sup> des services mobiles multimédia en considérant qu'ils se forment dans le prolongement des goûts médiatiques. C'est ce que nous allons maintenant tenter de réaliser en prenant appui sur une sociologie des attachements.

## **2. Saisir l'appropriation des services mobiles multimédia par le travail de l'attachement au genre journalistique**

En laissant la définition du genre journalistique ouverte, nous nous démarquons également de la manière dont la sociologie de la culture mobilise les genres culturels. Comme les genres médiatiques, les genres culturels sont définis *a priori* pour constituer des référents qui vont être hiérarchisés en fonction de la place qu'ils occupent dans la

---

<sup>159</sup> Pronovost, 1996, p.54.

consommation culturelle des classes sociales supérieures. Une fois ces référents stabilisés, ils vont être inscrits au principe de la formation et de la circulation des goûts culturels. Dès lors, en laissant cette définition ouverte, nous n'aborderons pas la formation des goûts en fonction des propriétés des genres médiatiques qui sont socialement et culturellement valorisées. Nous aborderons la formation des goûts médiatiques sous une orientation pragmatiste, en les appréhendant à travers leurs effets.

*« Que fait la musique ? Et non : qu'est la musique ? Que fait-elle faire ? Et non : comment la fait-on ? (...) Une telle orientation, pragmatiste, évite de poser au départ l'existence de son objet. Elle cherche non à définir – c'est-à-dire à limiter – ses propriétés, mais à le cerner à travers ses conséquences, ses effets, ce qu'il permet, ce qu'il fait devenir. »<sup>160</sup>*

Cette orientation propose de ne pas chercher à définir de manière abstraite l'objet culturel étudié, comme la musique ou les informations journalistiques en tant que produits finis, mais à les cerner à travers leurs effets, à travers ce qu'ils font faire. Quelqu'un qui est fortement attaché aux informations journalistiques va s'engager dans diverses activités. Pendant qu'il prend son petit déjeuner, il écoute les informations à la radio. Avant de prendre le métro, il fait un détour par un kiosque pour acheter un quotidien. Puis, il le lit pendant qu'il est confortablement assis dans le métro. Une fois dans le RER, il profite de son téléphone multimédia pour regarder le flash info de LCI. Face à son poste de travail, il s'autorise une « pause actualité » en allant jeter un œil à un site Internet d'information. Lorsqu'il arrive chez lui, sa femme prépare le dîner tout en accordant une attention distraite à une émission télévisée. Ils discutent, s'affairent, le temps passe et l'heure du JT arrive. Ils dînent alors en famille en écoutant le discours du présentateur. Au fil de ces journées médiatiques bien remplies, cet individu développe toute une série de préférences. Il est plus particulièrement attaché à son quotidien matinal, au JT du soir et, depuis peu, au flash info qu'il peut visualiser sur son téléphone mobile multimédia. Plus le temps passe et plus il préfère l'interactivité et la diversité des contenus que lui propose ce nouveau support. Dès lors, comme il peut récupérer des quotidiens gratuits tous les jours, les éditions du matin et celle du soir, il a décidé de ne plus acheter son quotidien « payant » pour s'offrir, pour 6 euros par mois, un forfait Mobile TV. Comme il passe beaucoup de temps dans les transports, il pourra désormais maintenir son attachement aux informations journalistiques tout en y associant la vidéo du « Journal du sport ».

---

<sup>160</sup> Hennion, 2005A, p.121.



A travers cet exemple, caricatural mais proche de la réalité, nous voyons comment l'approche du goût par ses effets consiste à retracer toutes les pratiques, les lieux, les moments, les supports et les dispositifs médiatiques au travers desquels un individu va réaliser son attachement à un Objet culturel, tel que les informations journalistiques. En ciblant les effets de cet attachement, on peut remonter à la diversité des préférences qui vont lier un individu à sa pratique. L'étude de ces préférences serait insignifiante s'il s'agissait de les définir autour de la valorisation sociale des différentes sources d'information. Ceci est d'autant plus évident que ces préférences, formulées à l'égard des contenus journalistiques, ne collent absolument pas à la haute idée que l'on peut se faire des goûts culturels les plus nobles. Pourtant, ces petites préférences, qui ponctuent le quotidien des utilisateurs, restent terriblement attachantes. Elles lient les acteurs à leurs pratiques et elles les lient à tout un répertoire d'objets. Lorsque nous parlerons de l'univers des goûts médiatiques, nous renverrons à cette multitude de préférences individualisées. Dans la continuité d'Antoine Hennion nous parlerons alors d'attachement :

*« Arrive ici le mot « Attachement », un peu ésotérique, mais qui neutralise le côté très hiérarchique du mot goût, qui fait un peu trop connaisseur, amateur avisé d'un bel objet. Quand quelqu'un fait du vélo le dimanche, ce n'est pas un goût. Nous pouvons y reconnaître tous les traits de l'attachement, une pratique, la construction avec d'autres, l'effort sur le corps. Il fallait trouver un mot qui décale un peu. Passion n'allait pas non plus, ce n'est qu'un des formats de l'attachement. »<sup>161</sup>*

La notion d'attachement permet de détourner l'analyse du goût, de la valeur des objets et des contenus, pour cibler l'acte de goûter afin de repérer ce qui attache un individu à ces objets et à ces contenus. C'est sous cette perspective que nous observerons ce que l'attachement à notre objet fait faire : c'est en fonction de la force de leur attachement au genre journalistique que les individus vont fragmenter leurs pratiques d'informations en de multiples usages successifs, sur des scènes différentes, à l'aide de supports médiatiques différents. L'attachement au genre journalistique forme dès lors un observatoire pertinent pour saisir comment un individu produit « le répertoire des objets auxquels il tient » pour se tenir informé et comment il peut l'ouvrir aux usages des services mobiles multimédia.

*« Le but était de sortir la sociologie du goût d'une conception critique devenue hégémonique, pour restituer à la pratique amateur son espace propre. Le goût est une modalité pragmatique d'attachement au monde. Il est possible de l'analyser, selon cette conception pragmatique, comme une activité réflexive, produisant dans*

---

<sup>161</sup> Hennion, 2003B.

*le même geste les compétences d'un amateur et le répertoire des objets auxquels il tient. »<sup>162</sup>*

En suivant cette orientation, nous nous proposons donc de décrire comment l'appropriation de la Mobile TV s'opère par le travail des attachements aux contenus médiatiques et, plus précisément, au genre journalistique. C'est ainsi que nous inscrirons le moment de l'appropriation dans la continuité des autres activités médiatiques, à travers les goûts qui lient les individus aux contenus et, par conséquent, aux nouveaux supports médiatiques qu'ils adoptent. Cette entrée permet de considérer que c'est également à travers ce travail des attachements que le design des services multimédia est éprouvé. Si la configuration des services renouvelle les habitudes télévisuelles, comme les études internationales le montrent (cf. chapitre 1), c'est avant tout parce que les utilisateurs se rendent disponibles à la captation des interfaces. Ils s'ouvrent à la découverte, en opportunistes, pour mieux éprouver leurs préférences.

---

<sup>162</sup> Hennion, 2004B, p.10.

## Synthèse du chapitre 2

*En prenant acte de l'interopérabilité, inscrite dans le design des services mobiles multimédia, et de son rôle dans la navigation et dans la sélection des contenus, nous avons jugé pertinent d'inscrire cette dimension technique des utilisations dans le cadre, plus sociologique, de cette étude d'usage (**Chapitre 1**).*

*Pour atteindre cet objectif, nous nous sommes appuyé sur la sociologie francophone des usages dans la mesure où elle intègre cette dimension technique dans l'étude de l'appropriation des TIC. Seulement, son armature théorique ne permet pas de faire de l'univers de goûts, développé autour des contenus médiatiques, une modalité d'appropriation. (**Chapitre 2, I**).*

*C'est pourquoi, nous nous sommes tourné vers la sociologie des publics et sa définition des genres télévisuels autour des propriétés des contenus et des dispositifs de diffusion (**Chapitre 2, II, I**). Nous avons choisi de prendre comme observatoire la circulation d'un genre médiatique multi-support : le genre journalistique. Grâce à lui, nous pouvons saisir comment les téléphones mobiles viennent s'articuler, ou se substituer, aux usages des autres supports médiatiques mobilisés dans les pratiques d'information.*

*Seulement, il n'est ni possible, ni souhaitable, de définir un tel genre multi-support de manière détachée. Il est préférable de laisser les individus le définir en balisant ses frontières autour de leurs propres pratiques. Cette entrée nous a conduit à faire reposer notre étude d'usage sur l'armature minimale de la pragmatique du goût d'Antoine Hennion. (**Chapitre 2, II, 2**).*

*Cette orientation pragmatiste nous permet tout d'abord de réduire les ordres de la légitimité culturelle et le design des interfaces (**Chapitre I**) à de simples modalités d'appropriation. Et, elle nous permet de réaliser notre objectif en faisant des attachements aux contenus médiatiques une des modalités de l'appropriation des TIC. Dès lors, c'est en observant le travail des attachements au genre journalistique que nous nous proposons de saisir l'adoption des services mobiles multimédia (**Chapitre 2, II, 2**).*

### Chapitre 3. La performativité des attachements au genre journalistique dans une pragmatique de l'usage

---

La spécificité de cette étude tient à la volonté de ne pas aborder l'appropriation des services mobiles multimédia dans la pure continuité du cadre usuel des études d'usages. Ce cadre est défini autour de la convergence entre trois registres de variables : les propriétés techniques d'un dispositif médiatique, les compétences techniques de groupes d'utilisateurs, telles qu'elles peuvent être articulées avec leur profil sociodémographique, et les contextes d'usages (sphère privée, sphère professionnelle, situation de mobilité). Si cette étude est construite autour de cette armature implicite des études d'usages, nous souhaitons également la faire reposer sur l'armature minimale d'une pragmatique du goût.

L'objectif est de faire des attachements aux genres médiatiques, une des modalités de l'appropriation des services mobiles multimédia. La pragmatique du goût nous permet de prendre la manière dont les utilisateurs investissent les contenus et la distanciation réflexive qu'ils exercent vis-à-vis des multiples déclinaisons de leurs pratiques médiatiques. Nous allons maintenant développer notre programme de recherche en précisant les conditions de notre rapprochement avec la pragmatique du goût.

Pour ce faire, il s'avérera pertinent de revenir sur un élément soulevé au début de ce manuscrit. Nous n'avons pas mobilisé la sociologie des usages de manière gratuite. Nous en avons fait la critique tout en montrant l'intérêt de suivre la perspective d'une pragmatique de l'usage<sup>163</sup>. Dès lors, l'objectif de ce programme de recherche va également consister à montrer comment une pragmatique de l'usage peut venir enrichir l'armature minimale de la pragmatique du goût.

Cet enrichissement n'a de sens que si l'on prend bien acte du fait que tout individu qui s'approprie un nouveau support médiatique adopte une posture d'ouverture ; posture que nous qualifions d'opportuniste. Il cherche à développer de nouveaux liens avec ses contenus favoris. Il espère en découvrir de nouveaux. Il recherche de nouveaux plaisirs, il cherche à expérimenter de nouvelles postures de réception, à engager son corps et ses sens dans de nouvelles expériences. Il espère vivre de nouvelles émotions. Pour y parvenir, il se met en situation de disponibilité, il s'ouvre, se laisse capter par ce nouveau

---

<sup>163</sup> Thévenot, 1993.

support médiatique. Le moment de l'appropriation est dès lors très intéressant car il est tourné vers la découverte et fait émerger ce qui attache un individu aux genres médiatiques. Il rend visible les bonnes et les mauvaises attaches, celles qui seront conservées et celles qui seront délaissées. Par exemple, nous montrerons comment les usagers remettent en question leur attachement à la presse écrite depuis qu'ils utilisent les téléphones multimédia. Cette remise en question sera renvoyée à un double opportunisme. Nous décrirons tout d'abord le rôle joué par les distributeurs de journaux gratuits. Comme ils sont situés dans les transports en commun, au carrefour des trajectoires urbaines, ils deviennent opportuns et se substituent au détour par les kiosques. Comme l'accès à la presse écrite devient gratuit, les usagers jugent de plus en plus opportun d'investir dans un forfait mobile dédié à la consommation des contenus multimédia. S'ils peuvent conserver leur lecture matinale, ils pourront désormais regarder un programme télévisé entre d'autres moments, lors de leur trajet retour par exemple.

Nous qualifions cette épreuve de l'appropriation de la Mobile TV d'« opportuniste » car elle est liée à la manière dont les téléphones équipent la mobilité. Ces dispositifs sont opportuns car les usagers les conservent continuellement à portée de main pour maintenir leur joignabilité. Il y a opportunisme dans la mesure où les utilisateurs orientent leurs activités médiatiques vers ce genre de supports qui restent à leur disposition, au lieu d'engager des démarches plus coûteuses pour se procurer d'autres supports, en allant par exemple acheter un quotidien. De plus, cette appropriation des services multimédia mérite d'être qualifiée d'opportuniste car elle n'est pas dissociable de l'opportunité formée par la mise à disposition de la presse gratuite. Sans elle, l'arbitrage entre l'achat d'un quotidien ou la souscription aux services 3G poserait davantage problème car les usagers ne souhaitent pas se détourner complètement de la lecture de la presse. A travers cette convergence entre les gratuits et leur téléphone, ils revisitent leur habitude médiatique en terme de complémentarité des supports, et non en terme de substitution pure, tout en réalisant une économie par rapport aux coûts du détour par les kiosques.

L'armature minimale de la pragmatique du goût permet de prendre en compte ce format d'attachement opportuniste<sup>164</sup>. Les auteurs en font une lecture écologique, sans trop savoir quel sort lui réserver par rapport aux formats d'attachements plus passionnés à la musique. Ils caractérisent d'opportunistes ceux qui se laissent porter par les

---

<sup>164</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 123.

circonstances, ceux qui écoutent les albums qui se présentent à eux sans réellement les sélectionner à travers des préférences affirmées. Ils y voient un environnement qui propose et un sujet qui dispose. Nous ferons de même en situant cet opportunisme au cœur de la consommation des contenus mobiles multimédia et de la relation au genre journalistique.

Seulement, pour réellement saisir cet opportunisme, il nous paraît pertinent de nous démarquer de la pragmatique du goût. En effet, cette approche distribue l'activité de goûter dans le temps et dans l'espace, dans des collectifs et dans des choses, mais elle l'isole des autres activités. Dès lors, elle ne permet pas de comprendre cet opportunisme qui consiste à exploiter la conduite de certaines activités pour déployer des usages, par exemple l'activité de ménage, l'activité de conduite, l'activité de déplacement, etc. Pour atteindre cet objectif, nous allons dès lors tenté d'articuler cette approche avec une approche pragmatique de l'usage.

## **I. Vers une activité de réception inscrite dans des formes de multi-activité**

### **1. Saisir l'attachement au genre journalistique dans un environnement médiatique concurrentiel**

Nous souhaitons développer cette étude dans la continuité des travaux d'Antoine Hennion car ils permettent d'aborder les attachements aux informations journalistiques à partir de leurs effets, et non à partir des propriétés de ce genre médiatique multi-support. Pour pouvoir recomposer une vision d'ensemble de ces effets, nous allons prendre appui sur l'« armature minimale »<sup>165</sup> de la pragmatique du goût.

*« Sans leur attribuer aucun caractère propre, premier, nous avons tenté de définir une sorte d'armature minimale des composants du goût, un cadre vide formé par les éléments de base que tout attachement mobilise d'une façon ou d'une autre. »*<sup>166</sup>

Cette armature cherche donc à appréhender le goût « comme performance réalisée à travers une procession de médiations »<sup>167</sup>. Le concept de médiation « opère une

---

<sup>165</sup> Hennion, 2003A.

<sup>166</sup> *Ibid.*, p.292.

<sup>167</sup> *Ibid.*, p. 298.

promotion théorique de l'intermédiaire, en lui ôtant l' « inter- » qui en fait un être second par rapport aux réalités entre lesquelles il se place ; en lui collant le suffixe « -tion » de l'action, il insiste sur le caractère premier de ce qui fait apparaître sur ce qui apparaît »<sup>168</sup>. Les objets, les collectifs d'amateurs, la vaste gamme des dispositifs et les corps forment donc des médiations à travers lesquelles les amateurs réalisent leur goût, comme une performance. Et, rétroactivement, la musique se fabrique à travers ces amateurs, ces médiateurs qui en balisent les genres. C'est à travers ce processus rétroactif que se joue la performativité des attachements aux objets culturels.

*« On retrouve l'idée de performativité : les moyens mêmes qu'on se donne pour saisir l'objet — pour instrumenter son écoute, dans le cas de la musique — font partie des effets qu'il peut produire. C'est en ce sens qu'on peut dire que l'amateur a écrit la musique, autant que l'histoire de la musique a produit ses amateurs. Ils se sont formés l'un à l'autre. »*<sup>169</sup>

Pour insister sur la performativité des attachements, à travers laquelle les objets culturels et les amateurs se coproduisent, Antoine Hennion s'est détourné de l'analyse des médiations musicales<sup>170</sup> pour faire des amateurs la principale médiation intervenant dans la fabrique de la musique.

*« En revanche, ce mot (médiation) est évidemment devenu un énorme fourre-tout, qui gonflait de plus en plus, et la principale incompréhension venait de l'utilisation du même mot que mes opposants pour désigner quelque chose de complètement différent. J'ai donc fait depuis le chemin un peu inverse : si ce que je dis est vrai, je n'ai pas besoin du mot de médiation. Il faut au contraire le disséminer. Ça doit être chacune des opérations mêmes que font les acteurs qui doit faire surgir quelque chose. Il ne faut surtout pas avoir besoin d'un métadiscours qui appelle ça médiation. »*<sup>171</sup>

Pour sortir de ce métadiscours autour des médiations, Antoine Hennion propose d'aborder concrètement la réalisation du goût « comme activité hautement équipée, instrumentée, située, collective »<sup>172</sup>. Le sociologue peut l'appréhender, à travers chacune des opérations des acteurs qui le font surgir, en prenant appui sur le « cadre vide formé par les éléments de base que tout attachement mobilise à un moment ou à un autre »<sup>173</sup> : les objets, les dispositifs, le collectif et le corps. Il convient dès lors de considérer que

---

<sup>168</sup> Hennion, 1993.

<sup>169</sup> Hennion, 2005B.

<sup>170</sup> Hennion, 1990, 1993.

<sup>171</sup> Hennion, 2003B.

<sup>172</sup> Hennion, 2003A, p. 298.

<sup>173</sup> *Ibid.*, p. 292.

« les divers attachements particuliers s'appuient sur ces éléments, en accordant à chacun une importance différente »<sup>174</sup>.

Pour faire reposer notre démarche sur les quatre éléments de base de la pragmatique du goût, nous devons préciser deux spécificités importantes de notre objet : l'attachement au genre journalistique se réalise dans un climat de concurrence entre les différents genres médiatiques et entre les différents supports d'information. C'est en appui sur ces deux spécificités que nous allons nous approprier l'armature de la pragmatique du goût.

#### a) *La concurrence des supports d'information*

Il existe une première singularité de notre Objet qui va nous conduire à démarquer notre approche des travaux d'Antoine Hennion et de ses collaborateurs. Il est rare qu'un amateur de musique soit réellement confronté à la dimension de la concurrence entre les supports d'écoute. Lorsqu'il est chez lui, il sait pertinemment que le son produit par les enceintes de son ordinateur ne saurait rivaliser avec la pureté du son produit par les éléments de sa sono. Le déséquilibre entre ces deux dispositifs est tel qu'il va « naturellement » s'orienter vers le plus performant. La relation aux informations journalistiques nécessite quant à elle d'accorder une place centrale à cette question du choix du support médiatique.

Au domicile, les voies d'accès à l'information sont multiples, que ce soit par le biais de la télévision, la radio, l'ordinateur familial et sa connexion Internet, le porte revues et ses magazines ou les téléphones multimédia. En situation de mobilité, elles se multiplient. La multifonctionnalité des téléphones multimédia (radio, Internet, vidéos et chaînes TV) vient élargir les voies d'accès à l'information déjà proposées par les baladeurs numériques et leur tuner FM, les distributeurs de journaux gratuits ou les kiosques. Cette diversification des sources d'information pose cette question du choix des supports que nous allons situer au cœur de notre démarche.

En mobilisant la notion d'attachement, nous considérons que les récepteurs opèrent cette sélection des supports, par l'exercice de leur réflexivité, sans en maîtriser tous les paramètres.

---

<sup>174</sup> *Ibid.*



*« L'attachement désigne à la fois ce qui émeut, ce qui met en mouvement, et l'impossibilité de définir ce faire faire par l'ancien couplage de la détermination et de la liberté. Dans une étape suivante, on pourrait alors en venir à qualifier les types d'attachements. »*<sup>175</sup>

A travers la notion d'attachement, nous pouvons entretenir cette problématique de la sélection des supports et des sources sans en faire le résultat de purs choix détachés de toutes contraintes. En faisant une lecture située de l'activité de réception, il va s'agir de montrer comment les distributeurs de journaux gratuits ou les téléphones multimédia s'attachent aux pratiques, comment ils sont opportuns, incitent les utilisateurs à les utiliser, les incitent à se contenter de tendre la main sans avoir à déployer un effort plus conséquent, en allant se rendre dans un kiosque par exemple. Sans pour autant alimenter une énième forme de déterminisme, un déterminisme écologique, nous préférons parler d'une concurrence des supports d'information qui co-définit les liens entre les pratiquants et leurs pratiques.

Lorsque Antoine Hennion aborde ce que la musique fait faire, il déplace le curseur du côté de la créativité des amateurs. Autrement dit, il traite de formats d'attachements forts, souvent passionnés, qui impulsent une ligne de conduite stricte et explicite. L'étude de la réception des informations nous invite à déplacer le curseur du côté des circonstances qui vont rendre opportunes la consultation de l'actualité du jour. Sans pour autant alimenter l'idée que les circonstances dictent les conduites, nous insisterons sur le rôle des prises situées qui allègent la maîtrise de l'activité de réception. Autrement dit, nous considérons que plus l'attachement à un genre culturel est fort, plus les conditions de sa réalisation vont être maîtrisées. Les travaux sur les amateurs insistent avec raison sur cet aspect. Nous proposons d'analyser un format d'attachement plus lâche, moins bien maîtrisé, plus opportuniste. Il s'inscrit dans un climat médiatique concurrentiel où les attaches, qui lient par exemple un individu à la lecture de Libération, peuvent être déplacées vers le quotidien gratuit *Matin Plus* récupéré chaque matin à l'entrée du métro.

Dès lors, pour investir les attaches opportunistes aux contenus médiatiques, nous sommes amenés à analyser comment l'offre cherche à rendre certains contenus opportuns. Autrement dit, comment l'offre médiatique, sous ces enjeux concurrentiels, cherche à déplacer les frontières du goût, pour créer de nouveaux plaisirs, de nouvelles

---

<sup>175</sup> Latour, 2000.

attaches ? Comment produit-elle de nouveaux « dispositifs de captation »<sup>176</sup> pour capter des publics afin qu'ils se les approprient comme des « dispositifs passionnels »<sup>177</sup> ? Si les « dispositifs de captation » entrent en quelque sorte en concurrence sur la scène marchande<sup>178</sup>, ils se retrouvent sous une autre forme sur la scène médiatique où ils entrent également en concurrence, comme nous venons de le voir, à travers l'offre de nouveau support médiatique. Dans l'optique d'une pragmatique du goût, nous saisissons cette concurrence du côté de l'individu et de ses attachements concurrents à différents supports médiatiques. Cette concurrence se joue aussi au niveau des genres.

### *b) La concurrence des genres d'information*

Il existe une deuxième différence entre notre Objet et la musique. Cette fois-ci encore, nous qualifierons les types d'attachements au genre journalistique en insistant sur cette spécificité : les genres télévisuels et les genres radiophoniques sont diffusés en flux. La musique peut bien entendu être diffusée sur ce mode. C'est ainsi que les amateurs plient les grilles de programmation à leur attachement à un genre musical<sup>179</sup>, en sélectionnant TSF Jazz par exemple. Cette écoute « est un moyen de découvrir des œuvres dont on ignore l'existence ou que l'on n'aurait pas l'idée d'acheter »<sup>180</sup>.

En choisissant de travailler autour du genre journalistique, nous sommes plus particulièrement confronté à la concurrence des genres médiatiques. A la différence de l'amateur de musique qui va sélectionner une station musicale « genrée », nos amateurs de télévision sélectionnent des chaînes généralistes diffusant une grande variété de contenus. Les journaux télévisés se contentent de venir ponctuer le flux télévisuel et les bulletins d'information viennent ponctuer le flux radiophonique. Le fait que ce genre soit pris dans une structure de flux pose la question de son « identité »<sup>181</sup>, de son identification et de sa sélection dans la grille des programmes qu'un individu constitue sous l'horizon temporel du créneau horaire de son usage.

Cette identification des genres médiatiques se distingue de l'identification des genres musicaux. Cette distinction apparaît surtout dans le déroulement des pratiques

---

<sup>176</sup> Cochoy, 2004.

<sup>177</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

<sup>178</sup> Barrey et al. 2000 ; Cochoy, 2004 ; Debril, Dubuisson-Quellier, 2005.

<sup>179</sup> Maisonneuve, Teil, Hennion, 2002.

<sup>180</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 113.

<sup>181</sup> Semprini, 1994.

médiatiques en situation de mobilité. En effet, lorsqu'un individu investit fortement l'écoute musicale, il va par exemple inclure dans le répertoire de ses supports d'écoute, un lecteur CD ou un lecteur MP3. Avant de s'engager dans un déplacement, il va s'équiper d'un ou plusieurs CD ou il va avoir rempli la carte mémoire de son lecteur MP3 de fichiers musicaux. Sans pour autant avoir totalement planifié l'écoute dans laquelle il s'engagera effectivement une fois en mouvement, par exemple autour de l'écoute d'un album précis, il a au minimum délimité sa *playlist* autour de la capacité de stockage de sa carte mémoire.

Équipped maintenant cet amateur d'un téléphone multimédia permettant de télécharger des fichiers musicaux et de regarder des clips musicaux en *streaming*. Il va devoir choisir s'il préfère écouter de la musique ou visualiser des clips. Puis, il va devoir exercer ses préférences en sélectionnant, parmi la grande diversité de clips proposés, ceux des artistes ou des genres musicaux auxquels il est le plus attaché. Nous introduisons dans le débat cette dimension sous l'idée d'une concurrence des genres médiatiques. Il y a concurrence car les producteurs mettent en avant certains contenus et influencent ainsi leur sélection. Et, il y a concurrence car un même individu est attaché différemment à différents genres médiatiques. La réalisation d'un attachement à un genre médiatique doit donc être référée à cette diversité des aspirations qui s'exprime, *in situ*, sur un mode concurrentiel.

Cette dimension de la concurrence des genres médiatiques est encore plus complexe lorsqu'on traite d'un genre médiatique diffusé par un média de flux. Partons du fan de séries qui mobilise son téléphone multimédia. Il a deux alternatives. S'il se rend sur le service de vidéos en *streaming*, il n'a que peu de chance de tomber sur un épisode qu'il n'a pas déjà vu à la télévision, droits de diffusion obligent. Il choisit donc la Mobile TV. En fan, il connaît sur le bout des doigts la grille des programmes au moment de ses heures de grande écoute. Mais, à certains moments, lors de ses déplacements, il est parfois confronté aux cases vides de sa programmation télévisuelle. Il doit donc rechercher une chaîne qui diffuse le genre télévisuel auquel il est le plus attaché. Pour le chercher, il doit se connecter sur une chaîne télévisée et identifier le programme diffusé. Nous montrerons que, comme le temps de zapping entre deux chaînes s'étend facilement sur 30 secondes, il y a de fortes chances pour que notre fan de série se détourne de cette préférence télévisuelle particulièrement attachante. Il va s'orienter vers un autre genre médiatique, qui l'intéresse un peu moins mais qu'il affectionne quand même. Lorsqu'il fait face aux

services mobiles multimédia, il l'affectionne d'autant plus que ce genre est clairement identifiable. Il sait qu'en s'orientant vers lui, il pourra rapidement sortir de cette phase de recherche pour s'engager dans l'activité de réception proprement dite. Ce genre médiatique clairement identifiable n'est autre que le genre journalistique sous toutes ses déclinaisons : les *news* écrites du WAP, les courts flashs info consultables en streaming, les chaînes d'information en continu (L.C.I, iTélé, BFM TV, Euronews, TPS Sport, etc.) et les journaux télévisés des autres chaînes TV. Cette visibilité du genre journalistique contribue à en faire le genre le plus attachant.

Dès lors, si nous montrons que certains usagers s'approprient leurs téléphones multimédia par leur fort attachement au genre journalistique, nous montrerons avant tout en quoi la structuration des services, les modalités de navigation et de zapping, l'offre de contenus, le format des contenus, les lieux et les créneaux horaires d'utilisation constituent autant de propriétés rendant ce genre médiatique particulièrement opportun. Là encore, nous montrerons comment cette concurrence des genres co-définit les liens entre les pratiquants et leurs pratiques.

*c) Vers l'observation de la distribution des attachements aux genres médiatiques*

La prise en compte de l'aspect concurrentiel de l'environnement médiatique invite à questionner ce qui fait une bonne ou une mauvaise attache à un genre médiatique. Elle incite à recentrer le questionnement autour de l'individu, pour observer comment il articule ses différentes attaches aux divers genres médiatiques. Une telle orientation est spécifique.

Si Antoine Hennion fait des amateurs des médiateurs pour sortir du métalangage des médiations, il insiste tout d'abord sur les collectifs qui entrent dans la formation des goûts musicaux. Nous insisterons pour notre part sur l'opportunité de certaines circonstances. En inscrivant les récepteurs des informations journalistiques dans leur quotidien, il ne s'agit plus de se contenter de décrire comment ils vont modeler les situations pour réaliser leur goût ou comment ils vont mobiliser des supports médiatiques différents pour alimenter une confrontation experte avec l'actualité du jour. Il s'agit également de décrire comment les prises nichées dans les situations quotidiennes rendent pertinentes et stabilisent les attachements aux différents genres médiatiques.

Autrement dit, Antoine Hennion propose de comparer les formats d'attachements aux différents genres musicaux, comme il a pu le faire entre le rap et la techno<sup>182</sup>, ou à différents Objets, comme il a pu le faire entre la musique et le vin<sup>183</sup>. La spécificité de notre Objet, autour de la concurrence entre les genres médiatiques et les supports d'information, nous invite à prendre comme unité d'analyse le récepteur engagé en situation d'usage pour observer comment il va s'orienter vers l'usage d'un support d'information, plutôt que vers un autre, et comment il va sélectionner un genre médiatique plutôt qu'un autre.

## 2. L'attachement opportuniste au genre journalistique

Nous défendons donc l'hypothèse que l'appropriation des services multimédia ne peut pas être abordée indépendamment des attachements aux contenus médiatiques et, plus particulièrement, au genre journalistique. Mais ce format d'attachement est spécifique dans la mesure où il s'inscrit dans des enjeux concurrentiels forts. C'est sous l'impulsion de ces enjeux que nous qualifions l'attachement aux *news* de format d'attachement opportuniste.

*« Pour eux [les "opportunistes"], la musique classique se présente comme une occasion : à la différence des "aventuriers", ils ne construisent pas leur rapport à la musique comme une activité de conquête en perpétuel développement. La musique vient à eux, se présente, sans qu'ils aient plus à faire qu'accepter cette offre. »<sup>184</sup>*

Antoine Hennion précise à quel point ces « opportunistes » se démarquent des amateurs « familiers » dont il traite dans son enquête<sup>185</sup>. Ils maîtrisent peu leur consommation, ils se laissent porter par les circonstances, ils entretiennent leur goût en dilettante. Cette forme d'amateurisme est au cœur de la relation au genre journalistique. Les jeunes technophiles qui attachent une grande importance au fait de se tenir informés s'ouvrent aux situations quotidiennes. Ils lisent les quotidiens gratuits qu'on leur tend, survolent les *news* du portail Web de leur fournisseur d'accès, naviguent sur le téléphone qu'ils ont dans leur poche. Ils ne sont pas assimilables aux lecteurs de la presse régionale fortement attachés à leur quotidien local. Leur posture les incite à se mettre en situation

---

<sup>182</sup> Hennion, 2005A.

<sup>183</sup> Maisonneuve, Teil, Hennion, 2002.

<sup>184</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 123.

<sup>185</sup> *Ibid.*

de « disponibilité à être pris par quelque chose »<sup>186</sup>, par les *news* mais surtout par le dispositif médiatique qui les diffuse. Ils forment un public dont les dispositions convergent avec les « dispositifs de captation »<sup>187</sup> : les distributeurs de gratuits, Orange World, etc. Ils s'ouvrent à ce que nous appelons la concurrence entre les supports et les genres médiatiques. Ils en font une ressource pour renouveler leurs attaches aux *news* et, plus généralement, aux autres genres médiatiques.

Autrement dit, cet attachement est fait d'activité et de passivité : « Il ne s'agit pas de faire l'éloge de la passivité contre l'activité, on le voit, mais bien de montrer qu'elles sont les deux faces d'une même activité passionnelle »<sup>188</sup>. La passion pour les nouvelles technologies est première, elle invite les mobinautes à manipuler leur téléphone dès que l'opportunité se présente. Si dans cette relation au dispositif médiatique, la relation aux contenus peut être secondaire, elle n'est jamais un pur prétexte, elle oriente et donne sens aux usages. Pour que ces utilisations s'ancrent dans les activités médiatiques et deviennent familières, elles doivent converger avec l'attachement aux contenus. L'utilisateur, aussi technophile soit-il, ne peut pas se complaire dans cette pure expérimentation de sa dextérité. La manipulation d'un gadget technologique ne peut pas être une fin en soi ou, du moins, elle ne peut pas l'être sur le long terme.

Il apparaît clairement qu'il est vain de chercher à opposer différents types d'amateurs, différents types d'attachements au genre journalistique en distinguant d'un côté ceux qui cherchent à maîtriser leur pratique et de l'autre côté les opportunistes. Tous les utilisateurs étudiés ici sont opportunistes et ils maîtrisent tous leur pratique à des degrés différents. Ils peuvent, par l'exercice de leur réflexivité<sup>189</sup>, soupeser leurs préférences, les revisiter et questionner ce qui les lie à leurs pratiques. Ils donnent ainsi sens et cohérence à leur trajectoire de consommation telle qu'elle est distribuée sur différents supports. C'est également à travers leur réflexivité qu'ils orientent leur consommation *in situ*, une fois engagés dans leurs usages.

*« La notion clé est ici celle de la réflexivité, à la fois comme modalité centrale de l'activité des amateurs eux-mêmes et comme méthode nécessaire pour en rendre compte pour le sociologue. Dire en effet que l'objet musical ou le goût du vin ne sont pas donnés, mais résultent d'une performance du goûteur, performance qui s'appuie sur des techniques, des entraînements corporels, des épreuves répétées, et*

---

<sup>186</sup> *Ibid.*, p. 194.

<sup>187</sup> Cochoy, 2004.

<sup>188</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 194.

<sup>189</sup> Hennion, 2009.

*qui s'accomplit dans le temps, à la fois parce qu'elle suit un déroulement réglé et parce que sa réussite est hautement tributaire des moments, c'est renvoyer dans une large mesure la possibilité même d'une description au savoir-faire des amateurs. »*<sup>190</sup>

Nous prolongeons cette conception de la réflexivité en considérant que c'est à travers elle que les récepteurs vont donner sens et cohérence à leur relation au genre journalistique. Et ce, sur le long terme de la sédimentation des expériences comme au moment même de leur engagement dans l'activité de réception. C'est à travers elle qu'ils peuvent singulariser les liens qui les attachent aux différents supports médiatiques et aux différentes sources. C'est ainsi qu'ils vont donner sens à leur appropriation des services mobiles multimédia en qualifiant en quoi ils renouvellent leur relation aux informations. Dans la mesure où ce genre est diffusé par l'ensemble des supports médiatiques, il forme une prise pour s'approprier tout nouveau support. Cette prise permet aux individus interrogés, comme au sociologue, de saisir en quoi cette appropriation renouvelle la relation aux autres supports médiatiques et aux autres genres médiatiques.

Seulement, il y a tout un monde entre le fait d'affirmer que les individus donnent sens et cohérence à leur pratique d'information par l'exercice de leur réflexivité et le fait de dire qu'à travers l'exercice de cette réflexivité ils vont planifier, au sens instrumental, la distribution quotidienne de leur pratique d'information autour de différents médias. Par l'exercice de sa réflexivité, un individu peut expliquer pourquoi il écoute la radio en prenant son petit déjeuner, pourquoi il lit la presse dans le métro, pourquoi il va consulter les *news* de Yahoo sur son lieu de travail, pourquoi le soir il va regarder un JT en dinant en famille. Il peut ainsi donner sens et cohérence à cette fragmentation de sa pratique. Cela ne veut pas pour autant dire qu'il cherche à rationaliser ses usages ou qu'il les planifie. Il est opportuniste, le sens de ses usages est en partie contenu dans les circonstances, par exemple dans le temps mort des transports en commun.

Pour sonder la relation au genre journalistique, il convient donc de partir de la réflexivité telle qu'elle peut s'exprimer en situation d'entretien (cf. Les entretiens comme modalité d'expression de la réflexivité, p. 103). Seulement, cette expression de la réflexivité permet d'avoir un accès extrêmement partiel à ce que l'attachement opportuniste au genre journalistique fait faire à l'individu interrogé. Ce faire faire est enchâssé dans les situations, les dispositifs, les objets et les corps. Nous considérons qu'il

---

<sup>190</sup> Maisonneuve, Teil, Hennion, 2002, p.19.

peut s'en saisir tout en ayant que peu de prises pour prendre conscience de leur force attachante.

Prenons un exemple. Lorsque nous avons demandé aux usagers d'expliquer pourquoi ils articulent la lecture des journaux gratuits avec la consultation des flashes infos, durant leur temps de transport, ils invoquent toute une variété de raisons, de préférences. Ensuite, lorsque nous les avons confrontés aux enregistrements vidéo de leur trajet, ils ont réalisé à quel point leur inscription corporelle dans les transports était centrale. Pour être caricatural, disons qu'ils lisent les quotidiens quand ils sont contraints de rester debout et consultent les services mobiles quand ils sont assis. Puisqu'ils recherchent continuellement des places assises, ils recherchent continuellement les conditions leur permettant de fermer leur quotidien pour activer leur téléphone. Autrement dit, ils ne maîtrisent pas, au sens fort, la distribution de leur pratique d'information autour de ces deux usages. Ils se laissent porter par les circonstances, la promiscuité et la disponibilité des places assises. Cela ne veut pas pour autant dire qu'ils sont déterminés par une force extérieure, par une forme de déterminisme que l'on pourrait qualifier d'écologique. Ils savent qu'ils se laissent porter par les circonstances et maîtrisent passivement cette ouverture opportuniste.

Le recours aux enregistrements vidéo est à ce titre très précieux car ils forment un support permettant de confronter les utilisateurs à ces prises situées, qu'ils exploitent autant qu'ils leur répondent, au quotidien. Sans ces enregistrements, il leur est très difficile, par la seule expression de la réflexivité en situation d'entretien, de les identifier et de restituer leur rôle dans la conduite de leur pratique. C'est pour cette raison que nous considérons que ces prises se distribuent essentiellement au niveau préreflexif.

Si nous considérons que les individus peuvent tout à la fois répondre à ces prises situées et se détacher de leur force attractive, nous montrerons comment elles peuplent les environnements quotidiens et comment elles se font discrètes pour rester silencieuses dans l'expression de la réflexivité. C'est pourquoi nous réaliserons des observations ethnographiques, couplées à des enregistrements vidéo, pour sonder les éléments qui se distribuent au niveau préreflexif, qui ne sont pas explicités lors des entretiens et qui échappent au regard de l'ethnographe sans le recours au retour sur image (cf. L'autoconfrontation comme modalité d'expression d'une réflexivité se conscientisant à travers ces attaches préreflexives, p. 192).



Avant de développer cet aspect, précisons comment nos analyses vont se démarquer des études du goût d'Antoine Hennion et de ses collaborateurs. Ils prennent le parti de renoncer au langage des théories de l'action pour permettre à la passion de s'exprimer<sup>191</sup>. Cette orientation, tout à fait légitime, laisse toutefois transparaître une limite que l'on peut lire dans la description de la figure de l'amateur opportuniste<sup>192</sup>. Les auteurs ont le mérite de reconnaître leur embarras face à ce type d'amateurisme. Nous souhaitons l'étoffer à travers nos analyses. Pour y parvenir, il est nécessaire de renouer avec le langage des théories de l'action.

Il apparaît dès lors à quel point notre rapprochement avec la pragmatique du goût est spécifique. Nous n'aurons de cesse de montrer comment les récepteurs se laissent guider par les circonstances, s'orientent vers les contenus qui s'offrent à eux et les réceptionnent en dilettante avec une attention distraite. Il va s'agir de prendre le contre-pied de l'amateur passionné pour montrer comment certains registres de goûts sont lâches, comment ils se laissent capter par les circonstances, par les « dispositifs de captation »<sup>193</sup>, par les « dispositifs passionnels »<sup>194</sup>. Nous montrerons que ces types de goût ne se construisent pas nécessairement dans l'affirmation positive. Ils se développent très souvent dans la négation, en réponse aux contraintes pécuniaires (« Avant je lisais Libé tous les jours mais c'est un vrai budget ! Alors maintenant je me contente de lire des gratuits »), aux contraintes d'usages (« Je préfère regarder des séries mais comme le réseau n'est pas toujours disponible, je lis des gratuits. Finalement, j'aime bien ça ! »), aux contraintes des situations d'usage (« Je préférerais regarder des programmes TV dans le métro mais j'ai peur de me faire voler mon téléphone. Du coup, je continue de lire Libé et j'attends d'arriver au travail pour regarder le flash info »), etc. Pour comprendre cette affirmation des attachements dans la négation, il nous paraît pertinent de renouer avec les théories de l'action en posant de nouveau la question des « buts » de ces activités culturelles.

---

<sup>191</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

<sup>192</sup> *Ibid.*, p. 123-124.

<sup>193</sup> Cochoy, 2004.

<sup>194</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

### 3. Inscrire l'activité de réception dans le faisceau des activités sociales

En ciblant le moment de l'appropriation de la Mobile TV, nous serons particulièrement attentif aux conditions de la réception des contenus médiatiques et à l'inscription des acteurs dans les différents environnements d'usage. Seulement, en leur accordant toute notre attention, nous allons être amené à densifier l'activité de goûter. La relation aux contenus médiatiques n'est pas seulement dépendante des environnements, des circonstances pratiques et des dispositifs de la réception. Elle est également dépendante des activités développées en parallèle des usages.

Les études sur le goût d'Antoine Hennion et de ses collaborateurs ne prennent pas en compte cette dimension car la description des pratiques passionnées ne la rend pas pertinente. Le passionné va faire en sorte de créer un espace lui permettant de s'adonner pleinement à l'activité de dégustation. En revanche, pour comprendre en détail les arts de faire opportunistes, il est pertinent d'élargir le regard, de se détourner de l'activité de goûter pour l'articuler avec les activités périphériques sur lesquelles elle vient se greffer. Ceci est d'autant plus nécessaire lorsqu'on cible la relation aux informations journalistiques. Leur réception est souvent rendue pertinente par certaines activités : l'écoute de France Info est rendue pertinente par l'activité de conduite automobile, la consultation des sites d'information par l'activité de navigation ou par l'activité professionnelle autour du poste informatique, la lecture de la presse par l'activité de déplacement, etc. Les opportunistes exploitent ces activités permettant, et rendant même pertinente, l'activité de réception des *news*.

Nous avons jusqu'ici montré en quoi la pragmatique du goût nous paraît pertinente pour enrichir les études d'usage en permettant d'aborder l'appropriation des dispositifs médiatiques à travers les attachements aux contenus. Il s'agit maintenant d'ouvrir cette démarche en articulant les activités culturelles, qu'elle prend pour objet, avec les activités sociales au sein desquelles elles viennent s'encastrent. Pour cela, nous convoquons la pragmatique de l'usage des poussettes<sup>195</sup> (cf. chapitre 2, p. 55) de Laurent Thévenot afin d'appréhender ces pratiques d'information opportunistes sous toute leur complexité.

A travers sa pragmatique de l'usage, Laurent Thévenot va dans le sens de la sociologie de l'appropriation en considérant que le moment ultime de l'appropriation est celui où les usagers contournent les modes d'emploi pour développer des logiques

---

<sup>195</sup> Thévenot, 1993.

d'usages en phase avec leurs attentes. Il montre que ces attentes sont situées localement et qu'elles émergent du faisceau d'activités dans lequel les utilisations fonctionnelles viennent s'encaster. Il en va de même avec des objets-dispositifs plus complexes comme les téléphones multimédia. Il s'agit même d'un des principaux arguments de ventes des opérateurs : offrir l'accès à l'Internet mobile et à la Mobile TV, quel que soit l'endroit où se trouve l'abonné, quand il le veut, c'est-à-dire au moment même où son attente va émerger du faisceau d'activité dans lequel il est engagé. Par exemple, l'activité de déplacement dans un transport en commun va faire émerger l'attente d'un divertissement.

Il va de soi que l'attente formulée à l'égard des dispositifs médiatiques est difficilement comparable avec celle formulée à l'égard d'un dispositif aussi fonctionnel que les poussettes. Ce ne sont pas des moyens, au sens des théories de l'action, dans la mesure où ils ne permettent pas de réaliser des tâches simples comme déplacer un enfant. Ils constituent de réels « moyens » permettant à la fois de réaliser des tâches, comme coordonner une rencontre avec quelqu'un, et des activités à part entière, comme s'informer sur l'actualité du jour. Autrement dit, l'usager leur adresse des « buts » différents, ayant une finalité propre. Cette « finalité » n'est pas celle théorisée par les théories de l'action. C'est pour cette raison que Antoine Hennion et ses collaborateurs ont choisi de se détourner du langage de ces théories et de celui de la théorie de l'acteur-réseau car « il s'agit toujours d'action – même si elle se trouve située-collective-distribuée-partagée avec des non-humains »<sup>196</sup>. L'activité de goûter ne renvoie pas à l'action des théories de l'action, dans la mesure où elle ne tend pas vers les mêmes buts. Elle recherche moins l'efficacité que le plaisir. La structuration de son cours d'action, en tâches et en opérations, n'est pas tant polarisée vers l'optimisation que vers le déroulement aléatoire de la découverte opportuniste. Il n'y a dès lors plus lieu de se poser la question de l'agentivité, du « Qui agit ? » ou du « Qu'est-ce qui fait agir ? ».

*« Le passage en cause se joue ici entre l'activité, ou plutôt « l'agency », la capacité à agir pleinement avec des intentions, des buts et des moyens, et la passivité, ou plutôt la « patience » si on lui redonne la force de son étymologie première, la capacité à ressentir, la disponibilité à être pris par quelque chose. Il ne s'agit pas de faire l'éloge de la passivité contre l'activité, on le voit, mais bien de montrer qu'elles sont les deux faces d'une même activité passionnelle, chacune étant le moteur et le support de l'autre, et le passage entre elles signant la réussite de leur effet commun, décrit comme un juste retour, mais un retour au centuple, pour lequel le passionné donnerait tout. »<sup>197</sup>*

<sup>196</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 176.

<sup>197</sup> *Ibid.*, p. 194.

A travers sa théorie de la passion, inscrite au fondement de la pragmatique du goût, Hennion cherche à sortir de cette conception de l'action développée autour de la question de l'agentivité. L'étude des attachements aux objets culturels se démarque donc de l'étude de l'action car les causes de l'activité de goûter sont si nombreuses, à la fois humaines et non humaines, qu'il convient de se contenter d'observer ce qui est en train de se jouer en situation sans rechercher qui, des acteurs, des objets, des dispositifs ou des situations, tirent les ficelles. L'engagement dans une activité culturelle répond plutôt à « la disponibilité à être pris par quelque chose »<sup>198</sup> que nous avons reprise à notre compte en la situant au cœur des arts de faire opportunistes.

Nous partageons cette conception de l'activité orientée vers les Objets culturels car, même si elle tend vers des buts moins efficaces que ceux théorisés par les théories de l'action, elle ne constitue pas pour autant une activité « vide ».

*« Activité au sens plein, donc, impliquant de façon ouverte, tentative, bien d'autres éléments que les sons et les morceaux eux-mêmes: un cadre collectif, d'abord, une accumulation de façons de faire, d'entraînements ; et un ensemble de dispositifs matériels, discursifs, de nombreux objets et supports sur lesquels l'appuyer; c'est enfin aussi un corps et un esprit qui, sur un mode parfois plus personnel, parfois plus collectif, se font peu à peu à la musique – ce qu'on appelle un goût, justement. »*<sup>199</sup>

Seulement, nous sommes amenés à nous démarquer de cette conception pour permettre aux attachements opportunistes aux *news* de s'exprimer. En effet, pour les comprendre, il convient de croiser et de confronter les « buts » opportunistes des activités culturelles, ceux qui émergent des situations et du faisceau d'activité dans lequel l'utilisateur est engagé, avec les « buts » clairement identifiables des activités périphériques. Cette superposition de ces deux registres de buts, nous permet de coller aux multiples activités que les individus gèrent de front. Par exemple, il convient de croiser la gestion de l'activité de déplacement, qui a pour but d'atteindre une destination, avec l'activité de réception des *news* qui tend vers un but indéfini : se tenir informé sous un horizon d'attente relativement flou.

En mobilisant le langage des théories de l'action, nous allons chercher à décrire comment les individus enrichissent les buts rébarbatifs des tâches quotidiennes avec les buts indéfinis des activités culturelles. On peut par exemple observer que la lecture des activités culturelles réalisée à travers le prisme des théories de l'action, telle qu'elle est

---

<sup>198</sup> *Ibid.*

<sup>199</sup> Hennion, 2005A, p. 123.

opérée par certaines études sur les *Human-computer Interaction*, revient à en faire des passe-temps, de purs divertissements sans buts, orientés vers des contenus substituables les uns aux autres, bref des formes de zapping occupationnel. Or, nous montrerons à l'inverse que les déplacements, en tant qu'activité orientée vers un but précis et mobilisant des moyens précis, ne prennent sens, et ne font sens aux yeux des individus, qu'à travers les activités culturelles développées en parallèle de leur conduite. C'est ainsi que les buts de cette activité de déplacement, et le sens qui lui est assigné, déborde nettement du cadre étroit des deux destinations à relier. Ces buts s'hybrident avec la finalité des activités culturelles. C'est ainsi que le fidèle lecteur du Monde peut s'identifier et se présenter comme tel car, jour après jour, il exploite ses temps de transport pour fidéliser ses lectures. Nous allons donc inscrire au cœur de notre démarche cette tentative de superposition, et de co-définition, des différents registres de « buts » poursuivis à travers la gestion conjointe des activités multiples.

## **II. Appréhender les activités de réception et de déplacement comme une forme de multi-activité**

Nous venons de montrer pourquoi il nous paraît pertinent de réinscrire l'activité de réception dans le faisceau des activités au sein duquel elle vient s'encastrier. Il va de soi que ce faisceau d'activités est extrêmement large. Par exemple, des travaux sur la réception de la télévision<sup>200</sup> ont abordé les activités périphériques qui coproduisent le « contexte d'écoute »<sup>201</sup> des programmes télévisés : les conversations du couple et de la famille, la préparation du repas, le repas proprement dit, etc. Dans la mesure où la Mobile TV permet de regarder ces programmes en situation de mobilité, il est intéressant d'appréhender les déplacements comme des activités sociales qui bordent, de manière inédite, la réception télévisuelle<sup>202</sup>.

---

<sup>200</sup> Morley, 1986 ; Taylor, Harper, 2003.

<sup>201</sup> Morley, 1986.

<sup>202</sup> C'est pourquoi, nous avons mené cette recherche en deux temps. Dans un premier temps (cf. Présentation du protocole d'enquête, p. 101), nous avons cherché à appréhender, à l'aide des entretiens, l'appropriation de tous les services multimédia, dans tous les contextes. Puis, dans un second temps (cf. Présentation de la deuxième étude, p. 171), nous avons filmé les usages de la Mobile TV durant les trajets quotidiens entre le domicile et le lieu de travail.

## 1. Les déplacements comme observatoire de l'appropriation de la Mobile TV

Les participants à cette étude ont choisi de souscrire à une des offres illimitées<sup>203</sup> de la Mobile TV, commercialisées vers la fin de l'année 2006. Comme cela a pu être observé dans les pays précurseurs, ils transfèrent sur ce nouvel écran les préférences télévisuelles qu'ils ont développées à partir de leur(s) télévision(s) domiciliaire(s)<sup>204</sup>. Seulement, la transférabilité de ces préférences, des domiciles aux situations de mobilité, est variable. En effet, comme ces petits écrans rendent problématique la réception des programmes les plus longs, il a par exemple pu être observé que la place accordée aux *news*, dans la consommation télévisuelle sur ces dispositifs mobiles, est bien plus importante que la place qu'elle occupe dans la consommation sur les dispositifs fixes<sup>205</sup>.

De plus, la configuration des situations d'usage, où ils permettent de transférer la pratique télévisuelle, modifie en profondeur la réception proprement dite des programmes télévisés. Ces modifications découlent du fait que la réception sur les téléphones mobiles<sup>206</sup> se déroule dans des lieux inhabituels tels que les bureaux, les transports en commun ou les voitures ; elle s'inscrit dans des interactions spécifiques : entre collègues ou entre passagers ; elle modifie les formes d'écoute en incitant les utilisateurs à utiliser des écouteurs ; et, elle peut être regardée en marchant, ce qui pousse les récepteurs à accorder plus d'importance aux sons qu'aux images, etc.

Nous allons approfondir la compréhension de ces modifications en poursuivant cette hypothèse selon laquelle l'appropriation de ce dispositif télévisuel ne renvoie pas à un transfert mécanique de la pratique télévisuelle d'un support fixe à un support mobile. L'appropriation d'un tel dispositif forme une épreuve qui installe le récepteur dans un face à face réflexif avec l'écran de télévision. Ce face à face est profondément affecté par les activités périphériques développées en parallèle des usages. Pour saisir cette épreuve de l'appropriation sous toute sa complexité, nous aborderons les déplacements dans les transports en commun comme une activité afin de saisir comment leur conduite affecte les usages des services mobiles multimédia.

---

<sup>203</sup> Par exemple, les offres illimitées commercialisées par le groupe Orange permettent de visionner une vingtaine de chaînes télévisées pour 6 euros par mois.

<sup>204</sup> Chipchase, Yanqing, Jung, 2006.

<sup>205</sup> Södergard, 2003 ; Knoche, Mc Carthy, 2005 ; Figeac, 2007.

<sup>206</sup> O'Hara, Mitchell, Vorbau, 2007.

*a) La médiation invisible des réseaux téléphoniques*

Parmi les déclinaisons de cette épreuve de l'appropriation, nous allons cibler ici celle qui déstabilise le plus les fondations de la réception télévisuelle. Il va en effet de soi que « la folle du logis »<sup>207</sup> n'aurait pas cette place dans les foyers, et par conséquent dans nos démocraties, si sa réception était problématique. Pourquoi emménager un « dispositif passionnel »<sup>208</sup> autour des téléviseurs, en faisant converger vers eux, le canapé et les fauteuils, la table basse et les lumières tamisées, la télécommande et le programme télé, s'ils diffusaient un jour sur deux des nuages de points ? C'est d'une certaine manière ce qui se produit avec la Mobile TV car, bien souvent, « Ça capte plus ! ».

Face à un dispositif télévisuel qui pose de nombreux problèmes de connexion, il devient intéressant de relever les tactiques<sup>209</sup> déployées par les usagers pour les contourner. Nous prendrons dès lors comme observatoire la disponibilité du réseau téléphonique au cours des déplacements afin de décrire comment est-ce qu'ils procèdent pour visibiliser la disponibilité du réseau téléphonique et, par conséquent, pour évaluer la pertinence de l'usage de la Mobile TV qu'ils souhaitent initier. En décrivant comment ils indexent leurs réceptions sur la disponibilité des réseaux de communication, nous montrerons comment les usages de la Mobile TV viennent compléter, ou se substituer, aux activités médiatiques que les participants développaient à une phase antérieure de leur « trajectoire d'usage »<sup>210</sup> (cf. chapitre 5, p. 197).

*b) Inscrire la réception dans les échanges proxémiques de civilité*

L'autre épreuve de l'appropriation que nous allons cibler ici a trait à la manière dont les usages de la Mobile TV affectent les relations en public. En reprenant les polémiques suscitées par l'intronisation des conversations téléphoniques dans les lieux publics, il s'agira de décrire comment ces usages s'inscrivent dans les échanges proxémiques de civilité entre les utilisateurs et les co-présents. La question qui se pose à nous est saillante : comment publicisent-ils leurs utilisations dans ces « arènes de visibilité »<sup>211</sup> que sont les transports en commun ? Les usages de la Mobile TV peuvent-

---

<sup>207</sup> Wolton, Missika, 1983.

<sup>208</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

<sup>209</sup> De Certeau, 1980.

<sup>210</sup> Proulx, 2002.

<sup>211</sup> Relieu, 2008, p. 21.

ils être intrusifs au point que les utilisateurs y substituent les usages des supports silencieux, telle la lecture des quotidiens ?

Dans l'optique de notre démarche centrée utilisateur, nous décrirons comment l'engagement focalisé dans la réception de la Mobile TV induit des « orientations perceptives »<sup>212</sup> spécifiques qui renouvellent les modalités de coordinations, tacites et visuelles, avec les autres passagers (cf. chapitre 6, p. 271). C'est ainsi qu'en ciblant l'activité de déplacement, il va s'agir de décrire comment ce service induit des modalités pragmatiques de présence au monde et des modalités de coordination avec ceux qui les peuplent.

## **2. Recomposer l'organisation séquentielle des activités médiatiques dans une mobilité augmentée**

Dès lors, cette lecture située de l'appropriation de la Mobile TV ne se limite pas, comme le font la plupart des études sur les *Human-Computer Interaction*, à relever les contextes au sein desquels la Mobile TV est regardée pour en déduire, *a posteriori*, les traits contextuels qui rendent sa réception pertinente<sup>213</sup>: le temps mort des transports, l'ennui, la présence anxiogène des co-présents, etc. En survolant le concret, ces approches réduisent les situations à des cases vides qui accueillent de manière indifférenciée des motivations d'usage. Elles font notamment des déplacements des cases vides des emplois du temps, des interstices temporels que les utilisateurs traversent en aveugle sans se projeter vers d'autres finalités que celle d'échapper à l'ennui, que ce soit à l'aide de la Mobile TV ou de n'importe quel autre subterfuge. C'est sur cette conception de la mobilité, caractéristique du paradigme du déplacement, qu'il est possible de faire de l'ennui la motivation première des usages de la Mobile TV<sup>214</sup>. Si l'on conçoit maintenant le déplacement d'un point de vue pragmatique, comme une activité<sup>215</sup> prenant la forme d'un cours d'actions, ponctué de tâches et de « regards dirigés »<sup>216</sup>, il apparaît alors à quel point la référence à l'ennui nie les objectifs visés par les utilisateurs. A travers l'ennui, ces lectures ne se contentent pas de voiler le travail des acteurs pour se donner

---

<sup>212</sup> Sudnow, 1972.

<sup>213</sup> Se référer à la première étude sur les *HCI*, qui aborde les utilisations du design d'un prototype de Mobile TV (Södergard, 2003), dans la mesure où elle a fortement balisé le champ des travaux ultérieurs.

<sup>214</sup> Södergard, 2003.

<sup>215</sup> Urry, 2000 ; Scheller, Urry, 2006.

<sup>216</sup> Sudnow, 1972. Notion extraite de la traduction française : Thibaud, 2002, p. 76.



l'apparence de l'inactivité<sup>217</sup> et de l'« inattention civile »<sup>218</sup>, elles désolidarisent les logiques d'usage des situations<sup>219</sup> et masquent leur production mutuelle.

C'est pourquoi, nous allons suivre le paradigme des nouvelles mobilités<sup>220</sup> en considérant le déplacement comme une activité. Il va s'agir de décrire comment la conduite de cette activité s'articule avec la conduite des activités médiatiques. L'objectif est double.

Il consiste tout d'abord à montrer comment les ressources exploitées, et les contraintes contournées, pour conduire l'activité de déplacements vont interférer sur la réception télévisuelle réalisée à partir des téléphones multimédia. C'est bien à travers l'attention déployée pour gérer la mobilité, à travers les « regards dirigés »<sup>221</sup> sur les repères (le nom des stations) et les indices de lieux, que l'horizon temporel de l'activité de réception va être balisé. C'est du moins ce que nous décrivons (cf. chapitre 5, p. 197).

Il consiste ensuite à décrire comment la conduite des déplacements va venir s'encaster, rétroactivement, autour d'une ressource/contrainte propre à l'activité médiatique : la disponibilité du réseau téléphonique. En cela, nous prolongerons, au sein du paradigme des nouvelles mobilités, la perspective d'une mobilité augmentée par les usages des TIC<sup>222</sup> : l'orientation du déplacement n'est plus seulement produite autour des deux destinations à relier, soit autour du calcul stratégique du trajet le plus performant, elle est aussi coproduite par les objectifs visés de l'activité médiatique (faire un détour pour recueillir un des objets virtuels du jeu Mogi<sup>223</sup> ou opter pour un trajet en bus, moins rapide que le métro, pour pouvoir se connecter à la Mobile TV).

En prenant comme observatoire la conduite conjointe de ces deux activités, notre objectif consiste dès lors à repérer comment les problèmes de connexion émergent aux cours des situations de mobilité et contraignent les usagers à déployer des tactiques qui vont modeler leur appropriation de la Mobile TV. C'est bien autour de la connexion aux réseaux téléphoniques qu'ils vont peu à peu identifier des zones où il leur sera possible de regarder leurs programmes favoris. Ils vont donc s'approprier des « espaces »<sup>224</sup>, comme

---

<sup>217</sup> Sacks, 1992.

<sup>218</sup> Goffman, 1973.

<sup>219</sup> O'Hara, Mitchell, Vorbau, 2007.

<sup>220</sup> Urry, 2000 ; Scheller, Urry, 2006.

<sup>221</sup> Sudnow, 1972. Notion extraite de la traduction française : Thibaud, 2002, p. 76.

<sup>222</sup> Licoppe, Inada, 2005.

<sup>223</sup> *Ibid.*, p. 139.

<sup>224</sup> De Certeau, 1980, p. 172-175 de la réédition de 1990.

des « lieux pratiqués »<sup>225</sup>, en délimitant des « *places* »<sup>226</sup> dans l'espace physique des villes (« *space* »<sup>227</sup>) autour des opportunités/contraintes d'utilisation des TIC, au premier rang desquelles nous situerons la Mobile TV. Nous allons donc montrer comment cette médiation technique attache les usagers aux programmes télévisés en les incitant, sur le modèle des technologies de représentation<sup>228</sup> (les GPS), à se réapproprier et à requalifier leurs espaces vécus. C'est pourquoi, nous défendons l'hypothèse selon laquelle l'appropriation de ces téléviseurs de poche ne saurait être dissociée de l'appropriation continue de ces « *places* » et, par conséquent, de l'activité de déplacement, tant elles s'encastrent l'une dans l'autre dans des formes de multi-activité<sup>229</sup> et s'hybrident dans la définition des situations.

---

<sup>225</sup> *Ibid.*

<sup>226</sup> Harrison, Dourish, 1996 ; Dourish, 2006. Les auteurs reprennent les travaux de De Certeau en recentrant ce processus d'appropriation des espaces sur le rôle joué par les TIC. C'est pourquoi, nous prolongeons ici leur démarche en convoquant la notion de « *places* ». Nous démarquons cependant notre approche en montrant comment cette appropriation des espaces, par les usages des dispositifs technologiques, n'est pas tant à référer aux TIC proprement dites qu'à la disponibilité des réseaux qui en conditionnent l'usage, comme c'est le cas avec les téléphones mobiles.

<sup>227</sup> *Ibid.*

<sup>228</sup> *Ibid.*

<sup>229</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

## Synthèse des deux principaux axes de la problématique générale

*Notre démarche est structurée autour de deux registres de questionnement complémentaires auxquels il va s'agir d'apporter des éléments de réponse à travers deux études et deux dispositifs méthodologiques.*

### **1. La problématisation de l'appropriation des services mobiles multimédia par le travail des attachements aux genres médiatiques.**

*Nous partons d'un usager faisant face à un support médiatique multifonctionnel qui lui ouvre une large palette d'activités et qui lui donne accès à une grande diversité de contenus. Ce champ des possibles pose la question des préférences des utilisateurs dans la sélection des fonctions ou des types de contenus. Pourquoi vont-ils choisir de consulter, de visionner ou d'écouter un contenu plutôt qu'un autre ? Qu'est-ce qui les attache à ces contenus ? Qu'est-ce qui les attache plus particulièrement aux news ? Qu'est-ce qui les attache à ce support médiatique ? Quels plaisirs en retirent-ils ?*

*Nous défendons donc l'hypothèse selon laquelle l'appropriation des services mobiles multimédia est réalisée à travers le travail des attachements aux genres médiatiques.*

*En prenant acte de la diversification de l'offre médiatique, à la fois des supports et des genres, nous considérons que le format d'attachement opportuniste au genre journalistique forme un observatoire, transversal aux différents supports médiatiques, permettant d'analyser comment les pratiques médiatiques sont remodelées autour des ces enjeux concurrentiels (cf. Saisir l'attachement au genre journalistique dans un environnement médiatique concurrentiel, p. 75).*

*C'est autour de ce premier registre de questionnement que nous allons définir la grille d'entretien (cf. Présentation du protocole d'enquête, p. 103).*

### **2. La problématisation de l'activité de réception inscrite dans des formes de multi-activité.**

*L'activité de réception des supports d'information s'inscrit couramment dans des formes d'activités multiples gérées simultanément, notamment en situation de mobilité (cf. Inscrire l'activité de réception dans le faisceau des activités sociales, p. 87). La prise en compte de ces activités périphériques nous invite à développer une approche, du format*

*d'attachement opportuniste aux news, qui tente de faire converger ces activités vers une même finalité.*

*En prenant les déplacements comme observatoire (cf. Les déplacements comme observatoire de l'appropriation de la Mobile TV, p. 91), nous souhaitons observer comment les problèmes liés à la disponibilité des réseaux téléphoniques, donnant accès à la Mobile TV, influent sur le déroulement des usages et sur la manière de se déplacer. Dans quelle mesure les usagers se réapproprient et requalifient les « lieux pratiqués » en tentant de se connecter à la Mobile TV au cours de leur trajet ? Comment la réception de la Mobile TV affecte-t-elle leur participation aux échanges proxémiques de civilité ?*

*Nous défendons ainsi l'hypothèse selon laquelle la réception télévisuelle ne peut pas être appréhendée indépendamment des activités sociales qui la bordent. En ciblant l'activité de déplacement, nous souhaitons montrer comment l'appropriation de ce service s'imbrique dans l'appropriation continue de « lieux pratiqués » au cours du déplacement car les activités de réception et de déplacement s'encastrent l'une dans l'autre dans une forme de multi-activité<sup>230</sup> et s'hybrident dans la définition des situations de mobilité (cf. Recomposer l'organisation séquentielle des activités médiatiques dans une mobilité augmentée, p. 93).*

*C'est autour de ce deuxième registre de questionnement que nous allons définir la grille d'analyse des enregistrements vidéo, effectués à l'aide de lunettes caméra, en recomposant la séquentialisation de ces formes d'activités multiples où les activités de réception viennent s'encastrent dans la conduite des déplacements (cf. Vers une approche pragmatique des activités médiatiques prises dans des formes de multi-activité, p. 185).*

---

<sup>230</sup> Datchary, Licoppe, 2007.



## **PARTIE II**

---

# **L'ÉPREUVE DE L'APPROPRIATION DES SERVICES MOBILES MULTIMÉDIA**



## Chapitre 4 : L'appropriation des services multimédia par le travail des attachements aux genres médiatiques

Pour aborder les usages des services mobiles multimédia, une première étude a été réalisée à partir du mois de décembre 2005 sur la base d'un dispositif méthodologique croisant des entretiens, des « parcours commentés »<sup>231</sup> et des questionnaires (cf. Présentation du protocole d'enquête, p. 103). Cette première phase de notre recherche est donc construite à partir de la distanciation réflexive dans laquelle les utilisateurs s'installent pour rendre compte de leurs usages.

En prenant acte de cette distanciation, nous allons tout d'abord montrer qu'il est impossible d'échafauder une étude d'usage des services multimédia sur la base de leur désignation technique et commerciale : le WAP, la VOD et la Mobile TV. En adoptant cette désignation, nous fédérons implicitement les logiques d'usages autour de chaque service, nous les fragmentons là où elles s'entrelacent dans les faits, comme c'est par exemple le cas autour des informations écrites du WAP et des flashes info. Autrement dit, les utilisateurs n'identifient pas leurs utilisations, et ne les restituent pas, en prenant appui sur la configuration technique des services. Ils les typifient autour des thématiques de contenus. Nous montrerons en effet que le WAP et la VOD sont mobilisés pour s'informer. Et, si le WAP n'est jamais identifié en tant que service autonome, la VOD est parfois singularisée dans la mesure où elle permet aussi d'« écouter la musique » (cf. Partie II p.124).

Il n'en va plus de même avec la Mobile TV. Même si sa désignation technique et commerciale n'est pas mobilisée pour en catégoriser les utilisations, ce service est identifié et singularisé, parmi les multiples fonctionnalités des téléphones multimédia, par le fait qu'il permet de « regarder la télévision ». Dès lors, cette fois-ci l'appropriation n'est plus opérée autour d'un genre médiatique, comme c'est le cas avec les *news* du WAP et de la VOD. L'appropriation de la Mobile TV est inscrite dans le prolongement de la pratique télévisuelle qui fait corps autour d'un support médiatique spécifique : la télévision. Cette dimension est centrale car l'explicitation de la nouveauté, implicitement sollicitée par le sociologue, ne va pas reposée sur le caractère inédit des contenus puisque ce sont strictement les mêmes que ceux diffusés par les télévisions domiciliaires. La

---

<sup>231</sup> Thibaud, 2001.



nouveauté, le « progrès » du technophile, réside plutôt dans les circonstances pratiques où il est désormais possible de transférer cette pratique médiatique. La pratique télévisuelle va dès lors être éprouvée et requalifiée autour des nouvelles situations de réception, que ce soit le bureau, les temps de transports, les domiciles, etc. Nous montrerons comment cette requalification exploite des significations d'usage qui sont déjà associées à d'autres médias, celles qui relèvent d'un principe de plaisir et d'effets de substitution (cf. Les logiques d'utilisation : entre un principe de plaisir et des effets de substitution, p. 139).

Pour le dire autrement, notre orientation pragmatique consistant à aborder l'appropriation comme une activité depuis les situations d'usage, ne peut pas être réduite à une posture de recherche arbitraire. Elle converge avec les modalités d'expression de l'appropriation qui s'ancrent dans l'écologie des utilisations. C'est pourquoi nous montrerons comment la pratique télévisuelle est requalifiée depuis les contraintes d'utilisation de la Mobile TV. Ces contraintes nécessitent des ajustements. A ce stade nous n'en évoquerons qu'un seul. Il est relatif à la sélection des programmes télévisés : parmi ces préférences télévisuelles, l'utilisateur est contraint de sélectionner celles qui sont « regardables » dans le cadre d'une situation d'usage. C'est ainsi que nous référerons l'engouement pour les journaux télévisés, et les chaînes d'information en continu, à leur convergence avec la brièveté des créneaux d'utilisation. Comme ils ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue, leur réception peut être initiée, ou interrompue, à tout moment (cf. L'appropriation de la Mobile TV par l'attachement opportuniste aux *news*, p. 143).

Une fois que nous aurons décrit l'ajustement des préférences télévisuelles aux situations d'usage de la Mobile TV, nous baliserons, sur la base des entretiens, l'analyse des enregistrements vidéo en repérant les autres ajustements situés, pertinents à observer pour rendre compte de l'appropriation de ce service. Il s'agira de singulariser les formes de propensions qui prévalent dans les usages de la Mobile TV par rapport à celles que l'on peut déceler au principe des utilisations des autres supports d'information (la radio, la télévision, la presse « payante » et gratuite, puis Internet). C'est à travers ces formes de propensions que nous commencerons à qualifier l'opportunisme qui prévaut dans l'attachement au genre journalistique comme dans l'appropriation de la Mobile TV (cf. L'appropriation opportuniste des services multimédia dans la constellation des pratiques d'information, p. 150).

## **I. Présentation du protocole d'enquête**

Il va maintenant s'agir de présenter le protocole d'enquête qui a été mis en place pour répondre à ce programme de recherche. Ce programme comporte deux volets. Il a donc donné lieu à deux études structurées autour de deux dispositifs méthodologiques.

Le premier objectif de ce programme consiste à caractériser le format d'attachement opportuniste aux *news*. C'est par le travail de cet attachement que nous nous proposons d'étudier l'appropriation des services mobiles multimédia. Pour saisir ce travail, il convient de questionner les usagers en recourant à des entretiens. Par l'exercice de leur réflexivité, en balayant rétrospectivement les différentes scènes de leurs usages, ils peuvent restituer ce qui les attache à leur pratique, le plaisir qu'ils en retirent, etc. Une première étude a donc été réalisée pour répondre à ces questions. Nous la présenterons en détail dans ce quatrième chapitre. Dans ce volet méthodologique, nous allons nous contenter d'explicitier la manière dont nous avons mobilisé les entretiens comme des modalités d'expression de la réflexivité.

Le deuxième objectif consiste à observer comment ce travail de l'attachement opportuniste au genre journalistique se distribue en partie au niveau préréflexif. Comment les usagers s'ouvrent-ils aux environnements quotidiens et au faisceau des activités au sein desquelles l'activité de réception vient s'encaster ? Pour investir ce niveau d'analyse, nous avons eu recours à un dispositif d'enregistrement vidéo. A ce stade de l'exposé, il va s'agir de présenter les avantages de cette méthode et d'ouvrir le débat sur la manière dont nous nous la sommes appropriée. Ce débat ne sera qu'esquissé pour être reporté à plus tard (cf. chapitre 5), au moment où nous pourrons asseoir notre argumentation sur les données « naturalistes » recueillies à l'aide des lunettes caméra. C'est également à ce stade que la deuxième étude sera présentée en détail.

### **1. Les entretiens comme modalité d'expression de la réflexivité**

Dans les débats qui ont précédé, nous avons expliqué dans quelle mesure le rapprochement avec la pragmatique du goût nous semblait précieux pour aborder l'appropriation des services multimédia mobile. Maintenant que nous nous apprêtons à laisser parler les personnes interrogées et les observations de terrain, il convient de préciser la distance qui sépare notre approche des travaux sur le goût.

En effet, les deux études que nous avons réalisées n'ont pas été formulées dans le but de prolonger ces travaux sur le goût. Notre objectif initial était défini autour des théories de l'action et de l'ethnométhodologie. Il s'agissait alors d'essayer de comprendre comment les usagers distribuaient leur pratique d'information autour de plusieurs supports, dans des lieux et à des moments différents. L'idée était alors de déléguer aux situations et aux environnements quotidiens une partie de l'agentivité, de la maîtrise des entrelacements entre les différents supports d'informations. Ce n'est qu'après avoir réalisé les entretiens et les enregistrements vidéo, une fois engagé dans nos analyses, que nous avons pris conscience du caractère arbitraire de notre démarche. Là où nous recherchions des usages aux buts clairement identifiés et des pratiques aux finalités affirmées, les personnes interrogées nous renvoyaient à de très sommaires projets réflexifs : « je le fais pour me tenir informé ». En revanche, elles exprimaient avec facilité le plaisir qu'elles en retiraient et le côté divertissant de leurs utilisations. Un réel problème s'est dès lors posé. Si nous voulions prendre en compte ces petits plaisirs, dans le seul cadre des théories de l'action, nous étions contraints de les réduire à leur caractère situé en faisant de la relation aux contenus médiatiques de purs prétextes totalement subordonnés à cette recherche de divertissement. En nous appuyant sur la pragmatique du goût, nous continuerons à défendre cette idée mais en insistant cette fois-ci sur le caractère réflexif de cette disponibilité au divertissement. Autrement dit, elle nous permet de délocaliser cette inclination au plaisir pour en faire une modalité d'attachement au genre médiatique et un trait du profil opportuniste des individus interrogés. En d'autres termes, si les théories de l'action nous inciteraient à faire une lecture négative de ces plaisirs et des buts à demi affirmés des usages, il devient possible, à travers les attachements, d'en faire une lecture positive qui enrichit la compréhension de l'appropriation des services mobiles.

Dès lors, nous avons redéfini notre approche au fil de cet aller-retour entre les données de terrain et l'éclairage théorique que nous souhaitons leur apporter. Cette redéfinition est cependant arrivée trop tard pour conduire les entretiens en ce sens, en amenant les individus à verbaliser leurs goûts. Loin d'être une limite, nous y voyons un réel avantage. Nous ne serons pas tenté de rechercher l'expression d'un goût là où il n'y en a pas. Nous n'alimenterons pas l'idée que les individus développent de réels goûts autour des informations journalistiques. Nous mobiliserons la notion d'attachement en nous contentant de qualifier l'ensemble des préférences et des plaisirs que les individus développent autour des *news* et des supports d'information. Et, en ciblant un format

d'attachement spécifique, l'opportunisme, nous nous limiterons à qualifier ces individus qui sont bien moins tournés vers le développement d'un goût personnel que vers les plaisirs qu'ils retirent de la consommation des contenus médiatiques.

La manière dont nos entretiens ont été conduits n'était donc pas tournée vers l'expression des goûts. Ils se sont d'une certaine manière exprimés d'eux-mêmes, nous invitant à les prendre en considération. Ce qui a été une surprise pour nous pouvait être prévisible. Comme nous allons le préciser, nous avons jugé pertinent de réaliser les entretiens en confrontant physiquement les individus interrogés à leurs supports d'information domiciliaires pour les aider à se remémorer leurs usages. Or, c'est à travers cette confrontation aux médias et à leur situation d'usage qu'émergent les plaisirs associés aux utilisations. De plus, en nous inspirant de la méthode des « parcours commentés »<sup>232</sup>, nous avons incité les usagers à verbaliser l'ambiance de l'architecture des services multimédia. Autrement dit, sans en avoir l'objectif, nous avons amené les usagers à décrire les plaisirs qu'ils retirent de leur consommation médiatique. Il ne nous manquait dès lors qu'un pas à franchir, théorique celui-là, pour faire de ces plaisirs un mode d'attache qui fait faire des usages médiatiques spécifiques.

#### a) *L'expression des attachements en situation d'entretien*

L'expression de la réflexivité en situation d'entretien ne va pas de soi.

*« La seule dimension à laquelle nous avons accès est représentée par l'expression du goût en situation : que ce soit un questionnaire fermé, un entretien ouvert, une conversation entre voisins ou une discussion entre collègues de travail, la situation contraint l'expression du goût et vide définitivement de son sens toute idée d'un goût personnel, en l'occurrence collant à l'individu, goût qui passerait de situation en situation et dont on pouvait retirer après maintes opérations de filtrage (pour évacuer la boue ou le bruit de la situation) la substantifique moelle. »<sup>233</sup>*

Si nous considérons effectivement que la situation contraint l'expression des goûts médiatiques, nous n'irons pas aussi loin que Dominique Boullier. En inscrivant nos analyses dans la lignée d'une pragmatique du goût, nous considérons qu'il est possible de prendre en compte l'ancrage situé de l'expression du goût sans pour autant vider de son sens toute idée d'un goût personnel, toute idée de formes propres d'attachements aux

<sup>232</sup> Thibaud, 2001.

<sup>233</sup> Boullier, 1993, p.138.

contenus médiatiques. Le cadre contraignant des situations d'usage n'invalide pas l'expression d'un goût personnel. S'il ancre, co-oriente et stabilise les attachements aux contenus médiatiques, les individus peuvent détacher de leur ancrage situé toute une gamme de préférences qui leur sont propres.

Par exemple, si l'on souhaite repérer, à l'aide des entretiens, quels sens les acteurs donnent à leurs pratiques d'information, ils englobent spontanément chacun de leurs usages sous un projet réflexif : « je souhaite rester informé », « je souhaite comprendre le monde dans lequel j'évolue », etc. Ils disent alors que la finalité de chaque usage tend à alimenter un tel projet réflexif relativement vague. Si l'on en reste à ce niveau d'analyse, on peut se demander pourquoi ils s'évertuent jour après jour à coller aux discours journalistiques.

Nous avons été confrontés à ce problème. Il nous est alors apparu pertinent de faire le tour des foyers des personnes interrogées en leur demandant, une fois en face de chaque support médiatique, d'explicitier leurs utilisations. Par exemple, c'est ainsi que nous avons pu confronter un jeune homme à son radio réveil. Il explique que le matin il a beaucoup de mal à se lever. Plutôt que de s'infliger le bruit strident du *buzzer*, il programme son réveil sur France Inter. Il peut ainsi s'extraire progressivement de son sommeil aux sons des nouvelles du jour. Lors des entretiens, il n'avait pas identifié cet usage. Il a fallu qu'il soit confronté physiquement à son radio réveil pour prendre conscience à quel point il était attaché à cette écoute. Dès lors, l'expression de ce goût, aussi insignifiant puisse-t-il paraître, était très fortement contrainte par la situation. C'est bien cette situation, définie autour de sa chambre à coucher, de son lit, de son radio réveil et de sa compagne, qui stabilise et contribue chaque matin à réactiver cet usage. Mais peut-on pour autant en déduire que ce goût ne passe pas d'une situation à l'autre ? Pourquoi a-t-il sélectionné France Inter et pas les sons stridents de NRJ ? Pourquoi exploite-t-il chaque jour le Tuner FM de son téléphone pour écouter cette station en se rendant sur son lieu de travail ? C'est bien parce qu'il y est attaché et parce qu'il est attaché à la manière dont les journalistes de France Inter traitent et restituent l'actualité du jour. Cette préférence a une réelle efficacité, elle lui fait faire des choses. Il la transporte bien d'une situation à l'autre.

En revanche d'autres préférences, comme le plaisir de se réveiller en douceur en écoutant le présentateur, ne se transportent pas nécessairement d'une situation à l'autre. Et, si elles sont saisissables par l'expression de la réflexivité (celle déployée face au radio

réveil), elles peuvent rester blotties au niveau préréflexif. En effet, à travers les entretiens réalisés autour d'une table, les personnes explicitent davantage leurs usages des supports d'information qui sont orientés vers un but identifié, vers un réel projet réflexif. En revanche, lorsqu'elles sont physiquement confrontées aux supports médiatiques, elles investissent d'autres registres de justifications. Le jeune homme ne se réveille pas aux sons de France Inter pour alimenter un projet réflexif. Il le fait car cet usage est source de plaisir. Ce n'est qu'en situation, dans sa chambre à coucher, face au support médiatique, qu'il va investir un tel registre de justification difficilement délocalisable. Si cette démarche peut paraître anecdotique, nous verrons comment la confrontation des individus aux enregistrements vidéo de leurs usages met ces questions au premier plan en faisant émerger une variété de « causes » inédites, insondables en situation d'entretien tant elles restent enchâssées au niveau préréflexif.

Nous considérons donc que l'expression de l'attachement aux *news* est étroitement liée aux situations d'usage. Mais, par l'exercice de sa réflexivité, l'individu peut les détacher d'une situation spécifique et les transporter avec lui. L'expression de la réflexivité durant le face-à-face des entretiens permet à ce détachement. Mais, pour libérer encore davantage ce processus, il s'avère pertinent de faire le tour des domiciles en demandant aux individus interrogés d'explicitier leurs usages des supports d'information.

Dès lors, nous avons eu recours à un type d'observations ethnographiques très particulier<sup>234</sup>. Il est difficile de se cacher dans un coin des appartements, en observateur, pour noter consciencieusement sur un calepin comment notre sujet d'observation évolue au sein de ses dispositifs de réception. Face à l'intrusivité de telles observations, nous nous sommes limité à faire le tour des domiciles en demandant aux enquêtés : pourquoi ont-ils situé chaque support d'information à cet endroit ? A quel moment l'utilisent-ils ? En présence de qui se trouvent-ils lors de ces utilisations ? Font-ils une autre activité en parallèle de ces usages ? Etc. Dès lors, ces observations ont été réalisées à la suite des entretiens pour réveiller l'expression de la réflexivité endormie dans les recoins des domiciles. Pour capturer l'observation de ces dispositifs de réception domiciliaires, il s'est avéré intéressant de prendre des photographies. Dans le même esprit, nous avons dessiné les plans des foyers pour situer les différents supports d'information et cartographier la distribution des activités attachées à chaque pièce.

---

<sup>234</sup> Pharabod, 2004A.

Cette manière de conduire les entretiens, par la confrontation physique aux médias, permet aux individus de se remémorer avec plus de facilité ce qui les attache à leurs usages. Cette procédure nous a permis, sans en avoir au départ l'intention, d'élargir nos observations aux utilisations abandonnées. Si les individus explicitaient leurs usages actuels, ils ont été amenés, en voyant les supports relégués dans les recoins d'une pièce, à se remémorer pourquoi ils ont décidé d'en abandonner l'usage. Ou, ce qui est plus fréquent, pourquoi ont-ils substitué l'usage d'un autre support à celui qui finit sa vie d'objet dans la poussière. Cette procédure permet donc au sociologue de cartographier les attaches situées de l'activité de réception, de les croiser avec celles qui ont pu être observées dans les autres domiciles, pour connecter la singularité de chacun des sites observés à une aspiration commune : se tenir informé.

#### *b) Les parcours commentés*

Dans la mesure où nous ciblons plus particulièrement l'appropriation des téléphones mobiles multimédia, il va de soi que nous avons tenté de redoubler d'ingéniosité pour permettre à l'exercice de la réflexivité d'identifier les attaches à ces dispositifs les plus enfouies.

Il s'est alors avéré pertinent de demander aux individus de jouer avec leurs téléphones multimédia ou, du moins, de naviguer dans les services pour expliciter leurs utilisations habituelles. Cette manière de faire permet aux individus de se remémorer toutes leurs utilisations. Nous commençons à leur poser des questions, de manière détachée, sur leurs usages des mobiles : A quels services sont-ils les plus attachés : les appels, les SMS, la Mobile TV, le WAP, etc. ? Pourquoi ? Qu'est-ce qu'ils leur apportent ? Maintenant qu'ils les ont découverts ou qu'ils les utilisent régulièrement, pourraient-ils s'en passer ? Quels contenus multimédia préfèrent-ils consulter ? A quelle fréquence les consultent-ils ? Où ? Avec qui ? Etc.

Puis, pour qu'ils puissent affiner la description des petites préférences qui les lient à leurs usages, nous leur avons demandé de naviguer dans ces services pour nous présenter les rubriques qu'ils consultent : « News », « Logos », « Sonnerie », « Sport », etc. Puis la fréquence à laquelle ils les consultent, ce qu'elles leur apportent, etc. Enfin, nous leur avons demandé de nous décrire comment ils procèdent pour visionner des vidéos et des programmes télévisés. Cela nous a permis de les amener à expliciter leurs préférences relatives aux types de chaînes, de programmes, celles relatives aux différents

formats médiatiques (écrit, radio, vidéo et chaînes télévisées) et journalistiques (les *news* écrites, les journaux télévisés, les chaînes d'information en continu, les vidéos (flash info, journal du foot, reportage, etc.)).

Sans rentrer dans les détails, retenons d'une part que nous avons référé l'appropriation des services multimédia aux usages des autres fonctions, notamment les fonctions communicationnelles. Cette ouverture nous paraît on ne peut plus nécessaire puisqu'un usager qui utilise les fonctions communicationnelles selon un « modèle connecté », c'est-à-dire qui entretient des liens téléphoniques composés « d'appels, courts, fréquents, où le contenu peut jouer un rôle secondaire par rapport au simple fait d'appeler »<sup>235</sup>, est susceptible de s'approprier les fonctions multimédia sur le même modèle. C'est du moins une des hypothèses que nous défendons. Et, retenons d'autre part, qu'en confrontant les individus aux services et aux contenus, nous avons tenté de leur faire investir les types d'attaches les plus difficiles à expliciter (le statut des images, des écrits). Mais pas seulement.

Pour avoir pu expérimenter la méthode des « parcours commentés »<sup>236</sup>, il s'est agi de s'en rapprocher. Insistons sur le fait qu'il ne s'agit que d'un rapprochement car nous n'avons absolument pas collé à la rigueur que cette méthode mérite. En effet, elle permet de recueillir les effets d'ambiance dans des environnements multisensoriels. Par exemple, nous l'avons appliquée<sup>237</sup> en pleine nuit, et ce n'est pas qu'une simple précision, pour étudier l'ambiance lumineuse de deux cités toulousaines, avec leurs zones d'ombres, leurs façades grises, leurs lampadaires brisés, leurs vitres éventrées, leurs voitures calcinées, leurs dealers amusés (au moins durant les premiers temps...), leurs pitbulls en liberté et leurs aboiements, soit autant d'éléments formant un environnement multi-sensoriel. La méthode des parcours commentés permet de recueillir ces éléments d'ambiance en demandant aux enquêtés, engagés *in situ* dans ce type d'environnement, d'exprimer leurs impressions. Il va de soi que l'ambiance du face-à-face entre un utilisateur et son téléphone multimédia est bien plus sereine. C'est pourquoi nous n'avons pas pu utiliser cette méthode avec la rigueur qu'elle nécessite. L'expression de ces éléments d'ambiance par celui qui traverse une cité, la nuit, se fait d'elle-même. Comme-ci, sans l'aide du sociologue, il s'était de lui-même engagé, au fil de ses expériences, à questionner cette ambiance ... Il n'en va pas de même autour de l'ambiance des services multimédia. Leur

---

<sup>235</sup> Licoppe, 2002, p. 183.

<sup>236</sup> Thibaud, 2001.

<sup>237</sup> Leroux (dir.), Fiori, Houdemont, Bardyn, Bréta, Figeac, 2004.



multi-sensorialité paraît dès lors relative. Il est nécessaire que le sociologue invite l'enquêté à se distancier de sa pratique pour qu'il s'efforce d'exprimer l'ambiance visuelle et sonore de ces services ainsi que la manière dont ils l'affectent. Si nous nous sommes rapproché en cela de la méthode des parcours commentés, pour questionner la sensorialité des usages, nous l'avons recueillie à travers le filtre de l'expression de la réflexivité sans qu'elle s'expulse de la bouche des enquêtés sous la tyrannie d'une ambiance oppressante. Sans en avoir l'intention, nous avons ainsi poursuivi l'objectif des travaux sur le goût, soucieux de favoriser l'expression des plaisirs liés aux usages.

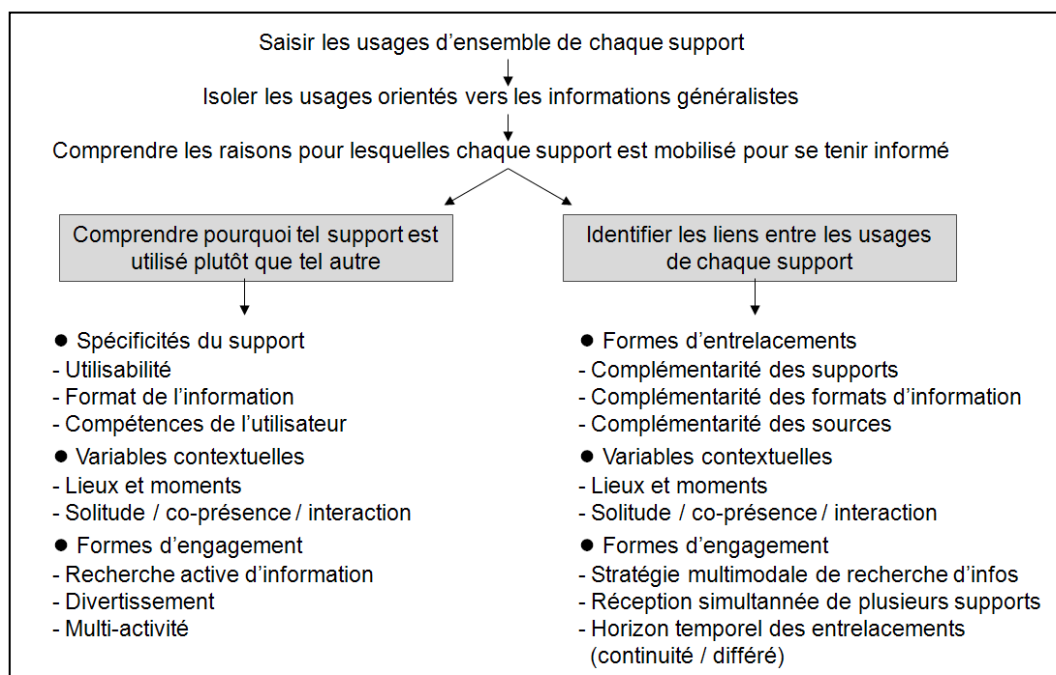
Précisons que nous avons filmé ces « parcours commentés » à l'aide d'un caméscope. Lorsque les individus rejouent leurs utilisations les plus fréquentes, ils ne verbalisent pas nécessairement les appuis, du design des services, sur lesquels ils indexent leur discours. Par exemple, au lieu de dire qu'ils aiment bien aller consulter la rubrique « Téléchargement », ils se contentent de dire : « J'aime bien aller là », « J'aime bien ça aussi mais j'y vais moins souvent », etc. Pour que ces comptes rendus soit déchiffrables *a posteriori*, il s'est donc avéré nécessaire de les filmer pour pouvoir les référer au design des services décrits. Comme nous le montrerons, cette manière de procéder nous a permis de voir comment le design des interfaces attache les utilisateurs à certaines de leurs utilisations et les lie à certains contenus. A travers les captures d'écran ci-dessous, on peut par exemple voir que, lorsque cet amateur d'informations sportives se connecte sur la rubrique sport, il ne lit pas les titres de la Une. Il va immédiatement cliquer sur le lien de la vidéo « Journal des sports ». Une fois qu'il a visionné ce flash des infos sportives, et vécu l'émotion du but, il revient consulter les gros titres des *news* écrites et leur pâle représentation des « événements » sportifs.



Photo 1 : Captures d'écran des enregistrements

### c) *Le cheminement des entretiens*

Maintenant que nous avons décrit les bricolages grâce auxquels nous avons sollicité l'expression de la réflexivité, reprenons de manière plus systématique le cheminement des entretiens. La grille d'entretien définie au préalable est relativement simple et linéaire. Elle va du général au particulier (cf. ci-dessous le « Schémas du cheminement des entretiens »).



**Figure 6 : Schémas du cheminement des entretiens**

Il apparaît clairement que les entretiens cherchaient avant tout à sonder la manière dont les individus maîtrisent leurs pratiques d'information, comment ils gèrent leur distribution sur différents supports, à des moments différents, dans des lieux différents, seul ou à plusieurs. De même, il s'est agi de sonder les préférences relatives aux différents formats d'information et aux différents supports mobilisés. Et enfin, un intérêt particulier a été accordé aux activités développées en parallèle des usages : les tâches quotidiennes (le ménage, la cuisine, la conduite de la voiture, etc.), les autres usages (regarder le « Journal du Foot » sur la Mobile TV tout en regardant une série sur la télévision domiciliaire) et les autres activités culturelles (naviguer sur Internet en écoutant de la musique).

#### *d) L'utilité des questionnaires dans le recueil des données de fréquentation*

Face à la diversité des usages que nous cherchions à sonder, pour saisir l'appropriation des services mobiles multimédia, il s'est avéré pertinent de recourir à des questionnaires. Ils nous ont permis de récolter des données de fréquentation sur les différents supports d'information utilisés. Autrement dit, ils ont permis de recueillir une grande variété de précisions impossibles à sonder lors des entretiens :

- Les supports d'informations utilisés
- La fréquence des usages de chaque support
- Les contenus consultés ou les types de programmes regardés
- Les lieux d'utilisation et la fréquence d'utilisation selon les lieux
- Le profil sociodémographique des usagers

Il va de soi que la taille de notre échantillon ne nous permet pas de réaliser un traitement statistique de ces quelques questionnaires. Ils n'ont pas été produits dans cet esprit. Nous leur donnons pour seule ambition de permettre de recueillir des données de cadrage aussi précieuses que difficiles à recueillir à l'oral. Ils facilitent également l'analyse des entretiens en permettant de confronter la singularité des pratiques individuelles à une grille de lecture rigide. Si nous précisons leur rôle, il ne faut pas pour autant le surestimer tant ils restent totalement secondaires dans le cadre de cette recherche.

## **2. Présentation de l'étude**

La première étude avait pour objectif de saisir l'appropriation de l'ensemble des services mobiles multimédia (WAP, vidéo en streaming et Mobile TV). Pour observer des usages représentatifs, il a été nécessaire de rechercher des personnes ayant accès à ces offres depuis plus de deux mois. Nous considérons que ce délai est suffisamment important pour permettre aux utilisateurs de sortir d'une logique de découverte et stabiliser leurs usages.

En faisant ce choix, notre recrutement s'est orienté vers une population spécifique dont le portrait a largement été décrit par les multiples études d'usage. Il s'agit du profil

« *lead user* »<sup>238</sup>. Ces utilisateurs technophiles forment en effet le cœur de cible des offres multimédia dans la mesure où ils sont les premiers à se les approprier, au même titre que la plupart des innovations technologiques. Après avoir précisé le profil des individus recrutés pour réaliser les entretiens, nous proposerons un rapide tour d'horizon de leurs usages afin de permettre au lecteur de mieux se représenter ce que leur téléphone multimédia leur fait faire.

a) *Les variables discriminantes retenues pour le recrutement de l'échantillon*

Cette étude a été réalisée entre le mois de décembre 2005 et le mois de mars 2006. Même si le service de Mobile TV a été commercialisé un an avant cette étude, au mois de décembre 2004, les 29 usagers interrogés l'utilisaient peu, voire pas du tout. Dès lors, les premiers entretiens traitent essentiellement des usages du WAP et de la plateforme de VOD (*Video On Demand*). Ce n'est qu'à partir du mois de décembre 2006, lors de la deuxième phase de cette étude, que nous avons réellement pu nous intéresser aux utilisations de la Mobile TV. 18 utilisateurs supplémentaires ont alors été recrutés pour réaliser des entretiens, des suivis ethnographiques à l'aide de lunettes caméras et des entretiens d'autoconfrontation. Même si ces données « naturalistes » seront analysées dans la partie suivante (cf. Partie III), lorsque nous nous focaliserons sur les 15 participants ayant filmé leurs déplacements dans les transports en commun parisiens, nous traitons dans la partie consacrée ici aux usages de la Mobile TV, les informations recueillies à l'aide des entretiens et des questionnaires (cf. L'appropriation de la Mobile TV comme épreuve traversée en opportuniste, p. 136).

Lors des deux phases de cette étude, nous avons donc recruté un panel de 47 utilisateurs régulier des services mobiles multimédia. Nous considérons, de manière arbitraire mais réaliste, qu'une utilisation peut être qualifiée de régulière quand elle est répétée plusieurs fois par semaine. C'est pourquoi les usagers dont nous observons ici les usages ne sont plus dans la découverte, ils se sont réellement appropriés ces services en les assimilant quotidiennement à la palette de leur consommation médiatique.

En parallèle de cette variable de l'intensité des usages, les personnes recrutées devaient être de grosses consommatrices d'informations journalistiques. L'idée était d'inclure dans notre démarche des personnes qui mobilisent plusieurs supports

---

<sup>238</sup> Von Hippel, 1986.

d'information pour se tenir informées, notamment en situation de mobilité. Nous espérons par là pouvoir visibiliser comment des utilisateurs entrelacent leurs usages des supports médiatiques, notamment les services mobiles multimédia, autour d'un genre de contenus.

Sur les 29 personnes recrutées lors de la première phase, 21 sont équipées d'un téléphone 3G et ont ainsi accès à l'ensemble des services multimédia (WAP, vidéos en streaming, Mobile TV) alors que 8 ont uniquement accès au WAP. A aucun moment nous avons eu cette intention. Il s'agit d'un aléa des procédures de recrutement qui nous ont amenées à inclure dans notre échantillon les personnes reconnaissant, lors des entretiens téléphoniques, utiliser les différents services multimédia. Or, une fois que nous avons approfondi ces échanges en situation d'entretien, il est apparu que ces personnes ne développaient pas les usages qu'elles avaient initialement annoncés.

Avec du recul, cet aléa est venu enrichir notre démarche. Il nous a incité à mettre au cœur de nos analyses la difficulté avec laquelle les utilisateurs pouvaient se représenter leur utilisation. Nous montrerons que la catégorisation technique et commerciale des services (WAP, vidéo ou Mobile TV), soit celle que nous avons mobilisés lors des entretiens téléphoniques, n'est pas forcément celle que les utilisateurs mobilisent pour identifier et restituer leurs utilisations. Dès lors, en pragmatique, nous montrerons comment est-ce qu'ils catégorisent leurs usages d'une manière totalement différente de cette catégorisation commerciale. C'est à travers cet art de faire<sup>239</sup>, au travers duquel ils se jouent de cette catégorisation prescrite des services, que l'on peut expliquer, *a posteriori*, pourquoi 8 des 29 usagers interrogés n'avaient finalement accès qu'au WAP.

En parallèle de ces variables, nous avons également décidé de dissocier notre échantillon en deux en recrutant 15 habitants de la région parisienne et 14 habitants de Toulouse ou de sa périphérie. Cette dimension du lieu de résidence est centrale tant les usages des services multimédia sont conditionnés par les modalités de déplacement. Comme les Parisiens empruntent beaucoup le métro, et comme la connexion à ces services est difficile dans les transports souterrains<sup>240</sup>, il a été pertinent de se tourner vers Toulouse et ses bus pour rencontrer des utilisateurs pionniers ayant assimilé ces fonctionnalités à leur consommation médiatique.

---

<sup>239</sup> De Certeau, 1980.

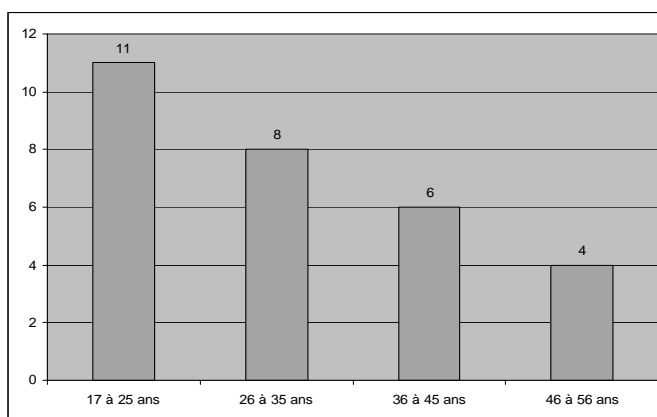
<sup>240</sup> Précisons que lors de la deuxième phase de l'étude, le réseau téléphonique couvrait certaines lignes du métro parisien. Nous analyserons dans la troisième partie comment les utilisateurs redistribuent leurs activités médiatiques autour de la disponibilité/indisponibilité du réseau téléphonique.

En ayant délimité cet échantillon autour de l'intensité des usages, des services multimédia et des supports d'information, ainsi que du lieu de résidence, nous avons donc fait le choix de ne pas le structurer autour des variables sociodémographiques. On peut dire, *a posteriori*, que les profils des personnes recrutées sont suffisamment diversifiés et représentatifs pour ne pas biaiser notre étude. C'est du moins ce que nous allons maintenant montrer en décrivant la répartition de notre échantillon selon chaque variable sociodémographique.

***b) Données de cadrage sur le profil sociodémographique des membres de l'échantillon***

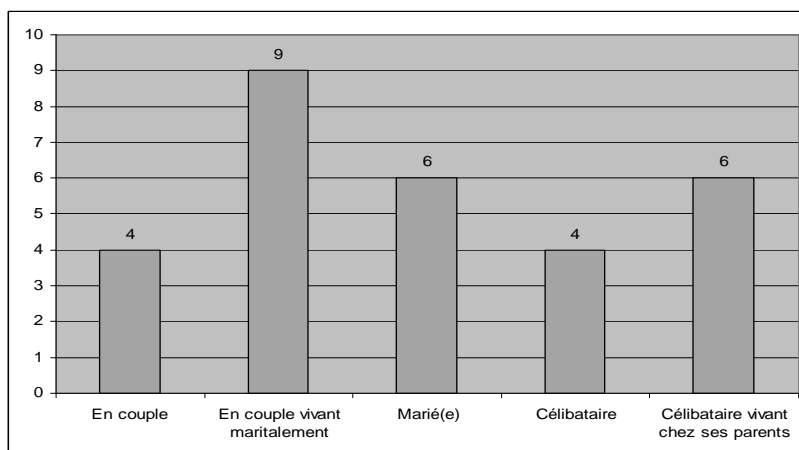
Si nous référons le profil sociodémographique des 29 personnes interrogées, lors de la première phase de cette étude, à la répartition de la population française, on peut noter :

- *Une surreprésentation des hommes* : l'échantillon est constitué de 19 hommes et de 10 femmes.
  
- *Une surreprésentation des moins de 35 ans*



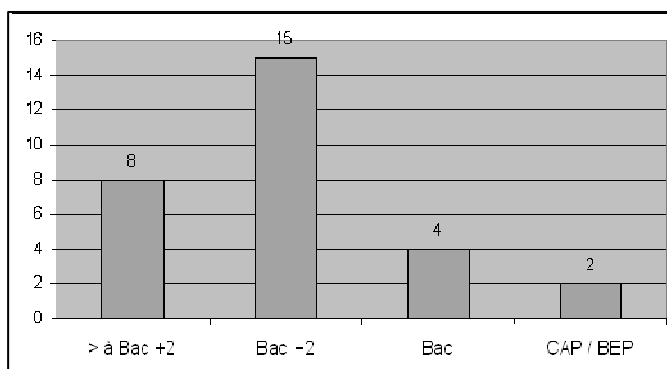
**Tableau 3 : Répartition de l'échantillon selon l'âge**

- Une sous-représentation des personnes mariées



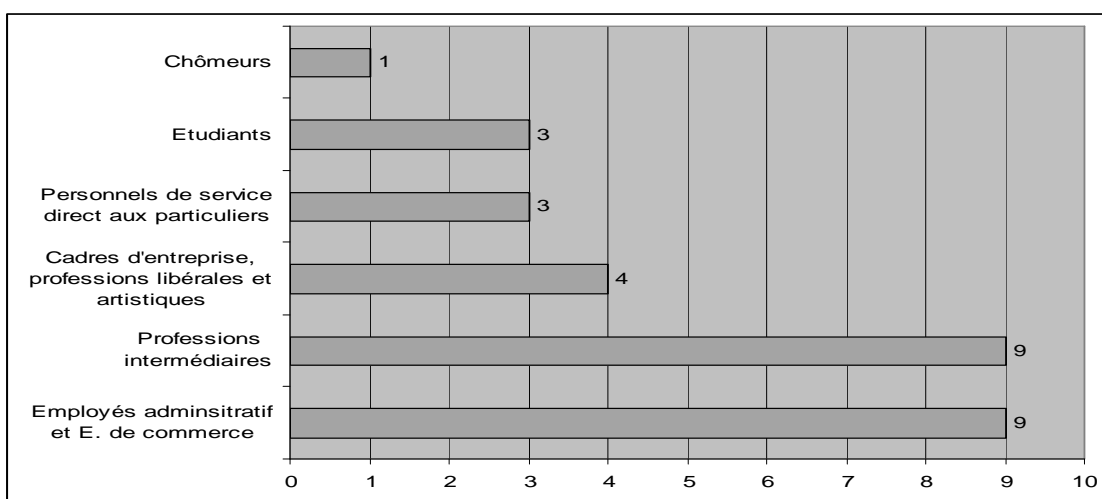
**Tableau 4 : Répartition de l'échantillon**

- Une surreprésentation des personnes diplômées de l'enseignement supérieur



**Tableau 5 : Répartition de l'échantillon selon le niveau d'étude**

- Une sous-représentation des chômeurs et des étudiants. Une surreprésentation des employés administratifs et des employés de commerce



**Tableau 6 : Répartition de l'échantillon selon la PCS**

L'échantillon d'individus dont nous analysons ici les usages peut dès lors être qualifié de technophile. Il regroupe essentiellement des hommes, de moins de 35 ans, vivant maritalement, étant diplômés du supérieur et exerçant une activité professionnelle dans une grande agglomération. Ce profil, aussi générique et caricatural soit-il, est convoqué dans une démarche pragmatique comme la nôtre pour faire échos aux nombreux acquis de la sociologie des usages. Ces utilisateurs font partie des foyers multi-équipés. Ils sont les plus disposés à assimiler des nouvelles technologies dans leur consommation médiatique. Nous noterons cependant à plusieurs reprises que la facilité d'utilisation des téléphones mobiles et l'attachement des femmes aux programmes télévisés incite à ne pas renvoyer trop vite l'appropriation de la Mobile TV à cette figure masculine de la technophilie.

Et, d'une manière générale, le niveau d'analyse que nous allons investir, à l'aide des entretiens comme des enregistrements vidéo, minimise l'importance de ces profils et, plus généralement, des variables sociodémographiques. Elles influent peu sur la catégorisation des services, que nous allons maintenant aborder, ou sur l'ancrage de l'activité de réception dans l'écologie des déplacements (cf. chapitre 5) et sur l'ancrage public des usages de la Mobile TV dans les échanges proxémiques de civilité (cf. chapitre 6). C'est pour cette raison que ces variables apparaissent ici comme secondaires.

## **II. L'appropriation du WAP et de la VOD par le travail de l'attachement opportuniste aux *news***

Si l'on compare les usages des différents services multimédia (WAP, vidéo et Mobile TV), on peut repérer que 23 des 29 membres de notre échantillon utilisent le WAP (cf. l'histogramme ci-dessous). Il apparaît dès lors que ce service est le plus utilisé de tous, notamment du fait que 8 utilisateurs ont uniquement accès à lui. Si maintenant, on prend uniquement en compte les 21 personnes qui possèdent un téléphone 3G et qui, par là-même, peuvent regarder des vidéos et des programmes télévisés, il apparaît alors que 15 d'entre elles utilisent le WAP alors qu'elles sont 19 à visionner des vidéos en streaming. Nous pouvons en déduire que les utilisateurs privilégient la consultation des vidéos, aux dépens des navigations WAP, quand cela devient possible.



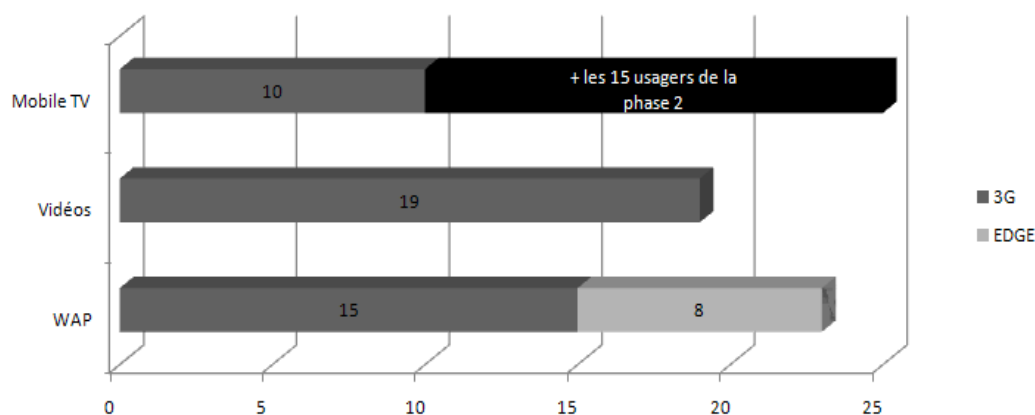


Figure 7 : Part des utilisateurs de chaque service multimédia

La taille de notre échantillon ne nous permet pas de dégager des tendances d'usage générales. En revanche, si l'on mobilise ces données sous une orientation pragmatique, il est possible de dégager une autre tendance toute aussi générale. Il est effectivement surprenant de voir que 6 usagers disent ne pas utiliser le WAP alors que la configuration des services les oblige, de fait, à naviguer dans ce service pour accéder aux vidéos et à la Mobile TV<sup>241</sup>. C'est ce que nous avons qualifié dans le chapitre 1 d'interopérabilité des services qui fait du WAP un point de passage obligé pour accéder aux contenus audiovisuels. Dès lors, la question qui se pose à nous est saillante. Puisque la dénomination technique et commerciale de ce service, le « WAP », n'est pas mobilisée par tous les utilisateurs pour identifier et rendre compte d'une pratique qu'ils développent de fait, comment la catégorisent-ils ? Au cours de cette partie, nous allons montrer comment cette catégorisation va être opérée autour des *news*, par le travail des attachements au genre journalistique. L'intérêt de cette démarche va être ensuite de décrire comment ils catégorisent la « Mobile TV », tant la dénomination technique et commerciale de ce service est là aussi loin d'être pertinente pour identifier et rendre compte des usages qui en sont faits.

## 1. L'appropriation du WAP par l'attachement aux *news*

Pour comprendre comment un service est catégorisé par les utilisateurs, notamment en situation d'entretien, il convient de saisir où ils se situent au moment où ils s'expriment. Par exemple, un usager utilisant le WAP depuis peu ne va pas rendre compte de ses utilisations de la même manière que celui qui l'a associé à ces activités

<sup>241</sup> Rappelons qu'à cette époque la « télécommande » de la Mobile TV n'existait pas encore.

médiatiques quotidiennes. C'est pourquoi, nous nous baserons ici sur l'expérience des 20 utilisateurs de notre échantillon qui fréquentent le WAP depuis plus de six mois (cf. schémas ci-dessous).

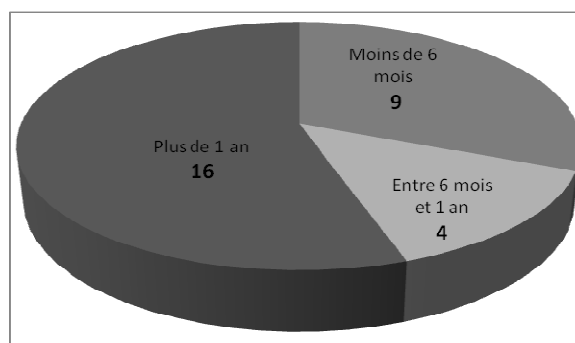
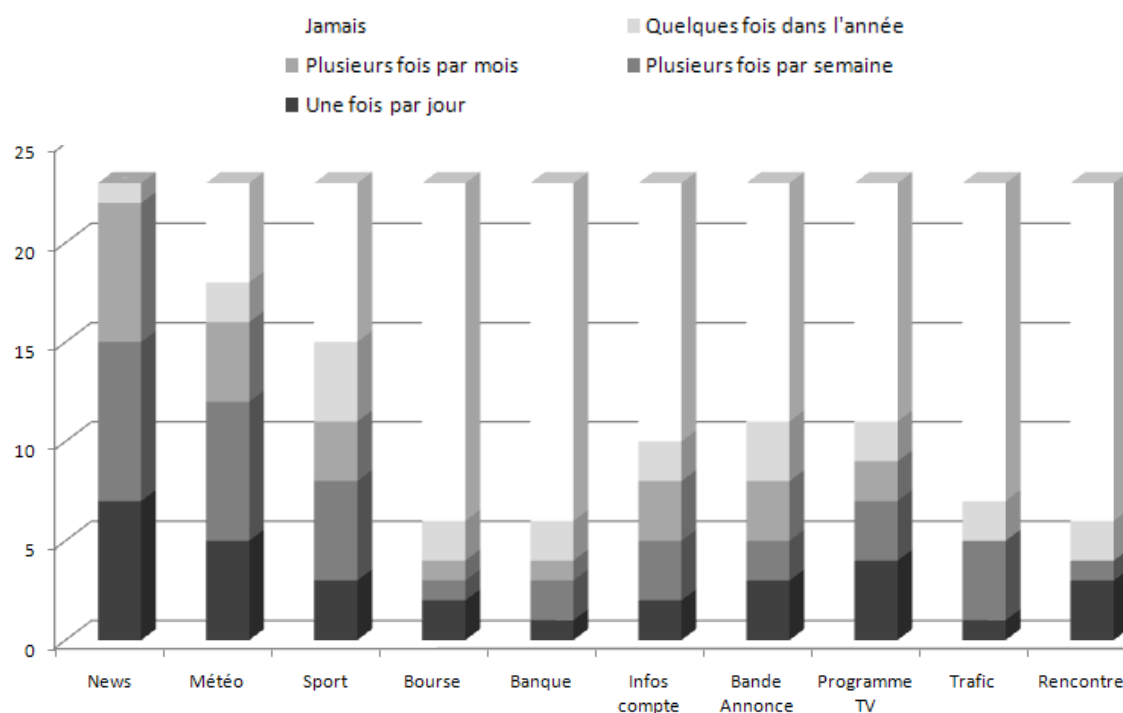


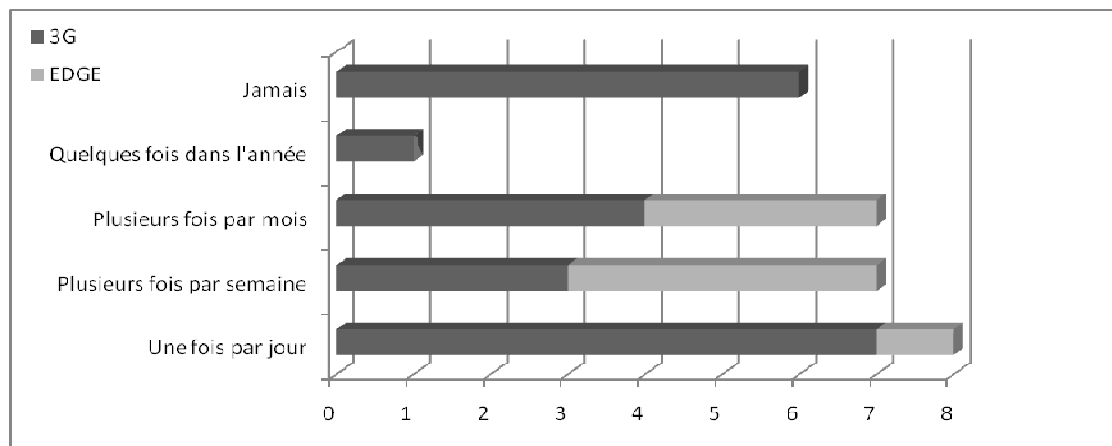
Figure 8 : Ancienneté de l'utilisation du WAP

Pour comprendre comment ils catégorisent ce service, il convient ensuite de saisir l'usage qu'ils en font. Dès lors, nous avons cherché à repérer quels types de contenus ils consultent à l'aide du WAP (cf. histogramme ci-dessous). Il apparaît alors que les *news* sont consultées par tous les usagers qui utilisent le WAP (23 sur 29). Et, si l'on englobe sous le genre journalistique, les rubriques « News », « Météo » et « Sport », il apparaît clairement qu'il se situe au centre des utilisations. En termes de fréquence de consultation, c'est également celui qui alimente les visites les plus régulières.



**Figure 9 : Audience des différents contenus consultables depuis le WAP**

Si l'on s'intéresse plus précisément à la fréquence des utilisations (cf. histogramme ci-dessous), on note la place que les utilisateurs ont accordé à ce service dans leurs pratiques quotidiennes puisque 15 usagers se connectent au WAP régulièrement, c'est-à-dire au moins une fois par semaine, et 8 l'utilisent occasionnellement.

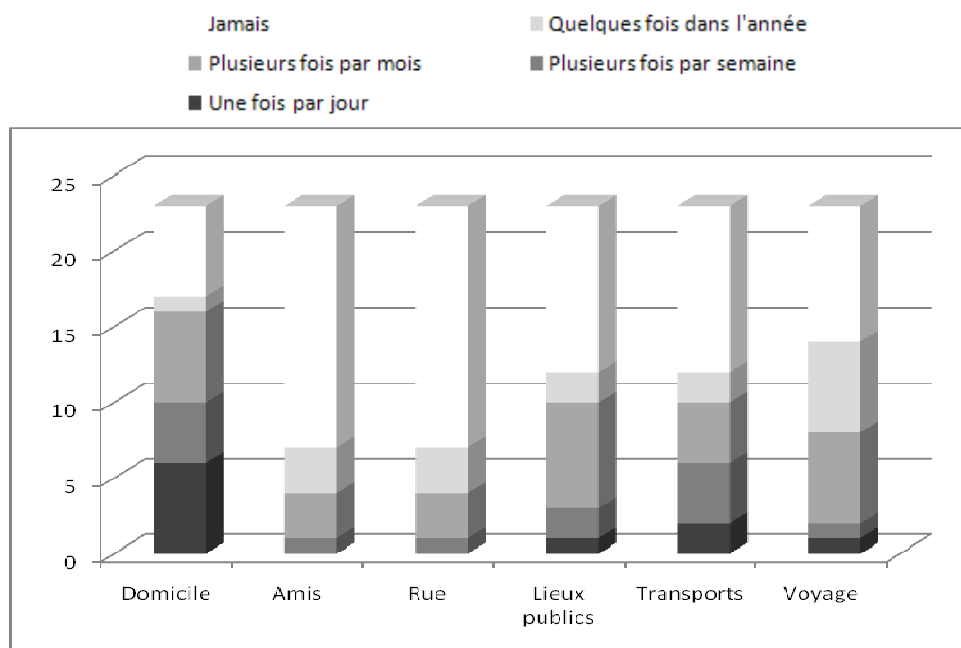


**Figure 10 : Fréquence de l'utilisation du WAP**

Cet histogramme rappelle que 6 usagers disent ne pas utiliser ce service. Même si nous avançons l'idée selon laquelle ils l'utilisent nécessairement comme une interface de navigation, on voit mieux pourquoi ils formulent cette réponse. Comme ils ne le mobilisent pas pour consulter des contenus propres à ce service (les *news*, les infos boursières, les infos trafic, etc.), ils considèrent qu'ils ne l'utilisent « Jamais ». Il n'y a bien entendu pas lieu de remettre en cause leur point de vue. Au contraire, leur positionnement nous amène à réfléchir sur la manière dont ceux qui utilisent ce service vont le catégoriser.

### *c) Comment l'appellation WAP se dilue dans les news*

Nous avons montré que le WAP sert avant tout à consulter des *news*. Il est maintenant intéressant de noter que, parmi les lieux habituels d'utilisation (cf. histogramme ci-dessous), le domicile ressort en premier. Ceux qui ne le consultent jamais au domicile le font plutôt dans les transports ou dans des lieux publics.



**Figure 11 : Les lieux habituels de connexion au WAP**

Cette tendance domiciliaire est paradoxale puisque nous serions tenté de croire que l'Internet Mobile est plutôt utilisé en situation de mobilité. Plusieurs raisons permettent d'expliquer ce paradoxe, déjà relevé par toutes les études abordant les usages des fonctions communicationnelles mobiles.

Il peut tout d'abord être renvoyé à la fracture numérique. Tous les usagers interrogés ne possèdent pas un ordinateur relié à Internet. Ils sont alors tentés de combler cette absence par le recours au WAP. Ou, si leur foyer est bien équipé d'un ordinateur, ils n'y ont pas toujours accès. Quand un membre du foyer occupe déjà le poste informatique, le WAP peut être utilisé comme un recours pour mener à bien des recherches d'information.

Ce paradoxe peut ensuite être renvoyé au fait que les utilisateurs, et plus particulièrement les utilisatrices, disent être très à l'aise avec leur téléphone mobile. La simplicité d'utilisation de ce service explique pourquoi tant de personnes interrogées se connectent au WAP quand elles sont chez elles. En effet, si les experts en informatique du logis rechignent à utiliser le WAP, tant l'éventail des informations proposé est restreint, il en va autrement pour les membres du foyer qui peinent à utiliser Internet. Pour ces utilisateurs qui ont des compétences en informatique tâtonnantes, les navigations sur Internet sont perçues comme des parcours du combattant parsemés d'embûches. Si ces personnes peuvent être rebutées par les multiples problèmes de navigation, elles butent

avant tout sur ce vieil adage : « Trop d'informations tue l'information ». Elles peinent à s'y retrouver dans la multiplicité des sources disponibles. Elles se laissent parfois guider par leur navigateur Internet qui, dès son ouverture, donne accès à la rubrique « News » disponible sur la page d'accueil de leur fournisseur d'accès. Mais, même si cette fenêtre sur les questions d'actualité est facile à entrouvrir, elles n'ont pas le réflexe de l'emprunter. Elles préfèrent investir leur objet fétiche aux services polymorphes.

Ainsi, lorsque ces personnes sont chez elles, elles préfèrent se connecter au WAP plutôt que d'investir l'ordinateur familial. Pour les personnes peu compétentes en informatique, l'utilisation du téléphone mobile va de soi. En cas de problème de connexion, il n'y a pas à chercher très loin. La réponse est trouvée d'avance. Soit « Ça capte plus ! ». Dans ce cas, on diffère l'utilisation. Soit « Ça bogue ! ». Dans ce cas, il n'y a plus qu'à se déconnecter ou à éteindre son mobile avant de réessayer. Ces utilisateurs considèrent que l'essentiel, malgré la lenteur du WAP et la taille de l'écran, c'est que ça marche ! Grâce au WAP, il devient facile de jeter un œil aux dernières *news* ou de visionner chaque matin la météo du jour. Ainsi, lorsqu'ils recherchent une information, ces usagers peu compétents en informatique n'ont plus à se demander quels sites ils doivent consulter. Le propre de la navigation WAP est qu'elle est extrêmement bien balisée, elle s'appuie sur des rubriques claires qui mènent directement à l'information recherchée.

En effet, le WAP comporte différentes rubriques : les « News », un espace de « Téléchargement » (Sonneries, logos, fonds d'écran, etc.), les pages du compte utilisateur « Perso » et, comme nous l'avons dit, la rubrique « Vidéo / Chaînes TV ». Chaque rubrique est ensuite structurée en sous-rubrique. Par exemple, sous les « News », l'utilisateur se voit proposer : « En Une », « Monde », « Société », « France », « Météo », « Sports », etc.). Ces sous-rubriques hiérarchisent donc les informations en reproduisant la catégorisation des quotidiens et, plus particulièrement, celle de leur portail Internet. Et, comme sur les sites de presse, ces catégories jouent la fonction de liens de navigation que les usagers sélectionnent pour accéder aux contenus ainsi répertoriés.

Dès lors, cette armature des rubriques balise les logiques de navigation au sein du WAP. Si les usagers compétents en informatique affichent leur frustration vis-à-vis de ce balisage, qui ne déborde pas des *news* et d'un espace de téléchargement payant, ils reconnaissent cependant qu'il forme au contraire une ressource quand il s'agit de consulter les *news*. Si ces utilisateurs dépassent les autres personnes interrogées par leur

degré d'expertise technique, ils partagent avec elles les mêmes arts de faire pour alimenter leur relation aux informations généralistes. Comme elles, quand ils mobilisent leur téléphone pour se tenir informés, leur objectif premier est d'accéder rapidement à une vision globale de l'actualité qui leur permettra de prendre connaissance des principaux faits du jour. Les pages « News » du WAP jouent à merveille ce rôle puisqu'elles synthétisent l'essentiel des infos du jour. C'est pour cela que les utilisateurs interrogés consultent les informations à partir de leur mobile car ils savent que la configuration du WAP va leur donner accès à l'essentiel des *news* en peu de temps. Dès lors, pour comprendre la diffusion des usages du WAP dans les domiciles, il convient de prendre en compte cette autre forme de compétences développées autour du genre journalistique.

Il est alors intéressant d'observer que c'est à travers cette structuration du WAP en rubriques (« News », « Téléchargement », etc.) qu'ils vont catégoriser leur utilisation de ce service. Lors des entretiens, aucun utilisateur n'a dit : « le matin je consulte le WAP pendant que je suis dans le métro ». Ils disent tous sans exception : « le matin je consulte les *news* ». En ce sens, il singularise leur utilisation de ce service autour de la rubrique de contenu qu'ils visitent le plus souvent. De plus, seuls les *news* permettent d'alimenter des usages quotidiens en raison de leur réactualisation en continu. Il y a en effet peu d'intérêt d'aller visiter chaque matin la page téléchargement, qui recense souvent les mêmes sonneries que la veille, ou de naviguer dans l'espace « Perso » pour suivre l'état de sa consommation. C'est pourquoi, cette offre de contenu on ne peut plus restreinte invisibilise le service WAP derrière la rubrique « News ». Comme ce service ne permet pas de faire grand-chose, si ce n'est les consulter, les utilisateurs finissent par diluer leurs usages du WAP dans leurs pratiques d'information en disant : « Je me sers de mon téléphone mobile pour m'informer ». En situation d'entretien, ils affichaient alors une certaine incompréhension quand nous leur demandions d'explicitier leurs utilisations de ce service. Ils avaient le sentiment que nous cherchions à les enfermer dans une tautologie comme s'ils devaient par exemple dire : « Je lis la presse pour consulter des informations ».

Derrière ce processus apparemment anodin de l'appropriation, on peut observer comment ils catégorisent eux-mêmes leurs usages sous une catégorie qui est, d'une certaine manière, « naturelle ». En effet, la sociologie des publics est habituellement contrainte de définir de manière arbitraire, et *a priori*, des genres télévisuels pour observer les pratiques qui lui sont liées. Elle assume cette part d'arbitraire et tente de le

fonder, le plus rigoureusement possible, sur les caractéristiques de chaque format télévisuel, comme c'est le cas avec les JT<sup>242</sup>. Ici, nous avons la possibilité de voir comment les usagers catégorisent d'eux-mêmes leurs usages sous un genre médiatique : les *news*. Nous pouvons prendre ce genre tel qu'il est inscrit sur les interfaces (« News » ou « Infos ») sans chercher à le reformuler. Il nous suffit simplement d'observer comment ils s'approprient ce que nous pourrions appeler, dans la lignée de Michel De Certeau<sup>243</sup>, une prescription de catégorisation, en la requalifiant à partir du registre de pratique qui englobe ces usages, les pratiques d'information. C'est ce qu'ils affirment quand ils disent se saisir de leur téléphone pour suivre les informations. Pour donner toute la pertinence de cette lecture pragmatique de la catégorisation des services mobiles multimédia, il convient de croiser les usages du WAP avec les usages de la VOD.

## 2. Les deux modalités d'appropriation de la VOD

Comme les données recueillies à l'aide des entretiens et des questionnaires ne nous permettent pas de proposer un panorama exhaustif des usages du WAP, nous les avons mobilisés pour décrire comment les usagers interrogés procèdent pour catégoriser ce service lorsqu'ils rendent compte de leurs usages. Nous allons maintenant approfondir cette dimension en montrant que la catégorisation des services ne repose pas uniquement sur les contenus. Elle exploite également l'interopérabilité technique des services.

En effet, comme les « Infos » du WAP regroupent à la fois des dépêches écrites et des vidéos sur l'actualité du jour, les utilisateurs vont englober ces deux formats de contenu sous les pratiques d'information. Dès lors, ils vont renvoyer leurs usages de la VOD aux autres contenus, comme les clips musicaux ou les vidéos humoristiques. Il s'agit maintenant d'esquisser un panorama de ces usages avant d'approfondir ce processus de catégorisation. Là encore, notre objectif est bien de baliser l'étude de l'appropriation de la Mobile TV.

---

<sup>242</sup> Charaudeau, 1997 A, 1997 B.

<sup>243</sup> De Certeau, 1980.

### a) Cadrage des usages de la VOD

#### - Les vidéos au cœur de la mobilité

A la différence du WAP, les vidéos ne sont pas tant visionnées au domicile qu'en situation de mobilité, si l'on regroupe les usages dans les transports, dans la rue et, plus généralement, dans les lieux publics et durant les voyages (cf. la Figure ci-dessous). Ceci s'explique notamment par la présence de la télévision domiciliaire, face à laquelle les vidéos ont peine à rivaliser. Précisons que nous avons omis d'inscrire le lieu de travail dans notre questionnaire. Pourtant, il est ressorti des entretiens que le bureau est un lieu d'utilisation fort apprécié dans la mesure où, pendant les temps libre, notamment pendant les heures de repas entre midi et deux, les personnes sont parfois isolées et peuvent regarder des vidéos. Notons au passage que les événements importants de l'actualité, notamment les « événements » sportifs, sont propices à ces usages sur le lieu de travail.

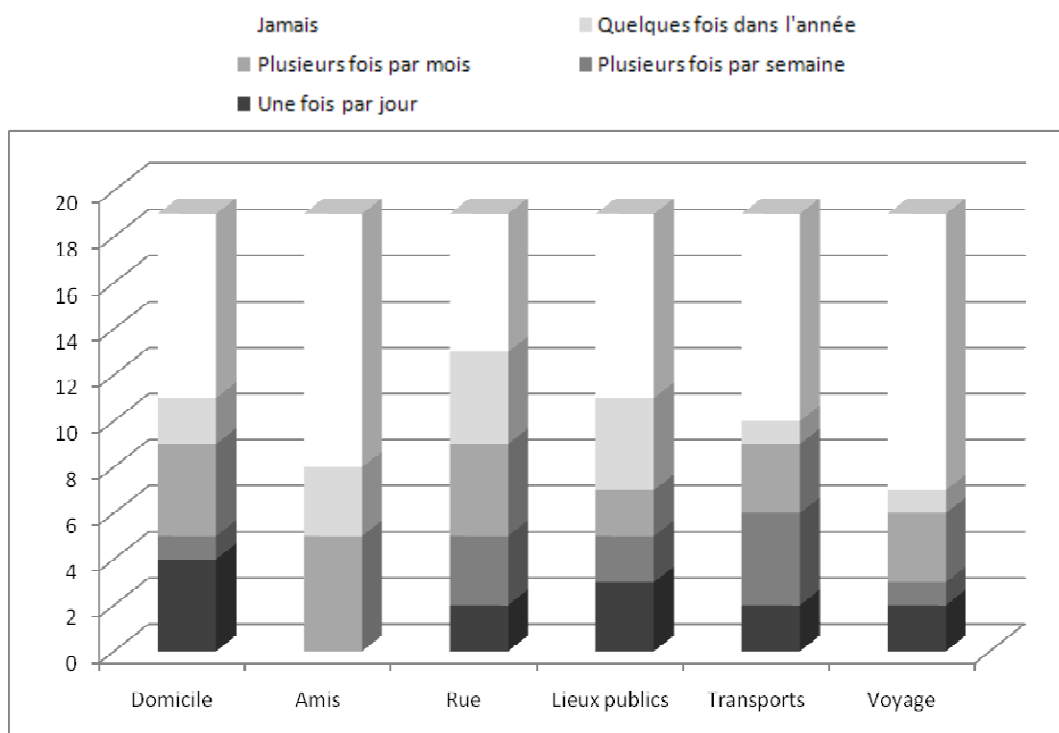
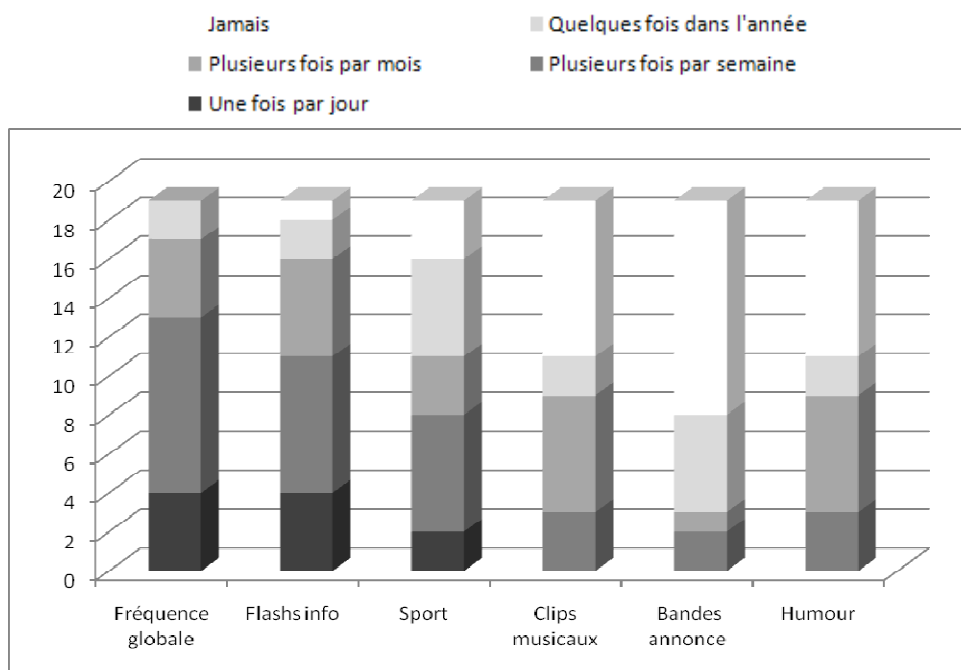


Figure 12 : Les lieux habituels de consultation des vidéos



### - La consultation des vidéos est orientée vers les questions d'actualité

Sur les 21 personnes interrogées qui possèdent un téléphone 3G, 19 s'en servent pour consulter des vidéos en streaming. En ce qui concerne la fréquence de leurs utilisations, on observe une réelle régularité des usages puisque 13 personnes en regardent au moins une chaque semaine. Comme pour le WAP (cf. l'histogramme ci-dessous), ce sont les vidéos liées aux questions d'actualité qui ont la meilleure audience : 11 abonnés visionnent des flashes infos plusieurs fois par semaine et 8 abonnés regardent régulièrement des vidéos liées aux « événements » sportifs.



**Figure 13 : Fréquence des consultations de vidéos**

Même s'il n'apparaît pas dans cet histogramme, le bulletin météo est particulièrement apprécié. Son audience est comparable à celle du flash info puisque, dans une même session WAP, les usagers auront tendance à regarder ces deux vidéos successivement. Il est également fréquent, mais pas de manière aussi systématique, que les usagers consultent dans la foulée le Journal des sports ou le Journal du foot. Pour comprendre cette tendance, il convient de croiser deux dimensions :

- Le format de l'offre : la variété de vidéos consultables depuis un terminal 3G est relativement restreinte. Elle se cantonne, chez tous les opérateurs téléphoniques, à quelques types de contenus : les vidéos liées aux questions d'actualité (le flash info, quelques reportages (3 ou 4) développant les faits centraux de l'actualité, le bulletin

météo, le Journal des sports et le Journal du foot) ainsi que les vidéos humoristiques, les bandes annonces de films et les clips musicaux). Dès lors, on peut considérer que le format de l'offre, en diffusant davantage de vidéos liées aux questions d'actualité, polarise les usages vers ce type de contenu. Même si ce facteur est réel, il ne peut pas être appliqué de manière stricte car il reviendrait à enfermer les usagers, et leur liberté d'action, dans un cadre déterministe. L'audience des *news* répond nécessairement aux attentes des usagers dans la mesure où la diversité des autres contenus reste suffisante pour alimenter des usages quotidiens.

- Le parallèle entre l'utilisation de ces vidéos et la consultation des quotidiens : Les usagers sélectionnent le plus souvent les vidéos pour prendre la mesure du climat événementiel, celle du climat météorologique, voire celle du climat sportif. Si cette restitution des pratiques d'information était appliquée à la lecture de la presse, elle serait on ne peut plus caricaturale. Pourtant, la relation aux vidéos doit être renvoyée à ce rapide tour d'horizon des principaux faits du jour, développés dans des séquences vidéo d'1 à 2 minutes. Les contenus plébiscités par l'audience de la VOD s'inscrivent dès lors dans cette démarche générale consistant à jeter un rapide coup d'œil à une mise image de l'actualité pour se tenir informé, vite et bien, dans des situations toujours plus inédites.

Les autres contenus sont consultés de manière sporadique, après les vidéos liées aux news. En s'appuyant sur les entretiens, on peut dire que les personnes qui regardent le plus ces contenus sont celles qui ont souscrits à un forfait WAP illimité. La semaine, elles déjeunent souvent seules dans leur bureau. Dès lors, elles ont une heure trente devant elles pour naviguer sur Internet et sur le WAP. Après avoir approfondi leur tour d'horizon des nouvelles du jour, elles prolongent leur moment de détente en regardant des contenus humoristiques ou des clips. Ces usagers sont également ceux qui utilisent le plus la Mobile TV.

#### ***b) L'indexation de la catégorisation des services sur leur interopérabilité***

Quel que soit son opérateur, l'utilisateur doit ouvrir une session WAP, pour consulter des vidéos en streaming, afin de se rendre dans la rubrique qui l'intéresse. Prenons l'exemple du journal des sports. Pour consulter ces vidéos, il est nécessaire que l'utilisateur commence par se connecter au WAP afin d'accéder à la rubrique « Sport » de Vodafone live! ou d'Orange World où il trouvera les liens ouvrant ces vidéos :



Photo 2 : Rubrique Sport de Vodafone live!



Photo 3 : Rubrique Sport d'Orange World

Liens ouvrant les flashes infos sportifs

Dès lors, cette configuration de l'offre nous invite à articuler les modalités de réception des vidéos avec les modalités de navigation dans le WAP. Cette articulation prend tout son sens quand l'on cherche à comprendre comment les vidéos en streaming viennent alimenter les pratiques d'information. En effet, S. nous livre l'impression qu'elle a eue la première fois qu'elle a consulté un flash info sur son téléphone :

*S. : « Et euh..., voilà, et en fait finalement, voir la vidéo, moi je me dis, en fait je pensais vraiment avoir une illustration un peu bateau de la dépêche (autrement dit des dépêches écrites répertoriées sous la rubrique "News") et en fait, non, non, c'est vraiment super complet quoi. »*

En lectrice assidue de la presse, elle continue l'entretien, associé à un parcours commenté, en comparant comment les *news* proposées par le WAP se distinguent des articles d'un quotidien :

*S. : « Et en général dans l'intro., t'as le « quand », le « comment », c'est « quoi », « où ». Et en fait, le « pourquoi » et le « comment », c'est dans le corps de la dépêche (autrement dit, des articles), tu le mets jamais en tête, et là, le « pourquoi » et le « comment » tu l'as pas quoi. Puisque c'est une dépêche qui, vraiment, est réduite au minimum en fait... Peut-être d'ailleurs que, s'ils avaient enlevé la photo, on aurait pu avoir la suite. Ce qui est intéressant, c'est que, ils restent quand même sur les modalités du multimédia quoi. T'as l'image, après tu peux voir la vidéo si t'as envie... »*

Elle lance un reportage vidéo sur le naufrage d'un navire :

« La nuit dernière, en provenance d'Arabie Saoudite, il y avait 1414 personnes à bord, dont une centaine de membres d'équipage, la grande majorité des passagers étaient des ouvriers égyptiens qui travaillent en Arabie. Le naufrage s'est produit vers 22 h, heure locale, en plein milieu de la Mer Rouge, pour une raison encore indéterminée, aucun SOS n'a été reçu, mais les conditions météo étaient mauvaises la nuit dernière. La Mer Rouge était très agitée, les fonds marins dans cette zone sont particulièrement accidentés en raison des récifs coralliens, on évoque... » Elle met la vidéo en pause.

*S. « Tu vois... Ce qui est intéressant, c'est que là (avec la vidéo), en fait, c'est beaucoup plus détaillé, on a tous les détails, le « pourquoi », le « comment », comment ça s'est passé, etc. Donc, on voit bien finalement que la dépêche, c'est plus l'intro, c'est un petit résumé et qu'ils ont misé finalement sur l'information via la télé pour communiquer, par l'image en fait finalement, pour communiquer l'information quoi, ils ont pas choisi le mode écrit en fait.*

(...)

*S. Donc en fait, c'est par l'image, c'est par la télévision finalement que... ils confortent, en fait la télé dans le rôle de premier média au niveau de la délivrance d'une information complète, etc. Ils pourraient s'en tenir uniquement aux textes, quoi. Mais finalement, c'est sûr qu'après les gens pressés, pof, plutôt que s'embêter à lire, j'imagine que ça va plus vite d'écouter..., c'est marrant qu'ils aient pas choisi la radio aussi, quoi. C'est peut-être aussi un souhait de..., d'être un peu plus novateur, parce que j'imagine que les portables avec la radio ça devait exister déjà. »*

S., bibliothécaire passionnée par le journalisme, a un réel recul sur l'articulation entre les vidéos et les dépêches écrites. Elle explique que « c'est comme si l'écrit, finalement, introduisait la télévision, en fait ». Autrement dit, pour elle, les dépêches ont pour but, à travers leur contenu succinct, de susciter l'envie de consulter les reportages vidéo. Elle conclut : « Mais finalement, c'est sûr qu'après les gens pressés, pof, plutôt que s'embêter à lire, j'imagine que ça va plus vite d'écouter... » En se distanciant de ses usages, elle décrit bien comment les autres usagers procèdent. En tendance générale, les utilisateurs du WAP survolent les titres des articles et vont directement vers les reportages vidéo pour accéder à de plus amples développements. Mais, dans la mesure où chaque sujet traité par une dépêche n'est pas repris sous forme de reportage vidéo, ils parcourent à l'occasion le corps de certaines dépêches. On peut toutefois affirmer que lorsqu'une vidéo est associée à un article, il est courant que les usagers la consultent directement plutôt que de s'aventurer dans les développements de la dépêche écrite.

Cette tendance montre bien que l'interopérabilité du WAP et de la VOD ne renvoie pas à un simple agencement des interfaces. Les liens vers certains flashes vidéo sont inscrits dans le corps même de dépêches écrites du WAP. Loin d'être de simples compléments, ce sont eux qui restituent les analyses les plus approfondies. En ce sens, les dépêches servent d'introduction. Elles jouent la fonction des « manchettes » des quotidiens qui sont exposées en haut des articles pour synthétiser les développements, tout en incitant les lecteurs à les lire. C'est dès lors autour de cette structuration des contenus, des renvois entre les données textuelles du WAP et les vidéos, que va être

opérée la catégorisation de ces services. En disant utiliser leur téléphone pour s'informer, les utilisateurs les englobent tous deux sous leur pratique d'information.

A travers ce processus de catégorisation, ils renvoient leurs usages de la VOD aux autres contenus, ceux qui sont uniquement accessibles depuis la rubrique « Vidéos », soit les clips musicaux, les bandes annonces de films ou les contenus humoristiques. Par exemple, nous avons filmé les usages de ce jeune lycéen sur une semaine (cf. La modalité d'ancrage transitionnelle, p. 294). Au cours de ses trajets, il regarde systématiquement le flash info, les flashes sportifs et/ou la Mobile TV. Et durant cette période d'observation, il n'a jamais regardé des clips musicaux. Pourtant, il répond :

*J.F. : « D'accord, et tu regardes plutôt quels types de vidéos ?*

*B.B. : Ben... quand c'est des vidéos, c'est plus de la musique... »*

En affirmant cela, il va de soi qu'il convoque des utilisations réelles. Pourtant, au regard de la place qu'occupent les flashes info dans ses usages, il peut être surprenant, pour un observateur extérieur qui chercherait à lire ses usages à l'aide de la dénomination technique et commerciale des services, qu'il ne les inclut pas dans ses usages de la VOD. Ce fait peut dès lors s'expliquer par ces différents facteurs qui convergent lors de l'appropriation de ces deux services : l'interopérabilité des services, la complémentarité des formats de contenus (vidéos et écrits) au sein des « News », le genre médiatique (les « News ») commun à ces deux formats de contenus ainsi que l'attachement au genre journalistique qui absorbe sous les pratiques d'information ce nouvel outil, indépendamment de sa déclinaison technique et commerciale en deux services distincts. L'appropriation de la VOD repose dès lors bien moins sur sa configuration technique, et sur les prescriptions techniques d'usage inscrites au cœur de la problématique de l'appropriation, que sur les genres de contenus qu'elle propose. C'est ainsi qu'il peut affirmer : « quand c'est des vidéos, c'est plus de la musique ».

Nous verrons cependant qu'il n'en va plus de même avec la Mobile TV dans la mesure où ce service renvoie à la pratique télévisuelle. C'est ainsi que les usagers distinguent le fait de s'informer avec leur téléphone, quand ils utilisent le WAP et la VOD, et le fait de regarder la télévision, quand ils se tournent vers la Mobile TV. L'appropriation de ce service est moins structurée autour des genres de contenus que de la télévision, en tant que support d'une pratique qui lui est dédiée. Cet aspect est primordial car les utilisateurs ne cherchent plus à rendre compte de leurs usages en insistant sur la nouveauté apportée par la Mobile TV : qu'est-ce que je fais de nouveau depuis que je

l'utilise ? Avec la Mobile TV, ils restituent leur utilisation autour de cette question : A quel(s) moment(s) et dans quelle(s) circonstance(s) puis-je dorénavant regarder la télévision ? Autrement dit, ils renvoient l'appropriation de la Mobile TV aux situations d'usage, au sein desquelles ils tentent de transférer leur pratique télévisuelle, car la nouveauté réside bien là dans la mesure où les contenus télévisés sont les mêmes. C'est pourquoi nous allons ouvrir ce débat dès à présent, autour des usages de la VOD, afin de montrer que l'appropriation de ce service ne peut pas seulement être cloisonnée autour des contenus qu'il diffuse.

*c) Vers une appropriation indexée sur la logique des situations.*

Comme S. vient de l'expliquer le format du WAP est agencé de manière à inciter les usagers à consulter des vidéos. S'il ne fait pas de doute que les opérateurs ont exploité le caractère novateur des vidéos pour enrichir leurs offres multimédia, il convient également de considérer que cette offre répond aux attentes – situées – des usagers.

Dans les questionnaires, nous avons posé cette question : « Quel intérêt trouvez-vous dans la possibilité de consulter les informations journalistiques sur votre téléphone mobile ? » Les réponses qui ont été apportées peuvent être thématiques sous trois registres. Les deux premiers renvoient : 1. à la synthèse des contenus et la rapidité avec laquelle on peut y accéder ; 2. à la disponibilité des informations liée au fait que l'on a toujours son téléphone mobile sur soi. Le troisième registre est quant à lui entièrement relié à l'offre de vidéos. Il s'agit du fait que les téléphones 3G peuvent venir se substituer aux autres médias quand on ne les a pas à portée de main. Voici comment les personnes interrogées ont formulé ce troisième registre :

*« Anticipation ou complément en l'absence de TV » / « Pratique quand on n'a pas la TV à disposition » / « Pratique, compris dans le forfait et cela évite d'acheter les journaux tous les jours » / « Utilisation soit dans la rue et voiture quand pas de TV ou de PC » / « Permet d'accéder à une information résumée quand je n'ai pas eu accès à la radio, TV ou quotidien. »*

Il apparaît que leurs réponses insistent sur le fait que les téléphones 3G viennent se substituer à la TV quand celle-ci n'est pas à disposition. Ainsi, le caractère novateur des vidéos en streaming constitue indéniablement le point fort des téléphones 3G. L'ensemble des usagers qui utilisaient de manière intensive le WAP se sont détournés peu à peu de ce service pour orienter leurs utilisations vers ces nouveaux contenus jugés plus

divertissants. Si les services multimédia sont inscrits dans les pratiques d'information des usagers, c'est bien parce qu'ils leur permettent de joindre l'utile à l'agréable.

Les vidéos constituent des supports de divertissement appréciés en raison des propriétés intrinsèques de ces contenus associant les sons aux images. Mais ces seules propriétés ne suffisent pas à expliquer leur succès. Leur attrait repose notamment sur leur format. Les flashes infos durent entre 1 et 2 minutes ce qui permet de les regarder dans une large variété de petits temps morts. Les journées sont peuplées de ces brefs instants à tuer, comme lors d'une pause cigarette :

*L.V.H : (...) « Mais des fois, c'est vrai que... bon, je suis fumeur donc c'est vrai que je vais à une pause cigarette pendant cinq minutes. Je suis tout seul et j'ai souvent mon téléphone dans ma poche.*

*Intervieweur : Hum, hum.*

*L.V.H : Donc, en fait tout seul, ça peut m'arriver, allez ! Je regarde une ou deux vidéos, le temps de fumer une cigarette et puis voilà.*

*Intervieweur : Oui, d'accord...*

*L.V.H : Comme je peux appeler quelqu'un euh... C'est vrai que... tout seul en train de fumer une cigarette, c'est vite lassant donc en fait, ça m'arrive, ouais. »*

La brièveté des vidéos permet aux utilisateurs de les consulter dans une large palette de situations. Il ne leur est pas nécessaire d'avoir devant eux un laps de temps important. Quelques minutes suffisent pour pouvoir en regarder une ou deux. Si l'on associe à cette spécificité de leur format le fait que l'on a toujours son téléphone sur soi, alors on comprend que certains usagers se mettent à consulter ces contenus dans des situations aussi inappropriées, *a priori*, qu'une pause cigarette. On voit bien ici comment l'appropriation de ce service renvoie tout autant aux contenus divertissants qu'aux créneaux d'utilisation brefs qui rendent pertinent le format court et attractif des flashes infos.

Avant de décrire en détail cette forme d'opportunisme autour des usages de la Mobile TV, il convient d'insister sur un autre aspect. Nous pourrions être tentés de croire que celui qui exploite une pause cigarette pour regarder un contenu va en prendre un au hasard. Ainsi, le flash info pourrait tout aussi bien combler cette opportunité de divertissement que le dernier clip vidéo ou le dernier humoriste à la mode. Non seulement cette lecture critique, du zapping occupationnel, est intransigeante mais elle voile une tendance bien plus profonde. Nous allons maintenant l'explicitier en nous aventurant dans le « pourquoi » les flashes infos convergent-ils avec l'opportunité des créneaux d'utilisation aussi brefs que les pauses cigarette ?

### - **L'image comme vecteur d'une meilleure compréhension des faits**

Si les usagers avancent que les vidéos consultables en streaming constituent la valeur ajoutée des téléphones 3G, ce n'est pas seulement parce que leur utilisation est plus ludique que la consultation du WAP. Si, comme nous venons de le faire, il convient d'insister sur le statut particulier des images dans les pratiques de divertissement, il faut également prendre en compte le statut particulier des images dans les pratiques d'information.

Dans le prolongement de la télévision, les flashes infos sont perçus comme des vecteurs d'une meilleure compréhension des faits. Les écrits du WAP, sous forme de dépêches, sont jugés trop imprécis. Nous avons vu, à travers le point de vue d'une jeune bibliothécaire, que cette imprécision est liée au statut de ces écrits qui forment de simples amorces aux flashes vidéo. Cette stratégie des opérateurs, visant à mettre à l'honneur le multimédia, a des effets sur la manière dont les usagers perçoivent l'écrit. Elle renforce l'idée, déjà présente chez les personnes interrogées, selon laquelle l'écrit laisse dans l'incertitude. Il fragmente le réel. Il coupe la compréhension du terreau qui devrait la faire germer. Comme le précise F.M., il privilégie les flashes actualité aux dépêches écrites du WAP « parce que l'image est plus intéressante, elle est parlante ». Il n'est pas possible d'imputer cette tendance au format court et factuel des dépêches car la lecture des quotidiens laisse également aux personnes interrogées cet arrière goût d'incompréhension. Ils sont nombreux à se tourner vers les journaux télévisés quand ils ont mal saisi les enjeux d'un fait rapporté par un article de presse.

Cette tendance peut être considérée comme paradoxale car nos modèles de pensée sont sensés être en phase avec les imprimés, puisque ce sont eux qui ont participé à leur modélisation. C'est du moins ce que nous apprend la médiologie, elle « oblige à redéfinir le sujet transcendantal kantien par l'histoire des techniques et des collectifs. Bien loin d'être immanente, innée et rayonnant dans quelque éther transparent sur le mode de la « lumière naturelle », notre raison dépend de nos outils. (...). Contre ce monument idéaliste ou romantique, il faut rappeler que l'homme seul ne pense pas (mais rêve, ou imagine aux frontières du délire), en bref que c'est le collectif qui pense, et qu'il y faut des outils ou des médias en général »<sup>244</sup>. Jack Goody<sup>245</sup> a été un précurseur de cette approche en montrant que c'est l'écriture, par sa matérialisation sur un support matériel

<sup>244</sup> Bougnoux, 1993, p. 15.

<sup>245</sup> Goody, 1979.



(tablette d'argile, papyrus, papier...), qui a favorisé chez l'homme la faculté de distanciation critique. Ceci pour plusieurs raisons : la segmentation de l'écrit favorise l'arrêt sur le signifiant, l'inscription de l'écrit sur un support permet de décontextualiser le savoir, il rend possible la confrontation des énoncés dans des lieux différents, à des époques différentes. Elizabeth Eisenstein<sup>246</sup> va plus loin en repérant les conséquences culturelles, engendrées par l'introduction de l'imprimé, lorsqu'il est venu détrôner la page manuscrite. Elle montre qu'il a contribué au changement des mentalités, en modifiant les modes de connaissance par la standardisation de l'écriture, en participant à la construction de la science et au mouvement culturel de la Renaissance. Ainsi, si l'on s'appuie sur cette anthropologie des modèles de pensée, nous serions poussé à croire que la presse écrite, qu'elle prenne la forme d'articles de presse ou de dépêches d'agence, forme une médiation plus en phase avec nos rationalités que les contenus télévisuels. Notre manière d'appréhender les événements est sensée être davantage liée à la forme que leur confère leur représentation écrite plutôt qu'à celle que leur confère leur retransmission télévisuelle.

Pourtant, quand on se fie au ressenti des interviewés, on peut observer une réelle défiance envers les écrits journalistiques. Ils se méfient tout particulièrement de la presse écrite car ils considèrent que le recul et l'analyse sont des activités personnelles, elles leur sont propres, ils préfèrent les développer sur la base de la dimension factuelle des informations. En ce sens, le format des dépêches est davantage en phase avec leurs attentes car ce discours de presse colle aux faits là où les quotidiens prennent, à travers leurs analyses, une distance perçue comme une source de tromperies. Si cette tendance est exacerbée avec la presse écrite, elle se retrouve également dans la relation aux journaux télévisés :

*E. F. : « Parfois M6 d'ailleurs parce que c'est des concentrés d'informations [mot incompris]. J'aime pas trop quand ça dure une demi-heure, trois quarts d'heure avec les commentaires de l'un, de l'autre, on brasse beaucoup... je suis pas très... je suis pas porté sur l'information à outrance, je préfère... l'important, c'est de savoir ce qui s'est passé [mot incompris]. Je trouve que Canal + présente bien l'info comme ça, ça part pas dans des interprétations, les commentaires de l'un et ça évite d'être... pas manipulé, d'être trop influencé. »*

Cette défiance envers les analyses et les interprétations des journalistes n'est pas nouvelle. Elle est concomitante à l'audience rencontrée par les dépêches des agences de

---

<sup>246</sup> Eisenstein, 1983.

presse. A la différence des articles, elles sont brèves. Elles décrivent un état de fait sans forcément chercher à l'expliquer. Elles proposent « *des actions (ou des événements) successifs, sans pour autant qu'ils soient inscrits dans une structure d'intrigue, c'est à dire sans qu'il soit possible de repérer une transformation et surtout un nœud et un dénouement, éléments caractéristiques du récit* »<sup>247</sup>. Elles se cantonnent à présenter les faits et, à la différence des analyses, les faits ne trompent pas.

Cette tendance est centrale pour comprendre l'audience des flashes infos, des bulletins météo et du journal du sport. Les usages de ces vidéos sont à inscrire dans le prolongement de ce rapport aux informations généralistes qui consiste à orienter les recherches vers des informations factuelles qui livrent un état des lieux du théâtre événementiel, sans nécessairement chercher à proposer des clés d'analyse. L'engouement pour les sports, la météo et les cotations boursières est particulièrement significatif de ces pratiques expertes de veilles informationnelles orientées vers la recherche de données factuelles. Face à de telles attentes, la légitimité des institutions journalistiques en est bouleversée car si les pratiques étaient organisées selon la légitimité des supports d'informations, le WAP, les flashes actu ou les journaux gratuits n'auraient que peu de crédit.

L'entrée par la question des « effets de légitimité »<sup>248</sup> est à ce titre problématique car elle conduit souvent à formuler des jugements de valeurs sur les pratiques observées. En essayant d'éviter cet écueil, nous montrerons que la relation aux news est toujours structurée par des « effets de légitimité », socialement distribués, qui orientent le choix des sources et la manière de les appréhender. Seulement, la multiplication des accès possibles aux news par l'apparition de nouveaux supports d'informations (dont les téléphones 3G) suscite de nouvelles manières de se tenir informé qui tendent à substituer, aux démarches complexes à engager pour accéder aux contenus dits « légitimes », des démarches de moindres coûts orientées vers ces nouveaux supports qui attirent les usagers par leur grande disponibilité. Ainsi, la dimension de la légitimité des sources d'information tend à devenir secondaire par rapport à la possibilité d'accéder facilement, voire gratuitement, à un support et aux informations qu'il véhicule. C'est du moins ce que nous avons commencé à montrer ici à travers la convergence entre la brièveté des situations d'usage et les préférences des usagers pour les flashes info de la VOD, soit des

---

<sup>247</sup> Jamet, Jannet, 1999, p. 109.

<sup>248</sup> Lahire, 2004 A, 2004B, 1998.

informations télévisées structurées en séquences courtes et factuelles qui peuvent être visionnées lors de brefs temps morts. Cherchons maintenant à saisir comment cet opportunisme se retrouve dans l'appropriation de la Mobile TV.

### **III. L'appropriation de la Mobile TV comme épreuve traversée en opportuniste**

A travers l'étude de l'appropriation du WAP et de la VOD, nous avons montré que les usagers ne convoquent pas la désignation technique et commerciale de ces deux services pour catégoriser leurs utilisations. Pour identifier leurs usages, et les restituer à un enquêteur, ils exploitent une des rubriques du WAP, les « News », qui regroupe à la fois des dépêches écrites et des liens vers la VOD. Ils assimilent ainsi les usages de ces services à leurs pratiques d'information sans les dissocier. De même, ils distinguent leurs consultations des autres contenus autour de leur convergence avec d'autres registres de pratiques : les clips vidéo leur permettent d'écouter la musique, les bandes annonces de film sont visionnées pour alimenter leurs sorties culturelles dans les cinémas ou leur fréquentation des sites de téléchargement, etc.

En ce qui concerne la Mobile TV, elle est appropriée selon sa convergence avec leur pratique télévisuelle. Même si sa désignation technique et commerciale, la « Mobile TV », n'est jamais convoquée dans les discours, ce service est identifié en tant que tel car il permet d'alimenter une seule pratique clairement identifiable : regarder la TV. Dès lors, comme la catégorisation de son utilisation paraît « naturelle », les usagers redoublent de virtuosité pour qualifier comment ce nouvel écran de télévision leur permet de reproduire, ou de renouveler, leur pratique télévisuelle. La manière dont ils qualifient cette orientation de leur pratique télévisuelle repose peu sur les contenus proprement dits, puisque ce sont les mêmes que ceux que les utilisateurs fréquentent habituellement dans leur salon. On observe plutôt une requalification de la pratique télévisuelle en appui sur les conditions de réception inédites à travers lesquelles il devient possible de regarder ses programmes favoris. Cette requalification s'ancre donc dans les situations d'usage, que ce soit leurs agencements, leurs écologies, leurs horizons temporels, leurs co-présents et leurs interactants. Ce sont bien ces situations inédites de réception qui vont interférer sur le transfert de leur pratique télévisuelle en conditionnant la transférabilité de différentes préférences télévisuelles. Nous allons maintenant préciser cet aspect en qualifiant

d'opportunistes les « arts de faire »<sup>249</sup> déployés par les usagers pour concilier leurs préférences télévisuelles avec les contraintes d'usage rencontrées en situation.

C'est à travers ce même opportunisme que nous venons de montrer comment les usages du WAP et de la VOD acquièrent une pertinence suffisante pour être associés aux pratiques d'information. Leur appropriation procède en effet de la convergence entre leurs brefs contenus factuels et la brièveté des créneaux d'utilisation. Il en va de même avec la Mobile TV sauf que, dans la forme d'opportunisme qu'elle alimente, le format des contenus est secondaire par rapport aux préférences télévisuelles et au champ des possibles qui s'ouvre à elles.

## 1. Panorama des usages de la Mobile TV

### a) *L'audience observée de la Mobile TV*

Afin de donner un aperçu général de ce que les utilisateurs font avec la Mobile TV, il est intéressant de commencer par traiter les informations recueillies à l'aide des questionnaires<sup>250</sup>. Nous avons évalué la fréquence selon laquelle chaque genre d'émission de télévision est regardé à l'aide de ce service. Pour faciliter la présentation des résultats, et pour aller dans le sens de notre propos général, nous avons distingué deux types de contenus : les programmes de divertissement et les programmes ayant trait, de près ou de loin, à l'actualité générale<sup>251</sup> (se reporter aux deux figures ci-dessous).

Le traitement de ces données reste très problématique notamment parce que la fréquence des utilisations, rapportée ici par les utilisateurs, paraît bien plus importante que celle que nous avons pu observer à partir des enregistrements vidéo. Malgré cette limite, ces données permettent tout d'abord de corroborer un constat transversal à l'ensemble des études internationales<sup>252</sup>. En effet, parmi les genres de programme référencés, les journaux télévisés sont les programmes les plus regardés, que ce soit en

---

<sup>249</sup> De Certeau, 1980.

<sup>250</sup> Comme cela a été dit (cf. Présentation de l'étude, p. 124), les données présentées concernent les 36 utilisateurs ayant accès à la Mobile TV (soit les 21 usagers de la première phase de cette étude associés aux 15 participants à la seconde phase)

<sup>251</sup> Précisons que cette distinction n'a pas été effectuée lors des entretiens, nous l'avons réalisée au moment de l'analyse. De plus, si nous avons regroupé les contenus sportifs sous la thématique « News » de la VOD, il n'en va plus de même ici car les nombreux programmes sportifs de la Mobile TV, dont la chaîne Orange Foot, peuvent difficilement être rapprochés des actualités générales.

<sup>252</sup> Södergard, 2003 ; Mäki, 2005 ; Knoche, Mc Carthy, 2005.

termes de nombre de téléspectateurs ou de fréquence : 28 personnes les regardent plusieurs fois par semaine. Même si elles ont amplifié leur utilisation, nous pouvons identifier le fait que la place que les news occupent dans leur consommation de la Mobile TV est centrale. Elle est bien plus importante que la place qu'elle occupe dans leur pratique télévisuelle domiciliaire.

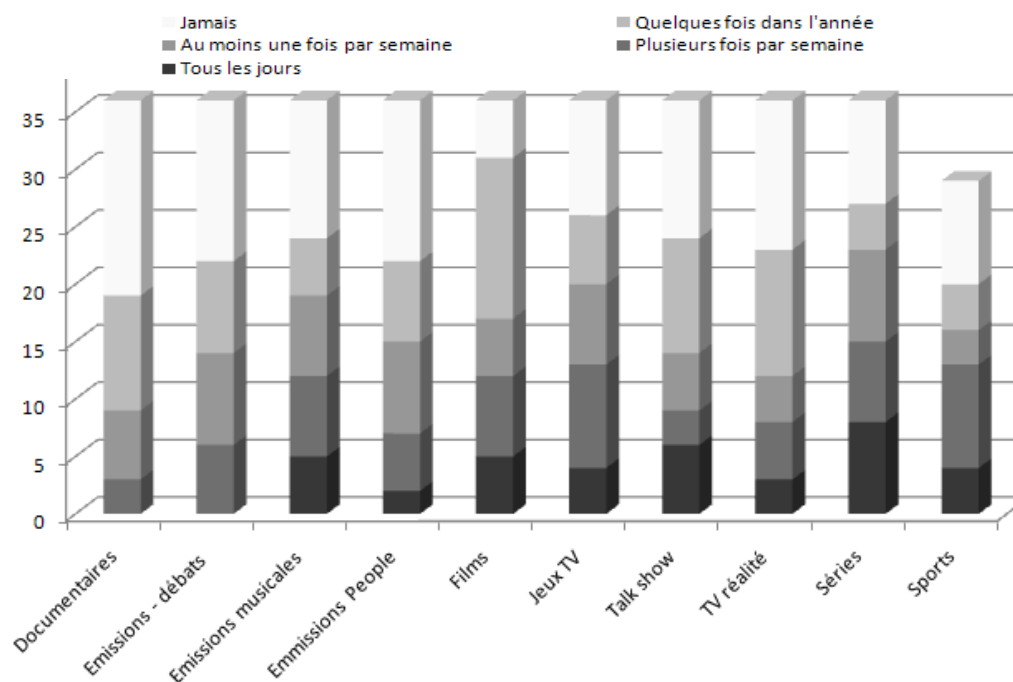


Figure 14 : Fréquence d'écoute des programmes de divertissement

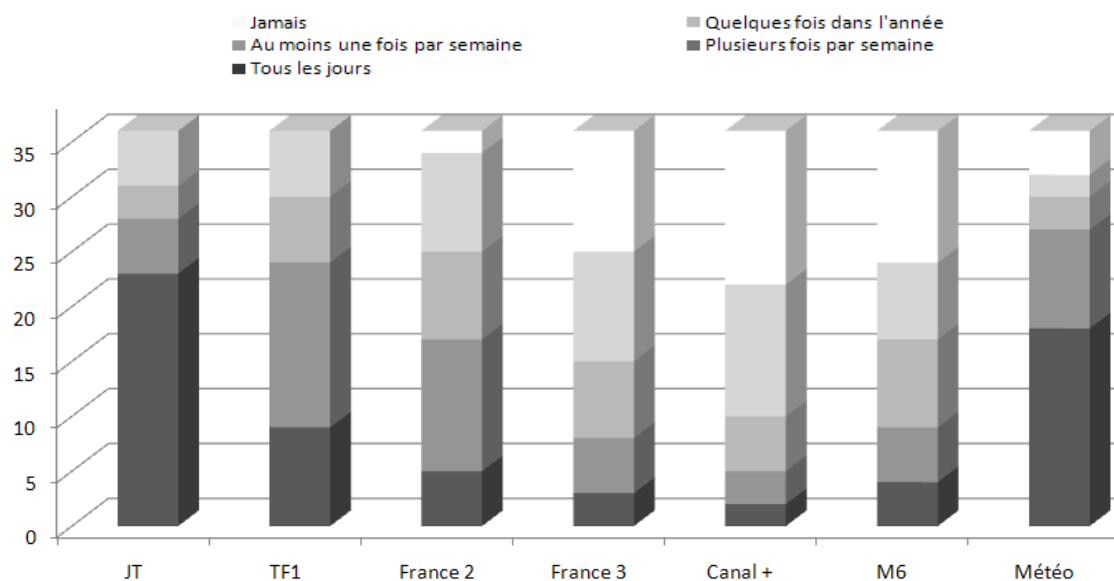


Figure 15 : Fréquence d'écoute des programmes ayant trait à l'actualité générale

Si l'on précise l'audience de chaque journal télévisé (cf. la figure ci-dessus), on peut observer une nette préférence pour l'édition de TF1, notamment le « 13 heures » qui est regardé au bureau, ainsi que pour l'édition de France 2, notamment celle de 8 heures qui est diffusée pendant l'émission Télématin. De plus, on peut observer qu'un même utilisateur peut regarder différents JT d'un jour sur l'autre. Il apparaît également qu'il peut en visionner plusieurs au cours d'une même journée. Il peut par exemple regarder le JT de Télématin à 8h lors de son trajet aller, celui de TF1 pendant qu'il déjeune et le « 6 minutes » de M6 lors de son trajet retour. On notera au passage que 9 personnes regardent ce dernier régulièrement. Là encore, nous allons référer cet engouement à la convergence entre ces 6 minutes et la brièveté des créneaux d'utilisation. Et, de manière plus générale, si les utilisateurs reconnaissent regarder plusieurs éditions par jour, rien n'est dit sur la durée de cet usage qui peut très bien s'apparenter à un simple coup d'œil d'une à deux minutes.

Les programmes de divertissement tels que les séries, les talk show, les films, les rencontres sportives et les jeux télévisés sont secondaires par rapport la place qu'ils occupent dans la consommation domiciliaire. Ceci est d'autant plus évident avec les films. Parmi les limites d'une telle démarche, il convient d'insister sur le fait que la fréquence n'apprend rien sur la durée des utilisations. Comme nous allons le décrire, la réception des séries devient pertinente lors des créneaux d'utilisation les plus longs. C'est pourquoi, les utilisateurs privilégient plutôt les JT car la durée de leur déplacement, et les horaires auxquels ils se déplacent, convergent davantage avec la diffusion de ces programmes.

***b) Les logiques d'utilisation : entre un principe de plaisir et des effets de substitution***

Parmi les logiques d'utilisation de la Mobile TV que nous avons pu observer, deux tendances se démarquent : soit les utilisateurs cherchent à distraire une situation en visionnant un programme auquel ils sont attachés, soit ils l'utilisent comme substitut à la télévision domiciliaire quand ils ne veulent pas manquer un événement qui leur tient à cœur.

La première tendance renvoie au fait que certaines situations ne sont pas toujours agréables à vivre. A force de manger seule chaque midi au restaurant, V. B., animatrice en

parfumerie, a tendance à s'ennuyer fermement. Lorsque J. R., une employée d'entreprise, mange seule dans son bureau, elle trouve souvent les minutes longues. Quant à J.J.S., antiquaire, il trouve parfois l'attente des clients beaucoup trop longue. En ce qui concerne J.S., elle a parfois du mal à trouver des occupations en soirée car son fils monopolise la télévision du salon, pour regarder du sport, et sa fille monopolise son ordinateur pour chatter avec ses copines. Alors, comme tous les autres, elle apprécie de passer quelques minutes à regarder la TV sur son mobile. Ces motivations renvoient toutes au vécu de situations spécifiques qui méritent d'être distraites par la réception de la Mobile TV. Et, elles renvoient au fait que cette distraction est convoquée quand les autres supports médiatiques sont inaccessibles ou indisponibles.

En effet, lors des situations de mobilité, la Mobile TV est utilisée quand les personnes n'ont pas pu récupérer un quotidien gratuit ou, ce qui est fréquent, quand elles l'ont déjà lu et qu'elles ont envie d'accéder à un autre type de contenu. Par exemple, chaque jour J.R. écoute la radio pendant son trajet en voiture, d'une vingtaine de minutes, pour rejoindre le métro. Ensuite, elle lit Métro et / ou 20 minutes dans le métro puis prolonge sa lecture au bureau quand elle a du temps devant elle. Pendant qu'elle mange seule entre midi et deux, elle navigue sur Internet et consulte au passage quelques sites de presse. Ensuite, elle se connecte au WAP où elle jette un œil aux *news* et au flash info. Dès lors, vers 13h elle a le sentiment d'avoir fait le tour de l'actualité du jour. Il peut arriver, si l'actualité est exceptionnelle, qu'elle regarde le JT de 13 heures de France 2 depuis son téléphone. Mais, en tendance générale, elle préfère occuper cette dernière demi-heure de temps libre en regardant des séries ou des comptes rendus d'émissions de télé réalité.

Au domicile, les usages de la Mobile TV sont fortement corrélés à la possibilité de pouvoir regarder la télévision. L'exemple de J.S. est particulièrement caractéristique. Elle vit seule avec ses deux enfants qui ont tendance à prendre leurs aises. Il est fréquent que son fils passe ses soirées dans le salon à regarder des émissions sportives ou des séries de sciences fiction. Comme J.S. n'apprécie pas particulièrement ces programmes, elle préfère « *des émissions débats, des choses comme ça* », elle ne peut pas profiter de sa télévision. Elle aimerait également passer plus de temps devant son ordinateur mais depuis que sa fille l'a installé dans sa chambre, elle y a rarement accès... Dès lors, J.S. est devenue une grande lectrice. Elle lit beaucoup de romans et un nombre considérable de magazines. Mais, lorsqu'elle n'a plus envie de lire, elle se tourne vers son téléphone mobile. Dans ces

moments là, la Mobile TV n'est pas qu'un simple substitut à la télévision du salon, elle lui donne un bon prétexte pour s'isoler dans sa chambre afin de se détendre :

*J.S. : « J'ai trouvé que c'était... parce que j'estime que, justement, je prends pas assez de détente donc, des fois, je... j'essaie de me donner des moments où personne ne peut m'embêter, je veux être tranquille. »*

Ses usages ne sont pas stabilisés, elle suit une logique d'utilisation que nous avons qualifiée de « découverte » :

*J.S. : « Je découvre un peu. J'ai regardé, pour l'instant, certaines chaînes classiques, mais, là, je suis en train de... de me perfectionner à regarder d'autres chaînes, etc., donc euh... c'est la découverte. Pour l'instant, c'est pas mal, ça a l'air très bien, y a l'air d'avoir plein de chaînes à découvrir, mais j'ai pas encore tout découvert. »*

Pour J.G., c'est différent. Il a bien une télévision dans sa chambre mais, à la différence de la télévision du salon, elle n'est pas reliée au câble. Dès lors, J.G. va utiliser son téléphone 3G pour regarder des programmes diffusés par une chaîne câblée quand la télévision du salon est occupée par un autre membre de la famille :

*J. G. : « (...) même le soir, des fois, quand il est un peu tard, plutôt que d'allumer la télé, parce qu'il n'y a que la télé du salon qui est sur le câble, quand vous voulez regarder un programme, vous, qui n'intéresse que vous, les gens sont pas forcément d'accord et vous pouvez le regarder tranquillement sur votre téléphone.*

*JF : Pour quel type de programme ?*

*J. G. : Par exemple, moi, je voulais regarder une émission sur Canal + et ma mère, par exemple, avec ma sœur voulaient regarder autre chose. Moi, je suis allé dans ma chambre la regarder sur le téléphone. »*

Les logiques d'utilisation que nous venons de décrire relèvent donc de deux logiques :

- Un principe de plaisir : la Mobile TV est avant tout utilisée pendant des moments de temps libre qui vont être saisis pour se divertir, pour prendre un moment pour soi en regardant un programme télévisé. Ce mode d'appropriation est le plus courant car il se retrouve dans les usages occasionnels et réguliers. En effet, un usager peut décider de se tourner vers ce divertissement lors d'une situation très spécifique où il s'ennuie fermement. Il peut en revanche choisir de divertir de cette manière une situation quotidienne, comme ses déplacements dans les transports en commun. Il apparaît dès lors que ce mode d'appropriation commun à tous les usages n'en explique aucun en particulier. C'est du moins la critique que nous adressons aux travaux qui font de l'ennui la motivation première des utilisations. La recherche de plaisir pour distraire l'état



d'ennui forme bien une motivation mais elle peut très bien être transposée de cette pratique peu valorisée socialement aux pratiques les plus valorisées et les plus distinctives. De plus, la recherche du plaisir ne peut pas être réduite à la Mobile TV en tant que dispositif de diffusion. Si les usagers considéraient que ce service diffuse des contenus rébarbatifs, ils n'éprouveraient aucun plaisir à l'utiliser. C'est bien parce que ce service leur donne accès aux programmes auxquels ils sont attachés qu'il leur véhicule du plaisir. C'est pourquoi nous décrivons, au fil des développements suivants, comment les individus hiérarchisent leurs « plaisirs médiatiques » en fonction de leurs préférences et du champ des possibles circonscrits par les situations vécues.

- Un principe de substitution : Ce service est souvent mobilisé comme un substitut qui vient combler l'indisponibilité du poste de télévision domiciliaire. Dans ce cas, cette démarche est très souvent orientée vers une finalité précise consistant à ne pas rater une émission. Cet art de faire est central pour comprendre les usages de la Mobile TV car il permet de comprendre pourquoi ce service est essentiellement utilisé au foyer. Nous ne l'analyserons pas en détail car il est très difficile de réaliser des observations ethnographiques au sein des domiciles. En effet, la présence de l'observateur en milieu de soirée devient très intrusive au moment où les différents membres de la famille se replient dans leur intimité. C'est pourtant ces moments de repli sur soi qu'il faudrait décrire pour comprendre l'appropriation de la Mobile TV. Comme ces observations sont difficiles à mettre en place, nous avons décidé de faire un focus sur les usages en situation de mobilité dans la mesure où leur observation dans l'espace public est bien moins intrusive. Nous décrivons dès lors en détail comment la réception de ce service vient se substituer aux usages des supports médiatiques consultés en situation de mobilité.

Nous venons de présenter deux logiques d'appropriation relativement superficielles au regard de celles qui seront mises en lumière à l'aide des enregistrements vidéo. Il est pourtant nécessaire de les relever pour rappeler que notre démarche s'inscrit dans la continuité des observations réalisées par les études sur les *Human Computer Interaction*. En appréhendant les situations d'usage comme des contextes qui accueillent le transfert de la pratique télévisuelle, des supports fixes à ces dispositifs mobiles, il apparaît clairement comment l'utilisateur priorise la recherche de plaisir et comment cette priorité le conduit à substituer de nouveaux usages à ces anciennes habitudes. Ce constat, tout aussi réel que superficiel, mérite d'être reproduit ici. Nous allons maintenant

l'approfondir en montrant comment ce plaisir est contrarié par les situations d'usage qui rendent la réception des news plus pertinente que celle des contenus les plus divertissants.

## **2. L'appropriation de la Mobile TV par l'attachement opportuniste aux news**

Si les programmes de divertissement sont plutôt consultés de manière occasionnelle, on peut observer que les usages les plus réguliers sont polarisés autour des informations télévisées. Les facteurs, que nous allons maintenant présenter, permettent d'expliquer cette tendance.

### *a) Les JT et les effets de légitimité*

F.M., un ancien journaliste devenu réalisateur de documentaires, a choisi un téléphone multimédia car il lui permet de regarder les chaînes télévisées quand il le souhaite. Il peut ainsi avoir un « contact direct avec l'info » :

*F.M. : « Ah oui ! Je savais que j'allais avoir enfin une, un contact direct avec l'info, sans passer par des tas de trucs, comme toutes les pages d'accueil, que ce soit des pages d'accueil MSN, des pages d'accueil Free, des pages d'accueil Wanadoo etc., vous avez l'info... »*

Il n'est pas intéressé par les pages infos proposées par les fournisseurs d'accès à Internet (FAI), ni par le WAP, car ces informations n'ont que peu de légitimité pour lui. Il préfère consulter chaque matin plusieurs sites d'information à l'aide de son ordinateur :

*F.M. : « Oui par exemple, les revues de presse, je les fais souvent comme ça. Donc, j'ai en mémoire pas mal de sites. Notamment, Libé, très intéressant, Le Monde, parce que Le Monde a une vision un petit peu..., Le Nouvel Obs. qui est pas mal, il y a des choses assez intéressantes et puis je consulte aussi les sites de radio. »*

Pour clore ses pratiques expertes, il compare chaque soir plusieurs journaux télévisés :

*F.M. : « J'ai un truc qui est marrant le soir, je regarde par exemple le JT de TF1 et après je branche sur TV5, où je tombe sur le JT de France 2, je fais la différence, voilà. »*

Ce qui intéresse ce grand consommateur d'information, c'est d'accéder à une information de valeur. Car « Aujourd'hui la personne qui ne saurait pas que Lindbergh a traversé l'Atlantique, faudrait vraiment qu'elle le veuille quoi... On sait tout ce qui se

passé quoi. Je dirais que l'information est relayée, on l'a déjà vue ». Donc, le plus important pour lui ce n'est pas d'accéder à l'information puisque les mêmes faits sont relayés par de multiples canaux. Ce qui compte, c'est la qualité de l'information, de la mise en perspective des faits. C'est pourquoi, il croise chaque jour de nombreuses sources.

Si cette pratique n'est pas généralisable, elle est significative du poids des effets de légitimité dans le choix des sources d'information. F.M. ne consulte pas le WAP car, à ses yeux, la rubrique « News » n'a pas un degré de légitimité suffisant. En revanche, il regarde fréquemment les journaux télévisés depuis son téléphone mobile, notamment ceux proposés par la chaîne L.C.I :

*F.M. : « L.C.I., j'y vais dessus, je dirais cinq fois par semaine. Quand il y a des trucs intéressants, oui, oui. Et puis, ça peut être plusieurs fois par jour si on est vraiment à chaud... »*

*J.F. : Et en moyenne vous la regardez pendant combien de temps ?*

*F.M. : Oh genre dix minutes, même pas. Parce que, comme ça tourne, les flashes tournent... »*

Dès lors, à la différence du WAP, la Mobile TV a une place de choix dans ses pratiques d'information car les éditions de la chaîne L.C.I. ont une certaine légitimité. A travers ce contre-exemple, nous pouvons observer le rôle des effets structurants de la légitimité culturelle sur l'appropriation des services multimédia. Si l'efficacité de ces effets est bien réelle, elle n'en est pas moins marginale. C'est du moins ce que nous allons maintenant montrer en prolongeant l'idée d'une crise des effets de la légitimité culturelle<sup>253</sup> dans l'organisation des pratiques médiatiques. Nous allons maintenant développer des dimensions qui nous semblent centrales pour démontrer que le choix des différentes sources d'information, et la manière de les mobiliser, est souvent fonction des situations d'usage.

#### ***b) L'absence de structure d'intrigue comme ressource***

De nombreux utilisateurs de la Mobile TV pensent comme ce jeune commercial : « Je trouve que à la Une, bon on est habitué à Poivre D'Arvor ou Claire Chazal, mais bon, c'est vrai que c'est long quoi... » Les jeunes ne sont pas les seuls à trouver les JT trop longs. T.B., un acheteur à la RATP de 38 ans, s'est tourné vers la chaîne d'information en

---

<sup>253</sup> Lahire, 2004 A, 2004 B.

continu L.C.I. pour cette raison. « *C'est beaucoup plus court* » et cela lui permet d'aller à l'essentiel :

*J.F. : « Et quel JT vous préférez regarder ?*

*T. B. : C'est iTélé.*

*J.F. : Et par rapport aux journaux classiques, vous les regardez plus du tout ?*

*T. B. : La Une ou la Deux non, quasiment pas.*

*J.F. : Pourquoi ?*

*T. B. : Ben, avec iTélé c'est beaucoup plus court. »*

H.M., une commerciale de 43 ans, s'est également tournée vers L.C.I. Vers 20 heures, elle prépare le repas et n'a pas le temps d'écouter un journal télévisé dans son intégralité. Dès lors, comme sa fille, elle privilégie maintenant les informations « condensées » :

*M. H. : « Ouais. C'est vrai que, bon, pour ce qui est un petit peu officiel, le soir, c'est vrai que j'aime bien regarder France 2. Le midi, y a le journal sur Canal qui est très bien, c'est très bien, c'est concis, c'est rapide, c'est très bien. Mais... c'est plus L.C.I. pour avoir des informations condensées. Par exemple, ma fille, ce qu'elle aime regarder, c'est les infos sur M6.*

*J.F. : Ah oui ?*

*M. H. : À 20 heures.*

*J.F. : Oui, c'est un flash...*

*M. H. : C'est très court... voilà, de petits flashes. Donc, avoir une information comme ça très courte, très condensée. Maintenant, si on veut une information plus importante, c'est qu'à 20 heures, ça va être quand même plus dégagé, donc, on a le choix. C'est aussi une question de prendre le temps aussi. »*

Cet attrait pour le « 6 minutes » de M6 ou le fil des flashes info des chaînes d'information en continu est transféré aux usages des services multimédia :

*L.V.H. : « C'est vrai que tout ça, bon, au niveau de l'information, j'ai pas vraiment un truc régulier. À part de regarder un peu les infos à la télé, c'est le seul truc qui est à peu près régulier. C'est le Six Minutes, c'est vite fait : gros titres. Ouais, ça me correspond mieux quoi, le Six Minutes. C'est un peu mon utilisation du Wap quoi, vite fait... Regarder et voilà. »*

Comme le dit L.V.H., son utilisation du WAP prolonge sa préférence pour les flashes d'information courts dans la mesure où ils lui permettent d'aller directement à l'essentiel. Il en va de même avec la Mobile TV car les JT et les chaînes d'information en continu s'ajustent facilement avec la durée des situations d'usage. Par exemple, L.M. regarde des journaux télévisés durant les 15 minutes de son trajet où la Mobile TV est disponible. Ce choix est lié au fait qu'il est « un peu ridicule » de regarder des bouts de séries dans ces situations où il y a « trop de coupures » :

*J.F. : « Pendant combien de temps est-ce que vous arrivez à la regarder lors de ce trajet ?*

*L.M. : Euh, un quart d'heure, peut-être.*

*J.F. : Un quart d'heure. Et qu'est-ce que vous regardez dans ce cas ?*

*L.M. : Euh, les infos. Je regarde... euh des fois je regarde France 2, TF1, ça dépend... Ça m'arrive de, de voir les deux, en fait. Et je regarde, la 6 aussi.*

*(...)*

*J.F. : Vous regardez plutôt la télé dans le ... ?*

*L.M. : ... dans le transport, je regarde plus la télé, oui, quand je suis reposée, assise. J'aime bien regarder la 6, les petits feuilletons sur la 6. Les petites séries. Mais bon pff, enfin, c'est un peu ridicule, parce que je regarde qu'une seule partie quoi. Y'a trop de coupures ! C'est... oui, ça coupe. Ça... l'image est pas très nette, ça dépend, des fois ça bogue. »*

Comme nous l'avons dit, les usages de la Mobile TV sont assez courts. Dès lors, la durée des séries, et plus généralement des programmes de divertissement, joue en leur défaveur car il est peu engageant de chercher à commencer un programme que l'on ne pourra pas regarder jusqu'à la fin. Ainsi, les chaînes thématiques et, plus particulièrement, les chaînes d'information en continu ont l'avantage de pouvoir être regardées pendant quelques minutes, par bribes. Nous apparentons cette logique de réception à une logique de flux qui peut être prise en cours de route, et interrompue à tout instant, sans que cela ne soit problématique pour le téléspectateur. Dès lors, les chaînes d'information en continu ont ce double avantage d'être à la fois des sources légitimes tout en étant facilement ajustables à une grande variété de contextes de réception.

Les journaux télévisés des chaînes généralistes possèdent également des propriétés similaires. Il est possible de les regarder pendant quelques minutes et d'interrompre leur réception à tout moment. Dans la mesure où la succession des faits du jour délinéarise l'édition en de multiples séquences relativement brèves, il devient possible de jeter un œil au développement de quelques sujets avant de passer à autres choses. Cette caractéristique distingue ces contenus des émissions linéaires, produites autour d'une structure d'intrigue. Cette seule caractéristique est primordiale pour comprendre l'audience des JT, dans les contextes d'usage propres à la Mobile TV, par rapport à d'autres contenus qui pourraient être considérés comme plus attractifs s'ils étaient visionnés sur un poste de télévision.

### c) *Les news dans le zapping des situations de mobilité*

Pour comprendre la place qu'occupent les journaux télévisés dans la consommation de la Mobile TV, il convient de prendre en compte le fait que la configuration actuelle de ce service rend le zapping fastidieux. En effet, le zapping est contraignant dans la mesure où le temps de chargement des chaînes est long. On peut évaluer l'initialisation d'un programme à une trentaine de secondes. Cette durée incite les usagers à anticiper, avant de lancer le chargement d'une chaîne, quel programme peut bien être en cours de diffusion.

Seulement, comme le menu des chaînes télévisées est séparé de l'interface qui permet de visionner la chaîne sélectionnée, il est difficile d'avoir une vue d'ensemble des programmes diffusés. Autrement dit, il n'y a pas de « programme TV » qui synthétise ce que chaque chaîne diffuse. Dès lors, la principale prise sur laquelle les usagers peuvent s'appuyer pour choisir une chaîne, c'est son nom. Ainsi, on peut observer un parallèle entre les usages de la télévision et les usages de la Mobile TV, dans la mesure où les chaînes regardées sont choisies en fonction de celles qui sont habituellement regardées sur le petit écran. Ces contraintes liées au zapping vont donc à l'encontre de la possibilité de découverte de nouvelles chaînes ou de nouveaux programmes. Elles convergent difficilement avec des modalités de zapping « affectives » ou « ludiques »<sup>254</sup> qui consistent à survoler les programmes des différentes chaînes dans l'attente de se laisser capter par l'un d'entre eux.

Ces difficultés rencontrées pour zapper compliquent également l'art d'inscrire les usages de la Mobile TV dans des durées d'utilisation limitées. Si l'utilisateur a peu de temps devant lui, il va éviter de le gaspiller en zapping. C'est ainsi qu'il va s'orienter vers les chaînes qu'il regarde habituellement depuis sa télévision domiciliaire pour augmenter ses chances de tomber sur un programme intéressant. Le choix des JT et des chaînes d'information en continu s'inscrit dans cette logique dans la mesure où ils limitent l'incertitude. Les utilisateurs leurs accordent un réel intérêt. Ils savent qu'ils se laisseront capter par les nouvelles du jour là où un zapping à l'aveugle ne leur garantit aucune finalité heureuse.

Dès lors, le format d'un programme est déterminant pour comprendre les modes de réception de la Mobile TV. La durée d'une émission télévisée n'est pas nécessairement

---

<sup>254</sup> Bertrand, De Gournay, Mercier, 1988.

un frein. Lorsqu'un téléspectateur est installé devant sa télévision, il ne va pas avoir le réflexe de commencer par se demander combien de temps dure l'émission qu'il s'apprête à regarder. Il va d'abord voir si le programme l'intéresse. Ensuite, il décidera si oui ou non il le regardera jusqu'à la fin. La réception de la Mobile TV est différente car les utilisateurs vont organiser leur usage en faisant en sorte d'ajuster leur choix de contenu à la durée du créneau d'utilisation. Cet horizon temporel des usages les détourne des contenus trop longs. Ils peuvent se tourner vers des contenus plus courts mais le problème, avec la plupart des émissions, réside dans le fait qu'il est désagréable d'interrompre leur réception avant qu'elles ne soient finies. Dès lors, les choix sont plutôt orientés vers des contenus qui participent d'un modèle du flux.

L'esthétique du flux se distingue de « *la discontinuité de l'identité individuelle d'œuvres distinctes et circonscrites* »<sup>255</sup>. Cette logique de flux est au cœur de la logique de diffusion des chaînes thématiques : des chaînes d'information en continu (L.C.I, iTélé, Euronews), des chaînes musicales, des chaînes de dessins animés, des chaînes dédiées aux émissions de télé réalité, etc. Comme elles diffusent en continu des contenus fédérés autour d'une thématique, elles sont facilement identifiables. Dès lors, comme nous l'avons dit, les JT peuvent être assimilés à ce format télévisuel en flux dans la mesure où ils ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue. Ils ont alors le double avantage d'avoir une identité forte, les utilisateurs les identifient et connaissent leurs heures de diffusion, tout en pouvant être réceptionnés par bribes. Il en va de même avec les chaînes d'information en continu avec l'avantage, cette fois-ci, de pouvoir contourner les contraintes horaires de la programmation. En se tournant vers elle, l'utilisateur réduit ainsi la marge d'incertitude consubstantielle au zapping en s'orientant vers des canaux de diffusion qui proposeront, sous une forme ou une autre, le type de contenu qu'il recherche ou, du moins, un type de programme qui le captivera. C'est pourquoi, les news occupent une place privilégiée dans les usages développés en situation de mobilité car elles permettent de contourner cet autre registre de contraintes lié au zapping.

---

<sup>255</sup> Semprini, 1997.

### 3. Conclusion intermédiaire

Au cours de cette partie, nous avons montré que les usagers accordent une place centrale aux informations journalistiques dans leur consommation de la Mobile TV. Ce constat rejoint en cela les études internationales qui ont traité cette question. Comme elles, nous avons référé cette appropriation au plaisir de la réception de ces dispositifs médiatiques qui est souvent convoqué pour distraire les situations ennuyeuses.

Nous avons approfondi ce constat en montrant tout d'abord que cet attrait pour les informations n'est pas totalement gratuit. Des passionnés sont très attachés aux JT. Ils les privilégient en raison de leur légitimité par rapport à la multitude des sources d'information nouvellement diffusées sur Internet. Certains les préfèrent également aux quotidiens gratuits. C'est pourquoi, ils les regardent quand ils n'ont pas à disposition, pendant leur déplacement, des supports plus légitimes.

Au-delà de cet aspect, les informations télévisées ne sont pas produites autour d'une structure d'intrigue, elles peuvent être prises en cours de diffusion sans que cela ne soit problématique. De même, leur réception peut être interrompue à tout moment sans éprouver la frustration d'avoir raté la fin de l'histoire. Elles s'ajustent ainsi parfaitement avec la brièveté des créneaux d'utilisation, que ce soit dans les transports, au bureau ou dans les lieux publics.

De plus, la configuration de la Mobile TV rend le zapping entre les chaînes contraignant et fastidieux. Le temps de chargement des chaînes est long et l'interface ne visibilise pas les programmes en cours de diffusion. C'est pourquoi les JT et les chaînes d'information en continu sont propices. Ils réduisent l'incertitude du zapping en étant identifiés par avance comme potentiellement intéressants. Ils convergent également avec les horaires d'utilisation, que ce soit le matin, entre midi et deux ou en fin de journée.

Il va cependant de soi que le tour d'horizon des usages proposé ici n'est pas exhaustif. Il faudrait singulariser les usages des programmes que nous avons regroupés sous les contenus de divertissement. Nous ne le ferons pas car notre intention est d'identifier, en ciblant la relation aux news, les paramètres de l'appropriation de la Mobile TV. A travers elles, nous avons relevé le rôle des structures d'intrigue dans le choix des contenus pertinents en considérant que la réception d'une intrigue enferme le récepteur dans une durée difficilement compatible avec la brièveté des créneaux d'utilisation. Notre intention est de montrer, sans rentrer dans les détails, que les



utilisateurs privilégient ces contenus sans intrigue : les chaînes musicales, les programmes dédiés aux résultats sportifs, les talk show, les émissions de télé-réalité, les jeux télévisés, etc. Pour le dire autrement, les séries et les films convergent difficilement avec la réception de ce service malgré le fait qu'ils occupent une place privilégiée dans la pratique télévisuelle domiciliaire.

En prenant toujours les news comme observatoire, nous allons élargir le débat. La multiplication des supports médiatiques, notamment en situation de mobilité, rend caduque les approches médiacentrées. Il n'est pas pertinent d'aborder l'appropriation de la Mobile TV en soi sans la référer aux usages des autres supports médiatiques. C'est ce que nous allons maintenant réaliser à partir des informations recueillies à l'aide des entretiens. Pour atteindre cet objectif, il va s'agir de comparer comment les différents supports médiatiques sont mobilisés pour alimenter les pratiques d'information. A travers ce tour d'horizon général, qui mériterait de longs développements, notre intention est d'identifier les paramètres invoqués par les utilisateurs pour expliquer pourquoi ils ont associé la Mobile TV à leur vaste palette d'activités médiatiques.

#### **IV. L'appropriation opportuniste des services multimédia dans la constellation des pratiques d'information**

Il s'agit de montrer comment les participants associent les services mobiles multimédia à leur vaste gamme des pratiques médiatiques<sup>256</sup>. En prenant comme observatoire les informations journalistiques, nous montrerons comment il est possible de lier l'audience massive des journaux télévisés et radiodiffusés à la possibilité d'articuler leur écoute à un grand éventail de tâches quotidiennes, comme à une grande variété d'interactions. De même, en ce qui concerne la presse écrite, la substitution des gratuits aux achats de quotidiens payants peut ne plus être réduite au seul critère de gratuité. Elle peut être renvoyée à ces prises situées localement que forment les distributeurs de journaux gratuits au carrefour des situations de mobilité. Quant aux usages des sites de presse, il devient possible de les situer au carrefour des multiples activités pouvant être réalisées à partir des ordinateurs connectés à l'Internet haut débit. A travers ce tour d'horizon de l'entrelacement<sup>257</sup> des pratiques d'information, autour de différents supports

---

<sup>256</sup> Cette partie a fait l'objet d'une publication dans la revue Réseaux : Figeac, 2007.

<sup>257</sup> Beaudouin, Velkovska, 1999 ; Smoreda, 2007.

et de situations multiples, nous singulariserons l'opportuniste des participants qui va prévaloir lors de l'appropriation des services multimédia.

## **1. Les audiences massives de la télévision et de la radio : entre le registre de la multi-activité et les types d'interactions**

Les journaux télévisés constituent une véritable institution. La plupart des individus interrogés les regardent tous les jours ou presque. Nous avons cherché à comprendre leur succès à travers la perspective générale de cette étude qui vise à caractériser ce qui différencie les JT des autres sources d'information. Si les JT restent au cœur des pratiques, n'est-ce pas en raison de leur grande capacité à se marier à la vie des foyers ? Et le succès des informations radiodiffusées, comme celui des JT, ne découlerait-il pas de la possibilité d'articuler leur réception avec de nombreuses formes d'interactions ainsi qu'avec la réalisation de nombreuses activités ?

### *a) Les usages de la radio : entre la configuration des situations et le registre de la multi-activité*

Pourquoi utiliser la radio pour s'informer ? En raison du format des flashes info radiophoniques qui donnent un parfait aperçu de principales questions d'actualité. En raison du franc parlé d'un animateur que l'on aime retrouver chaque matin au moment où l'on s'éveille à sa vie active. Ces raisons sont essentielles mais elles ne sont pas suffisantes pour comprendre comment une habitude peut être développée autour de ce média. La radio reste ancrée, année après année, dans les habitudes médiatiques des individus dans la mesure où elle est « le » média de la multi-activité : elle s'écoute en voiture, pendant les préparatifs du matin ou, d'une manière ou d'une autre, pendant que l'on fait autre chose.

En effet, parmi les individus interrogés, ceux qui écoutent le plus la radio sont ceux qui utilisent leur voiture pour se rendre sur leur lieu de travail. Le fait de devoir prendre régulièrement le volant les conduit à développer les goûts radiophoniques les plus prononcés et les plus éclectiques. Cette situation de conduite joue un rôle actif dans la configuration de leurs pratiques radiophoniques dans la mesure où le poste de radio forme une opportunité de divertissement. Plus un individu passe de temps dans sa voiture, plus

le caractère contraignant, voire rébarbatif, de la situation va l'inciter à l'utiliser. C'est ainsi qu'au fil de sa conduite, le passionné de musique pourra éprouver l'envie de changer de registre en écoutant les nouvelles du jour. Par exemple, ce jeune homme privilégie l'écoute des stations musicales mais il apprécie que la programmation soit entrecoupée de bulletins d'information :

*M. T. : « Ça permet quand même de se tenir au courant de l'actualité et puis ben d'avoir un peu des avis différents, d'avoir des auditeurs, enfin d'écouter les auditeurs qui peuvent donner leur avis sur les évènements, d'avoir le nombre de voitures brûlées pendant la nuit... Être au courant de l'actualité en fait, en quelques minutes, avant d'arriver au boulot sans avoir forcément besoin de s'acheter les journaux, quoique maintenant on les achète plus parce qu'il y a des journaux gratuits. »*

Ainsi, ce sont ceux qui s'engagent régulièrement dans des situations propices à l'écoute de ce média qui diversifient le plus leurs usages et finissent par le mobiliser comme une source d'information à part entière.

Au domicile, la compagnie des animateurs peut également être très appréciée, notamment pendant la réalisation des activités fastidieuses telles que les tâches ménagères ou les démarches administratives. Leurs discours peuvent alors être écoutés d'une seule oreille pendant que l'attention est polarisée sur le déroulement de l'activité principale. La réception de la radio repose souvent sur une attention de second degré qui entretient une relation, plus ou moins étroite suivant les circonstances, avec le premier degré d'attention. L'essentiel dans l'écoute de la radio n'est donc pas nécessairement l'écoute elle-même. Elle permet avant tout de créer un bruit de fond auquel on va accorder des degrés d'attention variables. Cette modalité de réception, oscillant entre des degrés d'écoute différents, caractérise un mode de divertissement qui a pour finalité de rendre la réalisation de l'activité principale moins fastidieuse<sup>258</sup>.

Ce type d'engagement dans la réception fait que la radio est peu propice à la recherche d'informations précises. Elle s'écoute selon une logique de flux<sup>259</sup>, par intermittence, tout en étant souvent subordonnée aux tâches quotidiennes. Ainsi, sur le même registre que les postes de radio équipant les voitures, la réalisation de certaines activités, telles que les tâches ménagères, constitue des opportunités d'usages que vont saisir les auditeurs. C'est à partir de la fréquence des opportunités saisies que va se

---

<sup>258</sup> De Certeau, 1980.

<sup>259</sup> Semprini, 1995.

réaliser la dynamique des goûts radiophoniques : plus la fréquence sera régulière, plus la radio constituera une source d'information à part entière.

*b) Les modes de réception des journaux télévisés : entre les types d'interactions et les tâches quotidiennes*

Au cours de cette partie, sur l'inscription des journaux télévisés dans les pratiques d'information, nous n'aborderons pas de front le décodage des JT. Nous ferons glisser le regard du côté de leur « contexte d'écoute »<sup>260</sup>. David Morley a largement balisé cette perspective en montrant comment le « contexte d'écoute » naturel de la télévision, la sphère domestique, influe sur la sélection des programmes et sur leur réception. Pour lui, cette influence se joue tout d'abord par le biais des activités communicationnelles que les membres du foyer développent autour du petit écran. Elle se joue également au niveau des routines domestiques qui accompagnent l'activité de réception. Nous souhaitons ici prolonger ces deux versants en nous focalisant sur les « contextes d'écoute » des journaux télévisés à travers la perspective générale de cette étude qui tend à caractériser comment, en fonction de la configuration des situations, un individu va décider de mobiliser un support d'information plutôt qu'un autre. Ainsi, nous allons tenter d'évaluer pourquoi, alors que de multiples supports sont disponibles dans la sphère domestique, les individus interrogés vont privilégier l'écoute des journaux télévisés.

Taylor et Harper<sup>261</sup> ont montré que le degré d'engagement dans l'écoute de la télévision varie suivant les rythmes de la vie du foyer. En ce qui concerne l'heure à laquelle les JT sont regardés, elle concorde avec une phase de la vie de famille riche en activités. Leur écoute est souvent doublement secondaire. Elle passe après les interactions entre les membres du foyer et les discussions qu'ils peuvent entretenir. Et elle est subordonnée aux repas et à leurs préparatifs. De ce fait, la réception des JT est entièrement en prise avec l'ensemble des interactions et des activités se déroulant dans ce temps particulier de la vie familiale. Par rapport aux autres supports d'information disponibles dans l'espace domestique, leur particularité tient à la possibilité d'articuler facilement leur écoute avec ces deux dimensions. Pour caractériser cette tendance, nous

---

<sup>260</sup> Morley, 1986.

<sup>261</sup> Taylor, Harper, 2003.

allons montrer comment les situations de réception des JT fluctuent selon la situation matrimoniale.

Ceux qui vivent maritalement vont développer des « arts de faire »<sup>262</sup> consistant à conjuguer l'écoute des JT avec les interactions de la vie de couple (ou de la vie de famille). Comme il est quasiment impossible d'observer ces ajustements *in situ*, nous avons pu prendre conscience de ces modes de réception à l'aide des entretiens effectués auprès des jeunes couples :

*J.M.F. : « (...) disons qu'on mange, on mange devant le JT, mais on le laisse en fond histoire de, bon c'est... histoire d'avoir un petit fond sonore. Quand on mange, quand on est là, on n'est pas non plus scotché devant la télé. (...). Si on parle et qu'il y a quelque chose, un sujet intéressant, bon, ben, on va s'arrêter de parler, on va regarder ce qui nous intéresse. »*

Les jeunes couples verbalisent facilement cette dimension car, pour eux, l'écoute de l'autre est revendiquée comme centrale. Ils disent avoir réfléchi à la place qu'occupe la télévision dans leur vie et ont fait le choix de lui faire jouer un rôle secondaire pour qu'elle ne vienne pas se substituer à leurs discussions. Mais ce n'est pas parce qu'ils privilégient leurs échanges qu'ils vont s'interdire de regarder un JT puisque, en le réduisant à un bruit de fond, ils cherchent à rendre l'ambiance plus agréable. Ils réduisent alors les discours du présentateur à un rôle de fond sonore qui viendra combler les phases de silence ou qui fournira des prises pour relancer les discussions.

Ils développent ainsi des formes d'écoute consistant à accorder une oreille aux proches et l'autre au présentateur du JT. Leur attention va être distribuée en fonction de l'importance du sujet traité. S'il le trouve peu important, le récepteur va accorder la majeure partie de son attention à ses proches. Mais, lorsque le présentateur va évoquer un sujet intéressant, il va détourner son écoute des échanges familiaux pour réinvestir le discours du journaliste. Si cette écoute distribuée peut susciter des tensions, dans la mesure où celui qui avait la parole peut considérer que le téléspectateur expert qui partage sa vie ne l'écoute que d'une oreille, il se forme en général un équilibre autour du partage de cette expertise. Il y a équilibre car l'ensemble des individus qui discutent entre eux accordent tous une partie de leur attention au JT.

Ces modes de réception, développés par les jeunes couples, ne sont pas transposables dans toutes leurs singularités aux autres classes d'âge :

---

<sup>262</sup> De Certeau, 1980.

*LVH : « Je suis pas comme disons... des gens de 40, 50 ans disons, qui ont toujours été habitués à regarder le journal télé... à huit heures, c'était allumé le journal télé. »*

On peut quand même observer que, même chez les couples qui ont des habitudes médiatiques davantage stabilisées, la manière dont l'écoute des JT va s'articuler avec les dîners et leurs préparatifs n'est pas homogène : elle va osciller entre des degrés d'attention différents. Ces degrés fluctuent entre un engagement fort<sup>263</sup>, quand les téléspectateurs ne font rien d'autre que regarder le programme, et des niveaux où l'activité de réception est à la fois subordonnée aux interactions avec les individus en présence et aux tâches effectuées autour du petit écran.

Comme les individus vivant en couple, les célibataires se servent souvent des JT pour créer une présence. Mais, la solitude de leurs usages a de lourdes répercussions sur leur choix de programmes ainsi que la manière de les regarder. Une fois devant leur écran, leur engagement dans l'activité de réception est beaucoup plus intense. Dans la mesure où ils peuvent facilement passer d'un programme à l'autre, sans que cela dérange un quelconque co-récepteur, ils utilisent fréquemment leur télécommande pour naviguer entre les différentes éditions. Cette activité de « zapping » reste indissociable de l'activité réflexive qu'ils portent sur les JT dans la mesure où, c'est en comparant la manière dont les différentes éditions vont traiter les sujets, qu'ils vont se forger leur propre opinion.

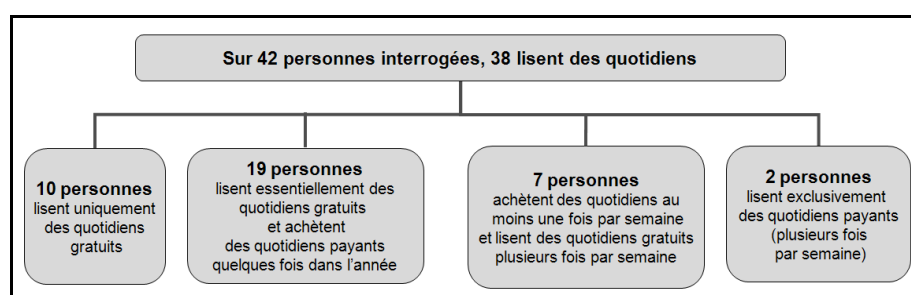
A travers la relation que les célibataires et les personnes vivant en couple entretiennent avec les JT, nous prolongeons l'idée défendue par Morley selon laquelle leur réception est toujours à référer aux interactions familiales – ou à leur absence – ainsi qu'aux activités développées autour du petit écran. Elle invite à aborder le choix des programmes télévisés comme une délibération faite en appui avec la configuration des situations d'usage. Le format des JT a la particularité de coïncider parfaitement avec l'effervescence des activités liées aux repas. C'est pourquoi les autres supports d'information domiciliaires, dont les usages peuvent être plus isolants et moins propices à la multi-activité, ne sauraient concurrencer les journaux télévisés durant cette phase de la vie domestique.

---

<sup>263</sup> Il est difficile de mesurer le degré d'attention qu'un téléspectateur accorde à un programme. Lull (1990) déduit l'intensité avec laquelle un téléspectateur s'investit dans la réception d'un programme du plaisir qu'il en retire.

## 2. L'engouement pour la presse gratuite : entre l'argument de la gratuité et l'opportunité en situation de mobilité

Comme le montre le schéma ci-dessous, les individus interrogés dans le cadre de cette étude s'informent régulièrement à travers la presse écrite. Cependant, s'ils reconnaissent la grande légitimité des quotidiens « payants », ils n'en font pas une source d'information privilégiée dans la mesure où ils lisent quasi-exclusivement la presse urbaine gratuite.



**Figure 16 : Répartition des pratiques observées autour de la presse payante et gratuite**

Le principal argument évoqué, pour justifier ce désaveu, est d'ordre économique. On l'observe plus particulièrement chez les jeunes, étudiants ou actifs, qui expliquent que leur situation financière ne leur permet pas d'en acheter chaque jour un exemplaire :

*« Moi, j'achète pas les journaux en général le matin parce que c'est un vrai budget. Donc, si je prends des journaux, c'est des journaux gratuits. »*

Pour lire leurs éditions de référence tout en faisant l'économie du détour par les kiosques, certains disent exploiter les multiples opportunités qui se présentent à eux. Par exemple, les cadres interrogés consultent régulièrement les quotidiens qui sont mis à leur disposition sur leur lieu de travail. Certains employés profitent quant à eux des détours par la machine à café pour essayer de capter l'édition d'un collègue. Et on trouve enfin les amateurs de sports qui préfèrent faire un détour par le café du coin, plutôt que par un kiosque, pour consulter les grilles sportives.

Il n'est pas possible de réduire ces usages opportunistes à des stratégies, orientées vers la seule économie des achats de quotidiens, car ces individus se contentent de profiter des occasions de lecture qui se présentent à eux. Cette tendance montre que ceux qui lisent les quotidiens mis à disposition par leur entreprise, leurs collègues ou les cafés, ne les ont pas nécessairement sélectionnés en fonction de leur coloration politique, la qualité de leurs analyses, etc. Dans ces cas là, l'opportunité de lecture prend le pas sur la

dynamique des goûts personnels. Et, c'est en fonction de ces multiples opportunités, puisées également dans les salles d'attentes ou les zones d'embarcation des aéroports, que la stabilité des goûts est renouvelée.

Si cette tendance peut paraître anecdotique, elle prend une toute autre ampleur quand on la croise avec la relation aux quotidiens gratuits. Si la plupart des individus interrogés lisent des gratuits tous les jours ou presque, ils ne font pas le calcul de contourner les achats de quotidiens puisque, de toute façon, ils n'avaient pas nécessairement pris l'habitude de les acheter. Il n'est pas possible de réduire le succès des gratuits au seul argument économique. Il repose aussi sur le fait qu'ils viennent vers les lecteurs en étant distribués, par des humains et des non-humains, dans des points de passage très fréquentés comme l'entrée des bouches de métro. Le fait que ces distributeurs se trouvent aux carrefours des trajectoires urbaines permet à ceux qui ne sont pas prêts à payer le prix de la lecture des « payants », de lire malgré tout la presse. L'économie qu'ils réalisent n'est pas uniquement pécuniaire. Ils font aussi celle du coût temporel nécessaire au détour par un kiosque, du coût physique nécessaire pour l'atteindre, du coût cognitif nécessaire pour ne pas oublier de faire ce détour et, le cas échéant, du coût psychologique découlant de la frustration d'avoir oublié de faire ce détour.

Il apparaît donc que le détour par les situations quotidiennes permet d'expliquer pourquoi cette presse, peu valorisée socialement, rencontre un tel engouement. La valeur de ces quotidiens n'est pas à chercher dans leur format, ni dans la qualité des informations qu'ils diffusent. Elle émane de la logique des situations qui fait, qu'à l'endroit précis et au moment précis où un passant va tomber sur ce quotidien, il va lui attribuer une grande valeur, une valeur circonstancielle, celle de l'occuper l'espace de cinq minutes. De plus, la valeur de ces quotidiens ne peut pas être évaluée sans être réinscrite dans la globalité des pratiques d'informations. Les utilisateurs avancés étudiés ici se tournent vers eux sans complexe au regard de leurs multiples confrontations aux discours journalistiques.

### **3. Les usages de la presse en ligne : entre le design des interfaces et la séquentialisation des activités**

Même si dans notre échantillon les jeunes technophiles sont surreprésentés, les individus interrogés mobilisent rarement Internet pour rechercher des informations journalistiques. Dans la mesure où ils peuvent les consulter à partir des autres médias, ils



vont profiter d'Internet pour développer d'autres activités. Ils vont s'en servir pour communiquer par le biais des messageries synchrones ou asynchrones. Et, s'ils doivent l'utiliser pour rechercher des informations, ils s'orienteront plutôt vers des informations pratiques (sur des biens de consommation, sur les horaires de transport, etc.) et des informations spécialisées (en informatique, en cuisine, etc.).

Si l'on se situe du côté des usages, il est difficile d'attester l'idée selon laquelle Internet absorberait les autres médias. En effet, les individus les plus férus d'un titre de quotidien, d'une émission de télévision ou de radio, utilisent peu Internet pour aller visiter les portails qui leurs sont dédiés. Dans la mesure où la diversité des contenus accessibles depuis un ordinateur va bien au-delà de ceux proposés par les autres médias, ils s'en servent pour explorer de nouveaux horizons, comme les sites qui proposent des vidéos en streaming (YouTube, Dailymotion,...), plutôt que pour approfondir ceux qui sont banalisés dans leurs habitudes médiatiques.

Le cas des informations journalistiques est particulièrement révélateur de cette tendance puisque les ressources, et les contraintes propres aux modalités de navigation sur Internet, vont inciter les utilisateurs à s'informer à partir de nouvelles sources. Les rares fois où les individus interrogés s'informent à partir d'Internet, ils se tournent quasi-exclusivement vers les rubriques « News » diffusées sur la page d'accueil de leur F.A.I. (Fournisseur d'Accès Internet), celle de l'hébergeur de leur compte de messagerie électronique (Yahoo, Voila, etc.) ou celle de leur moteur de recherche (Google News). Nous savons que « l'étude des parcours (sur Internet) est donc indissociable de l'étude des productions de la toile, à la fois pour donner sens aux parcours et pour montrer comment la structure et les contenus des sites agissent sur les visites »<sup>264</sup>. Dès lors, pour expliquer l'audience de ces pages, il convient de comprendre comment les usagers y accèdent.

#### *a) Le rôle du design des interfaces sur la consultation des news*

Les individus interrogés ont tendance à garder en page d'accueil de leur navigateur Internet celle de leur F.A.I.<sup>265</sup>. Par exemple, les abonnés à Orange conservent souvent le portail d'Orange en page d'accueil de leur navigateur. Maintenant que l'on sait que ces pages s'invitent au regard de ces internautes, il convient de s'intéresser à leur

<sup>264</sup> Beaudouin, Fleury, Pasquier, Habert, Licoppe, 2002.

<sup>265</sup> Cette configuration se fait souvent par défaut lors de l'installation du modem.

mise en forme afin d'observer la place accordée à la rubrique « News » (cf. ci-dessous la page d'accueil du site du groupe Orange).

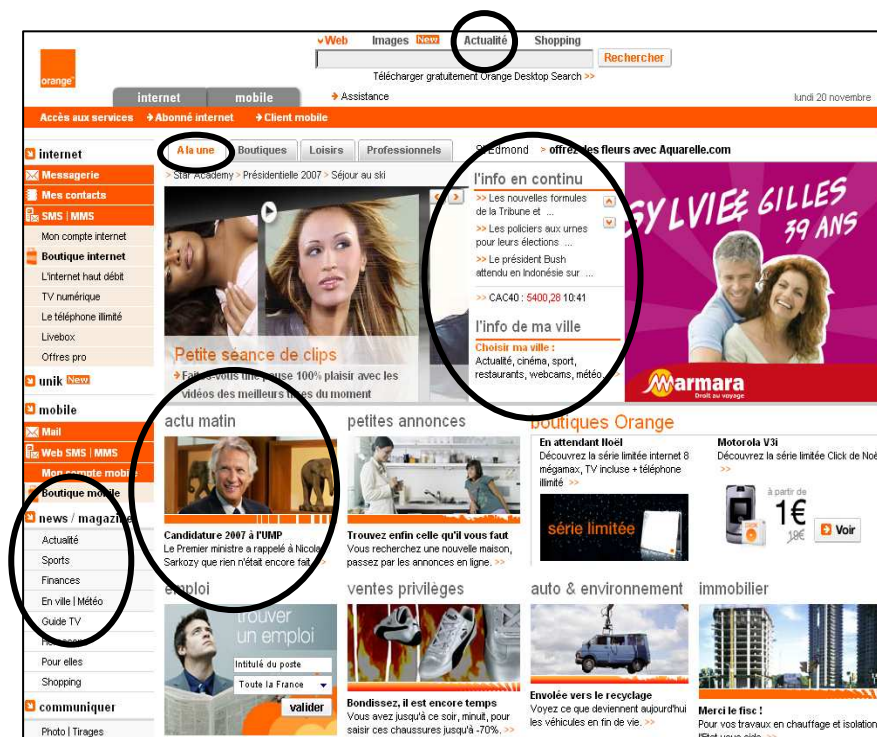


Figure 17 : Page d'accueil du site du groupe Orange

Cette capture d'écran montre comment, sur la page d'accueil du site d'Orange, ont été intégrés différents accès aux *news* autour des liens dédiés à l'activité commerciale de l'opérateur (ceux en haut à gauche de l'écran). La configuration de la page d'accueil de ce F.A.I. ne lui est pas spécifique, elle a une structure proche de celles de ses concurrents<sup>266</sup>. Dès lors, dans la mesure où les navigateurs Internet s'ouvrent fréquemment sur ces pages, il convient de référer la place qu'occupent les *news* dans les pratiques observées, à leur inscription dans les modalités de navigation. Nous retrouvons ici un type d'accès à l'information qui nous semble paradigmatique. Il renforce l'idée selon laquelle ces usages ne peuvent pas être interprétés sous les seuls aspects des profils des individus et de la légitimité des sources, tant ces prises locales influent sur la sélection des sources.

### b) Resituer la consultation des news dans la séquentialisation des activités

L'autre dimension qui permet de comprendre l'audience de ces rubriques est l'enchaînement des activités réalisées à partir d'un ordinateur et des connexions Internet.

<sup>266</sup> Si une personne qui n'est pas abonnée à un F.A.I. se rend sur sa page d'accueil, elle tombera souvent sur des liens promotionnels. Ce n'est qu'une fois qu'elle sera abonnée que la page d'accueil du F.A.I. proposera des contenus, dont des *news*.

Si, comme nous l'avons dit, les individus interrogés se servent davantage d'Internet pour développer de nouvelles formes de communication, plutôt que pour rechercher des informations journalistiques, il faut considérer que ces activités ne sont pas toujours indépendantes. Elles forment un même territoire de navigations : le territoire « familier »

<sup>267</sup>.

Les individus qui souhaitent consulter leur boîte aux lettres électronique personnelle, notamment quand ils sont au travail et qu'ils n'ont pas de logiciel de messagerie, doivent s'identifier sur l'interface Webmail de leur hébergeur. Or, ces hébergeurs, qu'ils soient des F.A.I. ou non (Yahoo, Voila, etc.), proposent des rubriques « News ». Dès lors, dans la mesure où pour consulter leurs courriers électroniques, les internautes doivent passer par la page d'accueil de leur hébergeur, ils sont d'autant plus incités à faire un détour par ces rubriques.

Sur le même registre, d'autres individus disent s'informer régulièrement à partir de la rubrique « Actualités » du moteur de recherche Google. Là encore, la consultation de cette rubrique bénéficie, en tant qu'activité secondaire, de l'aura de l'activité principale qu'est la recherche d'informations au sens large.

Si les consultations Internet des informations journalistiques répondent à deux types de prises, celle du design de l'interface et celle de la séquentialisation des activités, il ne faut pas pour autant minimiser la dimension planifiée et stratégique de certains usages. Il arrive que les individus mobilisent Internet pour rechercher des compléments d'informations. Dans ces cas là, ils vont planifier leur navigation pour atteindre leur but. Mais l'erreur serait de croire que la valeur de l'information recherchée tient nécessairement à la légitimité des analyses développées par les journalistes. Elle tient davantage à leur caractère synthétique et factuel qui va en optimiser la recherche. Là encore, les rubriques « News » sont privilégiées dans la mesure où elles listent de manière claire et hiérarchisée des dépêches gratuites, factuelles et renouvelées en continu. En ce sens, la mobilisation d'Internet prolonge la méfiance envers les discours de presse qui, par la longueur et la complexité de leurs analyses, éveillent un sentiment de suspicion. En lecteurs éclairés, qui savent peser le pour et le contre, ils disent privilégier les informations factuelles qui se contentent de rapporter les événements sans chercher à les mettre en perspective.

---

<sup>267</sup> Beauvisage, 2004, 2007.

Cependant, il ne faut pas généraliser cette tendance. Elle est bien spécifique aux utilisateurs "avancés" qui déclinent leurs pratiques d'information sur plusieurs supports. Dans la mesure où ils entretiennent une relation étroite avec les questions d'actualité, ils orientent leurs consultations Internet vers d'autres types de contenus comme les informations pratiques et spécialisées. Autrement dit, ils profitent de la solitude de leurs usages d'Internet pour s'ouvrir à de nouvelles activités et à de nouvelles informations, là où les usages collectifs des autres médias constituent des occasions plus propices à l'écoute des informations journalistiques.

#### **4. Les services multimédia : entre la disponibilité des téléphones mobiles et l'accessibilité des *news***

A partir de ces exemples paradigmatiques, nous avons abordé les usages respectifs de chacun des supports d'information mobilisés par les individus interrogés. Il s'est agi de décrire comment les modalités d'usages s'articulent au croisement entre l'horizon d'attente des usagers et la configuration des situations. C'est ainsi que l'écoute des informations radiodiffusées a été saisie à partir des situations qui permettent aux auditeurs de s'informer tout en remplissant de multiples tâches. La réception des journaux télévisés répond également à cette attente en s'articulant davantage avec les interactions familiales. En ce qui concerne l'engouement pour les journaux gratuits, il découle de leur distribution aux carrefours des trajectoires urbaines. Il en va de même pour les *news* diffusées sur Internet. C'est bien leur inscription aux carrefours des navigations Internet qui leur confère une légitimité circonstancielle. Ce rapide tour d'horizon a pour objectif de faire émerger des formes de propension inscrites au principe des usages de chaque support médiatique. Avant de les synthétiser, décrivons celles qui prévalent lors de l'appropriation des services multimédia.

Si les dépêches des agences de presse publiées dans la rubrique « News » du WAP et les flashes d'information consultables depuis la rubrique « Vidéos » revêtent des formats ajustés à ce nouveau support, il n'en va pas de même pour les chaînes télévisées de la Mobile TV qui sont diffusées de la même manière que sur les grands écrans des télévisions. Si cette logique de diffusion multi-support permet aux utilisateurs de retrouver sur les écrans de leur téléphone mobile, les programmes qu'ils regardent habituellement à la télévision, il apparaît toutefois que les modes de réception diffèrent

sensiblement suivant le support regardé. Par exemple, la réception sur les téléphones mobiles<sup>268</sup> se déroule dans des lieux inhabituels tels que les bureaux ou les voitures ; elle s'inscrit dans des interactions spécifiques : entre collègues ou entre passagers ; elle renouvelle le rapport aux contenus par la brièveté des créneaux d'utilisation ; elle modifie les formes d'écoute en contraignant les utilisateurs à accorder plus d'importance aux sons qu'aux images, etc.

Sur l'ensemble de ces traits qui caractérisent la réception des contenus multimédia sur les supports mobiles, nous nous contenterons de décrire ici les deux registres qui paraissent essentiels pour expliquer pourquoi ces services sont associés aux pratiques d'information. Le premier renvoie à la disponibilité du téléphone mobile en tant qu'il constitue un support médiatique qui suit les individus dans toutes les situations<sup>269</sup>. Le second concerne l'accessibilité des contenus dont les formats sont suffisamment attractifs pour former des opportunités d'usages propices au divertissement de nombreuses situations. Ces deux registres jouent un rôle important puisqu'ils s'inscrivent au principe des usages déployés dans toutes les situations : au domicile, sur le lieu de travail ou durant les trajets quotidiens.

Pour saisir la convergence entre ces deux registres, prenons l'exemple des individus qui regardent des chaînes télévisées dans les transports en commun. Les trajets quotidiens entre le domicile et le lieu de travail sont vécus comme des temps morts. De plus en plus d'individus se tournent alors vers la multifonctionnalité de leur téléphone mobile afin de regarder des programmes télévisés. S'il leur est possible de déployer cet usage, c'est tout d'abord en raison de la disponibilité du mobile qu'ils gardent en permanence sur eux pour rester joignables. Mais ce n'est pas parce que ce nouveau support est continuellement à disposition que les usagers vont l'utiliser pour autant. Ils le font car ils considèrent que les contenus sont attractifs et qu'ils peuvent les consulter en quelques clics. Il devient alors agréable de se tourner vers son mobile pour regarder un bulletin d'information.

Il va de soi qu'un nombre conséquent d'utilisateurs, et plus particulièrement d'utilisatrices, va préférer se tourner vers les séries qu'elles jugent bien plus divertissantes que les JT. Cependant, comme les chaînes télévisées ne proposent pas de séries le matin, elles sont contraintes d'attendre le trajet retour pour pouvoir les regarder. En début de

---

<sup>268</sup> O'Hara, Mitchell, Vorbau, 2007

<sup>269</sup> Licoppe, Inada, 2005.

journée, lorsqu'elles se rendent sur leur lieu de travail, elles se plient alors à la programmation télévisuelle et s'orientent majoritairement vers l'émission *Télématin* diffusée par France 2. C'est ainsi qu'en recherchant un programme distrayant, elles s'ouvrent à l'actualité du jour à travers les bulletins d'information proposés lors de cette émission. On peut croiser cette tendance avec la manière dont la radio alimente les pratiques d'information puisque les programmes radiodiffusés sont régulièrement entrecoupés de flashs info.

Il apparaît également que le choix des contenus répond à la brièveté des opportunités d'usage qui excèdent rarement dix minutes. En effet, comme le temps de chargement des chaînes télévisées prend une trentaine de secondes et comme les trajets sont courts, les individus se fixent devant un programme sans recourir au zapping. Nous avons pu observer que la majorité des utilisateurs font alors en sorte de s'orienter vers des contenus qui peuvent être pris en cours de diffusion, et interrompus à tout moment, sans que cela ne soit problématique. A la différence des séries, les JT permettent ces rapides usages opportunistes dans la mesure où ils ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue. Ils peuvent être regardés quelques minutes, puis interrompus, sans que l'utilisateur éprouve la frustration de s'être arrêté en plein milieu de l'histoire. Il en va autrement des séries, et de l'ensemble des contenus produits autour d'une structure d'intrigue, puisqu'il peut être particulièrement frustrant de devoir cesser de les regarder lorsqu'on est arrivé à quai. Nous pouvons donc en déduire que ces usages ne répondent pas tant à des goûts affirmés (autour des séries, des films,...), que les individus aimeraient pouvoir reproduire à partir de leur téléphone multimédia, qu'à l'adaptation aux contraintes de la brièveté des créneaux d'utilisation.

Les usagers doivent plier leurs goûts à d'autres contraintes propres aux situations d'usage. Si un individu préfère regarder une série plutôt que de lire des dépêches, il peut être contraint de s'en satisfaire. Par exemple, la présence de nombreux passagers peut l'inciter à ne pas faire de bruit et le conduire à privilégier la lecture silencieuse des *news* (cf. ci-dessous les captures d'écran d'un enregistrement vidéo effectué avec des lunettes caméra).



Debout, J.A. consulte les *news* écrites du WAP pour ne pas déranger les passagers du bus.



Une fois assis, il n'éprouve plus de gêne à visionner la vidéo de la météo même si le son qui se propage attire l'attention d'une passagère.

L'utilisation des services multimédia est donc à réinscrire sous la tension entre les stratégies des individus, visant à s'approprier les situations pour déployer des usages qui soient le plus possible en phase avec leurs attentes, et les contraintes de la situation qui délimitent l'horizon des usages possibles. C'est ainsi, les individus associent les services multimédia à leurs pratiques d'information en raison de la disponibilité des téléphones mobiles et en raison de l'accessibilité de leurs contenus. Le choix d'utiliser son mobile pour s'informer ne répond pas tant à des goûts affirmés qu'à des ajustements opportunistes vis-à-vis des situations d'usage. Les enregistrements vidéo vont nous permettre, au cours de la partie suivante, d'affiner la description de cette appropriation opportuniste.

## 5. L'appropriation des services multimédia selon trois formes de propension

La diversification croissante des supports médiatiques permet aux individus de s'informer à partir d'une gamme étendue de sources d'information. Internet a par exemple déjà largement contribué à renouveler le paysage des pratiques d'information développées au domicile ou sur le lieu de travail. Aujourd'hui, la diffusion des téléphones mobiles de troisième génération vient modifier les modes de divertissements auxquels ont recours certains passagers des transports en commun. Cette tendance pose donc la question de la problématique articulation entre les usages successifs des différentes sources.

A travers cette contribution, nous avons tenté d'y apporter quelques éléments de réponse en partant du principe que les pratiques d'information ne peuvent plus être

abordées de manière unifiée. Il est difficile de donner sens à leur distribution sur des supports différents, dans des situations variées, sous la seule perspective consistant à croiser les profils sociodémographiques des individus avec la légitimité culturelle des sources. En effet, même les habitudes médiatiques qui réactualisent au jour le jour les plus forts enjeux identitaires, comme par exemple le choix d'un quotidien en fonction de sa coloration politique, plient sous les effets de disponibilité de la presse gratuite. Sans chercher à stigmatiser cette évolution, nous avons tenté d'en dévoiler quelques ressorts.

Pour cela, nous venons de proposer une lecture pragmatique des pratiques d'information en décrivant comment elles sont rarement déployées pour tendre vers un but défini autour des informations elles-mêmes, comme lors des recherches d'informations. Elles répondent plutôt à des motifs pragmatiques définis en situation. En conclusion, nous proposons de les regrouper sous trois registres de propension à prendre en considération pour saisir comment la sélection des sources d'information, et les usages qui en sont faits, s'opèrent en fonction de la configuration des situations. C'est à travers ces propensions que nous nous proposons de rendre compte de l'appropriation des services mobiles multimédia. Elles sont fonction des opportunités de la situation, celles formées par les personnes en présence, les activités réalisées, les supports à disposition et, plus généralement, l'environnement ambiant :

*Le premier registre de propension est celui de la multi-activité et des types d'interactions.* Si ce registre est caractéristique de la réception des JT et des émissions de radio, il s'applique aussi aux autres supports d'information. Par exemple, si la décision de lire un quotidien ne paraît pas directement liée à ce registre, elle l'est indirectement : un individu va préférer ouvrir un journal quand il est seul et qu'il n'est pas engagé dans une autre activité. Si nous avons montré qu'il en va de même avec les services multimédia, il convient d'approfondir ce premier registre de propension en décrivant concrètement, sur la base des enregistrements vidéo, comment les usages de la Mobile TV s'inscrivent dans des formes de multi-activité et interfèrent sur la coordination avec les co-présents. Ces questions seront au cœur de la partie suivante.

*Le deuxième registre concerne le degré de disponibilité du support d'information qui est fonction de la configuration de la situation.* Ainsi, l'attractivité des téléphones mobiles repose sur leur continuelle disponibilité, notamment en situation de mobilité et sur le lieu de travail. Cette dimension du degré de disponibilité des supports d'information est indissociable de la dimension de l'accessibilité des contenus qu'ils véhiculent, c'est-à-



dire de la rapidité avec laquelle ils vont donner accès à l'information recherchée ou au divertissement espéré. Là encore, nous allons décrire en détail cette propension à l'aide des enregistrements vidéo.

*Le troisième registre est quant à lui relatif à l'attractivité des formats médiatiques et à l'économie cognitive.* La sélection d'un média va dépendre du degré d'attention que va solliciter son usage, selon le format des informations qu'il véhicule (écrites, orales ou télévisuelles). Cette sollicitation des formats médiatiques est variable d'une situation à l'autre<sup>270</sup> suivant le lieu, le moment de la journée et les personnes en présence. C'est sous les effets de ce registre que l'argument de la gratuité des quotidiens perd de sa force face à l'attractivité des chaînes télévisées consultables sur les téléphones mobiles. Cette fois-ci, les enregistrements vidéo ne nous permettront pas d'aborder de front cette forme de propension. Seuls les entretiens permettent de saisir pourquoi les utilisateurs privilégient les services multimédia, par exemple parce qu'ils les trouvent plus divertissants. En revanche, les enregistrements vont nous permettre de décrire l'écologie des usages de la Mobile TV en repérant la distribution de l'attention des participants entre leurs engagements focalisés dans la réception, dans la conduite du déplacement et dans leur coordination avec les co-présents.

A la différence des travaux sur les « contextes d'écoute »<sup>271</sup> qui se focalisent avant tout sur le déroulement de la réception, ces registres permettent également de remonter en amont au niveau de la sélection des supports médiatiques. Ils viennent ainsi compléter les recherches qui situent cette sélection au centre de leurs analyses en croisant les profils sociodémographiques des individus avec la légitimité culturelle des sources d'information<sup>272</sup>. Cette complémentarité prend tout son sens lorsque les effets structurants de la légitimité plient sous les opportunités des situations, comme c'est par exemple le cas à chaque fois qu'un individu va préférer, au détour par un kiosque, attraper le quotidien gratuit qu'un distributeur lui tend.

En proposant ces trois registres, nous tentons d'appréhender la sélection des sources d'information de manière endogène en la situant au niveau des différentes prises des situations quotidiennes qui co-orientent les individus vers un mode spécifique de consommation médiatique. En procédant ainsi, nous décrivons comment les habitudes

---

<sup>270</sup> Lull, 1990.

<sup>271</sup> Morley, 1986.

<sup>272</sup> Lahire, 2004A, 2004B, 1998.

médiatiques ne sont pas tant renouvelées par les nouveaux supports d'information que par la possibilité d'inscrire et de stabiliser leurs usages dans les situations quotidiennes, que ce soit au domicile, en mobilité ou sur le lieu de travail. Ainsi, nous proposons de croiser ces registres pour déconstruire ces formes d'inscription opportunistes qui sont tout autant co-déterminées par les personnes en présence et les activités réalisées en parallèle des usages que par l'attractivité du support et sa disponibilité dans une situation précise. Maintenant que les entretiens nous ont permis d'identifier les propensions pertinentes à approfondir, il convient de les décrire finement à l'aide des données « naturalistes » capturées par les enregistrements vidéo.

## V. Conclusion du chapitre 4

Lors de la première phase de cette étude, les entretiens nous ont permis de dégager deux moments clés pour saisir l'appropriation des services mobiles multimédia :

1. Il apparaît tout d'abord à quel point il est problématique de construire une étude d'usage à partir de la désignation technique et commerciale d'un service. En effet, les utilisateurs n'identifient pas, et ne restituent pas, leurs utilisations des services multimédia à travers leurs noms : WAP, VOD ou Mobile TV. Ils les catégorisent autour des contenus auxquels ces services donnent accès. Comme la rubrique « News » regroupe à la fois des dépêches écrites du WAP ainsi que les flashes infos, les reportages, les bulletins sportifs et la météo de la VOD, les utilisateurs assimilent ces deux formats de contenus et ces deux services sous le fait de s'informer. Autrement dit, ils se les approprient comme de nouveaux supports de leurs pratiques d'information. Dès lors, cette étude d'usage ne peut pas partir de la désignation de ces services sous peine de segmenter une modalité d'appropriation transversale. Il convient, dans le prolongement d'une pragmatique du goût<sup>273</sup>, de retranscrire comment les utilisateurs catégorisent un nouveau service par le travail de leur attachement à des genres médiatiques, comme nous l'avons réalisé ici avec le genre journalistique.

Cette question de la catégorisation ne renvoie pas à un simple contournement des prescriptions d'usages<sup>274</sup>, telles qu'elles sont médiées par les offres commerciales et la configuration des services. Elle pose les jalons de l'étude de l'appropriation de ces

---

<sup>273</sup> Hennion, 2004 A, 2004 B.

<sup>274</sup> De Certeau, 1980.

services en les inscrivant d'emblée dans le prolongement des autres pratiques médiatiques. C'est ainsi que nous avons appréhendé l'appropriation de la Mobile TV comme un nouveau moment de la pratique télévisuelle.

Nous avons dès lors mis en évidence la performativité des attachements aux genres médiatiques. Lorsque des individus font face à des dispositifs technologiques multifonctionnels, il est intéressant de relever comment ils en catégorisent les utilisations à partir des attachements qu'ils leur permettent de réaliser. Celui qui se sert de son téléphone pour écouter de la musique dit que son téléphone fait lecteur MP3. Celui qui s'en sert pour regarder des programmes télévisés dit que son téléphone fait télévision. D'autres diront qu'il fait radio, appareil photo, etc. Dès lors, il n'est plus pertinent de procéder comme la sociologie des usages le faisait jusqu'à maintenant en répertoriant les usages qui sont fait d'un tel support. Il est dorénavant nécessaire de saisir comment un usager va inscrire ce dispositif dans la gamme de ceux qu'ils mobilisent pour réaliser un attachement culturel ou médiatique.

Cette lecture permet de saisir les « significations d'usages »<sup>275</sup> qu'il va assigner à ce dispositif. Elles renvoient habituellement aux « représentations et aux valeurs qui s'investissent dans l'usage d'une technique ou d'un objet »<sup>276</sup>. Par exemple, « Les multiples significations exprimées à propos du seul usage de la télévision sont riches et très diversifiées : outil contre la solitude, repos, détente, divertissement, culture et information, recherche de sociabilité, plaisir du jeu, interactions familiales. Elles ne se ramènent surtout pas au seul passe-temps »<sup>277</sup>. Il apparaît clairement à quel point la sociologie des usages évacue le rôle des préférences médiatiques dans l'attribution des significations d'usage. Cette question devient centrale avec la Mobile TV car ces préférences jouent un rôle central. Les utilisateurs n'investissent pas uniquement des représentations ou des valeurs dans cet écran de poche. Ils y investissent des centres d'intérêt. Il leur permet de regarder tel ou tel contenu. Le téléphone multimédia joue aussi la fonction de tel ou tel support. On voit donc qu'il n'est plus possible de suivre une sociologie qui a été développée autour du minitel et d'Internet. Ces nouveaux médias ont fait passer les préoccupations techniques au premier plan. Ils ont incité à laisser de côté les contenus. Comme ces supports se démarquaient des « anciens » médias, en étant des technologies de communication plutôt que d'information, ils ont invité les sociologues à

---

<sup>275</sup> Chambat, 1994, p.262.

<sup>276</sup> *Ibid.*

<sup>277</sup> *Ibid.*, p. 61.

désinvestir la problématique du transfert des préférences médiatiques. Avec les écrans de télévision de poche, cette problématique redevient centrale. Elle prime sur les préoccupations techniques dans la mesure où les modalités de l'appropriation sont moins orientées par les prescriptions techniques d'usage qu'elles sont induites par le travail des attachements aux genres médiatiques.

2. Il apparaît ensuite à quel point il est nécessaire de référer l'appropriation des services multimédia aux situations d'usage. En effet, la pratique télévisuelle n'est pas tant renouvelée par la Mobile TV que par les situations où elle peut désormais être réalisée. Puisque ce service diffuse les mêmes chaînes que les télévisions domiciliaires, les utilisateurs renvoient la nouveauté de leur pratique aux nouvelles circonstances pratiques où ils peuvent regarder leurs programmes préférés. Que ce soit au domicile, sur le lieu de travail ou en situation de mobilité, les créneaux d'utilisation sont brefs. Les utilisateurs doivent alors sélectionner leurs préférences télévisuelles qui sont conciliables avec cette brièveté. C'est pourquoi ils se tournent majoritairement vers les JT et les chaînes d'information en continu. Ces contenus ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue, leur réception peut être initiée ou interrompue à tout moment sans que cela ne soit problématique. De plus, comme le zapping est difficile sur la Mobile TV et comme le chargement des programmes est long, les usagers se tournent vers ces contenus clairement identifiables en évitant ainsi de se laisser disperser dans des zappings hasardeux.

Cette préférence pour les informations journalistiques peut être qualifiée d'opportuniste. Ces contenus sont les plus opportuns au regard de leurs préférences télévisuelles, de la durée de leur créneau d'utilisation et des contraintes du zapping. Nous avons mis en évidence trois formes de propension qui permettent de caractériser le format d'attachement opportuniste. La première est liée aux formes de multi-activité et aux types d'interaction qui rendent le déploiement des usages opportun. La deuxième renvoie au degré d'opportunité du support qui est fonction de sa disponibilité dans la situation vécue et de l'accessibilité du contenu qu'il véhicule. Et la dernière renvoie au degré d'opportunité du support qui est fonction de son attractivité et de l'engagement cognitif que sa réception sollicite. Ces trois formes de propensions, identifiées à l'aide des entretiens, vont maintenant nous servir de base pour analyser les enregistrements vidéo des usages de la Mobile TV en situation de mobilité.



## **PARTIE III**

---

# **L'APPROPRIATION DES SERVICES MULTIMÉDIA EN SITUATION DE MOBILITÉ**



Au cours de la précédente partie, il a été décrit comment les utilisateurs revisitent leurs préférences télévisuelles pour sélectionner celles qui sont « regardables » dans les situations d'usage de la Mobile TV. C'est ainsi que l'engouement pour les journaux télévisés et les chaînes d'information en continu peut être assimilé à une forme d'attachement opportuniste à ce genre télévisuel. Un tel attachement ne veut pas dire que les usagers se tournent vers ces contenus par dépit. Ils les affectionnent, les jugent utiles et en font des référents identitaires forts faisant d'eux des individus qui se tiennent informés. Ceci dit, ils ne les affectionnent pas au point de leur accorder une place aussi centrale dans leur consommation télévisuelle domiciliaire. C'est bien les contraintes d'utilisation de la Mobile TV, telles qu'elles émergent en situation d'usage, qui rendent ce genre télévisuel pertinent dans la mesure où c'est celui qui s'ajuste le mieux avec les circonstances pratiques. Il existe donc une tension entre leurs préférences, notamment celles développées autour des contenus « longs » à intrigues, et les contraintes des situations d'usage qui balisent un champ de consommation pertinent.

Nous avons réalisé une deuxième étude dans le but d'approfondir cette tension. Pour cela, nous avons mis en place un dispositif méthodologique fondé sur des enregistrements vidéo réalisés à l'aide de lunettes caméra. L'objectif a été de filmer les usages de la Mobile TV durant les déplacements dans les transports en commun entre le domicile des participants et leur lieu de travail. Comme ils ne se contentent pas d'utiliser ce service, il a également pu être observé leurs usages des autres fonctions (radio, lecteur MP3) et des autres supports d'informations. Cet observatoire a donc un double avantage.

Il permet tout d'abord de décrire en détail l'activation des usages. On peut retracer le moment précis où les utilisateurs sortent leur téléphone multimédia de leur poche pour regarder une émission télévisée. On peut aussi repérer à quels moments ils vont privilégier un autre support. Autrement dit, on peut voir émerger la pertinence de chacun de ces supports au fil du déplacement, au regard des circonstances pratiques. C'est ainsi que nous allons questionner les trois registres de propension dégagés précédemment, c'est-à-dire l'indexation du choix du support médiatique sur les formes de multi-activité et les types d'interaction bordant les utilisations, sur leur disponibilité dans la situation vécue et sur leur attractivité, c'est-à-dire l'immersion cognitive sollicitée par la réception de chacun des supports.

Ce questionnement des trois registres de propension va d'abord être réalisé autour des problèmes de disponibilité des réseaux téléphoniques permettant de se connecter à la



Mobile TV (cf. chapitre 5, p. 225). C'est bien autour de la disponibilité de cette médiation technique invisible que va émerger, *in situ*, la pertinence d'un usage de la Mobile TV. De même, c'est bien autour de son indisponibilité que la pertinence des autres supports médiatiques va être réévaluée et qu'ils vont être requalifiés comme « autonomes ». Nous allons dès lors décrire comment les participants reconfigurent le déroulement de leurs différentes activités médiatiques, que ce soit la lecture de la presse, l'écoute de la radio ou la réception de la Mobile TV, autour des réseaux de communication. C'est ainsi que la propension à utiliser ce service sera renvoyée à la fois à l'attachement opportuniste à ces réseaux et à la forme de multi-activité au sein de laquelle l'activité de déplacement et l'activité de réception viennent s'encadrer.

Cet observatoire permet ensuite de suivre dans le temps l'évolution des usages de chaque support. Cette dimension est centrale car elle va nous permettre de sortir d'une approche médiacentrée pour décrire la logique des situations. C'est par exemple ce que les chercheurs font, de manière indirecte et décontextualisée, lorsqu'ils réfèrent les usages de la Mobile TV à l'ennui. En ce qui nous concerne, nous allons cibler ici l'indexation de la conduite des usages sur l'effervescence des déplacements urbains. Comment l'attention accordée à la réception vient-elle se greffer sur celle qui est nécessaire à la bonne conduite du trajet ? Comment s'accorde-t-elle avec l'attention minimale qui est, *a priori*, nécessaire d'accorder aux co-présents (cf. chapitre 6, p. 271) ?

Au cours de cette partie, nous montrerons alors comment les usages de Mobile TV viennent s'encadrer dans les échanges proxémiques de civilité. Nous verrons comment les relations en public influent sur les usages et, rétroactivement, comment ces derniers affectent les modalités de coordination entre co-présents et entre interactants. L'objectif consiste à décrire comment, lors de ce moment de l'appropriation, ils inaugurent des modalités de présence au monde inédites qui visibilisent des formes de coordination tacites avec autrui et avec l'environnement urbain.

## I. Présentation de la deuxième étude

La deuxième étude<sup>278</sup> a été initiée début 2007 pour affiner la compréhension des tendances observées à partir des questionnaires et des entretiens. Pour cela, nous avons réalisé des suivis ethnographiques auprès de 13 individus.

### 1. Profil des participants

Afin de définir le dispositif méthodologique et de mettre en place une grille d'analyse des enregistrements vidéo, il s'est avéré pertinent de réaliser une phase exploratoire auprès de cinq utilisateurs. Pour ne pas restreindre notre approche et laisser la voie ouverte à la comparaison, nous avons recruté deux groupes d'usagers. Le premier était composé de lecteurs de la presse écrite lisant des quotidiens payants durant leurs déplacements dans les transports en commun. Le deuxième regroupait des utilisateurs ayant adopté le WAP et le service de VOD pour consulter les *news*. Il était nécessaire de cibler la relation aux informations journalistiques afin de repérer comment les services mobiles multimédia venaient s'articuler avec les usages des autres supports médiatiques mobilisés en situation de mobilité. En ciblant un type de contenu, notre objectif était de déplacer la focale des téléphones multimédia pour appréhender la mobilité comme un lieu de déploiement de divers modes de divertissement. Nous pouvons toutefois observer qu'au moment où nous avons réalisé cette phase exploratoire, au mois de juillet 2005, les usages de la Mobile TV étaient encore peu développés. Ce n'est qu'une fois notre démarche stabilisée, au mois de janvier 2007, que nous nous sommes intéressés à ces utilisations. Si notre étude a accompagné le développement de ce nouveau service, notre intention était toutefois de réaliser des enregistrements vidéo autour de participants ayant stabilisé leur appropriation.

Parmi les enseignements tirés de cette phase exploratoire, il nous est apparu pertinent d'observer quels supports d'information les individus embarquent avec eux avant de franchir le « seuil »<sup>279</sup> de leur domicile et de s'engager dans l'espace public. Cette dimension devient centrale tant les supports médiatiques embarqués (les téléphones multimédia et les lecteurs MP3) tendent à être mobilisés au détriment des supports qui

---

<sup>278</sup> L'étude présentée ici a été développée dans le cadre du projet *Mobile en ville* associé au pôle de compétitivité *Cap Digital*.

<sup>279</sup> Thibaut, 1994.

nécessitent de faire des détours : l'achat d'un quotidien dans un kiosque ou la recherche d'un distributeur de quotidiens gratuits. C'est pourquoi nous avons demandé aux participants, lors de cette phase exploratoire, de lancer les enregistrements avant de partir de chez eux afin d'observer comment ils s'équipent avant de s'engager dans leur déplacement. Autrement dit, cela nous a permis de repérer les « gestes préparatoires »<sup>280</sup> qu'ils initient avant de se déplacer. Cette exigence a ensuite été située au cœur de la démarche finalisée dans la mesure où nous demandions aux participants d'enregistrer leurs déplacements quotidiens entre leur domicile et l'arrivée sur leur lieu de travail.

Après avoir stabilisé notre démarche, dix autres participants ont été recrutés. Il va de soi que la taille de cet échantillon relativise toute forme de généralisation. Cependant, le niveau d'analyse que nous allons investir ne nécessite pas un échantillon de grande ampleur. Il nous a semblé judicieux de cibler quelques participants afin de filmer plusieurs fois leur trajet pour ouvrir la voie aux comparaisons entre les déplacements d'une même personne. Afin que ce dispositif méthodologique ne soit pas trop contraignant pour eux, nous leur avons demandé de réaliser cinq trajets aller-retour entre leur domicile et leur lieu de travail.

Pour être recrutés, les participants à l'étude finale devaient remplir deux conditions. Ils devaient tout d'abord utiliser la Mobile TV depuis plusieurs mois (en moyenne six mois) afin que leurs usages soient stabilisés. Et, il était nécessaire qu'ils l'utilisent durant leurs trajets dans les transports en commun. À travers ces deux conditions, nous espérions alors recruter des individus développant des pratiques d'informations multi-support, susceptibles d'adopter les services multimédia pour consulter des informations journalistiques. Notre objectif était bien de recueillir des traces d'utilisation les plus « naturelles » possibles. Nous souhaitons repérer comment les services multimédia étaient utilisés pour alimenter les pratiques d'information et comment la réception des news venait s'encaster dans la relation aux autres contenus.

De plus, nous n'avons pas émis de restriction particulière quant au profil sociodémographique des participants. Comme les personnes recrutées avaient des profils sensiblement différents et qu'elles nous semblaient représentatives de la population des

---

<sup>280</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

abonnés aux services multimédia, nous n'avons pas cherché à cibler des utilisateurs ayant un profil spécifique.

On peut en effet observer, dans le tableau ci-dessous, que les personnes ayant répondu favorablement à notre demande sont principalement des hommes (9 des 15 utilisateurs recrutés). Si cette tendance renvoie au profil des abonnés, on peut toutefois apercevoir que parmi les sept personnes qui utilisent très régulièrement la Mobile TV dans les transports en commun, on trouve 4 femmes et 3 hommes. Cette tendance est significative de l'engouement des femmes envers ce service. Son utilisation ne requiert pas de compétences techniques particulières et elle leur permet de transférer leur attachement aux contenus télévisuels dans les situations de mobilité, en regardant notamment des séries.

Si les hommes ont répondu plus favorablement à notre demande, c'est aussi parce que les femmes étaient plus réfractaires à l'idée de porter des lunettes caméra dans des lieux publics. Certaines des utilisatrices ont par exemple refusé de participer à cette étude car elles ne souhaitent pas transporter avec elles le dispositif d'enregistrement vidéo. Les jeunes hommes étaient quant à eux davantage attirés par cette méthode dans la mesure où ils ont trouvé un intérêt dans l'expérimentation des lunettes caméra et des enregistreurs numériques.

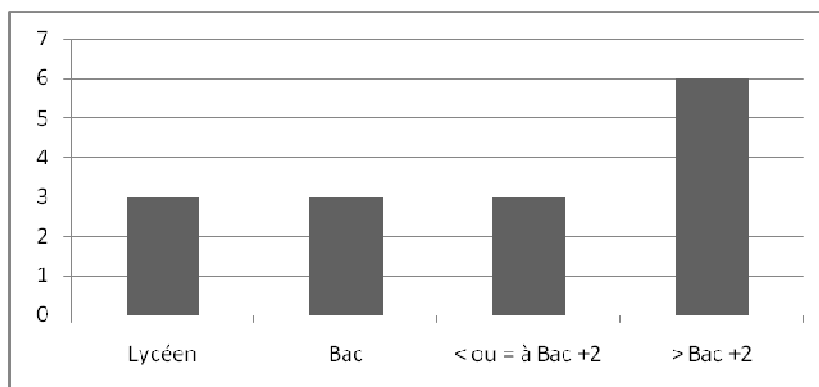
Certaines personnes ont également décidé de mettre fin à leur participation à cette étude lorsqu'elles ont été confrontées au dispositif d'enregistrement vidéo. Elles refusaient de porter les lunettes caméra dans les lieux publics en raison de leur apparence disgracieuse. C'est pourquoi, comme cela apparaît au bas du tableau ci-dessous, nous nous sommes contenté de réaliser le premier entretien auprès de trois personnes.

N°	Usages filmés	Nom	Sexe	Age	Profession	Niveau d'étude	Lieu de résidence	Durée du trajet
1	PQN / Gratuits	NP	H	21	Étudiant	Bac +3	Paris V	1 h 15
2		L	H	25	Étudiant	Bac +6	Paris XX	45 m
6		A	F	39	Assistante de direction	Bac +2	Noisy Le Grand	45 m
3	WAP VOD	T	H	19	Étudiant	Bac +1	Maison Alfort	30 m
4		JA	H	27	Agent de contrôle	Bac +4	Toulouse	30 m
5		V	F	26	Secrétaire	Bac	Toulouse	1 h 15
7	Gratuits PQN	P	H	29	Gardien de la paix	Bac +2	Paris XIII	30 m
8		B	H	22	Étudiant	Bac +4	Paris XII	30 m
9	Mobile TV WAP VOD	N	F	31	Secrétaire	Bac	Orly	45 m
10		H	F	28	Chargée de production	Bac +5	Boulogne Billancourt	1 h
11		L	F	42	Secrétaire	Bac	Noisy Champs	1 h 15
12		BK	H	17	Lycéen	Niv. Bac	Paris XII	30 m
13		BT	H	17	Lycéen	Niv. Bac	Paris XII	30 m
14		S	F	17	Lycéenne	Niv. Bac	Bagnolet	40 m
15		V	H	24	Dessinateur industriel	Bac +5	Paris XIV	40 m
RAZ		L	H	30	Animateur	Bac	Créteil	40 m
		Z	H	37	Infographiste	Bac +2	Paris IX	45 m
		E	F	27	Stagiaire ONG	Bac +2	Paris XIV	30 m

**Tableau 7 : Profil des participants**

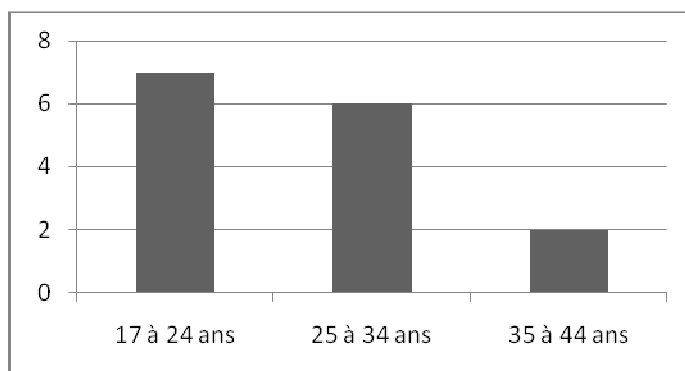
Si l'on regarde maintenant les 5 utilisateurs qui consultent essentiellement le WAP et la VOD, en parallèle de la lecture de la presse écrite, on s'aperçoit alors que quatre d'entre eux sont des hommes. Ceci tient au fait que le service de VOD permet aux hommes de consulter des bulletins d'informations sportives (par exemple le « Journal des sports » et le « Journal du foot » d'Orange World). Cet engouement pour les vidéos sportives les détourne de la réception de la Mobile TV.

En parallèle de la forte représentation des hommes, notre échantillon est composé d'individus fortement diplômés dans la mesure où 9 des 15 participants sont diplômés du supérieur, et les 3 lycéens peuvent potentiellement prolonger leurs études au-delà du baccalauréat (cf. le tableau ci-dessous). Cette tendance de notre échantillon va donc à l'encontre de l'idée selon laquelle les personnes les plus attachées à la consommation télévisuelle, au point de regarder des émissions sur leurs téléphones portables, auraient fait peu d'études. On peut toutefois noter que plus l'utilisateur est diplômé, plus il associe l'utilisation des services mobiles multimédia avec la lecture de la presse. A l'inverse, les lycéens sont de loin ceux qui se détournent le plus de la presse écrite au profit de la Mobile TV.



**Figure 18 : Niveau d'étude des participants**

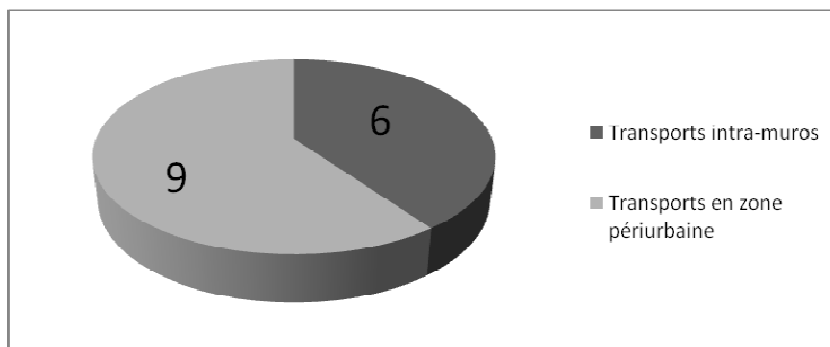
Parmi les 15 participants, 7 poursuivent encore des études. Ce constat va de pair avec la forte représentation des 17 à 24 ans (cf. le tableau ci-dessous). Seules deux participantes ont plus de 35 ans. Là encore, cette tendance recoupe le profil des utilisateurs technophiles les plus susceptibles d'adopter ces services multimédia. Nous montrerons notamment, à travers l'exemple de ces deux utilisatrices, comment leurs usages des services multimédia sont étroitement articulés autour de leurs lectures de la presse. À la différence des plus jeunes, leur appropriation de ces services mobiles ne saurait cannibaliser leurs anciennes pratiques médiatiques développées en situation de mobilité.



**Figure 19 : Age des participants**

Dans la mesure où nous souhaitons filmer les usages des supports médiatiques en mobilité, nous avons fait en sorte de sélectionner des personnes empruntant régulièrement les transports en commun pour se rendre sur leur lieu de travail. Comme les réseaux téléphoniques donnant accès aux services multimédia sont difficilement accessibles dans les transports souterrains, les utilisateurs empruntent plutôt les RER reliant les zones périurbaines aux grandes agglomérations (cf. le tableau ci-dessous). C'est pourquoi, 9 des

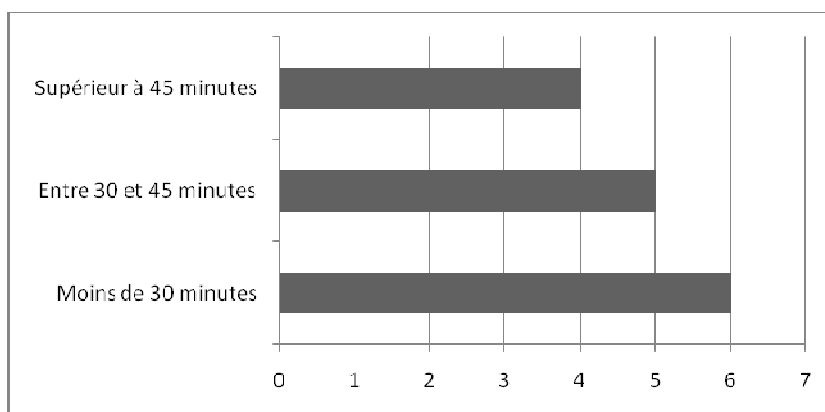
15 personnes recrutées empruntent chaque jour les RER ou les bus pour rejoindre leur lieu de travail.



**Figure 20 : Types de transports empruntés par les participants**

Cependant, cette tendance ne doit pas masquer le fait que le réseau téléphonique est parfois disponible dans les transports en communs souterrains. Comme nous le verrons à travers les pratiques des 6 autres personnes, la consultation des services multimédia est bien possible sur certaines lignes du métro parisien. Nous observerons alors comment ces usagers développent des arts de faire experts pour contourner les problèmes liés à la réceptivité de ce réseau. À travers cette lecture pragmatique des activités de réception, nous verrons comment les utilisateurs main-tiennent leur utilisation en recherchant les moyens de visibiliser cette disponibilité du réseau. C'est ainsi que les problèmes de connexion vont faire de cette pratique télévisuelle une épreuve, réellement différente de la réception domiciliaire, dans la mesure où les médiations techniques donnant accès aux programmes sont visibilisées et, de ce fait, problématisées.

Comme les utilisateurs empruntent souvent le RER pour rejoindre leur lieu de travail, leurs temps de transport sont relativement longs (cf. tableau ci-dessous). C'est pourquoi, 9 des 15 personnes interrogées mettent plus de 30 minutes pour aller travailler. Cette durée les invite à exploiter leurs trajets quotidiens pour explorer de nouveaux modes de divertissement, au rang desquels nous avons sélectionné les services multimédia. La longueur des trajets a davantage d'impact sur les usages des plus de 25 ans car ils en profitent pour explorer un mode de divertissement complémentaire à leurs lectures. En revanche, la durée a moins d'impact sur les plus jeunes dans la mesure où ils développent des arts de faire experts pour regarder leurs programmes favoris dans des créneaux d'utilisation toujours plus brefs.



**Figure 21 : Durée quotidienne de leur temps de transport**

Notre échantillon pour cette deuxième étude est donc composé d'utilisateurs « avancés » qui sont multi-équipés en TIC et qui développent des pratiques d'information intensives. Ces individus ont majoritairement moins de 35 ans, ils sont diplômés du supérieur et exercent une activité professionnelle en région parisienne. Comme ils ont un profil spécifique, nous singulariserons à de multiples reprises nos observations en insistant sur le fait qu'elles s'adressent aux usagers technophiles. Cependant, cette catégorie d'utilisateurs, qui fait sens commun dans les études d'usages, contribue à reproduire une représentation qui est aujourd'hui erronée. Il existe en effet de plus en plus de femmes technophiles. Leurs usages sont spécifiques car elles s'orientent massivement vers la consultation de séries, une fois leur veille informationnelle réalisée, là où les jeunes hommes technophiles la prolongent autour des informations sportives. Dès lors, le sens que les hommes vont donner à leurs déplacements va davantage être marqué par ces deux registres de veilles informationnelles (*news* et sport) là où les femmes technophiles les inscriront davantage sous le signe du divertissement (*news* et séries).

## 2. Description de la base de données

Les suivis ethnographiques, réalisés à l'aide d'enregistrements vidéo, ont donc été effectués en deux temps. Même si la réalisation des autoconfrontations était tâtonnante, les données recueillies lors de la phase exploratoire restent similaires à celles recueillies lors de la phase finale. C'est pourquoi, nous avons délimité la base de données autour de l'ensemble des enregistrements recueillis (cf. le tableau ci-dessous).



N°	Nom	Phase	Durée du trajet	Nombre de trajets allers	Nombre de trajets retours	Autres trajets	Durée totale	Usages filmés
1	NP	Exploratoire	1 h 15	2	2	0	4 h 30	PQN / Gratuits
2	JC	Exploratoire	45 m	3	3	0	3 h 45	
6	A	Finale	45 m	2	2	0	2 h 15	
3	T	Exploratoire	30 m	3	3	0	2 h 45	WAP VOD Gratuits PQN
4	JA	Exploratoire	30 m	6	6	2	8 h 30	
5	V	Exploratoire	1 h 15	3	3	0	7 h 00	
7	PX	Finale	30 m	3	0	0	1 h 30	
8	B	Finale	30 m	4	3	1	6 h 15	
9	N	Finale	45 m	3	3	1	5 h 15	Mob.TV WAP VOD
10	H	Finale	1 h	7	6	0	9 h 45	
11	L	Finale	1 h 15	5	3	0	7 h 30	
12	BB	Finale	30 m	4	4	2	5 h 00	Gratuits
13	BT	Finale	30 m	5	5	0	4 h 15	
14	S	Finale	40 m	5	4	0	4 h 30	
15	V	Finale	40 m	5	5	0	6 h 45	
<b>Total</b>				<b>60</b>	<b>52</b>	<b>6</b>	<b>79 h 30</b>	

**Tableau 8 : Synthèse de la base de données**

Ce corpus de vidéos a été constitué à l'aide de 15 participants sur une période relativement large. Les premières expérimentations ont débuté au mois de juin 2005 et la phase finale a été clôturée au mois de juillet 2007. Ce n'est qu'à partir du mois de janvier 2007, soit 6 mois après la diffusion des offres illimitées, que les premiers usages de la Mobile TV en situation de mobilité ont été capturés.

Nous avons demandé aux participants d'enregistrer leurs trajets quotidiens dans les transports en commun entre leur domicile et leur lieu de travail. Ils devaient s'adonner à cet exercice sur une quinzaine de jours afin de pouvoir recueillir cinq trajets allers-retours. Il nous est apparu important de cibler des trajets quotidiens car ils permettent de comparer comment les individus orientent, au jour le jour, leurs déplacements. Il devient possible de repérer quels supports d'information ils mobilisent, à quel moment et dans quel mode de transport. Et, par la régularité de ces trajets, il devient possible de cerner comment les événements de l'actualité peuvent les inciter à donner une certaine orientation à leurs usages en s'orientant vers de nouvelles sources d'information. Nous expliquerons cela en détail car les observations ont été réalisées durant les élections présidentielles, ce qui nous a permis d'observer comment l'effervescence des débats médiatiques se répercutait au quotidien sur les pratiques des usagers et sur la manière dont ils conduisent leurs déplacements.

Si notre objectif était bien de recueillir le déplacement journalier entre le domicile et le travail, il a été demandé aux personnes qui en avaient la possibilité de filmer certains

déplacements plus occasionnels, comme par exemple lorsqu'elles se rendent à un rendez-vous ou lorsqu'elles partent en week-end. Il ressortira de ces déplacements occasionnels quel rôle jouent les téléphones multimédia dans la coordination des rendez-vous. Nous montrerons ainsi comment les fonctions multimédia bénéficient de l'aura des fonctions communicationnelles.

Les 10 usagers recrutés pour la phase finale devaient donc filmer cinq trajets allers-retours. La base de données ainsi constituée est relativement conséquente. Si l'on y associe les enregistrements recueillis à titre exploratoire, notre corpus est composé de 60 trajets allers, de 52 trajets retours, soit un total de 79 heures et 30 minutes d'enregistrement (cf. Le tableau ci-dessus). Comme cela n'a pas été notre priorité, nous n'avons capturés que 6 « Autres trajets » réalisés à titre occasionnel.

Cette durée cumulée des enregistrements est suffisamment importante pour développer des analyses solides. Cependant, il faut reconnaître que nous ne pourrons pas analyser en détail l'ensemble de ces enregistrements. D'une part, la finesse de nos retranscriptions nous a invité à nous focaliser sur un corpus plus restreint. D'autre part, les problèmes divers et variés rencontrés par les participants ont rendu certains enregistrements inexploitable (problèmes de cadrage, coupure prématurée...). Dès lors, une fois cette double sélection opérée, nous avons réellement analysé une cinquantaine de trajets.

Maintenant que nous sommes engagés dans le processus d'écriture, nous allons effectuer une troisième sélection dans le but de retenir ceux qui semblent être les plus représentatifs et ceux qui nous permettent de dérouler nos analyses le plus clairement possible. Comme les arts de faire des participants se recoupent souvent, nous considérons qu'il est judicieux de se contenter de mobiliser les retranscriptions d'une quinzaine de trajets pour ne pas parasiter le compte rendu de nos analyses (cf. les retranscriptions en annexes, p. 390). Nous allons plus précisément faire un focus sur une seule utilisatrice tant ses manières de faire nous semble paradigmatiques. Ce choix vise à ne pas disperser le lecteur en l'amenant à investir un cas particulier dans le détail. Mais ce cas d'étude n'est en rien singulier. La manière dont cette utilisatrice traite l'interface de son téléphone, les repères de son déplacement ou les co-présents est similaire à la manière dont les autres utilisateurs procèdent. Le niveau de l'activité que nous allons investir est si fin qu'il permet de se focaliser sur un cas particulier pour généraliser des arts de faire. L'observation des usages des autres participants permet alors de cibler les arts de faire

partagés pour identifier ceux qui méritent, à travers un cas précis, d'être traités de manière rigoureuse à l'aide des enregistrements vidéo.

Ces enregistrements vont nous permettre d'observer les divers modes de divertissement que les participants utilisent dans les transports en distinguant ceux qu'ils embarquent avec eux, avant de franchir le « seuil »<sup>281</sup> de leur domicile, et ceux qu'ils saisissent en cours de route. Par ce procédé, il devient possible de recomposer la manière dont les usages des supports médiatiques viennent s'articuler avec la conduite des déplacements. Ce dispositif méthodologique rend patent l'écart qui sépare les comptes-rendus d'usages, recueillis à l'aide des entretiens, et les traces d'utilisations recueillies à l'aide des enregistrements vidéo. En effet, les personnes interrogées au cours de la phase finale ont toutes déclaré utiliser la Mobile TV. Seulement, comme les enregistrements ont été réalisés sur une période restreinte, il a pu arriver que ces utilisateurs n'aient pas mobilisé ce service à ce moment-là. C'est pourquoi, comme on peut le voir dans le tableau ci-dessus, 3 participants de la phase finale n'ont pas filmé leurs utilisations du service de télévision. Si cet aspect pourrait être assimilé à une limite, nous en avons fait une ressource en leur demandant de nous expliquer pourquoi ils n'avaient pas utilisé ce service à ce moment-là. C'est ainsi qu'il est apparu comment les différents formats de contenus et les différents types de services s'indexent différemment sur les situations d'usage. Nous verrons comment les utilisateurs réajustent leurs usages au jour le jour et redéfinissent leurs attentes lorsque les conditions de la réception ne sont pas rencontrées.

Maintenant que nous avons présenté le corpus des données vidéo, il convient de comprendre comment analyser ces enregistrements. La partie suivante va s'atteler à cette tâche mais elle ne doit pas faire oublier que le positionnement que nous avons finalement adopté est le résultat de longs tâtonnements méthodologiques.

---

<sup>281</sup> Thibaud, 1994 A.

## II. Vers une approche pragmatique des activités médiatiques prises dans des formes de multi-activité

A travers ce dispositif méthodologique, nous cherchons à décrire comment les usages des supports médiatiques, notamment ceux de la Mobile TV, peuvent être indexés sur la configuration des situations. Nous défendons donc l'hypothèse que la propension à activer les pratiques médiatiques est à appréhender de manière endogène entre l'horizon intentionnel des individus, soit les buts qu'ils visent à travers leurs activités médiatiques, et la configuration des situations quotidiennes.

David Morley a posé les bases d'une telle approche en s'intéressant tout d'abord au « contexte d'écoute » de la télévision dans la cellule familiale<sup>282</sup>, puis en abordant l'inscription des supports d'information et de communication dans les foyers<sup>283</sup>. S'il s'est intéressé à la dimension des routines quotidiennes qui cadrent les « contextes d'écoute », il a avant tout fondé ses analyses sur les interactions développées par les membres de la famille autour du petit écran. Si ces deux dimensions restent incontournables pour développer une approche ethnographique sur les contextes de réception de la télévision, elles s'appliquent plus difficilement aux usages des autres supports médiatiques. En effet, dans la plupart des cas, la réception se fait en silence quand le récepteur est seul. Si l'on croise les diverses confrontations aux discours journalistiques, il apparaît qu'elles se déroulent souvent au sein d'interactions d'« inattention civile »<sup>284</sup> non fondées sur des activités communicationnelles. Dès lors, même s'il est pertinent de chercher à reconstituer les modes de réception et l'ancrage contextuel des usages autour des échanges verbaux entre les co-récepteurs<sup>285</sup>, il n'est pas possible d'adopter ici cette entrée contrairement à ce qui peut être réalisé autour de la réception télévisuelle domiciliaire<sup>286</sup>.

Pour aborder ces usages solitaires et silencieux, il est intéressant de s'appuyer sur les théories de l'action située. Elles permettent tout d'abord d'assimiler les plans d'action, telles que les stratégies de recherche d'information, à de simples ressources<sup>287</sup> orientant les usages. Elles donnent également la possibilité de référer l'activation des usages et leur

---

<sup>282</sup> Morley, 1986.

<sup>283</sup> Morley, Silverstone, 1990.

<sup>284</sup> Licoppe, Inada, 2005.

<sup>285</sup> Relieu, Olszewska, 2004.

<sup>286</sup> Crabtree, Rodden, 2004 ; Relieu, Zouinar, La Valle, 2007.

<sup>287</sup> Suchman, 1987.

déroulement aux multiples prises locales<sup>288</sup>, et notamment aux agencements spatiaux<sup>289</sup>, sur lesquels les individus prennent appui. Dans cette optique, nous allons proposer une lecture pragmatique de l'activité de réception des informations en montrant comment les différentes phases qui la composent, que ce soit l'intention d'utiliser un support, le choix de ce support et les usages qui en sont faits, sont co-déterminées par l'individu et les prises des situations quotidiennes. Ces prises sont formées par l'environnement ambiant et par les médias à disposition, mais aussi par les activités réalisées en parallèle des usages (se déplacer,...) et par les individus en présence (passagers,...). Nous tenterons de montrer comment, au cours des différentes phases de l'activité de réception, ces prises sont saisies comme pertinentes pour en orienter et en structurer la conduite.

Si les entretiens nous ont permis de recueillir l'expression de la réflexivité des utilisateurs, ils les installent dans une abstraction leur permettant difficilement de rendre compte des prises, des attaches situées qui se distribuent au niveau pré-réflexif de leur activité. Comme il leur est difficile de saisir certaines des incitations situées qui les invitent à activer leurs usages, il s'est avéré pertinent de recourir à un dispositif d'enregistrements vidéo. A l'aide de ces vidéos, il devient possible de voir émerger les usages des supports médiatiques, et notamment des téléphones multimédia, au cours des différentes phases de la mobilité, en fonction du faisceau d'activité dans lequel les individus sont engagés. Il s'agit maintenant de préciser notre utilisation des lunettes caméra pour ouvrir le débat sur le traitement des données vidéo qui sera réalisé. Nous allons notamment préciser comment la méthode de l'autoconfrontation<sup>290</sup> va nous permettre de redonner la parole à ceux dont les usages silencieux ont été filmés.

*a) Contourner l'intrusivité du dispositif d'enregistrement par l'implication des participants*

Pour comprendre notre<sup>291</sup> usage des lunettes caméra, il convient de commencer par comprendre ce qu'elles médiatisent. Ce dispositif d'enregistrement vidéo<sup>292</sup>, tel que nous nous le sommes approprié, offre un double avantage. Il est d'une part embarqué par le

---

<sup>288</sup> Quéré, 1999.

<sup>289</sup> Conein, Jacopin, 1994 ; Kirsh, 1995.

<sup>290</sup> Theureau, 2000, 2004.

<sup>291</sup> Je remercie ici Julien Morel qui m'a aidé à mettre en place ce dispositif avant de m'aider à analyser les enregistrements vidéo ainsi recueillis.

<sup>292</sup> Lahlou, 1998, 2006 ; Relieu, 2002 ; Zouinar, Relieu, Calvet, Salembier, 2004.

participant sans que la présence d'un observateur extérieur soit nécessaire. On voit par exemple, à travers la capture d'écran d'une prise de vue contextuelle (cf. ci-dessous), que le participant embarque avec lui les lunettes caméra. Il peut les utiliser seul et lancer de lui-même l'enregistrement en suivant les recommandations fournies, c'est-à-dire avant de quitter son domicile pour le couper avant d'arriver sur son lieu de travail.



**Photo 5 : Prise de vue contextuelle**



**Photo 4 : Prise de vue subjective réalisée à l'aide des lunettes caméra**

On peut donc percevoir l'autre avantage de ce dispositif. Comme le participant en gère seul l'utilisation, il peut à tout moment contourner les règles d'usage prescrites. Il peut déchausser les lunettes quand bon lui semble, comme cela a pu arriver lors des contrôles par les agents RATP. Et, il peut couper l'enregistrement quand bon lui semble, comme cela a pu arriver quand une participante est tombée sur une amie avec qui elle a discuté durant son temps de transport. De plus, comme le participant collectionne jour après jour les cassettes Mini-DV de ses enregistrements, il a le loisir de conserver celles qu'il juge trop intrusives. Cette possibilité, que nous leur avons clairement exprimée, a été saisie à quelques reprises. Elle est très importante car, lorsqu'une personne reçoit un appel, *a fortiori* un appel visiophonique, elle n'a pas forcément envie que l'indiscrétion du sociologue se glisse, en différé, dans son intimité.

Nous insistons sur la liberté accordée aux participants pour plusieurs raisons. Tout d'abord, en raison du fait qu'un tel dispositif peut être potentiellement intrusif. Pour inciter des utilisateurs à participer à cette étude, malgré le caractère intrusif des enregistrements vidéo, nous les avons rémunérés. Mais, une telle rémunération ne saurait en aucun cas suffire. Pour que cette méthode fonctionne, il faut qu'elle amuse les participants. S'ils n'éprouvent aucune sorte de plaisir ou ne serait-ce qu'un brin de curiosité, ils désinvestissent leur participation. Ce détail est très important. Il explique en partie

pourquoi notre échantillon est composé de jeunes hommes technophiles car ils sont les plus disposés à être amusés par ces lunettes. Dès lors, nous nous sommes efforcé d'amener les participants à investir cette démarche, à en retirer un certain plaisir, à en faire la critique le cas échéant.

C'est pourquoi, après en avoir fait l'expérience, nous avons pris le parti de ne pas suivre les participants durant leur déplacement. Une telle intrusivité est insoutenable par chacun des partis. En effet, lorsqu'ils sont dans les transports en commun, les participants s'évertuent à rechercher une place assise. Très bien, mais que fait l'observateur dans ces cas là ? Se poste-t-il en face du participant, avec son calepin en main, au risque d'être au centre de l'attention de ce dernier ? S'assoit-il à côté de lui au risque de dénaturer l'objet de son observation ? S'assoit-t-il à distance au risque de se limiter à observer le parfait agencement des sièges qui accueille le participant ? Le recours aux lunettes caméra permet de colmater certains biais des observations ethnographiques, leur intrusivité n'étant en rien comparable à celle du regard de l'observateur équipé d'un calepin. Ceci est d'autant plus vrai que le participant peut à tout moment couper l'enregistrement, le visionner et, éventuellement, perdre malencontreusement la cassette Mini-DV. C'est en cela que nous nous sommes efforcé de déplacer la rigueur de l'intrusivité d'un observateur extérieur vers le jeu autour du dispositif d'enregistrement. L'empreinte de ce jeu dans la définition des situations d'observation nous semble de très loin préférable à celle de la présence de l'observateur.

Au-delà de cet aspect, le recours aux enregistrements permet de visionner à l'infini une même scène<sup>293</sup>. Il permet ainsi de relever des appuis à la conduite des activités qu'un observateur pourra difficilement repérer aux premiers coups d'œil et qui seront, dans l'effervescence de la situation, difficiles à coucher sur un calepin. Le recours aux enregistrements vidéo offre également la possibilité de partager les observations avec d'autres personnes, en leur montrant concrètement ce sur quoi les analyses sont fondées, en leur ouvrant ainsi une voie royale pour critiquer les partis pris<sup>294</sup>. Comme nous allons maintenant le voir, c'est autour de cette possibilité que la méthode de l'autoconfrontation<sup>295</sup> a été développée afin de faire participer les usagers, dont les usages ont été filmés, à la reconstitution de l'organisation séquentielle de leur activité (cette

---

<sup>293</sup> Atkinson, Heritage, 1984.

<sup>294</sup> Sacks, 1984. Je remercie ici Christian Licoppe d'avoir exploité cette possibilité afin de m'aider à approfondir l'analyse des enregistrements vidéo.

<sup>295</sup> Theureau, 2000, 2004.

recomposition est traduite en annexes sous la forme des retranscriptions de séquences vidéo, p. 390). C'est notamment pour cette raison que nous considérons les individus interrogés comme des « participants ».

*b) L'observation de l'organisation séquentielle des activités*

Les suivis ethnographiques ont donc été effectués à l'aide de lunettes caméra, portées par les participants, dans le but de recueillir l'entrelacement des activités médiatiques qu'ils développent durant leur déplacement. Ce dispositif méthodologique a été mis en place afin de recueillir les éléments situés sur lesquels ils prennent appui pour déployer leur usage de la Mobile TV et, plus généralement, pour bifurquer d'un support médiatique à l'autre. Ces éléments sont nombreux. On peut penser au rôle joué par la disponibilité du réseau téléphonique sur l'engagement dans la réception de la Mobile TV. De même, la promiscuité plus ou moins importante des transports en commun joue un rôle important puisqu'elle contraint les utilisateurs à adopter des postures corporelles spécifiques (se tenir debout ou être assis, être collé aux vitres ou s'accrocher à une barre de maintien, etc.). Dans cette optique, les enregistrements permettent de saisir comment la configuration des transports peut co-orienter la réception de la Mobile TV. En ce sens, il devient possible de décrire l'orientation de regard des utilisateurs par rapport à celle des co-présents. Orientent-ils leur engagement visuel dans la réception vers des « espaces neutres »<sup>296</sup> (le sol, l'extérieur) ? Ou font-ils en sorte de conserver les interactants les plus proches dans leur champ de vision en restant vigilants sur ce qui se joue autour de l'écran des téléphones multimédia ?

Il n'y a pas lieu ici de proposer de manière abstraite un catalogue de ces éléments situés. Retenons simplement pour l'instant que les lunettes caméra permettent de substituer aux interprétations extérieures les opérations pratiques mises en œuvre par les participants<sup>297</sup>. Elles permettent dès lors de décrire comment les usages sont ancrés dans les déplacements et, plus précisément, comment ils viennent s'indexer sur les situations d'usage. A travers eux, il devient possible de retranscrire l'organisation séquentielle d'une activité en décrivant les phases qui la composent, les appuis dont elle procède, la finalité qu'elle vise. En tant qu'observateur extérieur, il nous est possible de retranscrire

---

<sup>296</sup> Murtagh, 2002.

<sup>297</sup> Cf. De Fornel, 1988, 1994.



cette séquentialisation des activités des participants. Dans la mesure où nous considérons que l'activité de réception s'inscrit dans des formes de multi-activité, en venant s'encadrer dans l'activité de déplacement, nous avons retranscrit la séquentialisation de chacune de ces activités dans des colonnes distinctes (cf. les retranscriptions de séquences vidéo, p. 390). Ces retranscriptions permettent de développer des analyses qui collent au plus près de l'activité des utilisateurs en visibilisant comment elles s'indexent sur les situations d'usage.

Nous montrerons alors comment les participants animent l'environnement de leur déplacement en fonction des activités dans lesquelles ils sont engagés : le déplacement et la réception. Jean Lave<sup>298</sup> qualifie l'environnement au repos d' « *arena* », comme le cadre neutralisé d'un potentiel d'action. C'est à travers l'engagement pratique des individus dans cette arène d'action que certains éléments vont être rendus saillants pour leur permettre de réaliser l'activité dans laquelle ils sont engagés. Lorsque cette « *arena* » est animée, que certains éléments se révèlent pertinents dans la conduite de l'activité, le contexte est ajusté (Lave parle de « *setting* »). L'environnement n'est donc pas tant le théâtre qui accueille l'exercice d'une activité qu'un maillage d'éléments tissé *in situ* autour de l'activité en cours (Mole, 1996). L'objectif ici est dès lors saillant. Il s'agit de repérer comment l'activité de réception de la Mobile TV va venir animer les situations de mobilité. L'idée va notamment consister à décrire comment l'encastrement de cette activité, dans la conduite du déplacement, va faire émerger des traits saillants de l'environnement : le rôle de la configuration des transports, celui des interactants, des interfaces et des réseaux téléphoniques, etc. C'est à partir de ces traits que nous pourrions décrire comment les usages de la Mobile TV s'indexent sur les situations d'usage. C'est à travers la manière dont les participants vont les éprouver que nous pourrions qualifier leur activité, leur relations aux téléphones multimédia et aux programmes télévisés et, plus généralement, le rapport qu'ils entretiennent avec leur environnement et ceux qui les peuplent.

Seulement, il ne nous sera pas toujours possible de dérouler seul ce type d'analyse. Nous pourrions, d'une part, passer à côté de certaines prises situées précieuses pour les usagers. Et nous risquerions, d'autre part, d'imputer aux participants des intentions qu'ils n'avaient pas. Ou, inversement, nous risquerions d'oublier de leur adresser des intentions dont ils étaient porteurs, en cloisonnant les buts visés de leur activité dans le cadre exigü des situations d'usage.

---

<sup>298</sup> Lave, 1988.

Cette dernière limite est celle que l'on retrouve le plus souvent. Elle découle notamment de la manière dont les enregistrements vidéo sont habituellement découpés pour ne retenir que quelques séquences, jugées comme étant les plus significatives par l'analyste. Comme l'a déjà noté Engeström<sup>299</sup>, ce découpage en séquence ne va pas de soi, il doit être justifié. C'est pourquoi, nous avons pris le parti d'analyser les enregistrements dans leur totalité depuis le moment où les participants quittent leur domicile. Cela permet de repérer, à travers leurs « gestes préparatoires »<sup>300</sup>, certaines des intentions dont ils sont porteurs depuis le moment où ils se sont engagés dans la mobilité. En appréhendant les trajets dans leur totalité, il est donc possible de restituer aux activités observées l'ensemble des buts visés et non plus ceux poursuivis à tel ou tel moment.

Ce détail est important car il nous conduit à ne pas cibler les seuls « contextes d'élucidation »<sup>301</sup>. Là encore, ce choix ne va pas de soi<sup>302</sup>. Ces contextes sont spécifiques en tant qu'ils sont délimités autour d'un problème à résoudre. Ce problème émerge par exemple autour des activités médiatiques qui nécessitent des ajustements vis-à-vis des modes opératoires, de l'inscription d'un support dans un contexte, des contenus qu'il permet de regarder... Bref, ce problème demande à être élucidé. Il forme alors un observatoire précieux puisqu'il permet d'observer comment les réponses apportées vont engager des objets, des personnes et des pratiques. Dans la mesure où ces élucidations sont observables, l'analyste peut dès lors décrire leur ordonnancement pratique. Pour cela, et pour ne pas inférer des catégories interprétatives, l'analyste va cibler les contextes d'élucidation au sein desquels la résolution du problème pratique va donner lieu à des interactions verbales entre interactants. En ciblant de telles élucidations, que l'on pourrait assimiler au fameux « *breaching* »<sup>303</sup>, l'objectif consiste à observer comment les routines sont « dérangées » pour décrire les réajustements pratiques ainsi que l'indexation des discussions sur l'organisation séquentielle de ces réajustements. Le fait que nous ne fondons pas le découpage des séquences vidéo, et par conséquent nos analyses, sur ces seuls moments d'élucidations, tient au fait que nous passerions à côté de la singularité des activités se déroulant sans accroc. C'est pour cela que certaines de nos descriptions vont être d'une « banalité déconcertante ». Là encore, en ne ciblant pas exclusivement ces moments problématiques, nous faisons en sorte de ne pas substituer aux buts visés quand

---

<sup>299</sup> Engeström, 1999.

<sup>300</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>301</sup> Sacks, 1992.

<sup>302</sup> Grosjean, 2005.

<sup>303</sup> Garfinkel, 1967.

les choses vont d'elles-mêmes ceux visés lors de la résolution des problèmes pratiques. Pour le dire autrement, si l'on veut prendre en considération les motivations que les usagers se donnent pour déployer une activité médiatique, par delà les vicissitudes d'un problème pratique, il convient de chercher à décrire ce qui se cache derrière ces activités silencieuses au fil du temps long des trajets.

Dès lors, pour retranscrire le plus fidèlement possible l'organisation séquentielle des activités, et pour ne pas délimiter trop arbitrairement des séquences, nous avons associé les participants à notre démarche en recourant à la méthode de l'autoconfrontation.

*c) L'autoconfrontation comme modalité d'expression d'une réflexivité se conscientisant à travers ces attaches préreflexives*

La méthode de l'autoconfrontation consiste à donner la parole aux participants, en différé, en les confrontant aux traces de leurs usages capturées à l'aide des lunettes caméra. Cette confrontation aux données « naturalistes » a été systématisée de manière claire et opérationnalisable par les ergonomes. Nous prolongerons notamment la manière dont Jacques Theureau<sup>304</sup> a développé cette méthode. La singularité de son approche tient à la manière dont il propose de conduire les autoconfrontations en les réalisant en deux temps.

Lors d'une première phase, il est demandé au participant de se contenter de décrire le cours de son activité en l'incitant à ne pas essayer de l'expliquer ou de justifier ses choix et ses manières de faire. À travers ses descriptions, l'objectif consiste alors à repérer les éléments de l'environnement quotidien sur lesquels il a pu prendre appui pour conduire son activité. L'idée consiste à voir comment il anime l'environnement à travers son activité, comment il réveille certaines prises figées en leur attribuant une pertinence relative à l'orientation de son activité. Il s'agit donc de demander au participant de publiciser, en différé, l'organisation séquentielle de son activité en explicitant les modalités d'ouverture de cette activité, ses appuis écologiques, son inscription dans les échanges proxémiques de civilité (cf. chapitre 6, p. 271) et les buts visés. Ce premier niveau d'autoconfrontation est réalisable, comme le précise Jacques Theureau, dans la

---

<sup>304</sup> Theureau, 2000, 2004.

seule et unique mesure où l'on précise au participant qu'il pourra ensuite sortir de cette simple description pour rendre tout son sens au roulement de son activité.

En effet, le bon sens de cette méthode tient au fait qu'il est possible de demander au participant de se contenter, dans un premier temps, de décrire ce qui se passe dans l'enregistrement avant de pouvoir, dans un deuxième temps, expliquer et analyser ce qui se passe.

*« Dans ce second niveau d'autoconfrontation, considéré comme fournissant, non pas des données mais une aide à l'analyse, l'acteur est mis en position d'auto-analyse, de formulation et discussion d'hypothèses avec les observateurs-interlocuteurs. On donne ainsi un statut précis, articulé avec le recueil de données, à la participation des acteurs à l'analyse. (...) En fait, ce second niveau d'autoconfrontation est apparu ensuite (Theureau, Jeffroy & coll., 1994) moins comme un approfondissement facultatif que comme un élément absolument nécessaire pour que l'autoconfrontation de premier niveau se développe au mieux. Dans cette dernière, en effet, tout en mettant par divers moyens (dont la vidéo) l'acteur en position d'analyser son cours d'action on demande justement à cet acteur de se contenter d' « exprimer » ce cours d'action sans l'analyser en aucune façon. C'est possible – on l'a suffisamment montré -, mais à condition de promettre à l'acteur qu'il pourra ensuite, dans l'autoconfrontation de second niveau, se livrer à cette analyse. »<sup>305</sup>*

Ce deuxième niveau explicatif et interprétatif est essentiel puisque le participant est confronté aux enregistrements vidéo de ses activités pour aider l'analyste à les analyser. Ce niveau est particulièrement important dans la mesure où il éprouve une certaine frustration à devoir se contenter de restituer le cours de ses activités (niveau 1) à partir des seuls éléments situés sur lesquels il a pu prendre appui. À tout moment, il cherche à réintroduire ses motivations personnelles, celles auxquelles il est le plus attaché et qui sont inscrites au principe de son activité. Par exemple, un participant n'aura pas de mal à lier le fait qu'il a mis fin à son utilisation au fait que le RER arrive en gare. En revanche, il sera plus difficile pour lui de renvoyer l'activation d'une utilisation au fait qu'il soit confortablement assis dans une rame. Il va instantanément chercher à préciser que, ce jour là, il voulait absolument savoir ce que les candidats à l'élection présidentielle avaient dit, la veille, lors de leurs interventions télévisées. Dès lors, à travers cette méthode, les participants n'ont eu de cesse de rechercher les causes de leur activité en dehors du *hic et nunc* de la situation. Nous montrerons comment le « phénomène Sarkozy » constituait, au moment des élections présidentielles, une motivation d'usage

---

<sup>305</sup> Theureau, 2000, p.11.

inscrite au principe des utilisations de l'ensemble des supports d'information. C'est par le travail de cette cause, importée en situation, que les situations d'usage étaient définies. L'objectif a donc été de prendre en compte ce type de motivation tout en amenant les participants à décrire les éléments situés, enchâssés dans les situations, sur lesquels ils ont pu prendre appui. Par exemple, dans le cas présent, nous pouvions confronter cet utilisateur à l'enregistrement du jour précédent où il n'avait pas pu s'asseoir. Cette comparaison peut ainsi l'amener à verbaliser le rôle que joue cette posture corporelle dans le déploiement de sa réception.

C'est en cela que le recours aux enregistrements vidéo nous permet d'avancer l'idée selon laquelle les attachements se déploient en partie à un niveau préréflexif. Si les usagers n'ignorent pas les « causes » situées de leur activité, ils n'éprouvent pas l'intérêt de les mobiliser lors des entretiens. Cependant, une fois qu'ils sont confrontés aux traces de leurs usages, ils reconnaissent sans la moindre résistance l'importance de ces paramètres situés dans la mesure où ils conditionnent l'activation et le déroulement de leur activité. Une fois qu'ils sont confrontés à cet aspect pratique, ils redécouvrent des arts de faire qu'ils laissaient enfouis dans leurs situations quotidiennes.

Il apparaît dès lors que ce protocole d'analyse consiste à confronter les utilisateurs aux enregistrements vidéo de leurs activités pour reprendre à notre compte leurs descriptions, leurs explications et leurs justifications. A travers cette méthode, les participants ne se contentent pas de publiciser *a posteriori* la séquentialisation de leur activité. Ils créent à mesure qu'ils les expriment les appuis de leur activité, notamment lorsqu'il s'agit des attaches qui lient les activités médiatiques aux situations d'usage. En cela, il n'est pas possible de nier la performativité en jeu dans cette méthode car les participants redécouvraient, en quelque sorte, leur propre activité. Ils la verbalisaient sous un jour nouveau en prenant appui sur les éléments rendus saillants par les enregistrements : les coups d'œil furtifs qu'ils adressent autour d'eux, mais aussi le rôle des barres de maintien, l'agencement des sièges, la luminosité, le regard et les corps des autres passagers ou encore les enjeux autour de la quête de la place assise. Cette méthode leur a donc permis de réveiller certains de leurs comportements et certaines de leurs stratégies enfouies. Ce n'est pas pour autant qu'ils les ignoraient. Ils affichaient plutôt leur surprise de voir un sociologue s'intéresser à cette dimension de leurs pratiques médiatiques. En cela, la confrontation au regard du sociologue, couplée à l'autoconfrontation aux traces d'usage, extrait cette méthode d'un pur face-à-face naïf

entre un sujet et son activité pour en faire un lieu de redécouverte et de créativité. Tout en reconnaissant le caractère performatif de notre démarche, nous insistons de manière implicite sur le niveau de l'activité où se joue cette redécouverte des attachements préreflexifs. Cette créativité n'est pas abstraite et détachée, elle vise simplement à réveiller ce qui lie leurs démarches routinières aux environnements quotidiens.

Dans l'optique d'une lecture pragmatique du goût, ce dispositif méthodologique devient performatif. Il ne se contente pas d'inviter les utilisateurs à décrire leurs arts de faire mais à les créer à mesure qu'ils les décrivent. Il convient donc de reconnaître que les causes identifiées *a posteriori* sont autant réveillées que créées. Elles sont créées parce que le participant va rechercher des causes plus profondes que celles qu'il pouvait se donner une fois engagé dans son activité.

Cette tendance rejoint le fait que certaines de ces causes s'originent en dehors du déroulement situé des activités. Elles n'émergent pas toutes en situation, qu'elles soient identifiées et identifiables, *in situ* comme *a posteriori*. Par exemple, toutes les recherches de compléments d'information que les récepteurs ont mis en attente forment un faisceau de causes inscrit au principe des usages. Ce faisceau délimite un horizon intentionnel que l'individu ne serait expliciter et, *a fortiori*, publiciser au cours de son activité. C'est souvent lorsqu'il est confronté à l'information proprement dite qu'il se rappelle avoir l'intention de l'approfondir. Cet aspect est primordial car il permet de montrer que les activités de réception débordent de leur aspect situé, de leur ordonnancement endogène, pour tendre vers cet horizon flou de la recherche de compléments d'information qui attache, jour après jour, l'individu à sa pratique et aux questions d'actualité. Dès lors, l'analyste ne peut qu'effleurer l'étendue de cet horizon. Il s'agira d'essayer de le saisir pour montrer comment la conduite des activités prend appui sur ces ressources difficilement localisables.

A travers notre appropriation de la méthode de l'autoconfrontation, nous nous démarquons nettement de la manière dont Jacques Theureau la conçoit<sup>306</sup> dans la mesure

---

<sup>306</sup> Theureau, 2000, 2004. Je remercie ici Anne Bationo et Moustafa Zouinar pour leurs remarques. Le caractère performatif, dont nous traitons ici, ne renvoie pas tant à un impondérable de cette méthode qu'à la manière dont je me la suis appropriée. Pour restituer les activités médiatiques sous toute leur complexité, j'ai fait en sorte de ne pas contenir les discours des participants dans le simple registre de la description. En général, les ergonomes s'en tiennent davantage à ce registre, en redoublant de rigueur pour canaliser les entretiens d'autoconfrontation, afin de montrer comment le design des interfaces co-produit les modalités d'usages de TIC.

où son caractère performatif peut desservir les analyses des ergonomes là où il fait rayonner la compréhension des activités médiatiques :

*« Une question intéressante relative à l'« autoconfrontation » est de savoir dans quelle mesure le sujet est « piloté » par le flux d'images délivrées par l'enregistrement vidéo. Le risque encouru est qu'il puisse rester dans une position extérieure, comme un spectateur de sa propre activité. »<sup>307</sup>*

Cette position de spectateur est incontournable. Loin d'être une limite, elle forme ici une ressource permettant de décroquer de son cadre local le déroulement situé d'une activité médiatique, dans la mesure où le participant a la possibilité d'identifier ce qui lui apparaît, dans la scène présente, comme commun à d'autres situations. Il permet aux participants de dégager, et par là même de créer, des liens entre leurs usages des différents supports médiatiques. C'est par cette confrontation aux différentes scènes de leur consommation médiatique qu'ils peuvent identifier les attaches situées qui les lient à leurs usages quotidiens.

De même, cette méthode nous permet d'identifier, en comparaison aux comptes rendus d'observation des « *Workplace studies* »<sup>308</sup>, des médiations qui traversent les scènes quotidiennes et lient les activités. Ceci n'est possible que si l'on cherche à faire déborder les activités du cadre des enregistrements et du cadre des situations d'usage. L'objectif étant de décrire comment les individus transportent, d'une situation à l'autre, leurs attachements aux activités médiatiques pour performer la définition des situations d'usage. Cette démarche est pertinente si l'on considère que les individus performant bien la définition *hic et nunc* de certaines situations à travers leurs attachements aux Objets culturels. C'est du moins l'hypothèse que nous défendons dans les deux chapitres suivants.

---

<sup>307</sup> Cahour, Brassac, Vermersch, Bouraouis, Pachoud, Salembier, 2007.

<sup>308</sup> Suchman, 1987 ; Luff, Hindmarsh, Heath, 2000.

## Chapitre 5. L'inscription des supports médiatiques dans les déplacements

Cette partie est consacrée à la manière dont les usages de la Mobile TV s'inscrivent dans les déplacements quotidiens. Avant d'adopter ce service, les usagers meublaient leurs temps de transport en recourant à d'autres formes de divertissement, que ce soit la lecture de quotidiens ou l'écoute de la radio. En souscrivant à ces offres, ils ont fait le choix de renouveler l'économie de leurs pratiques en privilégiant la réception des contenus télévisuels sans pour autant abandonner leurs anciennes habitudes. Cette tendance nous a donc conduit à suivre une perspective de recherche<sup>309</sup> qui ne soit pas centrée sur les seuls usages de la Mobile TV, afin d'englober ceux de l'ensemble des supports médiatiques mobilisés durant les trajets dans les transports en commun (cf. La pertinence des quotidiens au cours des déplacements, p. 200). Le but étant de décrire comment les individus les utilisent et comment ils articulent la conduite de ces usages avec la conduite de leurs déplacements.

Ce parti pris nous est apparu nécessaire pour contourner un biais que l'on retrouve systématiquement dans les recherches prenant pour objet la consultation des vidéos et des chaînes télévisées sur des dispositifs mobiles. La perspective couramment adoptée est médiacentrée. Elle consiste à décrire les modes de consommation des contenus développés dans des contextes précis : au domicile, sur le lieu de travail ou en situation de mobilité. Cette entrée est pertinente dans la mesure où elle permet de dégager les ressorts situés sur lesquels ces usages innovants prennent appui. Mais, elle ne se donne pas pour objectif de décrire comment, dans chacun de ces contextes, l'adoption de ces services peut être complémentaire, ou venir se substituer, aux pratiques médiatiques antérieures développées à partir des autres médias. C'est notamment ce que nous montrerons dans la deuxième partie de ce chapitre (cf. La pertinence des services multimédia au cours des déplacements, p. 215).

Dans la mesure où nous défendons l'hypothèse que l'adoption de la Mobile TV et le renouvellement des habitudes médiatiques reposent en partie sur la configuration des situations d'usage, nous décrirons de manière fine comment la conduite des déplacements urbains va influencer sur la manière de conduire les usages des différents supports

---

<sup>309</sup> Proulx, 2002.



médiatiques. Et, rétroactivement, nous décrirons comment les usages de chaque support interfèrent différemment sur la manière de se déplacer. Nous insisterons sur ce dernier aspect en montrant comment l'appropriation de la Mobile TV renouvelle l'économie des déplacements quotidiens en demandant à l'utilisateur d'emprunter les modes de transport couverts par le réseau téléphonique. En ce sens, nous inscrivons cette recherche dans la lignée du paradigme des nouvelles mobilités tel qu'il a été défini par John Urry et ses collègues<sup>310</sup> :

*« The concept of mobilities encompasses both the large-scale movements of people, objects, capital and information across the world, as well as the more local processes of daily transportation, movement through public space and the travel of material things within everyday life. »*<sup>311</sup>

Ils proposent en effet de sortir du paradigme dit du déplacement selon lequel le trajet n'est qu'un moyen, fastidieux mais nécessaire, pour relier deux destinations. Selon ce paradigme, le but de la mobilité est extérieur au déplacement, il est conféré par le lieu de destination comme par exemple le lieu de travail. Le déplacement devient alors une des composantes à prendre en compte pour saisir le poids des effets structurants du temps social dominant<sup>312</sup> : le temps de travail. Cette lecture des déplacements se défend tout à fait lorsqu'il s'agit d'atteindre un tel objectif. Cependant, elle n'est pas appropriée à notre démarche. Si l'on suit ce paradigme pour analyser les usages de la Mobile TV, ils pourraient être assimilés à de simples passe-temps puisque l'objectif est bien de relier la destination en répondant aux exigences de l'activité professionnelle. Selon cette lecture, l'inutilité des temps de transport inciterait les usagers à avoir recours à des formes de divertissement, quelles qu'elles soient. Elles seraient substituables les unes aux autres et génèreraient un zapping occupationnel entre les différents supports de divertissement à disposition.

Nous nous démarquons de cette lecture intransigeante des passe-temps car elle ne se donne pas les moyens de les observer. Il convient selon nous d'étudier les déplacements pour eux-mêmes, tels des interstices temporels que les individus s'approprient pour réaliser des activités culturelles, médiatiques ou ludiques qui leur sont chères. Autrement dit, il convient de rechercher les buts poursuivis lors des trajets dans le

---

<sup>310</sup> Urry, 2000 ; Sheller, Urry, 2006.

<sup>311</sup> Hannam, Sheller, Urry, 2007.

<sup>312</sup> Sue, 1994.

cadre même des déplacements. Selon cette conception, le zapping occupationnel ne peut s'appliquer qu'à de rares individus gadgetophiles. En effet, rares sont ceux qui aliènent leurs pratiques, dans la relation aux supports médiatiques, sans chercher à la fonder sur la relation aux contenus qu'ils véhiculent. Cette posture diffère de celle adoptée par les personnes interrogées dans le cadre de cette étude puisqu'elles sont toutes de grosses consommatrices d'informations journalistiques. Les multiples divertissements auxquels elles ont recours, durant leurs déplacements journaliers, sont nécessairement ponctués par une confrontation, plus ou moins rapide, à l'actualité du jour. Ce passe-temps n'est donc en rien substituable à un autre puisque se tenir informé sur les questions d'actualité est une activité valorisante, entretenue au quotidien pour pouvoir être convoquée comme un marqueur identitaire.

Dès lors, nous inscrivons cette recherche sous le paradigme des nouvelles mobilités puisqu'il permet d'appréhender ces usages comme des activités en soi, orientées vers un but propre, qui viennent s'articuler avec la conduite des déplacements. Sous cette perspective, la mobilité peut être perçue comme une expérience créatrice ayant une fin en soi. Les gros consommateurs d'information que nous avons étudiés perçoivent ainsi leurs déplacements puisqu'ils leur permettent de réactualiser au quotidien leur compréhension des questions d'actualité. Nous partons donc du principe que les pratiques médiatiques développées durant les temps de transport constituent des activités qui donnent aux déplacements tout leur sens. Dès lors, ces derniers ne sont plus de simples interstices temporels téléguidés par les temps sociaux dominants : le trajet aller étant qualifié autour du temps de travail (aller travailler) et le trajet retour autour de celui de la vie domestique (rentrer chez soi). Ces interstices forment le théâtre d'activités de divertissement, *a fortiori* chez les habitants des grandes agglomérations qui ont de longs temps de transport (cf. L'appropriation des services mobiles multimédia comme épreuve ouvrant sur de nouvelles formes de mobilités, p. 254).

Cette expérience quotidienne de la mobilité constitue pour eux l'occasion d'aiguiser leurs compétences d'utilisateurs avancés des TIC en explorant les fonctionnalités et les services de leurs dispositifs technologiques. Nous intégrons cette deuxième dimension en prolongeant les travaux qui décrivent comment la mobilité est « augmentée » par les TIC<sup>313</sup>. Nous montrerons ainsi comment la conduite conjointe des usages des supports d'informations et des déplacements génère un engagement multiple

---

<sup>313</sup> Licoppe Inada, 2005 ; Licoppe, Guillot, 2006 ; Diminescu, Licoppe, Smoreda, Ziemlicki, 2009.

dans des formes de multi-activité. Nous présenterons alors comment les jeunes technophiles interrogés vont passer d'un support médiatique à l'autre pour ajuster leurs usages avec les contraintes et les ressources rencontrées en situation de mobilité et, plus particulièrement, les problèmes de réception des réseaux téléphoniques (cf. La pertinence des services multimédia au cours des déplacements, p. 215).

## **I. La pertinence des quotidiens au cours des déplacements**

Avant de décrire comment la consultation de la Mobile TV s'articule avec la conduite des déplacements, il convient de s'intéresser aux pratiques habituelles développées à partir de la presse quotidienne. Ce détour paraît pertinent pour éviter toute forme de médiacentrisme. Il permet de délimiter des points de comparaison qui nous aideront ensuite à saisir en quoi l'inscription, dans les déplacements, des usages des téléphones multimédia se distingue de celle des quotidiens.

Il ne s'agit pas ici de proposer un compte-rendu exhaustif des arts de faire développés autour des quotidiens en situation de mobilité. Dans l'optique de notre démarche pragmatique, notre intention est de montrer comment l'épreuve de l'appropriation des téléphones multimédia conduit les usagers à problématiser leurs pratiques médiatiques habituelles. En découvrant le potentiel de leur mobile, ils prennent conscience des contraintes d'usage qu'ils doivent négocier pour lire la presse écrite. La première d'entre elles, celle qui tendait à tomber sous le sens, n'est autre que le détour par les kiosques.

Nous allons commencer par prendre l'exemple d'un lecteur du journal Libération. Pour lui, le fait d'aller acheter son journal, avant de prendre le métro, est on ne peut plus normal. Il a alors pris le réflexe de vérifier, avant de quitter son domicile, s'il a suffisamment de monnaie sur lui pour pouvoir s'offrir son quotidien. Au fil du temps, cette anticipation lui est apparue comme nécessaire car elle lui permet d'optimiser son trajet en s'arrêtant retirer de l'argent avant d'entrer chez son libraire. Ce comportement, en apparence anodin, va être considéré comme central car les jeunes technophiles voient dans les téléphones multimédia un substitut performant à ce type de démarches coûteuses.

Nous allons rapidement les retracer dans le but de montrer comment la gratuité et la disponibilité des quotidiens gratuits vont venir se substituer à ces démarches. Ces deux

faceturs alimentent une forme d'opportunisme qui préfigure celle développée autour des téléphones multimédia. Il va s'agir ici de montrer comment ces formes d'opportunisme se complètent et vont converger autour de l'appropriation de la Mobile TV. Nous verrons alors dans cette convergence, entre les supports papier et les écrans des téléphones mobiles, une réelle tendance qui préfigure l'évolution des pratiques médiatiques développées par les jeunes technophiles en situation mobilité.

## **1. Le passage en kiosque dans le trajet du lecteur de la PQN**

En abordant l'inscription de la presse quotidienne nationale (PQN) dans les trajets des participants, il s'agit ici de singulariser les modalités d'accès à ces sources d'information pour les distinguer de celles développées autour des services mobiles multimédia. Comme notre échantillon est composé de technophiles, nous allons prendre pour exemple le profil d'un jeune doctorant de l'université de Marne-la-Vallée. Son profil est spécifique car, à la différence des participants exerçant une activité professionnelle stable, il n'est pas soumis à des rythmes de travail rigides autour desquels il devrait planifier ses déplacements. S'il s'engage dans ses trajets sans respecter des créneaux horaires fixes, sans faire en sorte de prendre le RER à heure régulière, il produit une certaine régularité autour du détour par un kiosque à journaux. Il s'agit ici de s'intéresser aux coûts de ce détour par un kiosque car il paraît central pour mettre en perspective l'évolution des pratiques médiatiques développées en situation de mobilité.

Parmi ces coûts, il ne fait pas de doute que le plus manifeste reste le coût physique et temporel du détour par un kiosque. En suivant méticuleusement le déroulement des trajets des participants, il apparaît à quel point ils configurent leurs usages des supports médiatiques autour de ce double registre de coûts liés aux modalités d'accès aux supports. L'accès à la presse écrite se distingue notamment par l'anticipation qui doit être faite de l'achat d'un quotidien et, plus précisément, du passage en caisse. L'exemple de ce doctorant (J.C.) est intéressant car il est directement confronté aux sollicitations de l'offre puisqu'il passe, tous les matins où il emprunte le métro, devant deux librairies (cf. le plan du trajet de J.C. ci-dessous).



Nous avons sélectionné cet exemple à dessein tant la manière dont il optimise sa démarche peut sembler aller à l'encontre de l'idée avancée. On peut en effet se demander en quoi le coût physique et temporel de ce rapide détour peut contraindre l'accès à la PQN. Si l'on décortique plus finement cet achat, reproduit par ce jeune homme quatre fois par semaine, on s'aperçoit effectivement à quel point le caractère habituel de sa pratique est porté, allégé, par la configuration de la librairie.

En effet, seulement 4 secondes séparent le moment où J.C. perçoit le rayon de quotidiens (00 : 00 : 10) et le moment où il prend en main Libération (00 : 00 : 14) (cf. la retranscription 2 ci-dessous).

Durée	Activité liée à l'achat de Libération
00 : 00 : 00	Il marche dans la Rue de Bagnolet.
00 : 00 : 07	Entrée dans la librairie.
00 : 00 : 10	Focalisation en direction du rayon de quotidiens.
00 : 00 : 14	Prise en main du journal Libération.
00 : 00 : 17	Le client précédent a payé, il quitte la caisse. Regard mutuel entre J.C. et le commerçant afin d'amorcer le passage en caisse de J.C.
00 : 00 : 18	J.C. dit « Bonjour » au vendeur et pose le journal sur le comptoir.
00 : 00 : 20	Le Vendeur a pris le journal et scanne le code barre // J.C. prépare la monnaie (1 € 20) qui va lui être demandée.
00 : 00 : 21	Vendeur : « Heu... 1 20 ! »
00 : 00 : 23	J.C. dit : « 2 20 » en tendant la monnaie.
00 : 00 : 23	Vendeur : « Merci ! »
00 : 00 : 24	Il prend un euro dans sa caisse.
00 : 00 : 25	Il pose la pièce de 1 € et dit « Et voilà... »
00 : 00 : 26	J.C. la prend et dit « Merci ! Bonne journée ».
00 : 00 : 27	Le vendeur répond « Merci à vous » // En parallèle il range les 2 € 20 dans sa caisse.
00 : 00 : 28	Il se retourne puis reprend sa route en direction de la sortie.
00 : 00 : 31	Il sort de la librairie.

#### Retranscription 2 : Déroulement de l'achat de Libération

Pour interpréter la rapidité de cette séquence d'action liée à l'achat de Libération, il convient de croiser deux registres : l'un renvoie aux compétences d'un acteur habitué et l'autre à l'ancrage écologique de son habitude.

- **Le premier registre**, qui est le plus immédiat en situation d'observation, est celui des habitudes de l'individu. Comme J.C. achète Libération chez ce vendeur de journaux plusieurs fois par semaine, il mobilise de nombreuses ressources qui lui permettent de gagner du temps. Par exemple, lorsque le vendeur lui annonce le prix du quotidien (00 : 00 : 21), J.C. pose la monnaie sur le comptoir en précisant qu'il vient de poser 2 € 20 (00 : 00 : 23).

A travers cet acte et sa publicisation, en faisant en sorte que le buraliste n'ait plus qu'à lui rendre 1 € plutôt que 80 centimes, il a souhaité optimiser les opérations de calcul que son buraliste devait effectuer, en lui évitant de décoder le montant de cette somme.

*J.C. : « Oui ça peut lui faciliter... oui comme ça il a pas à compter ou alors il peut vérifier beaucoup plus vite si je lui dis combien il y a. Il peut compter plus vite peut être, donc ça lui fait moins de travail, à mon avis ça lui fait gagner du temps. »*

Il a ainsi cherché à optimiser leur interaction pour gagner du temps. A travers cet acte habituel, nous voyons comment la dynamique interactionnelle du passage en caisse répond aux tentatives d'anticipation que J.C. formule à l'égard de l'activité du buraliste. Cet exemple montre notamment comment l'acte habituel ne se joue pas tant dans l'instant présent de son efficience que dans l'horizon temporel investi par anticipation. Lorsque J.C. a cherché la monnaie dans son portefeuille, il a calculé la somme qui lui permettrait d'optimiser, une fois engagé dans l'interaction avec le vendeur, son passage en caisse.

- **Le deuxième registre** qu'il convient de prendre en compte, pour interpréter la rapidité de cette séquence d'action, est relatif à l'agencement spatial de la librairie et de ses rayons au sein duquel cet acte habituel est déployé.

*J.C. : « Comme j'y suis allé plusieurs fois, j'ai mémorisé le lieu physique où c'était, du coup je me trompe plus maintenant. Et, en général les journaux, les grands éditoriaux, ils sont comme ça, ils sont souvent sur des promontoires, ils sont pas dans les rayonnages, ils sont sur les promontoires plutôt au centre en général du magasin, et plutôt facilement accessibles dès l'entrée. Dans les deux tabacs, c'est mis comme ça, dans celui-là c'est juste en face dès que tu rentres et tu as des quotidiens, t'as Le Figaro, Le Monde, encore que Le Monde je m'en rappelle pas très bien, je crois que Le Figaro n'est pas très loin, t'as Libé et voilà. C'est vrai qu'une fois que j'ai repéré où est le journal, je vais m'y rendre directement, je fais pas le tour des rayonnages ou... sauf si j'ai une motivation pour acheter un magazine, ça j'en sais rien. »*

Si J.C. procède aussi vite pour attraper son journal, c'est aussi parce qu'il sait où se trouve Libération ou le Canard Enchaîné. Il optimise donc son achat de Libération par la mémorisation de son emplacement. Cette mémorisation doit être renvoyée à l'environnement de vente qui la stabilise. Autrement dit, les rayons qui accueillent son activité ont aussi leur logique d'organisation propre qui cherche à faciliter la trajectoire des consommateurs en visibilisant les titres les plus vendus.



**Photo 6 : J.C. attrape Libération**

Nous voyons bien sur la photographie ci-dessus que les quotidiens exposés sur le rayon sont les quotidiens les plus vendus en France, à savoir (de droite à gauche) L'équipe, Le Monde, Le Figaro, Libération et France Soir. Le vendeur de journaux a donc fait en sorte de les mettre en évidence.



**Photo 7 : Vue de J.C. en entrant dans le magasin de journaux**

Il devient dès lors nécessaire, pour comprendre la démarche routinière de J.C., de la situer dans l'agencement de la librairie. Cet agencement n'est pas seulement spatial<sup>314</sup>. Dans la mesure où il a été disposé pour mettre en avant les principaux titres de la PQN, il forme un dispositif de vente conçu pour répondre aux attentes les plus courantes des clients et capter leurs dispositions d'achat<sup>315</sup>. C'est ainsi que la rapidité avec laquelle J.C. a acheté son journal révèle l'adéquation entre sa pratique et l'espace commercial équipé et configuré pour la recevoir. Cette convergence entre les dispositifs de ventes et les dispositions de notre jeune client montre comment l'accès à la PQN est optimisé, de fait, pour réduire autant que possible le coût du détour par une librairie. Même s'il s'agit ici de se contenter de survoler cet achat et les procédures mises en place par les commerçants et

<sup>314</sup> Conein, Jacopin, 1994 ; Kirsh, 1995.

<sup>315</sup> Cochoy, 2004.



les consommateurs pour l'optimiser<sup>316</sup>, il nous paraît judicieux de le convoquer tant ce détour forme, dans la bouche des personnes interrogées, une contrainte les détournant de la lecture de la presse écrite.

Nous continuons donc de défendre l'idée selon laquelle ce coût, aussi minime puisse-t-il paraître, semble de plus en plus contraignant pour ceux qui reconfigurent leurs pratiques médiatiques autour des supports médiatiques « embarquables ». En effet, l'appropriation d'un nouveau support médiatique comme la Mobile TV fait émerger ce type de contraintes qui n'existaient pas auparavant dans l'esprit des lecteurs. C'est pourquoi, les aspects qui relevaient jusque-là du détail insignifiant, ou de la petite contrainte légitime, peuvent prendre une toute autre ampleur durant cette phase de l'appropriation. Pour prendre la mesure de ce phénomène, il convient de dépasser les seules dimensions physiques et temporelles abordées jusqu'ici. C'est avant tout la charge cognitive de ces contraintes qui est invoquée par les participants.

En effet, le simple fait d'avoir à penser si l'on a de la petite monnaie à disposition, pour acheter un quotidien, forme dorénavant un coût cognitif réel qui joue en défaveur de la diffusion de la PQN. Par exemple, lorsque J.C. doit retirer de l'argent pour acheter son quotidien, il ne se rend plus chez le même libraire. Il va à la librairie n°2 car elle est située à proximité du distributeur et de la station de métro (cf. Figure 22 : Trajet de J.C., p. 202).

Nous pouvons dès lors observer que ce détour par le distributeur automatique n'affecte pas pour autant la durée du trajet (cf. la retranscription ci-dessous).

Durée	Phases du déplacement
00 : 00 : 00	8 h 55 = Départ de chez lui, rue de Fontarabie
00 : 04 : 35	Il passe devant le libraire chez qui il achète habituellement son journal
00 : 08 : 12	Il retire de l'argent à un distributeur
00 : 08 : 59	Il entre chez le libraire et achète Libération
00 : 10 : 12	Il entre dans la station de métro Alexandre Dumas
00 : 11 : 25	Entrée dans la rame de métro, ligne 2, direction Nation
00 : 14 : 52	Arrivée Nation ; Direction RER A
00 : 24 : 25	Entrée dans le RER A
00 : 41 : 19	Descente du RER A en station de « Noisy-Champs »
00 : 41 : 55	Fin de l'enregistrement

### Retranscription 3 : Déroulement du trajet aller de J.C. en l'absence de petite monnaie

Cependant, même si ce détour peut sembler relever du détail, il forme une réelle contrainte dans l'esprit des utilisateurs. Afin d'éviter ce détour par le distributeur automatique, les utilisateurs doivent penser à vérifier s'ils ont suffisamment de monnaie

<sup>316</sup> Lave, 1988 ; De Stefani, 2008.

sur eux avant de se rendre dans une librairie. Il s'agit ici d'une simple vérification opérée le plus souvent au cours de la marche à pied.

*J.C. : « Je prévois pas forcément de l'argent pour le matin pour acheter le journal, vu qu'il y a des distributeurs (sur mon trajet). Par contre, je pense toujours à regarder si j'ai de la monnaie (avant d'acheter le journal). »*

Cette vérification vise donc à lever une incertitude afin d'éviter de se retrouver sans argent au moment du passage en caisse. Aussi relative que puisse paraître cette charge cognitive, elle peut toutefois aboutir sur une réorientation du déplacement, comme dans le cas présent en contraignant le participant à se rendre dans une librairie où il n'a pas ses marques.

A travers ces exemples, il s'agit de révéler quelques plates évidences visibilisant un éventail de contraintes, on ne peut plus pragmatiques, qui sont convoquées pour justifier le désaveu adresser à l'égard de la presse écrite. Pour mettre en perspective ce catalogue d'évidences, il faut avoir conscience des registres de justifications pouvant être mobilisés pour expliquer le non-usage de la presse écrite. Aucune des personnes interrogées n'a, à un moment ou à un autre, expliqué qu'elle remettait en cause la valeur de la presse écrite en tant que telle. La légitimité de ces sources d'information les situe aux marges du champ de la critique, *a fortiori* chez ceux qui reconfigurent leurs pratiques d'information autour de la Mobile TV. Un quotidien peut toutefois être attaqué sur sa coloration politique, sur sa lecture du théâtre économique, sa partialité, sa « peopolisation », etc. Autrement dit, la critique de la presse écrite est possible à l'intérieur de ce genre médiatique. En revanche, cette critique de la presse écrite s'opère rarement dans la confrontation aux autres supports d'information. Il est difficile pour les participants de justifier leur préférence pour les journaux télévisés. Cette préférence est difficile à affirmer à travers un rejet frontal de la presse écrite. Elle emprunte plutôt des chemins de traverses tel l'argument économique, analysé dans la partie précédente, qui permet de justifier en toute légitimité l'abandon de la presse « payante » au profit de la presse gratuite. Ce type d'argument permet à son énonciateur de se mettre au banc du champ de la critique car il est difficile de lui reprocher de ne pas avoir les moyens financiers suffisants pour s'informer via la presse légitime.

A travers ces développements, nous avons donc présenté les différents coûts convoqués par les participants pour expliquer la reconfiguration de la pratique d'information autour de la Mobile TV et de la presse gratuite. Ces différents coûts,

économiques, temporels, physiques et cognitifs, ont été appréhendés d'un point de vue pragmatique en étant référés à l'activité des participants telle qu'elle peut être développée autour du détour par les kiosques. Il va de soi que la convocation de ces coûts n'épuise pas la diversité des arguments permettant d'expliquer le désaveu de la presse écrite. Ils ne peuvent pas être substitués aux multiples variables sociodémographiques qui peuplent l'arrière monde social de ce non-usage. Ils se contentent de venir compléter ce vaste chantier, du renouvellement des pratiques d'information, sans former de réelles causes, en montrant comment les préférences circulent, passent d'un objet à l'autre en recherchant l'accès à l'information le plus optimal possible et le moins coûteux.

C'est ainsi qu'un détail insipide peut avoir des conséquences importantes. Nous avons repéré le coût cognitif qui découle du simple fait de penser à avoir de la petite monnaie sur soi pour acheter un quotidien. Il est nécessaire de prendre en compte ce coût pour comprendre pourquoi des usagers préfèrent souscrire à des services payables mensuellement par virements bancaires. A travers cette souscription, ils ne fréquentent plus cette arène de la sérendipité qu'est le kiosque à journaux. Ils se rendent fidèles à une offre de service en ne se donnant plus les moyens d'acheter impulsivement une nouvelle source d'information. Ils se détournent de ces découvertes pour investir cet autre espace d'expérimentations constitué par les services multimédia. Sans juger cette tendance, il est nécessaire de prendre la mesure de ces petits arrangements pragmatiques tant ils peuvent avoir des répercussions profondes sur l'évolution des pratiques médiatiques.

C'est bien parce que les individus interrogés ici sont engagés dans l'appropriation d'un nouveau support médiatique qu'ils problématisent ce type de petits arrangements peu visibles jusque-là. Le détour par les kiosques, la disponibilité de la petite monnaie ou encore le sourire devant être cordialement adressé au libraire constituent autant de facteurs convoqués pour expliquer le désaveu, certes peu avouable mais pourtant bien réel, affiché à l'égard de la source d'information la plus valorisée socialement. En ayant continuellement à l'esprit les registres de justification que ce moment de l'appropriation rend saillants, il va maintenant s'agir de montrer comment la lecture proprement dite de la presse est déployée durant les déplacements.

## 2. L'inscription des quotidiens dans les déplacements

Dans les grandes agglomérations, la lecture de la presse quotidienne constitue un mode de divertissement couramment utilisé par les passagers des transports en commun. La diffusion de la presse gratuite est venue depuis plusieurs années bouleverser les habitudes. Nous avons donc cherché à comprendre dans quelle mesure les gratuits tendent à être substitués aux achats de quotidiens « payants ». Ce jeune homme, qui écoute les informations radiodiffusées dans les transports à partir de son téléphone mobile, résume bien la relation que les personnes de notre échantillon entretiennent avec la presse écrite :

*M.T. : (La radio permet d') « Être au courant de l'actualité en fait, en quelques minutes, avant d'arriver au boulot sans avoir forcément besoin de s'acheter les journaux, quoique maintenant on les achète plus parce qu'il y a des journaux gratuits. »*

Partant de ce constat, nous avons cherché à saisir pourquoi ils désinvestissaient la presse payante. Il ne s'agit pas ici de rechercher les causes de cette tendance mais de décrire comment la relation aux quotidiens payants et gratuits est profondément différente suivant la manière dont ils viennent s'inscrire dans les déplacements. Pour illustrer cette tendance, nous allons analyser une séquence vidéo enregistrée par B., un étudiant de 22 ans qui prépare un diplôme d'ingénieur.

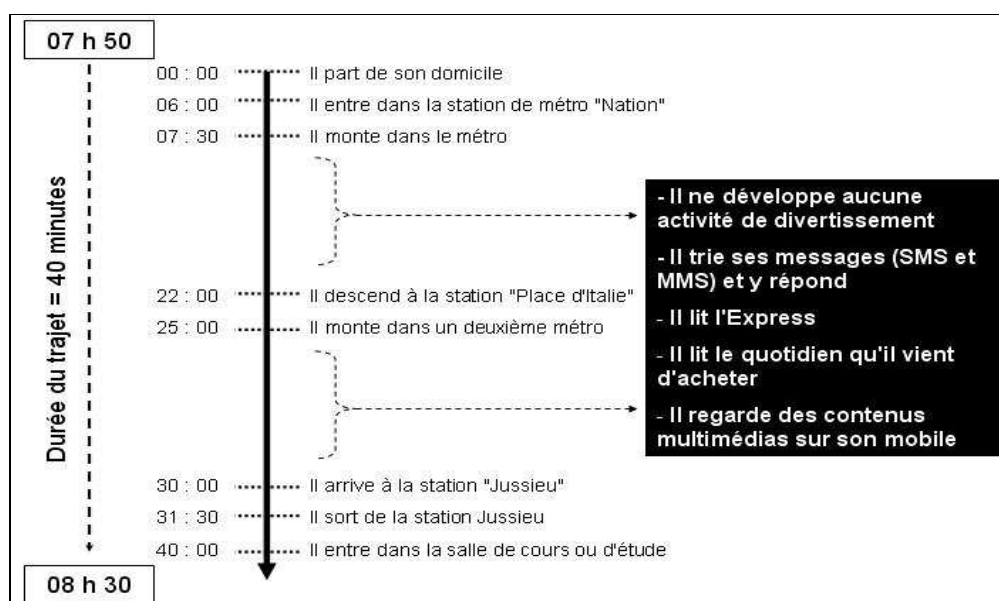
B. se rend tous les jours ou presque à son école. Comme le schéma ci-dessous le montre, son trajet entre la porte de son domicile et la porte des salles de cours dure approximativement 40 minutes. Pour relier ces deux points, il emprunte le métro et n'a qu'un changement à faire. Durant le premier tronçon de ligne qu'il emprunte, il dispose d'environ un quart d'heure pour développer une activité. Le matin, il sait qu'il ne pourra pas récupérer de quotidiens gratuits à sa station de départ. Dès lors, en attendant de les récupérer en bout de ligne, il profite souvent de ce premier tronçon pour (re)lire les très nombreux SMS qu'il reçoit. Il peut alors les trier et, le cas échéant, répondre à ceux qu'il a mis en attente. Ceci dit, il lui arrive parfois, environ une fois par semaine, de faire un détour par un kiosque pour acheter un quotidien et le lire durant son trajet aller. C'est ce qu'il a fait ce matin là.

Lors de l'autoconfrontation, il explique :

*B. : « J'ai été acheter Le Figaro ce matin là. En fait, la veille j'avais parlé politique et je voulais voir un petit peu où ça en était et tout ça... je sais toujours pas pour qui je veux voter donc heu... je me renseigne. Quand*

*c'est comme ça, j'achète un journal pour savoir un petit peu de quoi il parle, des courants et tout ça... »*

Dès lors, avant de s'engager dans la bouche de métro, il fait un crochet par un kiosque (cf. ci-dessous le schéma de son trajet). Même s'il est abonné à L'Express, il ne se définit pas comme un lecteur assidu de la presse car il n'a pas un journal de prédilection. Suivant son humeur du moment, il lit indistinctement Le Figaro, Libération ou Le Monde. Une fois face au présentoir, il balaye donc du regard ces trois quotidiens. Il fait son choix en à peine 5 secondes. Comme il recherche des informations sur le profil des candidats, il s'oriente « tout naturellement » vers Le Figaro titré : « Enquête sur l'état de la France ».



**Figure 23 : Schéma du trajet : Domicile => Lieu d'étude**

Une fois assis dans le métro, il survole rapidement les 6 premières pages pour aller au plus vite consulter les articles consacrés aux différents candidats. Il va les lire minutieusement jusqu'à sa destination. Lorsqu'il plie son exemplaire pour descendre du métro et se rendre en cours, il n'a pas fini sa lecture.



**Photo 8 : La Une du Figaro**  
« Enquête sur l'état de la France »

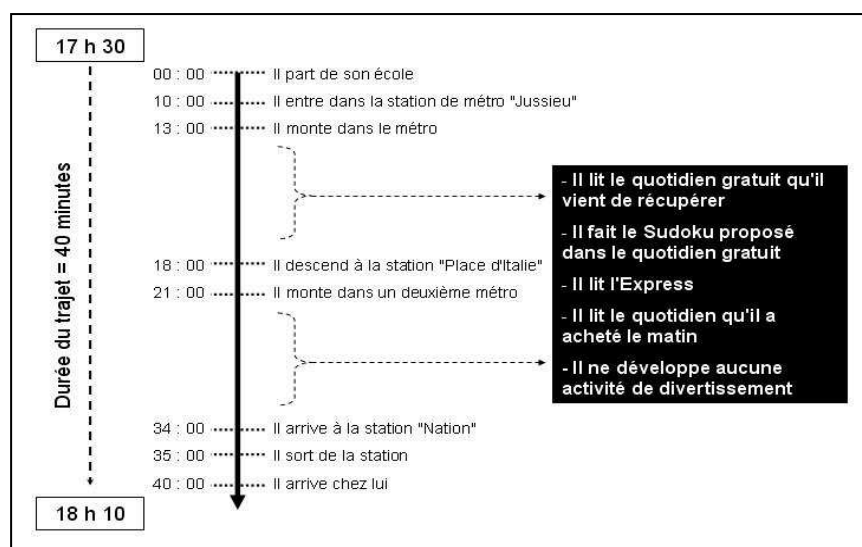


**Photo 9 : B. recherche des informations sur les candidats**

En fin de journée, il part de son école avec l'exemplaire du Figaro en main car :

*B. : « Je me suis dit que j'allais le lire dans le métro mais comme mon sac était énorme ce jour là, donc heu... je l'avais à la main quoi. »*

Il avait donc l'intention de continuer la lecture du Figaro lors de son trajet retour. C'est pour cette raison qu'en descendant les marches de son école, il survole les pages de son journal pour repérer où il avait suspendu sa lecture. A travers ce « geste préparatoire »<sup>317</sup>, il visibilise le fait qu'il planifie de lire ce journal un fois assis dans le métro, comme il l'a affirmé lors de l'entretien d'autoconfrontation. Mais, au moment de s'engouffrer dans la station, il va attraper le quotidien gratuit qu'un distributeur humain lui tend. Cette main tendue va venir bouleverser son plan. En effet, une fois entré dans une rame, il se met à lire le quotidien gratuit au lieu de prolonger sa lecture du Figaro, comme son geste préparatoire le visibilisait.



**Figure 24 : Schéma du trajet : Lieu d'étude => Domicile**

<sup>317</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

Dans quelle mesure l'opportunité du quotidien gratuit a-t-elle interféré sur le déroulement de sa planification initiale ? Pourquoi cette planification n'a-t-elle constitué qu'une simple ressource qu'il a abandonnée après s'être engagé dans le métro ?

Le premier registre d'explication qu'il fournit a trait à sa relation aux informations. Il explique qu'il a modifié son intention première car le quotidien gratuit *Direct Soir* était susceptible de lui apporter des nouvelles plus fraîches sur l'élection présidentielle. Dès lors, sa planification a été réorientée en fonction de son attente spécifique à cette conjoncture : accéder aux dernières informations sur le profil et les programmes des candidats. On peut donc noter que cette lecture de sa pratique, qui est réalisée ici par le biais des enregistrements vidéo, ne la piège pas dans le cadre restreint de la situation observée puisque le recours aux autoconfrontations permet d'intégrer les éléments conjoncturels qui sont pertinents pour cet individu et qui ont influencé sa pratique.

Dans un deuxième temps, il explique qu'il n'a pas poursuivi son plan initial car, lors de ce trajet retour, la promiscuité dans la rame de métro était très importante. Comme il était contraint de rester debout et de lire au milieu des passagers, il a préféré se tourner vers un support dont la lecture demande une moindre attention :

*B. : « Comme j'étais posé au milieu du métro et que debout c'est pas agréable, j'ai préféré regarder les photos et le programme TV, des trucs comme ça. »*

La vidéo montre pourquoi il a préféré lire *Direct Soir* car on peut observer qu'il lit rapidement les articles ayant trait à l'actualité générale avant de s'orienter vers les pages « People » (faut-il préciser que cette rubrique n'est pas encore présente dans le cahier du Figaro ?). En fin de journée, il est fatigué et préfère consulter des contenus moins exigeants, comme la rubrique people et les articles factuels de la presse gratuite. C'est pourquoi, il a remis sa lecture du Figaro à plus tard, le soir, une fois qu'il sera au calme dans sa chambre.

Ce deuxième registre d'explication, qu'il a développé lors de l'autoconfrontation, s'enracine dans la situation au sein de laquelle il a effectué son choix. Il apparaît en effet que ce choix du journal répond à une première contrainte de la situation, celle de la promiscuité. Pour ce jeune homme, il est difficile de lire un journal exigeant lorsqu'il se trouve debout dans une rame de métro bondée. Cette position corporelle est en effet centrale. Elle ne garantit pas le relatif confort que nécessite une activité réflexive

soutenue, indispensable pour s'approprier certains types de contenus journalistiques. En ce sens, il arrive fréquemment que le désaveu de la presse payante ne déborde pas de ce cadre pragmatique. Si on le croise avec la spécificité du créneau horaire de la fin de journée, on comprend pourquoi la fatigue, le bruit, la promiscuité et une position inconfortable ne permettent pas à ce jeune homme de lâcher prise autrement que par le recours à un contenu produit pour être distrayant.

A travers l'analyse du trajet de B., nous avons décrit comment les usages de la presse viennent s'articuler avec la conduite du déplacement. La planification initiale, consistant à lire Le Figaro, n'a constitué qu'une simple ressource<sup>318</sup> non-exploitée car l'opportunité de lire un quotidien gratuit s'est présentée. Cette opportunité lui a tout d'abord permis de répondre de manière plus adéquate aux contraintes de l'environnement urbain à cette heure de grande affluence. Comme le métro était bondé et qu'il a été contraint de rester debout, il s'est avéré plus facile pour lui de lire un quotidien gratuit. De plus, cette opportunité a convergé avec l'attente de ce jeune homme, à savoir d'accéder à une information récente. En ce sens, l'opportunité du présentoir de journaux gratuits lui a permis d'exploiter ce temps de transport pour actualiser sa veille informationnelle, fût-ce à travers une source d'information peu valorisée socialement. Le sens premier de cette lecture a donc été de réaliser une activité en soi, définie autour d'un but propre qui déborde de sa contraction apparente, celle de tuer le temps.

Plus généralement, la manière dont les quotidiens payants et gratuits s'inscrivent dans les déplacements varie selon des degrés différents de planification. L'inscription de la presse payante s'apparente davantage à un « opportunisme planifié »<sup>319</sup> alors que celle de la presse gratuite répond davantage à une « planification opportuniste »<sup>320</sup> :

*« When people know they are going to encounter situations in which they cannot know exactly what is required, they can plan by collecting and carrying particular technologies, documents, and resources. We call this « planful opportunism » in contrast with « opportunistic planning » [Hayes-Roth and Hayes-Roth 1979] in which people make plans spontaneously, reacting to circumstances as they happen. »*<sup>321</sup>

La distinction entre ces formes d'opportunisme permet d'insister sur le rôle du détour par les kiosques, qui demande une planification plus stratégique que le simple

<sup>318</sup> Suchman, 1987.

<sup>319</sup> Cette notion « *planful opportunism* » est tirée de Perry, O'Hara, Sellen, Brown, Harper, 2001.

<sup>320</sup> Cette notion « *opportunistic planning* » a été empruntée à Hayes-Roth and Hayes-Roth (1979).

<sup>321</sup> Perry, O'Hara, Sellen, Brown, Harper, 2001, p. 334-335.



croisement d'un distributeur de journaux gratuits, et sur le rôle des poubelles qui clôturent la prise en main des gratuits autour du temps de transport.

En effet, les lecteurs assidus de la presse payante possèdent fréquemment des habitudes stabilisées incluant un détour par un kiosque. Dès lors, l'inscription de la presse payante relève plutôt d'un « opportunisme planifié » consistant à prendre un quotidien avec soi afin qu'il équipe le trajet. Il sera lu si l'usager arrive à s'installer dans un espace opportun. Et, il sera conservé sur soi dans l'éventualité de trouver d'autres créneaux de lecture : au bureau ou lors du trajet retour. La lecture des payants demande une relative planification dans la mesure où elle donne lieu à « plusieurs reprises en main »<sup>322</sup>. Même si ces réceptions successives sont stabilisées dans des situations précises, elles sont continuellement réajustées aux contraintes et aux opportunités de lecture. C'est en cela que nous assimilons cette posture de réception à un « opportunisme planifié ».

Les lecteurs assidus de la presse gratuite adoptent plutôt une posture d'ouverture opportuniste vis-à-vis des ressources extérieures et les exploitent autant que possible. Ils anticipent dès lors la possibilité d'attraper un gratuit. Dans le cas où cette opportunité est saisie, ils vont planifier durant quelles phases de leur trajet ils pourront le lire. Dans l'éventualité où elle ne serait pas saisie, ils chercheront un autre mode de divertissement qui est à leur disposition immédiate, en activant par exemple leur téléphone multimédia. Cette planification est différente de celle développée autour des quotidiens payants. Elle déborde très rarement de l'horizon temporel du déplacement puisque, à la sortie du transport en commun, le quotidien sera souvent abandonné ou jeté dans une poubelle. C'est en cela que nous assimilons cet art de faire à une « planification opportuniste » qui est, par définition, contingente et définie *in situ* en fonction des ressources médiatiques croisées au fil du déplacement.

En ce sens, ces deux types de presse sont appropriés différemment entre une logique planifiée, à forte valeur identitaire, et une logique de « planification opportuniste » qui s'en remet aux ressources croisées en chemin. Nous allons maintenant voir comment les usages de la Mobile TV oscillent entre ce genre d'habitudes médiatiques planifiées et ces opportunités de divertissement logées dans l'environnement urbain.

---

<sup>322</sup> L'étude EuroPQN comptabilise d'un point de vue statistique ce qu'elle nomme le « Nombre de reprises en main » des quotidiens.

## **II. La pertinence des services multimédia au cours des déplacements**

Après avoir présenté comment les quotidiens payants et gratuits s'inscrivent dans les déplacements, il s'agit maintenant de faire de même avec la Mobile TV. Pour cela, il convient de commencer par décrire ce qui singularise ce service par rapport aux autres supports médiatiques mobilisés en situation de mobilité. Comme la Mobile TV forme une des applications d'un dispositif multifonctionnel, elle va bénéficier de l'aura des autres fonctions. Les utilisateurs la conservent à portée de main dans la mesure où ils emportent leur téléphone avec eux, en toute situation, pour maintenir leur joignabilité. Dès lors, il y a fort à parier qu'ils ne regarderaient pas de programmes télévisés dans les transports s'ils devaient emporter avec eux un support spécifiquement dédié à cette activité. S'ils exploitent en opportunistes la multifonctionnalité de leur téléphone, il convient de mieux saisir comment les usages des fonctions multimédia s'articulent avec les usages des fonctions communicationnelles.

Seulement, le recours à ce dispositif multifonctionnel pose souvent problème. Il est encore difficile de regarder la Mobile TV dans les transports, notamment lorsqu'ils évoluent sous terre. Nous décrirons alors comment les utilisateurs vont contourner cette contrainte en couplant leur réception de ce service avec la lecture de la presse. Cet art de faire va avoir de lourdes répercussions sur l'économie de leur pratique médiatique. En effet, ils vont reconfigurer leurs usages des supports médiatiques en bifurquant d'un support à l'autre en fonction de la disponibilité des réseaux de communication (réseaux téléphonique et radiophonique).

Pour opérer ces transitions entre les supports, ils vont devoir rechercher des indicateurs leur permettant d'évaluer la force du signal téléphonique. Nous montrerons alors comment les représentations graphiques intégrées dans les interfaces des mobiles leur posent problème. Et, comment ils doivent rechercher dans l'environnement d'autres indices susceptibles d'évaluer cette disponibilité des réseaux. Nous décrirons alors le rôle joué par la lumière extérieure lorsqu'elle forme, aux yeux de l'utilisateur habitué, le signe de la couverture du réseau. De même, le nom des stations et, plus généralement, l'ensemble des indices permettant à l'utilisateur d'identifier où il se trouve dans son tronçon de trajet, vont être mobilisés pour identifier les zones où la couverture du réseau est garantie.

C'est autour de ces repères et de ces indices que nous montrerons comment l'activité de réception s'encastre dans l'activité de déplacement. Elles participent toutes deux à une forme de multi-activité dans la mesure où les repères étant pertinents pour conduire la première vont devenir pertinents pour conduire la seconde. Dès lors, en poursuivant le paradigme des nouvelles mobilités, il va s'agir de préciser comment l'inscription de la Mobile TV dans les situations de mobilité se distingue des autres supports médiatiques par le fait que l'activité développée autour de ce service s'hybride, de manière relativement inédite, avec l'activité de déplacement.

## **1. La reconfiguration des activités médiatiques autour de la multifonctionnalité**

Par rapport à l'ensemble des supports médiatiques pouvant être utilisés durant les déplacements, les téléphones mobiles se distinguent par leur multifonctionnalité. Pour les personnes interrogées, les nouveaux services multimédia ne modifient en rien ce qu'elles considèrent être la fonction première de leur mobile : leur permettre d'être contactées en toutes circonstances et de joindre les autres quand elles le souhaitent. Nous allons donc voir comment l'attractivité de la Mobile TV repose sur la disponibilité des téléphones, c'est-à-dire sur le fait que les utilisateurs les ont toujours sur eux quand ils se déplacent pour rester joignables. Partant de ce constat, nous montrerons comment cette spécificité distingue les téléphones mobiles des autres supports médiatiques en tant qu'ils permettent de développer des activités de divertissement qui ne nécessitent aucune préméditation. Cette particularité renouvelle à la fois l'économie des pratiques médiatiques et l'engagement dans la mobilité.

### *a) L'opportunité de la multifonctionnalité en situation de mobilité*

Bien avant les téléphones mobiles, d'autres dispositifs permettaient de regarder des contenus audiovisuels en situation de mobilité : les ordinateurs portables, les ordinateurs de poche, les consoles de jeux portatives ainsi que, plus récemment, les lecteurs/enregistreurs numériques (*Archos*) et certains lecteurs MP3. Les technophiles avertis interrogés ici savent pertinemment que ces dispositifs garantissent une qualité

d'image qui rend risible la minuscule taille de l'écran de leur téléphone mobile. Pourtant, malgré cet avantage, ces dispositifs sont rarement utilisés.

Le premier facteur permettant d'expliquer ce désaveu est d'ordre économique : le prix de ces supports mobiles est bien plus élevé que celui des téléphones fournis lors de la souscription à un abonnement aux services multimédia 3G. L'autre facteur est relatif à l'accès aux contenus audiovisuels. Pour regarder des vidéos sur ces dispositifs, elles doivent être encodées dans un format léger et compatible, comme le format DIVX. Autrement dit, ces contenus doivent être téléchargés sur internet, légalement ou non, avant d'être transférés sur un de ces lecteurs mobiles. Dès lors, leur utilisation doit être planifiée bien à l'avance pour que l'utilisateur puisse disposer de la vidéo le jour J. Cette contrainte contribue à rendre leur utilisation exceptionnelle, lors des longs déplacements anticipés.

Les téléphones mobiles permettent quant à eux de consulter en temps réel des vidéos ou des chaînes télévisées. Leur réception ne demande donc aucune anticipation. De plus, comme ces contenus sont mis à jour en continu, les téléphones peuvent être mobilisés comme des sources d'informations permettant de coller aux derniers rebondissements de l'actualité. C'est sur cette double spécificité des services multimédia, à savoir la mise à disposition de contenus réactualisés en continu et consultables en temps réel, que les usagers les utilisent malgré la contrainte de la petite taille des écrans.

Mais au-delà de ces aspects, un autre facteur est central. Lorsqu'on s'intéresse aux usages de la Mobile TV, nous sommes amenés à penser que le téléphone multimédia n'est au fond qu'une simple médiation permettant de regarder des programmes télévisés et que plusieurs autres dispositifs pourraient très bien jouer la même fonction. Il apparaît pourtant que cela ne peut pas être le cas puisque les individus conservent avec eux leur téléphone multimédia pour rester joignables. C'est parce qu'ils ont leur téléphone sur eux qu'ils en profitent pour regarder des chaînes TV. Ils ne développeraient pas de pratique télévisuelle en situation de mobilité s'ils devaient emporter avec eux un dispositif qui soit spécifiquement dédié à cette activité. Puisque nos données ne nous permettent pas d'étayer cette affirmation, dans la mesure où les personnes interrogées ne recourent pas à un tel dispositif de substitution, elle peut toutefois être précisée à partir de leur relation aux appareils équipés d'un tuner FM :

*M.T. : (...) « Moi j'aime pas être trop chargé. Donc, avoir un téléphone déjà, toujours sur soi, malgré tout c'est... c'est générateur de stress aussi. Faut quand*

*même y faire attention. Surtout qu'on ne se rend pas compte, mais finalement, on a toujours peur de le perdre, des fois on se fait des frayeurs. Donc, rajouter un... Comment ça s'appelle ? Un baladeur MP3 ou un Walkman, un truc comme ça, c'est encombrant quoi. Je l'avais déjà fait par le passé. Finalement, parce qu'on n'a jamais vraiment de place où le mettre, ça gonfle la poche... Donc, là c'est un truc (le téléphone multimédia) tout-en-un quoi et ça, je trouve ça super. Donc, la radio (à partir du tuner de son mobile), vraiment j'accroche ! »*

Dès lors, par le passé, ce jeune homme avait déjà un baladeur qui lui permettait d'écouter la radio pendant ses déplacements. Mais il ne s'en sert plus car il le trouvait « encombrant », « ça gonflait les poches ». Aujourd'hui, il écoute la radio à l'aide de son téléphone car « là c'est un truc tout-en-un ». Il a donc pu développer cette habitude grâce à la manière dont son téléphone mobile équipe ses déplacements. C'est l'opportunité de la fonction « Radio » de son nouveau mobile qui lui a permis d'écouter des programmes radiophoniques dans le bus. Le fait que ce support soit toujours à sa disposition, lors de ses trajets, a donc rendu l'utilisation de ce service pertinente.

Nous pouvons en déduire, en prenant acte du faible engouement pour les lecteurs de vidéo portatifs, que les usagers regardent des programmes télévisés durant leurs trajets dans la mesure où ils ne sont pas contraints d'équiper leurs déplacements avec un dispositif qui soit spécifiquement dédié à cette activité. Il serait encombrant et il y aurait un risque de le perdre. Le recours aux téléphones mobiles n'est pas problématique puisque les utilisateurs les ont toujours sur eux pour une toute autre raison, liée à la gestion de leur joignabilité. Il apparaît donc que les usages de la Mobile TV sont inscrits dans les déplacements quotidiens en raison de la disponibilité des mobiles qui, en se sophistiquant, constituent une opportunité de divertissement qui tombe sous la main. Si ces individus se saisissent de cette opportunité en raison de leur profil et de leurs goûts médiatiques, nous allons maintenant décrire comment cette opportunité peut également être rendue pertinente par des facteurs endogènes à la conduite des déplacements.

***b) La séquentialisation des activités communicationnelles et médiatiques comme opportunité d'usage***

Plutôt que de caractériser *a priori* les facteurs qui influent sur l'activation et le déroulement des usages de la Mobile TV, nous allons analyser un enregistrement vidéo afin de décrire quels éléments liés à l'activité principale, le déplacement, rendent pertinents les usages de ce service. Pour recomposer cette distribution endogène de la

pertinence, nous avons sélectionné un trajet de N. dans la mesure où il nous semble paradigmatique. Comme nous l'avons fait jusqu'ici, nous retiendrons les seuls éléments qu'elle a elle-même identifiés comme pertinents lors de l'autoconfrontation.

Cette jeune femme, secrétaire aux Aéroports de Paris, regarde énormément la télévision. Comme elle vit en zone périurbaine et qu'elle emprunte le RER pour se rendre sur son lieu de travail, elle en profite pour regarder des chaînes télévisées. Dans son bureau, elle regarde également des programmes tout en travaillant. Elle pose son téléphone à côté de son écran d'ordinateur et laisse le son se diffuser dans le bureau pour que sa collègue puisse également suivre le programme. Dans cette configuration, ces deux co-réceptrices préfèrent écouter des journaux télévisés, des séries et des clips musicaux. Cet usage collaboratif permet à N. de regarder la Mobile TV pendant environ 3 heures par jour. Son profil se distingue donc de ceux recueillis ici par l'intensité de sa pratique et sa capacité à utiliser ce service dans un large éventail de situations. Nous allons maintenant montrer comment elle développe des arts de faire experts, que nous qualifions d'opportunistes, en exploitant la multifonctionnalité de son téléphone. C'est ce que nous allons décrire à travers un de ses trajets qui est suffisamment inhabituel pour faire émerger les appuis de ses activités (cf. le schéma de son trajet ci-dessous).

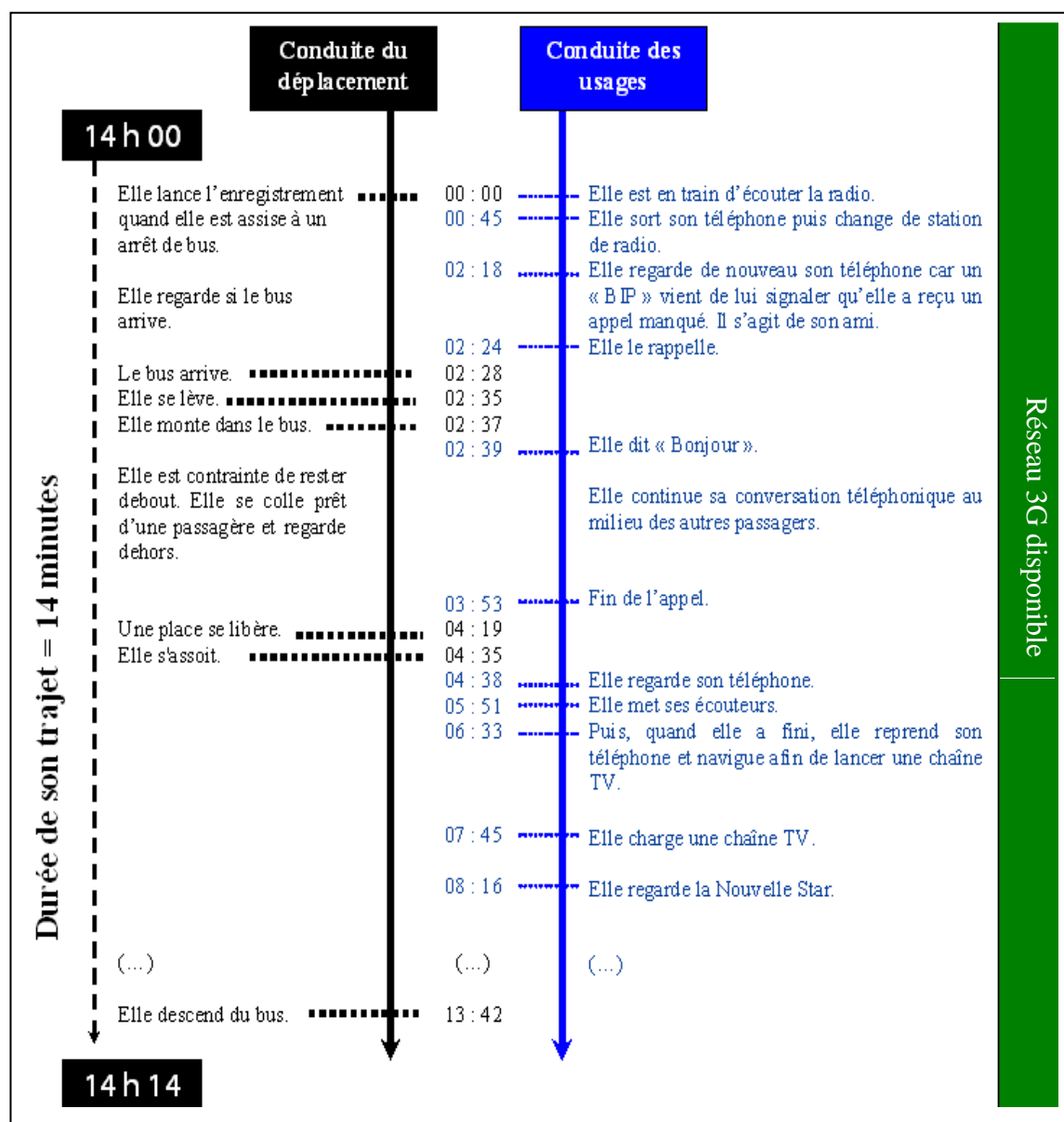


Figure 25 : Trajet de N. entre son domicile et son lieu de travail

Ce vendredi là, N. doit partir en week-end avec son ami. Elle a pris son après-midi et quitte son lieu de travail vers 14 h 00. Pour aller le rejoindre, elle emprunte le bus avec trois sacs de voyage. Lors de l'autoconfrontation, elle explique qu'elle accordait toute son attention à ses sacs. Ils étaient très lourds et la contraignaient à devoir continuellement rechercher un endroit où les poser. C'est ce qu'elle a réussi à faire une fois arrivée à l'arrêt de bus. Tranquillement assise, elle pouvait écouter la radio sur son téléphone.



**Photo 10 : N. change de station de radio pendant qu'elle est assise à l'arrêt de bus**

Son écoute est tout à coup interrompue par un signal sonore qui retentit dans les écouteurs : quelqu'un essaye de la joindre. Elle regarde son téléphone et s'aperçoit qu'elle vient de manquer un appel de son ami, avec qui elle part en week-end. Elle balaye rapidement la rue du regard pour voir si le bus arrive puis, ne le voyant pas venir, elle décide de le rappeler. A peine a-t-elle initié son appel que le bus est là. Elle attrape ses gros sacs et monte dans le bus tout en attendant que son ami décroche. Malheureusement, le bus est bondé (cf. Photo 11). Elle commence donc à entretenir sa conversation, debout, serrée contre les autres passagers. Elle réussit toutefois à se frayer un passage et se réfugie près d'une femme installée sur une place assise (cf. Photo 12).



**Photo 11 : Le bus est bondé**



**Photo 12 : N. maintient son appel blottie près d'une femme.**

Elle continue sa discussion, blottie contre cette femme, tout en regardant dehors (cf. Photo 12). Elle tente ainsi de délimiter une zone qui lui permette de s'isoler et de rendre son appel moins intrusif, même si elle sait pertinemment qu'elle dérange les autres passagers. Une fois qu'elle a réussi à couper court à la conversation, elle est un peu moins



gênée, si ce n'est par ses trois gros sacs qui l'encombrent. Elle se met donc à chercher une place assise, ou un espace, lui permettant de les déposer. En vain.

Peu de temps après, le bus s'arrête. Des passagers descendent et libèrent une place. Elle saute sur l'occasion. Une fois installée, elle lève la tête. Comme elle n'a pas rangé son téléphone après avoir appelé son ami, elle l'a toujours dans sa main. Elle le déverrouille, le manipule un peu et finit par regarder un programme télévisé.

Cette séquence nous paraît paradigmatique tant les éléments qui entrent en jeu sont déterminants. **Le premier est celui de la joignabilité.** Ayant rendez-vous avec son ami pour partir en week-end, elle se devait de répondre à son appel. D'ailleurs, comme elle a pu le préciser lors de l'autoconfrontation, son ami l'a contacté pour lui poser une question n'ayant rien à voir avec la coordination de leur rencontre. Cela lui a fortement déplu car il lui a fait gaspiller l'énergie de sa batterie, au risque de lui faire perdre sa joignabilité.

(...) « *Et là, j'avais plus de batterie, je me suis fâchée (dans l'enregistrement vidéo on attend : "Là franchement Camel tu..."). Je me dis « Mais c'est pour ça que tu m'appelles », j'avais plus de batterie et ça allait couper quoi et ça me cassait la tête parce que je voulais pas que ça coupe. »*

Si le profil de cette utilisatrice peut être classifié sous un « modèle connecté »<sup>323</sup>, nous pouvons dire que la situation la contraignait à répondre à son ami pour qu'ils puissent coordonner leur rencontre. Les appels inscrits dans les modalités de coordination d'un rendez-vous peuvent en effet être assimilés au modèle connecté tant ils prennent la forme « d'appels, courts, fréquents »<sup>324</sup>. Même si, dans ce cas là, le contenu de la conversation ne joue pas « un rôle secondaire par rapport au simple fait d'appeler »<sup>325</sup>. Du fait de cette quasi injonction au maintien de sa joignabilité, elle a ainsi mis immédiatement fin à son écoute de la radio pour le rappeler.

Sa manière de faire est en ce sens significative du fait que les usages des fonctions multimédia passent souvent après le maintien de la joignabilité. Cette subordination est étroitement liée à la configuration des services qui coupent la lecture du programme télévisé pour permettre la réception de l'appel entrant. Par exemple, comme les photographies ci-dessous le montrent, P.X., un jeune policier, a répondu à son amie car

<sup>323</sup> Licoppe, 2002.

<sup>324</sup> *Ibid.*, p. 183.

<sup>325</sup> *Ibid.*

son téléphone a fermé l'application de la Mobile TV pour visibiliser le numéro de l'appelant.



**Photo 13 : P.X. regarde une série...**



**Photo 14 : ... Lorsque la Mobile TV se ferme pour visibiliser l'appelant**

Cette configuration des services est fortement incitative et rend la réponse à l'appel entrant difficilement contournable. Cependant, elle converge avec les attentes des utilisateurs dans la mesure où ceux qui ont un téléphone configuré différemment s'en plaignent. Ils se sentent dépossédés de leur liberté car leur téléphone ne les avertit d'un appel entrant, sous forme sonore ou textuelle, qu'une fois l'appel effectivement manqué. Dans ce cas de figure, ils sont alors obligés de contourner ce problème technique, qui menace leur disponibilité quand ils attendent un appel important, en n'utilisant pas les fonctions multimédia. Si l'on considère que l'importance accordée à la disponibilité est toujours croissante, il apparaît alors que cette simple configuration technique des alertes peut à elle seule freiner l'engouement pour la Mobile TV – problème dont les équipementiers n'ont pas tardé à être sommés de se saisir.

Il convient toutefois de relativiser ce point par un contre-exemple. Parmi les participants à cette étude, nous avons effectivement rencontré un lycéen de 17 ans qui diffère parfois la réponse aux appels entrants, quand il utilise la Mobile TV, pour ne pas perdre le fil de l'émission. Il explique qu'il diffère ses réponses lors de ses trajets les plus courts. On peut effectivement observer, parmi les 10 déplacements qu'il a filmés (cf. Tableau 8 : Synthèse de la base de données, p. 182), qu'il lui est arrivé une fois de ne pas rappeler son amie après avoir reçu l'alerte d'un appel manqué. Il a précisément attendu 6 minutes et 54 secondes avant d'engager sa réponse (18.56.24) à cette alerte (12.02.01 ; cf. la retranscription 8, p. 400). Autrement dit, s'il considère qu'il n'y a pas mort d'homme à repousser cette réponse, on peut quand même relever qu'il ne la diffère que de quelques

minutes. Cette rapidité est d'autant plus significative de la faible acceptabilité d'un délai de réponse qu'il interrompt malgré tout son écoute musicale pour initier cet appel, avant même que le métro soit arrivé à quai. Dès lors, cet unique contre-exemple paraît bien relatif puisqu'il révèle la « culpabilité » ressentie par cet usager lorsqu'il fait attendre son amie avec pour seul prétexte de ne pas vouloir se désengager (temporairement) de son activité médiatique.

Une fois cette parenthèse fermée, revenons sur le fait que cette séquence du trajet de N. met également en évidence comment cette dimension de la joignabilité croise celle de l'opportunité de la multifonctionnalité des téléphones multimédia. **Le deuxième élément est donc celui de la multifonctionnalité.** Dans cette situation, le téléphone est en effet continuellement présent : pour écouter la radio lorsqu'elle est assise à l'arrêt de bus, pour recevoir l'alerte d'un appel manqué, pour rappeler son correspondant, puis pour regarder un programme télévisé. Dès lors, l'inscription de la Mobile TV dans cette séquence de son déplacement repose sur cette complémentarité des fonctionnalités qui se répondent et s'induisent l'une l'autre.

**Le troisième élément a trait à la gestion du déplacement.** N. ne souhaitait pas s'asseoir pour regarder tranquillement un programme télévisé. Elle souhaitait s'asseoir pour poser ses trois gros sacs.

*N : « Là je me dis « Si personne veut s'asseoir, bé je vais aller m'asseoir ». Et puis comme j'étais chargée, j'avais mes sacs et tout ça. Donc là je crois que je vais regarder la TV en m'asseyant.*

*JF : Oui. Et si vous étiez restée debout, vous l'auriez regardée ?*

*N : Non, pas là parce que j'étais, j'avais trop les mains pleines. Donc non, j'aurai plutôt écouté la radio, j'aurai mis le téléphone dans ma poche. Parce que l'air de rien, je suis souvent chargée, j'ai tout le temps des choses, donc généralement j'ai plutôt le téléphone dans ma poche. »*

Dès lors, l'opportunité de la place assise lui a permis de poser ses sacs. L'intention de regarder la TV lui est venue après, une fois qu'elle avait clôturé cette phase pénible durant laquelle elle était debout. Ce changement de position, et la possibilité de libérer ses mains, s'inscrit donc au principe même de son usage. Il constitue une opportunité qui a rendu l'utilisation de la Mobile TV pertinente. Sans lui, cet usage et l'intention même de le réaliser n'auraient pas vu le jour. Il est, dans cette configuration, tout aussi pertinent que le profil opportuniste de cette jeune femme qui exploite de nombreuses situations pour regarder ses programmes favoris (la Nouvelle Star dans le cas présent).

A travers ces trois éléments, qui ont émergé de sa pratique et qu'elle a explicités lors de l'autoconfrontation, nous avons décrit comment l'activité de réception de la Mobile TV est rendue pertinente par l'activité précédente (l'appel téléphonique) et par l'activité sur laquelle elle vient se greffer : la conduite de l'activité de déplacement encombrée de trois gros sacs l'amène à s'asseoir. Cette organisation séquentielle des activités, dont la précédente rend pertinente la suivante, participe à un ordonnancement temporel au sein duquel il convient de réinscrire la réception de la Mobile TV.

On peut également s'apercevoir, en recomposant l'ordonnancement de ses activités, qu'un tel usage ne peut pas être renvoyé à une cause unique. Il est absurde de prétendre que l'injonction de maintenir sa joignabilité, le potentiel de la multifonctionnalité ou l'encombrement généré par les sacs de voyages constituent des causes permettant d'expliquer sa pratique. Ces éléments tissent plutôt un réseau d'incitations à l'action formant une opportunité d'usage saisie par l'utilisatrice. Il n'y a pas lieu, dans une telle situation, de chercher à hiérarchiser les éléments qui ont contribué à rendre cet usage pertinent. Il paraît plus judicieux de recomposer la manière dont elle a formulé ce choix, en visibilisant le faisceau de circonstances qui l'a orientée, voire sollicitée.

En procédant ainsi, nous souhaitons insister sur le fait que le déroulement des usages est inséparable de la gestion du déplacement, comme ici autour de la tâche consistant à porter des sacs de voyage. Les pratiques médiatiques sont articulées avec les trajets et la manière de les conduire. Elles constituent des activités à part entière qui viennent se greffer sur les déplacements et qui, en retour, en orientent la conduite. Par cet encastrement, ces activités forment une « multi-activité »<sup>326</sup> que les individus gèrent de front. Nous venons de montrer comment l'engagement dans cette forme de multi-activité répond parfois à un enchaînement des usages induit par la convergence entre les fonctionnalités des téléphones mobiles, le maintien de la joignabilité et les prises des situations de mobilité.

## **2. La réceptivité des réseaux téléphoniques comme épreuve**

L'échantillon d'individus, dont nous observons ici les usages, est composé de consommateurs d'information développant des pratiques multi-support autour de la

---

<sup>326</sup> Datchary, 2006 ; Datchary, Licoppe, 2007.

presse payante et gratuite, des émissions de radio, des journaux télévisés et des chaînes d'information en continu, des sites de presse et des services multimédia 3G. Étant des technophiles pionniers dans l'adoption des nouveaux supports d'information, ils ont tendance à désinvestir la presse quotidienne payante. Ils expliquent que l'achat des quotidiens ne leur paraît pas utile quand ils ont la possibilité de consulter de manière gratuite une gamme de sources d'information sans cesse diversifiée. Face à cet éventail de choix, ils privilégient souvent les informations télévisées et, dans une moindre mesure, les bulletins d'informations radiodiffusés.

Cette préférence pour les contenus télévisuels se retrouve dans les usages développés en situation de mobilité. Lorsqu'elles ont le choix entre la lecture d'un quotidien gratuit ou la consultation de contenus audiovisuels sur leur téléphone mobile, les personnes interrogées privilégient cette dernière alternative. Cette tendance les détourne des informations journalistiques puisque les contenus multimédia 3G sont très variés. Un certain nombre d'entre elles, et plus particulièrement les femmes, profitent ainsi de la Mobile TV pour regarder des séries pendant qu'elles sont dans les transports en commun. Cette inclination, prenant au fil du temps la force d'une habitude, se traduit en planification qu'elles tenteront de réaliser une fois en situation. Comme la presse payante, les téléphones multimédia constituent ainsi des supports que les usagers embarquent avec eux dans l'éventualité de les utiliser une fois en situation de mobilité. Cependant, nous allons montrer que la relation à ces dispositifs mobiles est sensiblement différente. La planification de leurs usages est souvent problématique tant il existe de nombreuses contraintes qui vont la réduire au stade de simple ressource difficile à réaliser. Dans la lignée des théories de l'action située<sup>327</sup>, nous allons maintenant décrire comment ces planifications sont contrariées par les problèmes liés à la réceptivité des réseaux téléphoniques<sup>328</sup>.

*a) La reconfiguration des activités médiatiques autour de la réceptivité du réseau téléphonique*

Au regard des supports médiatiques mobiles, les quotidiens papiers sont doués d'une réelle « autonomie ». Il nous paraît judicieux de reprendre ici cette expression,

---

<sup>327</sup> Suchman, 1987.

<sup>328</sup> Cette partie a fait l'objet d'une publication dans la revue Réseaux : Figeac, 2009.

caractérisant habituellement les usages des téléphones mobiles, pour insister sur la requalification dont la presse papier fait l'objet suite à l'appropriation des services multimédia. En effet, il peut paraître absurde de dire que les supports papiers sont autonomes. Pourtant, si l'on s'appuie sur le point de vue des utilisateurs, ils insistent continuellement sur les contraintes qui les empêchent d'utiliser la Mobile TV comme ils l'entendent. Ces contraintes sont multiples, nous allons les reprendre dans le détail. Les plus récurrentes sont cependant celles qui sont inextricablement liées à la dimension technique des téléphones mobiles et qui viennent continuellement remettre en cause leur autonomie.

D'une part, l'autonomie des téléphones mobiles est relative puisque la durée de fonctionnement de leur alimentation n'est pas infinie. Ainsi, avant de regarder des chaînes télévisées, les usagers doivent s'assurer que le niveau de charge de la batterie soit suffisant. Ce problème a entravé le développement de la Mobile TV car les utilisateurs se détournent des services multimédia, gourmands en énergie, pour ne pas épuiser leur batterie et rester joignables. Les téléphones mobiles les plus récents tentent de remédier à ce problème afin d'être continuellement à disposition des usagers, avec l'éventail de leurs fonctionnalités.

D'autre part, les mobiles ne constituent pas des supports médiatiques autonomes puisque l'utilisateur doit se trouver dans une zone couverte par le réseau téléphonique pour regarder des chaînes télévisées. Il convient de rappeler que les réseaux souterrains des métropolitains et des RER ne sont pas totalement couverts par ce réseau et qu'il y a de fortes probabilités pour que les problèmes de réceptivité persistent pendant quelques années, notamment en ce qui concerne la réception de l'Internet mobile et des chaînes télévisées. Précisons également que les ruptures de connexion interviennent même dans les zones couvertes par le réseau, notamment quand l'utilisateur est dans un transport en mouvement. Ces ruptures apparaissent lorsque le téléphone bifurque d'une antenne relais à l'autre au fil du trajet. Elles influent considérablement sur la manière d'utiliser la Mobile TV et, en amont, sur le choix d'utiliser son téléphone pour regarder la TV au lieu de consulter tranquillement un support autonome.

C'est donc autour de ces deux dimensions, le niveau de charge de la batterie et la réceptivité du réseau téléphonique, que l'autonomie des téléphones mobiles est problématisée. C'est également à travers elles que la presse papier est requalifiée dans la mesure où elle est désormais perçue sous un jour nouveau, celui de sa perpétuelle

autonomie : les usagers peuvent l'amener partout où ils vont et l'utiliser à tout moment, sans aucune restriction, notamment lorsque leur téléphone mobile ne joue plus son nouveau rôle.

C'est ce que nous allons maintenant voir en prenant pour exemple un trajet de L., une secrétaire de 42 ans. Ses arts de faire nous semblent paradigmatiques car cette lectrice assidue de la presse écrite a décidé d'articuler ses lectures avec la réception de programmes télévisés pour divertir ses 2 heures 30 de trajet quotidien. Pour ce faire, elle a réorganisé l'ensemble des activités qu'elle développait dans les transports en commun pour les ajuster à cette nouvelle contrainte d'usage : la réceptivité du réseau 3G.

Il nous paraît également judicieux d'analyser le cas de L. car elle ne fait pas preuve d'acharnement. Lorsque la réception de la Mobile TV va s'interrompre brutalement, cette mère de trois enfants qui reste sourde aux chants des sirènes de la gadgétisation, ne va pas essayer de se reconnecter, du moins elle ne va pas s'engager dans des tentatives de reconnections frénétiques. Elle procède différemment. En cas de perte de la réceptivité du réseau, elle va passer à autre chose, en réinvestissant notamment son quotidien. Elle se démarque en cela des plus jeunes qui peuvent s'adonner à ces tentatives de reconnexion durant l'intégralité de leur temps de transport, afin d'essayer de ne pas perdre une miette de leur programme préféré. Puisque cette tendance extrême, qui frôle l'addiction - ou la passion c'est selon -, devrait être résorbée par les développements à venir des réseaux, il est préférable de s'intéresser à ce cas plus modéré. En effet, comme nous allons le voir (cf. la figure ci-dessous), durant les 80 minutes qui séparent le domicile de L. de son lieu de travail, elle va réorienter ses activités à quatre reprises en fonction des ruptures / réceptions des réseaux de communication au lieu d'essayer de maintenir à tout prix la connexion au programme télévisé. Suivons maintenant son trajet pas à pas.

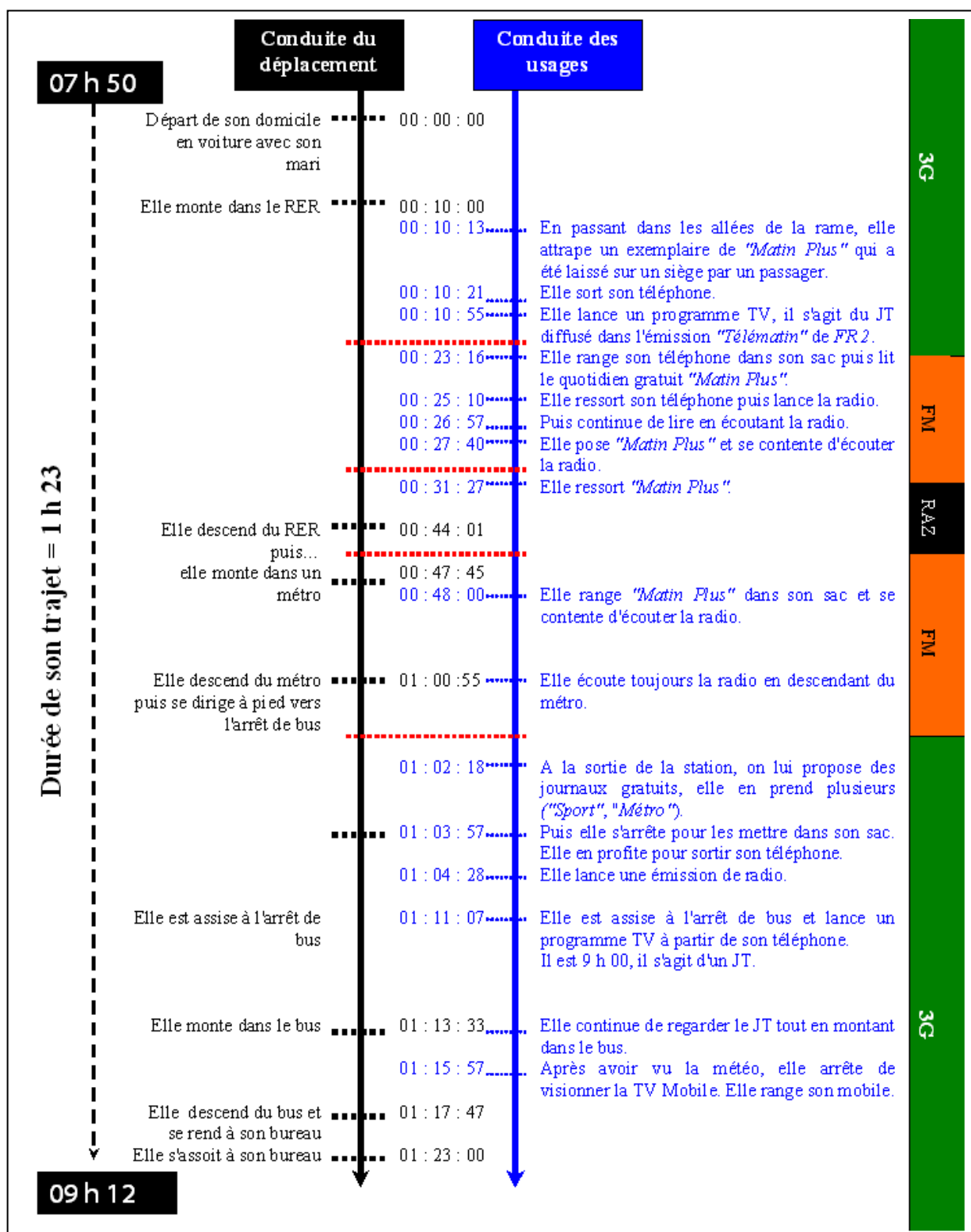


Figure 26 : Trajet de L. entre son domicile et son lieu de travail



En partant de chez elle, L. ne prend rien à lire. Pour s'occuper durant le long trajet qui sépare son domicile de son bureau, elle a dorénavant pris pour habitude de récupérer plusieurs quotidiens gratuits. Elle sait que, même si dans la gare où elle prend le RER il n'y a pas de distributeurs de gratuits, un passager aura nécessairement laissé un exemplaire sur un siège de la rame qu'elle va emprunter. Dès lors, le matin, elle traverse les couloirs du RER à la recherche d'une place assise sur laquelle se trouve un exemplaire. L. a pris cette habitude puisqu'elle n'a que quelques mètres à parcourir pour tomber sur ce type de places opportunes. Il s'agit d'une forme de solidarité entre les franciliens, de plus en plus partagée, car ils sont toujours plus nombreux à laisser leur quotidien gratuit, sur le siège qu'ils occupaient, afin de le mettre à disposition des prochains passagers et/ou de s'en débarrasser.

On peut par exemple observer, à partir de la photo ci-dessous, qu'elle aurait également pu récupérer le quotidien gratuit « Sport » (en rouge), qui se trouvait sur le siège faisant face à celui qu'elle a choisi. Dès lors, cette modalité d'accès aux supports d'information, aussi aléatoire soit-elle, lui offre malgré tout la possibilité de filtrer selon ses propres préférences les sources de divertissement laissées à sa disposition. Sa pratique ne relève donc pas d'un pur zapping occupationnel visant à tuer le temps.



**Photo 15 : L. récupère Matin Plus avant de s'asseoir**



**Photo 16 : L. visionne Télématin.**

Lorsque L. a récupéré ce quotidien gratuit, elle le conserve à portée de main sans le lire tout de suite. Autrement dit, elle réalise ici un « geste préparatoire »<sup>329</sup> : elle met en réserve cette ressource médiatique et visibilise ainsi son intention de lire ce support à un moment ou un autre, durant le trajet ou plus tard. Il s'agit pour nous de saisir à quel moment, et dans quelles circonstances pratiques, cette anticipation de la lecture du quotidien va être réalisée ?

<sup>329</sup> Datchary, Licoppe 2007.

La première chose qu'elle fait quand elle s'assoit, c'est de sortir son téléphone mobile pour regarder la suite de l'émission *Télématin*, diffusée par France 2, devant laquelle elle a pris son petit déjeuner. Comme le réseau ne passe pas partout, et en particulier durant son tronçon de trajet en métro, elle sait qu'elle ne pourra pas la regarder durant l'intégralité de son déplacement. Voilà pourquoi elle la regarde dès qu'elle s'assoit. Une fois que le réseau ne passera plus, elle investira alors le quotidien récupéré en montant dans le RER.

Elle hiérarchise ses activités médiatiques de la sorte parce que le hasard de la programmation télévisuelle fait bien les choses. En effet, le réseau téléphonique devient généralement indisponible juste après son programme favori, le JT de *Télématin*. La figure ci-dessus (Figure 25 : Trajet de N. entre son domicile et son lieu de travail, p. 220) montre effectivement qu'elle a pris le RER comme à son habitude, à 8 h 00 précise, et que cette coupure (représentée par les pointillés rouge) est apparue au bout de 23 minutes de trajet, c'est-à-dire à 8 h 13, juste après le JT.

Ne pouvant plus regarder la Mobile TV, elle se met à lire le quotidien gratuit qu'elle a récupéré. Elle sait également que, dans les situations où le réseau 3G ne passe plus, elle peut parfois capter les ondes FM depuis le tuner intégré à son mobile. Dès lors, elle a pris l'habitude d'écouter France Inter, RTL, voire RFI tout en feuilletant son journal. Puis, durant les quelques minutes où le tuner FM ne capte plus, elle se consacre exclusivement à sa lecture. Elle peut facilement greffer l'écoute de la radio sur la lecture d'un gratuit car le tuner FM se charge de gérer les perturbations de réseau. Lorsque le signal est indisponible, le tuner tente de rétablir la connexion par lui-même. Ainsi, dès qu'il rentre dans une zone couverte, l'écoute de France Inter est rétablie. L. peut dès lors se concentrer sur sa lecture sans avoir à veiller sur sa programmation radiophonique.

Après avoir suivi pas à pas son trajet aller, on peut s'apercevoir comment L. bascule d'une fonction à l'autre, de la Mobile TV à la radio, et d'un support médiatique à l'autre, du téléphone multimédia au quotidien, en fonction de la réceptivité des réseaux (le réseau téléphonique et les ondes électromagnétiques de la radiodiffusion). Elle bifurque d'un service à l'autre suivant la disponibilité des différents réseaux et se rabat, le cas échéant, sur le seul support autonome, les quotidiens gratuits. Elle semble donc avoir repéré l'ensemble des tronçons de son parcours où elle peut, ou ne peut pas, regarder la Mobile TV.

*L. : « Ça (la Mobile TV) passe beaucoup en fait, ça passe jusqu'à bibliothèque (la BNF), à partir de là, en passant après bibliothèque ça capte plus du tout, vers Austerlitz ça passe plus du tout. Après j'arrive à le rallumer mais c'est dommage parce que ça coupe, on est intéressé et hop ça passe plus sans laisser le temps de finir d'écouter ce que disait la personne aux infos. »*

Dès lors, telle que L. en rend compte au fil de l'autoconfrontation, elle a identifié les phases où elle devra bifurquer d'une activité médiatique (la Mobile TV) à une autre (la lecture de la presse). Sur la base des enregistrements vidéo, nous allons maintenant décrire comment ces phases de transition entre deux activités médiatiques vont s'opérer. Il va s'agir d'observer quels sont les éléments de cette situation d'usage qu'elle va percevoir comme pertinents pour engager cette bifurcation entre deux activités médiatiques ? Comment va-t-elle exploiter cette anticipation de l'indisponibilité du réseau téléphonique pour clore sa réception de la Mobile TV, avant de se tourner vers un autre support ? Comment cette anticipation rencontre-t-elle les circonstances pratiques qu'elle prend pour objet ?

#### ***b) Les problèmes de réception et les activités médiatiques comme épreuve***

En entrant dans une description plus fine du déroulement du trajet de L., nous cherchons à atteindre deux objectifs. D'une part, il s'agit de décrire comment sa pratique télévisuelle – explicitée lors des entretiens - est mise en acte afin de mieux comprendre le rôle joué par les médiations techniques : les téléphones multimédia, les réseaux téléphoniques et radiophoniques ainsi que les réseaux de transport. D'autre part, il va s'agir de montrer en quoi la réception télévisuelle sur ces dispositifs médiatiques mobiles constitue une épreuve et comment les usagers reconfigurent, à travers elle, leurs pratiques médiatiques, leurs modalités de déplacements et leur rapport à la ville.

Grâce à l'exemple de L., nous venons de décrire comment elle articule ses différents usages des supports médiatiques autour de la réceptivité des réseaux téléphonique et radiophonique. A l'écouter, on comprend qu'elle a identifié le degré de réceptivité de chacun de ces réseaux sur les différents tronçons de son trajet. Demandons-nous maintenant comment cette perte de la réceptivité de la Mobile TV intervient au cours de ses déplacements et comment L. fait face à cette « contrainte ».

Pour cela, nous avons retranscrit une séquence (cf. Retranscription 6 : Séquentialisation des activités médiatiques de L. durant un trajet aller, p. 392) extraite du

premier tronçon de son trajet aller, lorsqu'elle emprunte le RER C entre les stations Choisy-le-Roi et Boullainvilliers (cf. Figure 28, p. 256). Comme dans le déplacement analysé précédemment, elle choisit une place assise sur laquelle un passager a laissé un exemplaire d'un quotidien gratuit. Cette place devient pertinente au regard de l'activité dans laquelle elle est engagée, le déplacement pour se rendre sur son lieu de travail, et au regard de l'activité qu'elle projette de développer une fois installée, s'informer via le JT de Télématin et la lecture d'un quotidien gratuit. Une fois qu'elle l'a récupéré et qu'elle s'est installée, elle le place sous son sac à main qui est posé sur le siège voisin (02.23.12). Autrement dit, elle met en réserve cette ressource médiatique dans l'attente de se trouver dans une zone où la réception de la Mobile TV ne sera plus possible.

Grâce ce « geste préparatoire »<sup>330</sup>, nous pouvons lui imputer l'intention de projeter d'ouvrir ce quotidien à un moment ou à un autre du trajet. Toute la question est bien entendu de savoir à quel moment va-t-elle décider de l'ouvrir, dans quelles circonstances ? Nous allons être attentifs ici à ce type de gestes car « les propriétés séquentielles de ces gestes (préfacer et projeter une action pertinente) permettent d'imputer une visée à l'action en cours »<sup>331</sup>. En étant focalisé sur la manière dont elle traite ce support médiatique, nous pouvons recomposer et anticiper les phases de transition où elle va basculer de la réception télévisuelle à la lecture du quotidien. Et, d'autre part, ce type de gestes « introduit une structure de préférence dans l'ensemble des actions possibles »<sup>332</sup>. En l'état, lorsqu'elle pose le quotidien sous son sac, elle visibilise la hiérarchisation de ses préférences en souhaitant débiter son activité médiatique par l'écoute de la Mobile TV.

Ce détail n'est pas anecdotique. Il nous permet tout d'abord d'insister sur cette tendance commune à l'ensemble des trajets enregistrés. Bon nombre de participants saisissent la main tendue de la presse gratuite pour en faire une ressource pouvant être laissée inerte au fond de leur sac, si la réception de la Mobile TV est possible, ou être au contraire exploitée en cas de problèmes de connexion. Autrement dit, cette ressource vient avant tout palier l'éventuelle frustration éprouvée face à l'indisponibilité du mode de divertissement escompté. Mais, cela ne veut pas pour autant dire que le « faute de mieux » qui prévaut dans la mobilisation de cette ressource est contradictoire avec le fait d'éprouver du plaisir dans cette lecture. En ce sens, la dichotomie complémentarité /

<sup>330</sup> Datchary, 2006 ; Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>331</sup> Datchary, Licoppe, 2007, p.14.

<sup>332</sup> *Ibid.*, p.15.

substitution inscrite au cœur de la sociologie francophone des usages est relativement imparfaite et génère des interprétations partiales. La diversification des supports médiatiques, notamment ceux pouvant être utilisés en situation de mobilité, nous invite à poser à nouveaux frais la question de la hiérarchisation des préférences. Nous allons tenter d'y apporter des éléments de réponses en montrant comment cette hiérarchisation prend également appui sur des éléments situés, extérieurs aux supports médiatiques et aux contenus qu'ils véhiculent.

Avant d'en arriver là, précisons également que ce simple détail, soit le fait qu'elle laisse le quotidien inerte sous son sac à main, est loin d'être anecdotique car il visibilise la hiérarchisation endogène des sources d'information et permet de contourner une des limites des entretiens. En effet, tout sociologue qui cherche à sonder les pratiques culturelles à l'aide d'entretiens ou de questionnaires doit faire face<sup>333</sup>, de par son statut ou les biais intrinsèques à ces méthodes, et subir<sup>334</sup> les effets structurant des ordres de la légitimité culturelle. Nous pouvons par exemple nous demander pourquoi, durant la quinzaine de jours où les participants ont filmé leurs parcours, ils n'ouvrent que très rarement des quotidiens alors qu'ils prétendent les fréquenter plusieurs fois par semaine. En faisant preuve de réflexivité, contentons-nous de reconnaître à quel point les entretiens et les questionnaires, tels que nous les avons mobilisés, suscitent cet écart entre le dire et le faire. C'est pourquoi les enregistrements vidéo sont précieux pour observer les participants la main dans le sac, pendant qu'ils repoussent leur lecture à plus tard. L'idée n'est pas de chercher à prouver, grâce à l'œil impartial de la caméra, à quel point ils sont plus idiots que ce qu'ils prétendent. L'objectif est de les prendre la main dans le sac pour montrer comment ils requalifient, de fait, à toute fin pratique, leur relation à la presse écrite. Si ces sources d'information sont légitimement mises sur un piédestal, il est intéressant de décrire selon quels motifs elles vont être destituées. Les participants ne les désavouent pas en remettant en cause leur valeur culturelle ou leur pertinence intrinsèque, découlant par exemple de la qualité de leurs analyses. Ils les mettent simplement au banc du champ de leur pratique pour des motifs on ne peut plus pragmatiques. Si une haute valeur est toujours attribuée à ces sources d'information, leur lecture est temporairement repoussée à plus tard, lorsque la Mobile TV ne sera plus disponible. Dès lors, si l'on considère que les réseaux téléphoniques vont bientôt rayonner dans l'ensemble des

---

<sup>333</sup> Mauger, 1995 ; Glevarec, 2005.

<sup>334</sup> Pinçon, Pinçon-Charlot, 1997.

réseaux de transport souterrains, on peut imaginer quel pourrait être l'impact de ce différé sur la configuration des pratiques médiatiques.

Il s'agit maintenant de décrire comment les quotidiens ne sont pas requalifiés autour de leurs propriétés intrinsèques mais à partir de la pertinence qui leur est attribuée au cours de l'activité du déplacement. Comme leur lecture n'est pas conditionnée par la disponibilité du réseau téléphonique et par l'« autonomie » d'une batterie, les quotidiens sont perçus comme des supports « autonomes ». La presse écrite acquiert dorénavant sa pleine et entière pertinence lorsque les autres sources d'information et les autres modes de divertissement sont indisponibles. Nous nous proposons dès lors de montrer comment la prise en main des quotidiens procède de « causes » étrangères au champ de la sociologie de la culture, à savoir comment les usagers s'attachent à leur lecture quand la disponibilité du réseau téléphonique les lâche. Pour mieux saisir cette tendance, continuons à suivre l'utilisation de L. afin d'observer à quel moment elle va fermer le clapet de son téléphone multimédia et sortir le quotidien gratuit laissé inerte sous son sac.

On peut dès lors noter (cf. Retranscription 6 : Séquentialisation des activités médiatiques de L. durant un trajet aller, p. 392) que la connexion à la Mobile TV prend, entre le moment où elle l'a initiée (01.50.07) et le moment où le JT apparaît effectivement à l'écran (04.31.09), environ 2 minutes 30. Une fois la connexion établie, elle réussit à regarder ce programme pendant environ 1 minute jusqu'au moment où l'image se fige (05.27.27). Il lui faut alors plus d'1 minute pour rétablir la connexion (06.34.13). Elle regarde ensuite le JT pendant 4 minutes et 44 secondes avant qu'une nouvelle rupture de flux n'intervienne (11.18.17).

Cette seconde déconnexion intervient 30 secondes après que le RER ait quitté la station Bibliothèque François Mitterrand (nous l'appellerons BNF) (10.49.74). Au cours de l'entretien, elle nous avait dit : « en passant après bibliothèque ça capte plus du tout », ce qui prouve que cette perte de connexion était prédictible puisque que L. a identifié cette zone comme une zone frontière. Lorsqu'elle franchit cette frontière à l'aller, elle dit abandonner l'usage de la Mobile TV. Elle en profite alors pour bifurquer sur la fonction radio qu'elle écoute tout en lisant un quotidien gratuit. Et, lorsqu'elle franchit cette frontière au retour, elle sait qu'elle peut réinvestir la réception de la Mobile TV. Voilà pourquoi, lorsque nous l'avons confrontée à un autre trajet, un trajet « normal », elle anticipe l'orientation de son activité dans cette zone frontière et prédit ce qu'il va advenir à l'écran : « Là, je suis à la BNF, ça passe plus donc j'écoute la radio ».

Pourtant, le trajet qui nous préoccupe ici montre qu'elle réinitialise une nouvelle fois la connexion à la Mobile TV (11.35.06) malgré le fait que le RER ait quitté la station BNF (10.49.74) depuis environ 45 secondes, c'est-à-dire une fois cette zone frontière franchie. Cette démarche lui prend alors environ 1 minute (12.17.10) jusqu'au moment où elle réussit à visionner le JT. Mais, comme elle aurait pu le prédire, elle réussit à regarder le JT pendant 7 petites secondes avant de voir son écran se figer (12.25.91). Ce n'est qu'après cette ultime tentative qu'elle va renoncer à l'idée de regarder la fin du JT et décider de se tourner vers le tuner FM de son téléphone multimédia (12.55.20) pour écouter France Inter. Elle n'est plus, à ce moment là, qu'à une trentaine de secondes de la gare d'Austerlitz (13.26.12).

On comprend dès lors mieux pourquoi elle était hésitante : « Ça passe beaucoup en fait, ça passe jusqu'à bibliothèque (la BNF), à partir de là, en passant après bibliothèque ça capte plus du tout, vers Austerlitz ça passe plus du tout. » Elle sait qu'elle va rencontrer des problèmes de connexion à partir de la station Bibliothèque mais elle n'en est pas tout à fait sûre. En revanche, elle sait qu'il lui est impossible de se connecter à la Mobile TV à partir de la gare d'Austerlitz. Dès lors, pourquoi éprouve-t-elle autant de difficulté pour trancher le moment précis où le réseau téléphonique n'est plus disponible ? Et, par conséquent, pourquoi essaie-t-elle jour après jour d'essayer de rétablir la connexion à ce service dans une zone qu'elle a identifiée comme problématique ? Nous avons sélectionné cet exemple car le problème auquel L. est confronté est extrêmement représentatif de la difficulté que les participants rencontrent pour identifier ces zones frontières. Et ce problème d'identification est à son tour particulièrement représentatif des modalités de clôture des usages de la Mobile TV.

En effet, pour amener L. à expliquer pourquoi elle a initié cette connexion dans une zone qu'elle a identifiée comme problématique, nous lui avons demandé « A cet endroit, (après la BNF) vous rencontrez beaucoup de problèmes pour vous connecter (à la Mobile TV). Pourquoi avez-vous quand même essayé de vous connecter ce jour là ? Elle répond de manière détournée en repoussant d'un revers de main notre préoccupation : « Oui il y en a beaucoup, je ne sais pas comment c'est sur les autres téléphones mais sur le mien il y en a beaucoup. » Il convient dès lors de reconnaître que le questionnement que nous projetions sur son usage était totalement étranger à ses préoccupations. Si elle a identifié les zones où elle va basculer d'une activité médiatique à l'autre, elle ne cherche pas à optimiser ces transitions. L'imprécision de ces zones frontières ne lui pose pas

problème. Au contraire, elle semble lui permettre de ré-expérimenter quotidiennement les médiations qui la lient à ces activités médiatiques : elle prolonge sa manipulation pour tester son téléphone multimédia, pour comprendre si les problèmes de connexion ne sont pas liés à son téléphone plutôt qu'aux réseaux téléphoniques, pour repérer si l'opérateur n'a pas déployé le réseau dans cette zone, pour vérifier que les réseaux de transports souterrains ne permettent pas encore de réaliser cette activité, pour réévaluer les frontières entre Paris (où la TMP est indisponible dans les transports souterrains) et la zone périurbaine où elle a élu domicile (et où ce service peut être consulté dans les transports « aériens »). Il convient dès lors de considérer que la longueur de son trajet laisse la porte ouverte à ces quelques minutes de bricolage où elle questionne les médiations techniques qui cadrent le déroulement de ses activités.

#### - **A l'instant T des indicateurs réseaux**

La première de ces médiations sujettes à expérimentation est formée par les deux représentations graphiques, situées sur les écrans des téléphones mobiles, qui indiquent le type de réseaux téléphoniques auquel le combiné est connecté et la force du signal de ce réseau. Intéressons-nous tout d'abord à l'indicateur du type de réseau téléphonique.

Pour faire simple, les mobiles permettant de visualiser des programmes télévisés peuvent exploiter, en tendance générale, les technologies réseaux EDGE (ou 2.5 G ; G signifiant « Génération ») et 3G (la norme 3G+ ayant été effective après cette étude). Si la norme 3G permet des débits supérieurs, garantissant une meilleure qualité d'image tout en limitant le nombre des ruptures de flux, elle couvre une partie du territoire français bien moindre que la norme EDGE car les coûts de déploiement de cette dernière sont moins élevés. Dès lors, si Paris ou Toulouse, les deux grandes agglomérations où nous avons réalisé cette étude, sont censées être couvertes par la 3G, il apparaît très clairement que la réalité ne correspond pas aux effets d'annonces commerciaux car le réseau EDGE est bien souvent le seul disponible. De même, d'un point de vue théorique, la norme EDGE possède un débit suffisant pour permettre la transmission / réception de la Mobile TV. Seulement, comme un jeune lycéen l'a repéré, dans les faits, la Mobile TV ne fonctionne pas toujours lorsque les téléphones multimédia sont reliés à ce réseau :

*B.B. : « Et, le gros problème de la 3G, c'est qu'y a des moments où ça marche pas. Par exemple, ben, si je voulais le faire (regarder la Mobile TV) en ce moment (depuis son domicile) ça ne marcherait pas parce que là, c'est juste en Edge, y'a un petit « e » en haut (de l'écran de son téléphone).*



*Et, dans ce moment-là, je peux pas utiliser la 3G. Donc, euh, je comprends pas que... je vous l'ai dit, peut-être, est-ce que c'est... y'a trop de monde en même temps ou c'est pas encore au point ?*

*J.F. : Ça marche à quel moment, vous m'avez dit ?*

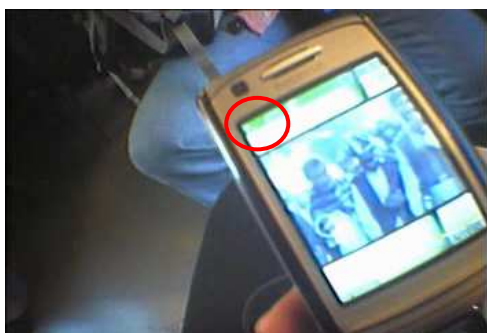
*B.B. : Le matin et le soir, très tard, vers minuit. Et c'est vrai... j'ai un peu... je trouve ça un peu dommage d'avoir un forfait illimité. Du coup, dès que je vois « 3G », j'en profite. »*

A travers le discours de ce jeune homme, il apparaît clairement à quel point il est difficile de stabiliser la délimitation des zones d'utilisation de la Mobile TV. Même lorsqu'il se trouve chez lui, il ne peut pas toujours utiliser ce service en fonction des créneaux horaires et de l'accessibilité du réseau 3G. S'il n'arrive pas à regarder des programmes télévisés quand il est connecté au réseau EDGE depuis son domicile, il va de soi que cette contrainte est d'autant plus importante quand le maintien de la connexion doit être établi en mouvement. En effet, si la norme EDGE provoque davantage de ruptures de flux, gelant temporairement l'affichage de l'image le temps que le téléphone puisse ré-empasiner le programme dans sa mémoire « tampon », il apparaît que ces ruptures sont bien trop fréquentes, quand le téléphone est en mouvement, pour permettre de maintenir la réception d'un programme.

Bref, l'utilisateur installé dans un transport en commun en mouvement doit identifier le réseau auquel son téléphone est connecté pour savoir si l'usage qu'il s'apprête à initier pourra être maintenu. Pour cela, il doit se reporter, comme le dit B.B., en haut de l'écran pour repérer si c'est un petit « E » qui est affiché, indiquant la réception du réseau EDGE, ou le logo « G » qui indique la réception du réseau 3G. Un habitué comme B.B. sait alors que, si son téléphone est connecté au réseau EDGE, il devra renoncer à l'utilisation de la Mobile TV pour privilégier le service de vidéos en streaming qui nécessite des débits moins importants. Il apparaît dès lors que « Celui qui n'est pas habitué ou accordé à ces contraintes ne peut pas saisir l'information véhiculée par les faits ou les événements qu'elles relient ». Ceci dit, ce n'est pas parce que l'interprétation de ce petit « E » nécessite d'avoir assimilé, au préalable, des connaissances expertes que des utilisateurs moins compétents ne l'exploitent pas car cet indicateur est indissociablement lié à celui indiquant la force du signal (même si la résolution des photographies ci-dessous ne permet pas de lire cet indicateur « G », il est bien présent à côté de celui indiquant la force du signal).

Ce deuxième indicateur est bien plus intuitif puisqu'il visibilise le degré de réceptivité du réseau en faisant varier le nombre et la taille de rectangles : plus le nombre et la hauteur des rectangles sont élevés, meilleure est la qualité du signal (cf. les photographies ci-dessous). Le caractère intuitif de cet indicateur en fait une ressource pertinente, délivrant une information circonstanciée sur la force du signal téléphonique, et permettant ainsi d'évaluer la possibilité d'initier un usage de la Mobile TV.

Nous pouvons par exemple observer que L. a engagé son ultime tentative de connexion à la Mobile TV dans la mesure où cet indicateur lui a permis de penser que, contrairement à ce qu'elle a décrété par habitude, il était probable dans les circonstances présentes de recouvrir la réception de la Mobile TV entre la BNF et la gare d'Austerlitz. On peut en effet observer que l'icône, situé en haut à gauche de l'écran de son téléphone (cf. la Photo 17), indiquait la perte du réseau au moment où la lecture du JT s'est figée (11.18.17). Puis, juste avant qu'elle ne choisisse de s'engager dans cette ultime tentative de connexion (11.35.36), cet indicateur lui a annoncé que le réseau était de nouveau disponible (11.32.45 ; cf. la Photo 18).

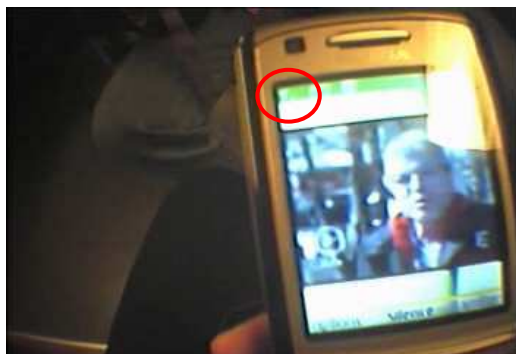


**Photo 17 : Perte de la réceptivité**



**Photo 18: Réceptivité retrouvée**

On peut considérer que cette information graphique a contribué à rendre pertinente cette tentative de connexion. De même, lorsque l'image s'est de nouveau figée après cette ultime tentative, cet indicateur lui signifiait de nouveau la perte de la réceptivité (12.25.91 ; cf. Photo 19), contribuant ainsi à la dissuader d'utiliser la Mobile TV.



**Photo 19 : Perte de la réceptivité**

Dès lors, cet indicateur forme un appui intuitif et pertinent pour définir à quel moment elle peut, ou ne peut pas, regarder la Mobile TV. Et, au-delà de ses propriétés intrinsèques, cet indicateur s'accorde particulièrement bien avec les logiques d'usage de ce service dans la mesure où les utilisateurs l'exploitent déjà, notamment dans les situations où l'émission des communications téléphoniques devient problématique en raison de la faiblesse du signal téléphonique. En effet, lorsqu'une communication téléphonique est brutalement interrompue, cette représentation graphique prend tout son sens en indiquant s'il est pertinent ou non d'essayer de rappeler son correspondant. Seulement, si cet indicateur fournit une information permettant de maîtriser les fonctions téléphoniques vocales, son efficacité est remise en question par celui qui souhaite contrôler ses usages de la Mobile TV.

Comme nous venons de le voir, il indique à l'utilisatrice que la réception n'est plus possible une fois que l'image est effectivement figée. L'information qu'il délivre à ce moment là est donc d'une utilité douteuse puisque qu'elle intervient, d'une certaine manière, bien trop tard, une fois que la lecture du programme est effectivement interrompue. La limite de cette représentation graphique tient au fait qu'elle délivre une information circonstanciée, sur la force du signal téléphonique, elle vaut à un instant T sans préciser, à celui qui est en mouvement, qu'elle sera le degré de réceptivité du signal dans les minutes à venir. Dès lors, les utilisateurs doivent rechercher d'autres appuis, d'autres indicateurs afin d'anticiper l'évolution de la réceptivité du signal téléphonique et, par là même, afin d'évaluer la pertinence de l'usage qu'ils souhaitent initier (ou maintenir). Pour produire de telles anticipations, sur le maintien du lien avec cette médiation technique invisible, les utilisateurs identifient *in situ* les indices de leur

environnement immédiat leur délivrant des informations sur les fluctuations probables du signal téléphonique. C'est ce que nous allons maintenant décrire.

- **A la lumière invisible d'une médiation technique**

Pour palier le caractère circonstancié de l'information délivrée par les indicateurs réseaux, les utilisateurs recherchent d'autres indices leur permettant d'anticiper qu'elle sera la disponibilité du réseau téléphonique à l'instant T+1. Ces indices de la disponibilité du signal téléphonique sont, comme nous allons maintenant le voir, tout aussi pertinents que problématiques, sujets à expérimentation.

Le premier registre d'indices a trait à l'environnement ambiant dans lequel les usages s'insèrent. En tendance générale, les utilisateurs relativisent l'information délivrée par l'indicateur de la force du signal téléphonique en la référant au lieu où ils se trouvent. Cet art de faire n'est pas nouveau puisqu'il a été développé autour des fonctions communicationnelles. Par exemple, les usagers ont repéré que certaines stations de métro sont couvertes par les réseaux téléphoniques. Dans ces situations là, si l'indicateur du réseau passe au vert, indiquant que l'émission d'un appel est possible, les usagers vont relativiser cette information en considérant qu'elle est circonstanciée. Ils ne vont pas initier un appel dans ces conditions car, une fois que le métro aura repris sa marche, ils savent pertinemment qu'ils perdront le signal et le contact avec leur correspondant. Autrement dit, ils situent cette information et la relativisent à partir de leurs connaissances des problèmes de réceptivité des réseaux téléphoniques dans les transports souterrains.

Seulement, avec les usages de la Mobile TV, les choses sont sensiblement différentes. Si un usager va renoncer à l'idée d'émettre des appels dans les transports souterrains, en attendant par exemple de sortir de la bouche de métro, il n'en va pas de même avec la Mobile TV puisqu'elle a vocation à être utilisée pendant les temps de transports. Autrement dit, les usagers n'attendent pas forcément de se déplacer sur un tronçon de trajet en surface avant d'essayer de se connecter. Ils vont rechercher un compromis entre l'information délivrée par l'indicateur du signal du réseau et les informations ambiantes indiquant que la réceptivité peut être maintenue pendant une durée acceptable.

Parmi ces informations, il y a tout d'abord les panneaux indiquant les noms des stations et les éléments architecturaux qui permettent à l'utilisateur d'identifier le lieu

qu'il traverse. C'est en appui sur cette multitude d'informations et d'indices que L. identifie au quotidien son passage à la BNF et en gare d'Austerlitz. Grâce à elles, L. peut se représenter les zones où elle pourra regarder la Mobile TV en identifiant les frontières qui la contraindront à orienter son activité médiatique vers un autre support. Dès lors, par la force de ses habitudes et par la vigilance qu'elle accorde en continu à l'évolution de son déplacement, elle peut identifier la zone où elle se trouve et déployer la réponse adaptée : prolonger sa réception, anticiper une perte de flux, clore cette activité ou la suspendre temporairement.

Pour identifier ces zones, l'indice des situations d'usage visibilisé comme le plus pertinent reste la lumière du jour. En effet, comme l'ensemble des utilisateurs, L. considère que la connexion à la Mobile TV est possible quand les transports en commun évoluent à la surface. Et, inversement, elle associe les ruptures de connexion au fait que les transports passent en mode souterrain. Dès lors, elle prend appui sur les indices lui indiquant que le RER évolue en surface pour orienter son activité médiatique :

*J.F. : « Et là vous basculez sur la télé... »*

*L. : Exactement, là le RER est en extérieur donc je bascule sur la télé. »*

On peut par exemple observer qu'au moment où L. s'engage dans son ultime tentative de connexion à la Mobile TV (11.18.17), le RER évolue à la surface (comme la luminosité des Photo 17 et 18 ci-dessus en témoigne). Lorsqu'elle réussit à rétablir la connexion avec le journal télévisé, une minute plus tard (12.17.10), le RER vient tout juste de s'engager dans un tunnel (12.16.22). C'est pourquoi, une rupture de flux intervient 7 secondes après, la dissuadant d'essayer une nouvelle fois puisque le RER évolue encore sous terre (comme la luminosité de la Photo 19 : Perte de la réceptivité ci-dessus en témoigne).

Cette pertinence accordée à la lumière du jour se retrouve également dans la manière dont elle gère ses usages du tuner FM. En effet, lorsqu'elle a ensuite décidé de bifurquer sur la fonction radio (12.55.20) et qu'elle a activé le lecteur pour écouter RTL, elle range le téléphone dans son sac (13.16.62) car, en temps « normal », la réception ne pose pas de problèmes dans cette zone (comme elle le dit et comme les autres enregistrements en témoignent). Elle a donc rangé son téléphone, puis elle s'est mise à lire *Matin Plus* (13.18.69) juste avant que le RER n'entre dans la pénombre de la gare d'Austerlitz (13.21.55). Mais ce jour-là, la réception de RTL pose problème car le lecteur n'arrive pas à initialiser la connexion. Il est dès lors intéressant d'observer qu'elle a attendu environ 1

minute et 45 secondes entre le moment où elle a rangé le téléphone (13.16.62) et le moment où elle l'a à nouveau sorti (14.59.36) pour réessayer d'initialiser la connexion. Bien sûr, ce silence radiophonique n'était pas nécessairement problématique puisqu'elle était en train de lire le quotidien. Comme elle n'était pas dans l'urgence, elle a attendu le moment propice. On peut du moins lui imputer cette intention dans la mesure où elle s'est jetée sur son téléphone (14.59.36) juste après que la luminosité ait de nouveau envahi la rame du RER (14.57.71) à la sortie de la gare d'Austerlitz. La rapidité de son geste ne peut qu'être chargée d'une intention et de l'habitude de rétablir la connexion aux services, quel qu'ils soient, à la lumière du jour, lorsque le transport en commun fait surface.

Il apparaît clairement comment l'environnement extérieur influe sur le déploiement de ses usages. Les variations de luminosité entre la lumière extérieure et la pénombre des voies souterraines forment l'indice du degré de réceptivité des réseaux téléphoniques. Lorsque l'utilisateur est engagé dans sa réception, il peut très facilement repérer les variations de luminosité, suivant que la lumière s'engouffre ou se retire de la rame, afin d'évaluer la force du signal téléphonique. Il peut ainsi puiser dans les situations d'usage des indices venant compléter les informations délivrées par les indicateurs-réseaux de l'interface. Si ces derniers indiquent la réceptivité à l'instant  $t$ , il va pouvoir anticiper la connectivité à l'instant  $t+1$  à partir de tels indices. Seulement, si cet art de faire expert est largement partagé, il ne forme pas pour autant une science exacte à partir de laquelle les utilisateurs pourraient orienter leur activité médiatique car, contrairement aux apparences, la lumière du jour ne garantit pas toujours la connectivité des services. Le caractère trompeur de cet indice peut être lu en filigrane de l'ultime tentative de connexion à la Mobile TV dans laquelle L. s'est engagée.

On peut en effet noter, si l'on revient en arrière dans la retranscription, que le RER refait surface (11.23.82) peu de temps après avoir quitté la BNF (10.49.74). Dès lors, lorsqu'elle initie son ultime tentative de connexion à la Mobile TV (11.35.66), la rame est inondée par la lumière extérieure et, comme nous l'avons vu, l'icône indiquant la disponibilité du réseau téléphonique était au vert. Elle va d'ailleurs en profiter, pendant que le téléphone tente d'établir une connexion, pour regarder à travers la vitre (11.35.95). On peut donc considérer que cette phase du trajet, entre la BNF et Austerlitz, est particulièrement problématique et contre-intuitive puisque le RER évolue en surface pendant 53 secondes (11.23.82 à 12.16.22). Voilà pourquoi L. s'évertue à tester la

disponibilité du réseau durant ce tronçon de trajet car aucun indice raisonnable ne lui permet d'anticiper et de justifier ces ruptures de flux.

De même, si l'on observe le déroulement d'un usage de B.B. sur un tronçon de ligne qu'il emprunte rarement, on note qu'il tente de regarder la Mobile TV dès que le RER fait surface (cf. la retranscription ci-dessous). Mais, là encore, alors que tous les indices convergent pour lui indiquer que la connectivité devrait être garantie, il va devoir s'y reprendre à trois fois, durant 3 minutes et 42 secondes, avant de pouvoir regarder un programme différent (un match de tennis) de celui qu'il projetait initialement de regarder (le JT de 13 heures de TF1).

Temps	Activité liée au déplacement	Activité liée au téléphone multimédia
13.00.10	Le RER sort du réseau souterrain.	
13.01.08		Il regarde son téléphone, voit le logo « 3G » s'afficher en haut à droite de l'écran.
13.03.08		Il lance la connexion au WAP.
13.25.01		La page d'accueil du WAP s'affiche.
		Il clique sur la Mobile TV.
13.31.07		La page d'accueil de la Mobile TV s'affiche.
		Il navigue dans le service puis clique sur <i>TF1</i> .
14.30.06		L'application se lance.
14.46.15		<i>TF1</i> apparaît, il s'agit du JT de 13H.
		Il le regarde.
14.52.05		Le message « Mém. Tampon 7% » apparaît : la connectivité du service pose problème.
14.55.17		<b>Un message d'erreur apparaît.</b>
14.58.23		Il revient sur la page de la Mobile TV référençant les chaînes TV.
15.06.14		Il vient de nouveau de lancer la connexion à <i>TF1</i> .
15.21.05		La connexion est rétablie.
		<b>L'image se fige.</b>
15.27.07		Il revient en arrière.
16.01.03		Il fait une nouvelle tentative.
16.08.02		<b>Un message d'erreur apparaît.</b>
		Il revient en arrière.
16.29.01	Il lance cette fois-ci la chaîne <i>Orange Sport</i>	
16.43.11	Un match de tennis sur gazon apparaît à l'écran.	
	Il le regarde.	
17.03.19	Il coupe la lecture de la chaîne	
	Il revient dans le menu et sélectionne une autre chaîne.	
	(...)	

#### Retranscription 4 : B.B. initie une connexion lors d'un trajet non-habituel

L'incertitude qui borde cette épreuve de l'appropriation nous montre que ces « logiques » d'usages procèdent d'indices puisés dans l'écologie des situations. Cependant, ces indices co-orientent le cours d'action sur un modèle qui diffère

sensiblement de la théorie gibsonienne de la perception<sup>335</sup>. Chez Gibson, l'information délivrée par une affordance co-oriente l'unique activité dans laquelle est engagé un corps en mouvement. Le rayonnement lumineux d'une affordance vient donc s'imbriquer dans un couplage perception / action sans que la médiation de la réflexivité soit nécessaire, comme c'est par exemple le cas lors de la saisie d'une poignée de porte.

Dans le cas présent, les variations de luminosité dans les rames de transports n'informent pas l'engagement d'un corps en mouvement. Elles informent un utilisateur pré-occupé par la conduite conjointe de ses usages et de son déplacement. La luminosité véhicule une information sur la disponibilité des réseaux téléphoniques aux yeux de celui qui anime l'environnement urbain pour mener à bien la conduite de ces deux activités. Cet indice n'est d'aucune utilité pour celui qui est à l'arrêt car, dans ce cas là, les informations des indicateurs réseaux lui sont amplement suffisantes. La pertinence de cet indice découle de la modalité d'engagement dans cette forme de multi-activité. Il délivre une information à celui qui accorde une vigilance périphérique à son déplacement, autour de l'écran de la réception sur lequel il reste focalisé. La lumière délivre une information à celui qui est préoccupé par son apparition dans la mesure où il en a fait un repère préfaçant l'orientation de ses usages. C'est autour de cet encastrement des indices et des repères dans la gestion conjointe de ces activités que l'activité de réception s'encastre dans une forme de multi-activité, englobant tout autant l'activité de déplacement que l'activité de lecture différée par un geste préparatoire.

#### - **Le caractère réflexif des parasites**

Le dernier registre d'indices sur lequel les usagers prennent prise pour évaluer la force du signal téléphonique, et projeter la possibilité de maintenir leur usage dans la durée, émerge des parasites qui viennent polluer les écrans des téléphones multimédia. Ces parasites sont multiples. Certains d'entre eux sont visuels comme par exemple quand l'image du programme télévisé se pixélise, quand des traits se forment, quand les visages des figurants se déforment, etc. Il existe également des parasites sonores telles que de très brèves ruptures de son, les déformations des voix et, ce qui est plus problématique, la désynchronisation des échanges de paroles de l'enchaînement des images.

---

<sup>335</sup> Gibson, 1979.



Ces parasites doivent être distingués de l'inconfort visuel lié à la petite taille des écrans des téléphones multimédia qui rend la réception de certains programmes difficile. Par exemple, le match de tennis, que le jeune homme regardait dans la séquence analysée précédemment, n'a pas été filmé pour être regardé sur ce type d'écran. Le cadrage de la prise de vue peut parfois être bien trop large pour permettre aux mobinautes de visualiser la balle que les tennismans s'échangent. Ces contraintes structurelles ne sont pas du même ordre que les parasites décrits ici, dans la mesure où ils renvoient l'utilisateur au fait que les conditions de réception théoriques de ce service sont parasitées par des facteurs circonstanciels. Dans ces conditions, il n'a plus la qualité d'image, ni le même confort d'usage qu'il connaît à son domicile. Autrement dit, ces parasites viennent rompre la quiétude de téléspectateurs désormais habitués à visualiser des images d'une excellente netteté. Et, à la différence des ondes hertziennes qui sont toujours disponibles et totalement invisibles, si ce n'est lorsque la foudre gronde à proximité, les réseaux porteurs de la Mobile TV sont fréquemment visibilisés par ce type de parasites qui désolidarisent temporairement l'attention du récepteur du message télévisuel. Ce fait est central pour comprendre les usages de la Mobile TV et pour saisir l'intérêt de notre approche. La figure du mobinaute regardant la Mobile TV ne peut pas être assimilée à celle du téléspectateur. Les contraintes d'utilisation de ce service en font une expérience différente durant laquelle le récepteur est continuellement forcé de se désolidariser de l'énonciation du discours télévisuel pour réinvestir le support médiatique et les canaux auxquels il est relié. De même, traiter les usages de ce dispositif sur le modèle d'une sociologie de la consommation, attentive aux choix des produits télévisuels et à la satisfaction du consommateur, ne permet pas de montrer comment le transfert des préférences télévisuelles procède d'ajustements continus au travers desquels l'utilisateur se confronte frontalement aux médiations techniques.

Cette confrontation aux parasites, indiquant la faible réceptivité du réseau téléphonique, incite les utilisateurs à se distancier de leur usages pour juger la qualité du service, évaluer le déploiement des réseaux téléphoniques et critiquer le travail des opérateurs, interroger les fonctionnalités de leur combiné avec ses limites propres, tout en excusant « *ces nouvelles technologies* » de ne pas être « encore » totalement au point.

*J.F. : « Et, il y a beaucoup de coupures quand tu regardes la télé ?*

*B.B. : Je trouve... je trouve, y'a beaucoup de coupures.*

*J.F. : Pendant ton trajet en bus, tu en as combien à peu près ?*

*B.B. : Alors, le trajet en bus qui dure une vingtaine de minutes... Ben... ça va être des coupures, peut-être, euh... toutes les minutes, mais y'a quand même, ça dépend, y'a des coupures qui sont brèves mais y'a des coupures qui font carrément bloquer le téléphone, ça m'arrive assez rarement, peut-être, deux, trois fois dans la semaine. Ça montre que c'est pas encore au point. C'est toutes ces nouvelles technologies qui arrivent en même temps qui sont très, très évoluées, mais y'a encore à faire. Mais pour la suite, je... je suis sûr que ça va se développer, même la télé... Parce que, je vous ai pas dit, mais, la qualité de la télé ça reste encore assez faible. Ouais, les images... faut pas en demander trop dès le début, je le sais, mais ça reste encore, euh... ça reste encore pas parfait mais, n'empêche, de pouvoir être dans son bus et regarder la télé, je trouve que c'est quand même quelque chose de... de très... de très fort. »*

Il convient d'insister sur le fait que ces parasites ne sollicitent pas seulement la formulation de jugements de valeur. D'un point de vue pratique, ces parasites forment des indices indiquant l'affaiblissement du signal téléphonique. Lorsque les brèves déformations de l'image deviennent plus régulières, que les ruptures temporaires de flux deviennent plus longues, que la fluidité du flux sonore commence elle aussi à ne plus être assurée, alors l'utilisateur peut y voir le signe d'un affaiblissement du signal téléphonique pouvant engendrer une perte de connexion.

La force de ces indices tient tout d'abord au fait qu'ils émergent du flux télévisuel proprement dit. Les informations qu'ils délivrent, aussi sommaires ou sujettes à interprétation soient-elles, ne sont pas médiées par une représentation graphique. Leur fiabilité ne peut pas être remise en cause. Et, à la différence des indicateurs incrustés dans le design des interfaces, ces signes permettent aux utilisateurs d'anticiper la perte de la connexion : « ça risque de couper d'ici peu ».

De plus, la force de ces indices est liée au fait qu'ils ne sont pas extérieurs à l'activité de réception. Lorsque l'utilisateur décode l'information délivrée par l'indicateur réseau, il doit s'extraire temporairement de la réception du contenu. Il flotte dans un entre deux durant lequel il détourne son regard du programme pour savoir si l'indicateur du signal téléphonique indique qu'il est probable ou non qu'il puisse maintenir son usage. Les parasites se manifestent quant à eux comme une contrainte. L'information implicite qu'ils véhiculent s'impose au regard du récepteur. Il ne peut que les prendre en considération tant elles le désolidarisent, de force, de son écoute. Ces parasites lui rappellent qu'il éprouve un dispositif télévisuel dont la fiabilité ne correspond en rien à celle qu'il côtoie dans son domicile. Pourquoi disposer le canapé, les fauteuils, la table basse et toute une palette d'objets autour du poste de télévision domiciliaire si la fiabilité de la réception télévisuelle n'était pas garantie ? C'est en cela que la réception télévisuelle sur ce

dispositif mobile forme une épreuve. Elle est parsemée de parasites qui contraignent le récepteur à ne jamais se désolidariser du combiné. A tout moment, il doit être disposé à saisir les indices lui signifiant qu'il risque de devoir bientôt intervenir pour rétablir la réception.

Ces parasites font de cette pratique télévisuelle une épreuve durant laquelle les médiations techniques s'interposent continuellement dans le face à face entre le récepteur et ses programmes de prédilection. Cette interposition sollicite de force la réflexivité des usagers. Elle les oblige à s'extraire de leur réception pour évaluer la pertinence de leur choix de programme. Quelles sont les émissions dont la réception est viable malgré l'intrusion continuelles de ces parasites ? Celles qui ne sont pas produites autour d'une structure d'intrigue (les JT, les clips musicaux, etc.) sont évaluées comme les plus propices. Cette préférence ne peut pas être réduite à un pur pis aller. Face à la diversité des supports et des contenus disponibles en situation de mobilité, les utilisateurs sélectionnent ceux auxquels ils sont le plus attachés dans ces circonstances pratiques. La sélection des programmes télévisés de la Mobile TV résulte de ce compromis opportuniste consistant à prioriser les genres télévisuels adaptés à ce support et aux circonstances pratiques du créneau d'utilisation. Dès lors, cette priorisation située des préférences n'est pas extérieure au goût puisqu'elle est portée par l'exercice de la réflexivité, par un questionnement des contenus. La prise en compte de ces arbitrages pragmatiques, entre les différents supports et les différents contenus, semblent centrales pour comprendre l'évolution des trajectoires d'usages et le renouvellement des préférences médiatiques.

#### - **Que veut dire traverser l'épreuve de l'appropriation ?**

Au fil de ces descriptions, nous avons esquissé un enchevêtrement de logiques d'usage répondant à des causes incertaines et exploitant des appuis situés tout aussi pertinents que trompeurs. Nous avons vu que les représentations graphiques des interfaces, indiquant la force du signal téléphonique, délivrent une information précieuse pour celui qui souhaite contourner les problèmes de connexion à la Mobile TV. Seulement, ce témoin ne précise pas pendant combien de temps il sera possible de maintenir la connexion au service. Autrement dit, cet indicateur apporte bien souvent une information à laquelle l'utilisateur a déjà eu accès par des moyens détournés. Par exemple, le fait que l'image du programme télévisé se fige lui indique que la réception est

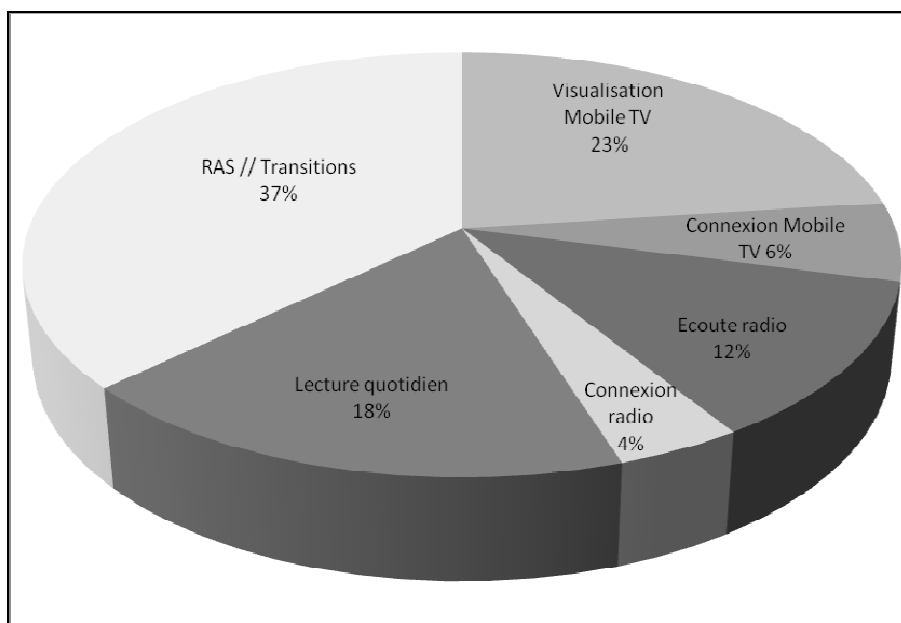
problématique et que la connexion au service n'est plus garantie. S'il se réfère, dans cette éventualité là, à cette représentation graphique ce n'est qu'après avoir assimilé cette information indicielle qui a émergé du cours de l'activité de réception elle-même. En cela, ces parasitages du flux télévisuel forment des appuis endogènes qui vont influencer sur l'orientation de l'activité médiatique, voire contraindre l'utilisateur à la clore.

Pour comprendre l'importance de ces parasites sur la réception télévisuelle, il convient de considérer qu'ils contribuent à visibiliser le dispositif de diffusion mis en place par les opérateurs de téléphonie mobile. Ils contraignent les utilisateurs à requalifier leur expérience de la réception télévisuelle dans la mesure où elle forme, sur ces dispositifs médiatiques mobiles, une activité à part entière qui doit être maintenue sur un plan opératoire. L'utilisateur s'engage dans la réception en acceptant de garder en main son combiné pour intervenir en cas de problème et rétablir la connexion. Cet état de vigilance permanent n'est pas superposable, ni comparable, à la posture du téléspectateur domiciliaire. Si nous qualifions les individus interrogés d'utilisateur et non de téléspectateurs, c'est bien parce que la dimension manipulative l'emporte constamment sur la réception proprement dite, sur le décodage des discours et l'attention accordée à la trame de la narration.

Même s'il n'existe pas d'unité de mesure totalement satisfaisante pour quantifier les variations de taux de cette économie de l'utilisation/réception, on peut toutefois repérer que L. consacre habituellement environ 10 % de son temps de trajet (soit environ 8 minutes) à établir ou à rétablir la connexion à la radio (4%) ou à la Mobile TV (6%) (cf. la figure ci-dessous)<sup>336</sup>. Il apparaît donc qu'elle consacre 5 minutes à la connexion, ou au maintien de la connexion, à la Mobile TV (6%) afin de la visionner pendant environ 18 minutes (soit 23% du temps de trajet).

---

<sup>336</sup> Je tiens à remercier Julien Morel pour m'avoir donné le logiciel facilitant le découpage, le minutage et la mise en pourcentage des séquences vidéo.



**Figure 27 : Part des activités développées par L. durant ses trajets**

Ces taux ne nous apprennent malheureusement pas grand-chose sur ces multiples moments où elle doit intervenir pour rétablir la connexion à la Mobile TV. On peut toutefois observer, à partir de la retranscription d'un enregistrement vidéo de L. (cf. Retranscription 6 : Séquentialisation des activités médiatiques de L. durant un trajet aller, p. 392), qu'il lui est difficile de maintenir la connexion à ce service pendant plus de 5 minutes<sup>337</sup>. Elle doit dès lors conserver son combiné en main sans jamais pouvoir se désolidariser des démarches opératoires qui porte l'activité de réception.

Cette contrainte a un impact majeur sur la pratique télévisuelle dans la mesure où elle interfère sur les choix de contenus. Comme la réception des programmes est continuellement parasitée et comme l'écoute est maintenue sous le couperet d'une rupture de flux, les utilisateurs sélectionnent des programmes dont la réception peut être interrompue à tout moment sans que cela ne soit problématique. Cette tendance est

<sup>337</sup> Notons au passage que l'ensemble des études montre que les usages de la Mobile TV sont brefs, d'une durée moyenne de 5 minutes (tous pays confondus). Cependant, la majorité de ces travaux exploitent les données fournies par les serveurs informatiques des opérateurs téléphoniques car ils permettent de quantifier et de mesurer la durée de connexion moyenne à ce service pour l'ensemble des utilisateurs. Il apparaît clairement à quel point ces calculs peuvent être problématiques puisqu'une session d'utilisation de 20 minutes, par exemple, peut donner lieu à 3 ruptures de flux. Or, dans cette éventualité là, les données serveurs peuvent comptabiliser 4 sessions de 5 minutes sans être paramétrées pour agréger ces sessions comme 4 phases d'une même utilisation. Si ces études révèlent rarement comment elles fabriquent ce type de données chiffrées, il y a fort à parier que ce détail n'est pas traité en raison de la complexité du traitement technique qu'il nécessite et en raison des problèmes juridiques qu'il pose (pour identifier les phases d'une session, il faut identifier l'utilisateur et tracer ses usages sur moyen terme. Cette démarche peut violer la vie privée des utilisateurs et outrepasser le cadre législatif régi par la *Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés* (CNIL)).

centrale pour comprendre l'engouement rencontré, sur ces dispositifs médiatiques mobiles, par les contenus relevant du genre journalistique<sup>338</sup>. Dans la mesure où les JT ne sont pas produits autour d'une structure d'intrigue, l'utilisateur n'éprouve pas une grande frustration à voir l'image se figer en plein milieu d'un reportage. Si l'interruption de l'écoute d'un JT est dommageable, elle reste tolérable puisque cet usage est répété jour après jour.

*L. : « (...) c'est dommage parce que ça coupe, on est intéressé et hop ça passe plus sans laisser le temps de finir d'écouter ce que disait la personne aux infos. »*

En revanche, comme nous l'avons vu dans le quatrième chapitre, cette limite dissuade les utilisateurs de regarder les programmes les plus longs, ceux qu'ils regardent habituellement sur leur télévision domiciliaire. Ces parasites et, plus généralement, les problèmes liés à la réceptivité des réseaux ont donc de lourdes répercussions sur la pratique télévisuelle dans la mesure où ils viennent contraindre le transfert des goûts télévisuels et incitent les utilisateurs à les renouveler en privilégiant les contenus les mieux ajustés aux contraintes d'usage.

Pourtant, lorsque nous nous contentions de coller aux propos de L., au cours des étapes précédentes, nous véhiculions une vision des choses bien plus cohérente, bien plus harmonieuse. Nous expliquions alors comment, depuis qu'elle s'approprie la Mobile TV, elle reconfigure le déroulement de ses activités médiatiques autour de la réceptivité des réseaux téléphonique et radiophonique. Elle a par exemple exprimé cette harmonie lors de l'autoconfrontation, quand nous lui avons demandé de commenter les problèmes auxquels elle a dû faire face pour écouter la radio.

*L. : « J'écoute la radio tous les jours et en même temps je lis *Matin Plus*. Je fais ça tous les jours*

*J.F. : Et ce matin-là ?*

*L. : Ce matin-là, RTL, puis France Inter, puis RFI aussi. »*

Autrement dit, après qu'elle ait visualisé cette séquence (entre les minutes 12.55.20 et 16.24.85, cf. Retranscription 6 : Séquentialisation des activités médiatiques de L. durant un trajet aller, p. 392), elle ne l'a pas commentée tel un enchaînement d'étapes problématiques à contourner. Elle explique que ce matin-là, comme tous les matins, elle a écouté RTL et France Inter. Bien sûr, une fois que nous l'avons amenée à décrire pas à

---

<sup>338</sup> Södergard, 2003 ; Mäki, 2005 ; Knoche, Mc Carthy, 2005 ; Oksman, Noppari, Tammela, Mäkinen, Ollikainen, 2007.

pas comment elle a rencontré et fait face à ces problèmes pratiques, elle a expliqué sur quels éléments elle a pris appui pour gérer ses usages. Mais d'un point de vue général, les désagréments rencontrés sont pour elle bien moindres que les bénéfices qu'elle en retire. C'est pourquoi, elle s'est engagée dans ce long processus de l'appropriation des services mobiles multimédia malgré les nombreuses ruptures de connexion auxquelles elle doit faire face au quotidien.

On peut dès lors se demander pourquoi les usagers continuent d'utiliser un service aussi contraignant ? Il y a tout d'abord, comme nous l'avons déjà dit, la force du lien qui lie les participants aux contenus télévisuels, notamment chez ceux qui apprécient de pouvoir entretenir leur veille informationnelle en regardant des JT. Par exemple, quel bonheur pour l'amateur de sport de ne plus avoir à se contenter de lire les grilles sportives. On comprend pourquoi la force de son attachement aux sports lui permet de passer outre ces contraintes d'utilisation. Cependant, la force de ce lien, autour duquel l'appropriation se tisse, ne peut pas être réduite aux seules préférences développées autour des contenus.

En décrivant la lâcheté des prises sur lesquelles L. peut prendre appui pour initier ou clore ses usages de ce service, que ce soit le témoin de l'intensité du signal téléphonique ou les variations de la luminosité comme indice de la réceptivité du réseau, nous avons mis en avant des éléments permettant d'apporter d'autres éléments de réponse à cette question. C'est bien parce que les prises et les indices situés, permettant de conduire ces usages, sont extrêmement lâches et volatils que la consommation médiatique sur ces dispositifs forme une épreuve particulièrement attachante.

Si on la compare à la manière dont les quotidiens sont inscrits dans les déplacements, on comprend mieux ce qui se joue durant cette épreuve. Nous avons en effet décrit, au début de ce chapitre, comment les usagers désavouent la lecture de la presse « payante » en raison de différents coûts : économique, temporel, physique et cognitif. Ils ont pris conscience de ces coûts depuis qu'ils sont confrontés à l'opportunité de la presse gratuite. Au-delà de la gratuité de ces quotidiens, c'est bien leur mise à disposition dans des zones stratégiques, aux carrefours de leurs déplacements, qui les incite à les lire. Car, à travers cette disponibilité, ils peuvent optimiser leurs déplacements sans avoir à faire de détour pour embarquer avec eux un support de divertissement. Autrement dit, ils n'ont plus à planifier leur déplacement en passant à prendre avec eux un tel support. Ils ne doivent plus penser à conserver de la monnaie pour en acheter un en

cours de route. Ils se laissent désormais porter par les circonstances. Ils se disposent à saisir la main tendue de la presse gratuite s'ils la croisent en cours de route. Sinon, ils investiront le téléphone multimédia qui les suit en toute circonstance pour leur permettre d'entretenir leur joignabilité. Ils produisent ainsi des modalités de déplacement autour de planifications opportunistes, c'est-à-dire que la planification des activités médiatiques développées durant le déplacement va être réalisée une fois en mouvement. Elle va être temporaire, révisable à tout moment, et dépendante des ressources médiatiques croisées en chemin.

Les téléphones multimédia s'inscrivent parfaitement dans cette économie du divertissement puisqu'ils ont contribué à la générer. A travers leur disponibilité de tous les instants, ils forment une ressource venant palier les déconvenues. Ils sont toujours à disposition pour planifier *in situ*, durant l'activité de déplacement, le divertissement qui va être déployé jusqu'au lieu de destination. Dès lors, les problèmes liés à la réceptivité des réseaux ne peuvent pas être totalement dissuasifs. La cigale n'ayant pas planifié une activité de divertissement de substitution, en cas de perte du réseau, va accepter les conséquences de son choix. Elle conçoit que le réel résiste à ses envies. Elle va se confronter à lui comme l'ultime aboutissement de l'épreuve à traverser. Mais qu'importe car l'on voit bien comment la confrontation à la réceptivité des réseaux s'inscrit dans une refonte plus générale de la mobilité. D'une certaine manière, la recherche *in situ* d'une activité de divertissement forme en soi une activité à part entière venant divertir le temps de transport. Cette posture n'a plus grand-chose à voir avec la prévoyance du lecteur de la PQN. Elle est tournée vers l'incertitude pour traverser en équilibriste les imprévus et exploiter en opportuniste l'offre de divertissement immédiatement disponible.

Il apparaît dès lors comment l'appropriation de ces services mobiles est intrinsèquement liée à la mobilité et à la manière de conduire les déplacements quotidiens. Elle forme une épreuve qui invite les usagers à requalifier leurs déplacements mais aussi les réseaux de transports, la ville qui les accueille, ceux qui les peuplent et, sur un versant réflexif, leurs compétences d'acteurs. C'est ce que nous allons maintenant chercher à décrire.



### III. L'appropriation des services mobiles multimédia comme épreuve ouvrant sur de nouvelles formes de mobilités

Nous venons de montrer comment l'appropriation de la Mobile TV invite les utilisateurs à reconfigurer l'entrelacement de leurs usages autour de la disponibilité du réseau téléphonique. Cette médiation technique a été présentée jusque-là comme une ressource / contrainte influant sur l'ordonnement des activités médiatiques. Dans cette partie, nous allons maintenant montrer comment cette médiation influe cette fois-ci sur l'activité de déplacement. En suivant le paradigme des nouvelles mobilités<sup>339</sup>, il va s'agir de décrire comment les activités médiatiques développées en situation de mobilité interfèrent sur la configuration des déplacements.

Nous défendrons tout d'abord l'idée selon laquelle la réalisation des attachements aux contenus télévisuels interfère sur la conduite des trajets. Ces derniers vont être ré-agencés, autour de la disponibilité du réseau 3G, afin que la réception télévisuelle puisse être maintenue le plus longtemps possible.

Nous montrerons ensuite comment cette réception est polarisée vers les activités développées sur les lieux de destination, notamment les conversations avec la famille ou avec les collègues. C'est ainsi que les déplacements vont être mobilisés comme des opportunités permettant d'accumuler des connaissances sur les questions d'actualité afin d'alimenter les conversations futures. Autrement dit, il n'est pas possible de chercher à remplir les cases des budgets-temps de transport sans les référer à ce qui se joue avant et après les déplacements. C'est ainsi que nous montrerons comment la configurations des déplacements vient s'inscrire dans un enchevêtrement de temporalités qui déborde largement du *hic et nunc* de l'ennui dans les transports.

Plus généralement, l'idée consiste ici à décrire l'encastrement de l'activité de réception télévisuelle dans l'activité de déplacement afin de montrer comment elles participent conjointement à une forme de multi-activité. Les ressources mobilisées pour conduire la première vont devenir pertinentes pour conduire la seconde. De même, les finalités poursuivies par la première vont venir imprégner la seconde. A travers la co-orientation de ces deux activités, nous souhaitons donc montrer leur hybridation dans la logique des situations.

---

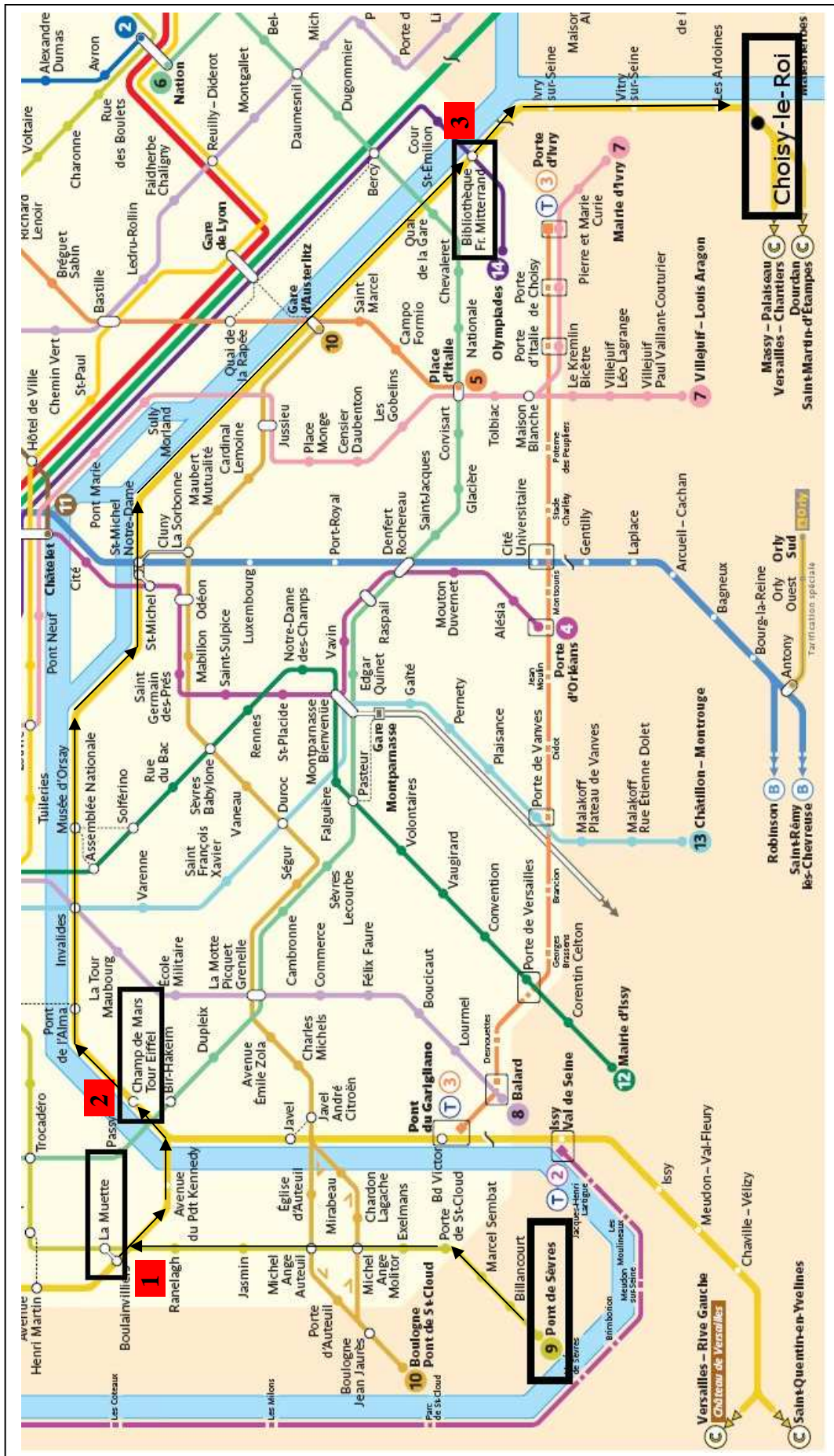
<sup>339</sup> Urry, 2000 ; Sheller, Urry, 2006.

## **1. L'attachement aux contenus télévisuels comme épreuve ouvrant sur de nouvelles formes de mobilités**

Au cours des développements précédents, nous avons décrit les trajets de L., une secrétaire de 42 ans qui emprunte les transports en commun, pendant environ 80 minutes, pour se rendre sur son lieu de travail. Nous avons alors montré comment cette lectrice assidue de la presse laisse en suspend son quotidien sous son sac dans le but de l'ouvrir une fois que la réception de la Mobile TV n'est plus garantie. Cet ordonnancement de ses pratiques médiatiques est pertinent lors de son trajet aller, lorsqu'elle passe d'une zone couverte par le réseau téléphonique à une zone non couverte. Il va de soi que lors de ses trajets retours, elle ne procède pas tout à fait de la même manière puisqu'elle emprunte d'abord un tronçon de ligne où l'accès à la Mobile TV n'est pas possible, avant de rencontrer cette possibilité en cours de route. Elle entame dès lors son trajet retour par la lecture de la presse avant de bifurquer sur ce service. Comme nous l'avons vu, c'est à ce moment là que la lumière du jour forme un indice lui indiquant, au moment où elle illumine le champ de vision de la lectrice, qu'elle peut désormais regarder la Mobile TV. Nous avons alors expliqué que cette information, dont la lumière est porteuse, n'a de sens que pour cette utilisatrice qui en a fait un repère lui permettant d'orienter le déroulement de ses activités médiatiques. Il s'agit maintenant de mieux comprendre cet art de faire en décrivant comment cet indice, formé par la lumière extérieure, entre dans l'activation de ses utilisations de la Mobile TV sur un mode perception / action, dans la mesure où elle a pu anticiper sa rencontre. Précisons ce que recouvre ce type d'anticipation.

La visualisation des trajets retours de L. est particulièrement intéressante dans la mesure où elle va à l'encontre d'une idée reçue, inscrite au cœur du paradigme du déplacement. Cette secrétaire qui fait le même trajet depuis plus de dix ans semble être la candidate idéale pour donner corps à une conception routinière de la mobilité. Or, si l'on observe ses trajets, on peut noter qu'elle ne suit pas le même parcours d'un jour sur l'autre (cf. ci-dessous la Figure 28 : Plan du trajet retour de L., p. 256).

Figure 28 : Plan du trajet retour de L.



En effet, le matin, elle emprunte systématiquement le RER C de 08 h 00, entre Choisy-le-Roi et Boullainvilliers, puis la ligne 9 du métro pour rejoindre le terminus Pont de Sèvres. Entre cette station et son lieu de travail, il lui arrive d'emprunter le bus lorsqu'il pleut à grosses gouttes ou, tout simplement, si elle est fatiguée. En revanche, si le temps est clément, elle marchera. Ce choix va avoir une influence sur ces activités médiatiques. Lorsqu'elle se déplace à pied, elle prolonge l'écoute de la radio initiée durant le trajet en métro. Si elle emprunte le bus et qu'elle est confortablement assise, elle privilégiera en revanche la Mobile TV. Dès lors, lorsqu'elle arrive au terminus de ses trajets allers, elle oriente ses activités médiatiques suivant la modalité de déplacements rendue pertinente par la météo ou par sa forme physique.

Lors du trajet retour, les choses sont moins tranchées. En effet, le déroulement de ce déplacement est bien moins régulier puisque l'urgence d'une tâche de dernière minute l'oblige parfois à rester un peu plus longtemps sur son lieu de travail. Dans d'autres circonstances, elle s'attarde parfois au bureau pour prolonger une discussion avec une collègue. Bref, ses fins de journées ne se ressemblent pas et la dissuadent de chercher à minuter ses trajets retours. Même si elle n'emprunte jamais le métro à la même heure, cela n'est pas problématique puisque la fréquence des rames minimise le délai d'attente. En revanche, ces décalages temporels ont une incidence sur les correspondances avec le RER C. En fonction de l'heure à laquelle elle quitte son travail, le délai d'attente entre deux rames va être plus ou moins long, pouvant atteindre une vingtaine de minutes.

Ces fluctuations du délai d'attente sont bien moins préjudiciables en fin de journée car cette réceptionniste n'a plus à respecter une heure d'embauche fixe. Le matin, elle est en recherche de régularités pour satisfaire les exigences de son activité professionnelle. Le soir, elle n'a pas cette contrainte. Le fait qu'elle ne soit pas dans l'urgence va lui permettre d'inscrire son trajet retour sous le signe du plaisir, là où le trajet matinal est polarisé vers la recherche de la performance et de l'optimisation. Autrement dit, si la routinisation de son trajet forme une sécurité lui garantissant d'arriver à l'heure le matin, elle n'a plus de sens au retour dans la mesure où l'absence de fantaisie rendrait fastidieux un moment qui pourrait être plaisant à vivre.

Il est intéressant de rentrer dans ces détails pour observer comment elle a reconfiguré le déroulement de son trajet retour depuis qu'elle a adopté les services mobiles multimédia et, plus particulièrement, la Mobile TV. Avant d'utiliser ces services, elle restait postée sur le quai de la station Boullainvilliers dans l'attente du RER C en

direction de Choisy-le-Roi (cf. dans les annexes la Figure 28 : Plan du trajet retour de L., p. 256). Durant ces phases d'attente, elle s'asseyait sur une des banquettes du quai et lisait un quotidien gratuit ou un magazine. Elle laissait alors passer les différentes rames du RER C, allant en direction de Choisy-le-Roi sans s'y arrêter, pour emprunter celles s'arrêtant à cette destination.

Lorsqu'elle a commencé à utiliser les services mobiles multimédia, elle a repensé le déroulement de son trajet retour car les réseaux téléphonique et radiophonique étaient indisponibles dans la station Boulainvilliers. Elle fait maintenant en sorte de monter dans le premier RER qui s'arrête à cette station. Puis, elle a pris le parti de faire un arrêt intermédiaire dans une autre station, afin d'emprunter une rame s'arrêtant à son lieu de destination. Elle a sélectionné cet arrêt dans une station intermédiaire en fonction de la disponibilité du réseau téléphonique donnant accès à la Mobile TV. Comme ce réseau passe à merveille dans les stations aériennes, elle a choisi de changer de RER à la station Champs de Mars qui surplombe Paris. Elle peut ainsi profiter du panorama tout en regardant Laurent Ruquier (cf. Photo 21).



**Photo 20 : L. se positionne à côté du panneau d'affichage**



**Photo 21 : L. s'apprête à regarder Laurent Ruquier**

Elle a donc pensé à prendre cette initiative une fois qu'elle a eu l'opportunité de regarder la Mobile TV. C'est bien l'épreuve de l'appropriation qui l'a conduite à repenser ses déplacements en l'incitant à rompre avec leur déroulement habituel. Elle les a reconfigurés autour de son attachement pour les émissions télévisées et de la modalité d'attache constituée par la disponibilité du réseau téléphonique. En ce sens, cette orientation de son déplacement participe à une forme de mobilité augmentée<sup>340</sup> par les usages de TIC. Le parcours emprunté ne répond plus à un calcul stratégique visant à

<sup>340</sup> Licoppe, Inada, 2005.

optimiser la manière de relier deux destinations. Cette recherche de la performance est secondaire tant le plaisir éprouvé dans la réception télévisuelle distrait le vécu du temps de transport. C'est pourquoi, elle remodèle ici la conduite de l'activité de déplacement autour des exigences propres au maintien de l'activité de réception.

C'est bien l'engagement dans cette forme de multi-activité qui a fait converger ces deux réseaux de communication, le réseau téléphonique et le réseau de transport, autour de ce lieu. L'endroit précis où elle se situe (cf. les photos 20 et 21) est lui-même étroitement lié à son engagement dans cette forme de multi-activité. Elle s'est positionnée à proximité du panneau d'affichage pour pouvoir adresser des coups d'œil à l'heure d'arriver des rames (cf. photo 20). A travers cet état de pré-occupation, sur l'activité qui va bientôt être au cœur de son attention (monter dans la rame), elle délimite l'horizon temporel de l'activité de réception dans ce lieu intermédiaire. Cet exemple montre donc, là encore, comment les activités de réception et de déplacement s'imbriquent dans une forme de multi-activité puisque la manière de conduire la première interfère sur la manière de conduire la seconde, et réciproquement.

Comme nous venons de le voir, les usages de la Mobile TV influent sur le choix des stations intermédiaires et sur la manière de pratiquer ces lieux. Il est intéressant de relever comment ces lieux vont affecter, rétroactivement, les usages de ce service :

*L. : « Là je m'arrête à la station Champ-de-Mars. En fait je pouvais continuer jusqu'à la station bibliothèque mais j'ai préféré m'arrêter, il fait beau et tout ça, et en plus je pouvais regarder la télé. (...) Mais c'est pas seulement pour ça, c'est aussi parce que la station est en extérieur et qu'il fait beau. Donc je peux regarder la télé tout en prenant le soleil.*

*JF : Et c'est pour cela que vous vous mettez face au paysage ?*

*L. : Oui voilà, face au soleil, face au paysage, à la Seine... Malgré le bruit des voitures et du train... »*

Il apparaît ici qu'elle a pu s'approprier cette « place »<sup>341</sup> en agençant autour d'un lieu physique tout un dispositif passionnel : « regarder la télé tout en prenant le soleil ». La pertinence de ce lieu ne doit donc pas être uniquement référée à la convergence des réseaux de communication liée à l'orientation de sa multi-activité. Elle a également

---

<sup>341</sup> Harrison, Dourish, 1996 ; Dourish, 2006. Les auteurs reprennent les travaux de De Certeau (De Certeau, 1980, p. 172-175 de la réédition de 1990) en recentrant, ce processus d'appropriation des espaces, sur le rôle joué par les TIC. C'est pourquoi nous prolongeons ici leur démarche en convoquant la notion de « Places ». Nous démarquons cependant notre approche en montrant comment cette appropriation des espaces, par les usages des dispositifs technologiques, n'est pas tant à référer aux TIC proprement dites qu'à la disponibilité des réseaux qui en conditionne l'usage, comme c'est le cas avec les téléphones mobiles.

émergé de l' « ambiance »<sup>342</sup> singulière de ce quai. Lors de l'autoconfrontation, c'est bien la perception de l'ensoleillement qui, rétrospectivement, lui paraît discriminante pour expliquer pourquoi, ce jour-là, elle est descendue du RER pour prolonger sa réception télévisuelle. Et, au-delà des circonstances présentes, c'est bien la configuration de ce quai qui coproduit l'agencement d'un tel dispositif passionnel, « face au soleil, face au paysage, à la seine... Malgré le bruit des voitures et du train... ».

Cet exemple montre bien à quel point il est nécessaire de prendre en compte l'ambiance des lieux pour saisir l'appropriation d'un tel service. Il apparaît clairement comment la lumière<sup>343</sup> joue un rôle différent ici car elle ne forme pas seulement l'indice de la réceptivité du réseau téléphonique. La lumière vive de l'ensoleillement surexpose<sup>344</sup> ce lieu, le rendant saillant sur un plan pratique, et elle le singularise, sur un mode sensible, comme un lieu d'exposition permettant de « prendre le soleil ». Dans l'optique d'une « socio-écologie des sens »<sup>345</sup>, il est indéniable que ce matériel sensible, aussi insipide puisse-t-il paraître au premier abord, est essentiel pour comprendre l'orientation de l'action de cette utilisatrice. Il est nécessaire de visibiliser comment les médiations techniques convergent avec l'ambiance des lieux pour qu'ils puissent être appropriés comme des « places » d'utilisation de la Mobile TV. S'il est pertinent de poursuivre le paradigme d'une mobilité augmentée, en décrivant comment les usages des TIC affectent les mobilités urbaines, il convient en retour de décrire comment les multiples « tonalités affectives »<sup>346</sup> des ambiances urbaines attachent les usagers à leurs utilisations des TIC. Ces tonalités n'ont pas d'impact direct sur les choix de contenu. Pourtant, elles entrent dans la fabrique du goût dans la mesure où elles induisent des (dé)plaisirs qui rendent une pratique attachante (ou non) et affectent les jugements de valeurs : apprécier Ruquier « face au soleil, face au paysage, à la seine... Malgré le bruit des voitures et du train... ».

## 2. L'enchevêtrement des temporalités dans les nouvelles mobilités

L'exemple traité ici montre bien comment l'appropriation de la Mobile TV invite les utilisateurs à reconfigurer leurs trajets et, plus généralement, à requalifier l'espace urbain. Il a fallu que cette participante ait ces services en main pour se donner le temps,

---

<sup>342</sup> Thibaud, 2004.

<sup>343</sup> Chelkoff, Thibaud, 1992.

<sup>344</sup> *Ibid.*

<sup>345</sup> Sauvageot, 2003, p. 7.

<sup>346</sup> Thibaud, 2002.

ou plutôt le prétexte, pour profiter de la balustrade de la station Champ de Mars et de sa superbe vue ensoleillée sur Paris.

Au-delà de cet aspect, cet exemple montre plus généralement que le déplacement ne peut pas être pensé indépendamment des activités développées sur le lieu de destination. En effet, nous avons vu comment les contraintes horaires liées à l'exercice d'une profession conduisent la participante à routiniser ses trajets aller. Afin de remplir ses obligations de secrétaire-standardiste, elle se doit d'arriver sur son lieu de travail à heure régulière pour ouvrir l'accueil de son entreprise. Cette obligation la pousse à optimiser son trajet en la dissuadant de faire des arrêts intermédiaires pour profiter pleinement de ce qui s'apparente à un dispositif passionnel : la convergence du téléphone multimédia, de la réceptivité du réseau téléphonique et du service de Mobile TV, du soleil, de la balustrade qui permet de visualiser le paysage et de la Seine au premier plan de cette vue. Les approches s'inscrivant dans la lignée du paradigme du déplacement peuvent appréhender les effets structurants de ces contraintes horaires, liées à l'exercice d'une profession. Elles peuvent ainsi qualifier les activités médiatiques en négatif, telles des divertissements ou des loisirs meublant les cases vides du temps social dominant : le temps de travail<sup>347</sup>.

Seulement, en se limitant à ce niveau d'analyse propre au paradigme du déplacement, on évacue tout d'abord les visées de ces activités. Si l'on évacue les buts que les individus cherchent à atteindre à travers leurs activités médiatiques, on peut facilement les assimiler à de simples divertissements substituables les uns aux autres. C'est ce que nous avons montré dans les développements précédents en décrivant comment la participante reconfigure ses usages pour poursuivre une même finalité : alimenter sa veille informationnelle sur les questions d'actualité.

De plus, cette vision surplombante propre au paradigme du déplacement ne permet pas de montrer comment ces activités s'ancrent dans les situations d'usage et, plus particulièrement, dans leur écologie. Appréhender la mobilité comme un budget-temps, composé de cases à remplir, n'incite pas à accorder une quelconque importance à la manière dont les activités, développées pendant les temps de transport, sont indexées sur les tronçons de trajet. Dès lors, une telle perspective ne permet pas de comprendre pourquoi, lorsque L. est dégagée de ses obligations professionnelles en fin de journée, elle

---

<sup>347</sup> Sue, 1994.



s'autorise à faire cet arrêt intermédiaire dans le but de rencontrer ce dispositif passionnel configuré autour d'un genre télévisuel précis, d'un support de réception adéquat et d'un environnement spécifique. Si cette indexation des activités médiatiques sur les situations d'usage est occultée, il devient dès lors nécessaire d'inventer des marionnettistes qui puissent tirer les ficelles. Le stress engendré par le temps social dominant, celui de la vie active, devient alors le candidat idéal pour expliquer l'affairement incongru des marionnettes dans des formes de zapping occupationnel.

C'est ainsi qu'en se limitant au cadre d'analyse du paradigme du déplacement, il est difficile de saisir comment certaines activités, développées dans les transports, vont être orientées vers celles qui seront développées ultérieurement sur le lieu de destination. En effet, lorsqu'on observe de près les activités médiatiques que L. initie durant ses déplacements, on peut noter l'existence de liens ténus avec ses activités domiciliaires. Le matin, une fois qu'elle est assise dans le RER, elle regarde systématiquement la suite de l'émission *Télématin* qu'elle visionnait chez elle avant de partir. Cette continuité renvoie à ses préférences télévisuelles. Elle n'est pas surprenante puisque la *Mobile TV* a vocation de permettre aux téléspectateurs de prolonger leur consommation télévisuelle en situation de mobilité. Il est cependant intéressant de noter que L. ne réfère pas cet usage à ce qu'elle faisait, chez elle, cinq minutes avant d'être installée dans le RER. Comme l'émission *Télématin* diffuse un bulletin d'information à ce moment là, elle inscrit plutôt cet usage dans la continuité de sa réception des informations journalistiques.

*L. : « Oui, j'aime bien savoir ce que j'ai loupé la veille au soir. Oui, c'est bien de savoir aussi ce qu'ont publié les journaux du matin, aussi également qu'est-ce qu'a publié chaque journal. »*

Il apparaît clairement comment elle prolonge, à travers cette activité, son écoute du JT de la veille au soir. Derrière cette habitude, on voit donc que l'écoute du JT de *Télématin* n'est en rien un pur divertissement. Cette activité a une visée propre qui s'enracine bien au-delà du déplacement. Il est difficile d'épuiser la diversité des buts que L., ou les autres participants, cherchent à atteindre en consultant jour après jour l'actualité. Il est toutefois intéressant de noter qu'à travers le fait qu'elle aime bien savoir ce qu'elle a « loupé la veille », elle maintient son état de veille informationnelle actif. Elle le maintient actif car il occupe une place privilégiée dans sa relation avec son mari.

En effet, comme ils rentrent tous les deux vers 19 h 30, ils s'affairent dans leur coin pendant une demi-heure, le temps qu'elle prépare le repas, avant de discuter au moment

du dîner, lorsqu'ils sont installés devant le JT. Il leur arrive alors d'entretenir leurs discussions autour du discours du présentateur. Comme elle le dit en riant : « On critique ce qui est à critiquer ». C'est à ce moment là qu'elle convoque les compléments d'informations qu'elle a recueillis le matin à partir de la Mobile TV et des quotidiens. Aussi anecdotique que puisse paraître ce constat, il montre que pour donner tous leurs sens aux activités médiatiques qu'elle développe pendant ses déplacements, il convient de les inscrire dans la continuité de celles qu'elles réalisent dans son foyer. Nous retrouvons ici une dimension largement étudiée. La sociologie des usages nous apprend notamment que les programmes télévisés jouent un rôle important dans la vie des membres d'un foyer tant sur le plan du « Faire avec... » (regarder la télévision en famille ou en couple) que du « Discuter avec... »<sup>348</sup> (discuter en famille des programmes TV pendant leur réception ou en différé). Même si notre étude ne dit pas si les journaux télévisés forment une ressource conversationnelle privilégiée par les panélistes pour entretenir leur sociabilité, elle permet toutefois de mieux comprendre, si l'on associe à cette ressource celle formée par les articles de presse<sup>349</sup>, pourquoi L. exploite ses temps de trajet pour veiller sur l'actualité du jour. En s'informant sur ce qu'elle a loupé la veille et en assimilant les nouvelles du jour, elle emmagasine des connaissances qu'elle pourra mobiliser lors de ces discussions futures avec son mari ou, plus généralement, avec des tiers :

*J.F. : « Et, est-ce que vous la regardez (la Mobile TV) quand vous êtes au travail ?*

*L. : Oui, entre douze heures et quatorze heures, à peu près... Avec les copines. Euh, oui, en général, on est trois à quatre personnes.*

*J.F. : Et vous regardez quels types de programmes ?*

*L. : La 2 ou LCI. On regarde essentiellement les infos ou des fois c'est Eurosport, ça dépend en fait des filles, ce qu'elles voulaient regarder.*

*J.F. : Et dans ces cas-là, vous êtes plutôt dans un bureau ou ... ?*

*L. : Non, des fois, on déjeune ici (dans la salle de réunion) ou des fois on a une salle en haut également, donc on va là haut, on voit notre télé (soit son téléphone) et puis, ben, on se la passe ou celui qui est arrivé en premier, ben il la regarde en premier et puis enfin c'est... enfin parfois on l'écoute en fait... Si, des fois, on la pose au milieu mais c'est vrai que c'est pas vraiment évident, parce que c'est tout petit mais bon, on arrive à voir et puis, on arrive après à discuter et à avoir le sujet quoi. Ça nous distrait quoi, et puis ça nous fait une coupure ... »*

<sup>348</sup> Gire, Pasquier, Granjon, 2007, p.198-199.

<sup>349</sup> *Ibid.*, Figure 4, p. 199.

A travers cet exemple, nous voyons bien que la Mobile TV constitue une ressource interactionnelle permettant d'alimenter les discussions avec des corécepteurs aussi inédits que les collègues de bureaux<sup>350</sup>. En ce sens, les usages de la Mobile TV s'apparentent aux « usages relationnels » de la télévision décrits par James Lull<sup>351</sup>. Sous ce versant, la pratique télévisuelle peut faciliter la communication en fournissant des références communes et en proposant des sujets de conversations commodes, sans dangers comme dirait Gérard Derèze car, comme les autres « objets domestico-médiatiques »<sup>352</sup>, la télévision vient « rassurer le lien social en lui donnant un fond commun de conversations ne manquant pas nécessairement de consistance mais peu susceptibles de le mettre en danger »<sup>353</sup>. Si ces usages relationnels de la télévision renvoient habituellement à la dynamique des conversations familiales, ils peuvent également être transposés, comme on le voit ici, à l'ensemble des conversations entre co-récepteurs.

De manière plus générale, les « usages relationnels » de la télévision ne renvoient pas uniquement aux échanges entre co-récepteurs. Ils incluent toutes les conversations entretenues, en différé, sur la base des réceptions télévisuelles antérieures. C'est ce que nous avons vu lorsque L. dit alimenter sa veille informationnelle pour entretenir ces échanges avec son mari. Sous cet aspect, la Mobile TV ne révolutionne en rien la pratique télévisuelle et sa réception secondaire :

*« Ce n'est plus la situation de présence devant la télévision ou la lecture effective du journal, qui permettent de comprendre la réception. C'est ailleurs que ça se passe et c'est aussi plus tard, avant ou après, mais toujours dans la durée, dans un autre temps que celui du visionnage physique. »*<sup>354</sup>

En revanche, en donnant la possibilité de déployer la réception en situation de mobilité, la Mobile TV étend cette zone de réception secondaire. Elle permet aux usagers de mobiliser leurs temps de transport comme des moments opportuns pour faire le plein de ce fond commun de conversation. Il n'y a pas lieu d'être cynique tant la presse légitime pourrait être réduite à cette fonction. Au contraire, cette réception vient assigner

---

<sup>350</sup> Nous ne pouvons aborder ces questions que de manière superficielle car il aurait fallu réaliser des enregistrements vidéo au sein des domiciles ou, chose encore plus problématique, sur les lieux de travail pour décrire en détail comment la Mobile TV peut être appropriée comme une ressource interactionnelle.

<sup>351</sup> Lull, 1990.

<sup>352</sup> Derèze, 1994.

<sup>353</sup> *Ibid.*, p. 249.

<sup>354</sup> Boullier, 2004, p.61.

de nouveaux buts aux déplacements qui ne peuvent pas être appréhendés si l'on prolonge la perspective du paradigme du déplacement en réduisant le trajet à sa simple fonction de relier deux destinations. Ce que le passager réalise durant sa mobilité va bien au-delà du simple divertissement gratuit. Il met cet interstice temporel à profit pour acquérir de nouvelles connaissances telle une palette de ressources mobilisables pour entretenir sa sociabilité<sup>355</sup>.

Il apparaît clairement, en suivant le paradigme des nouvelles mobilités<sup>356</sup>, à quel point il est nécessaire de relier les activités développées durant les déplacements à celles qui seront réalisées sur le lieu de destination. Ce changement de perspective permet de saisir comment les individus mettent leur temps à profit. Il permet surtout de comprendre comment des activités sont déployées pour anticiper des activités futures. Comment elles peuvent être mises entre parenthèse, durant plusieurs cases des budgets-temps, avant d'être prolongées. Cette perspective densifie l'instant présent en l'inscrivant dans la continuité des activités passées et en le projetant vers l'horizon incertain des activités futures. Ceci est particulièrement manifeste, dans l'exemple développé ici, avec la veille informationnelle sur les questions d'actualité. Nous avons alors esquissé la densité de l'enchevêtrement des temporalités que renferme le *hic et nunc* de la réception médiatique en situation de mobilité. Loin d'être des récepteurs isolés dans des situations d'usage, les participants se projettent, à travers leur consommation médiatique, dans leurs activités futures. Aussi insipides que puisse être les blagues que les récepteurs préparent en silence devant l'écran de leur téléphone mobile, elles traduisent leur projection dans des situations futures. Ce type de projection peut parfois donner lieu à des recherches d'information, comme le résultat d'un match de football, qui vont de fait orienter l'activité en cours. C'est bien à travers cet enchevêtrement des temporalités que l'on peut comprendre les usages mais aussi, comme nous l'avons montré, certaines des orientations données aux déplacements. En ce sens, notre filiation avec la sociologie des nouvelles mobilités est justifiée par cette volonté de référer ce qui se joue dans les trajets à d'autres facteurs qu'à ceux qui émanent de leur simple fonction de relier deux destinations.

---

<sup>355</sup> Pasquier, 1998, 2003.

<sup>356</sup> Urry, 2000 ; Sheller, Urry, 2006.

#### IV. Conclusion du chapitre 5

Au cours de ce chapitre, un focus a été réalisé sur la manière dont les activités développées autour des supports médiatiques s'articulent avec la conduite des déplacements quotidiens. C'est ainsi que nous avons décrit comment ces supports forment des ressources qui s'inscrivent dans les trajets entre des formes d'opportunisme planifié et des formes de planification opportuniste.

La relation à la presse écrite payante tend généralement vers cette première forme. Un quotidien constitue souvent un support d'information qui est embarqué avec soi afin d'être consulté ultérieurement, à une ou plusieurs reprises. En ce sens, son usage est planifié. Cette planification a toutes les chances d'être réalisée mais encore faut-il que l'opportunité de lecture escomptée soit rencontrée. Rien n'est garanti. Dès lors, l'utilisateur ne planifie pas sa lecture en tant que telle, il planifie des opportunités de lecture. C'est-à-dire qu'il anticipe son engagement dans des situations où l'activité de lecture sera potentiellement possible. C'est en cela que nous inscrivons les usages de la presse payante sous des engagements opportunistes planifiés.

L'opportunité de la presse gratuite interfère sur ce type d'engagement. Si les fervents lecteurs de la PQN ne renoncent pas à leurs habitudes, tant elles stabilisent une facette valorisante de leur identité, il n'en va pas de même pour les lecteurs moins engagés dans cette pratique. Dans la mesure où la presse ne constitue à leurs yeux qu'une manière parmi d'autres de se tenir informés, ils s'orientent sans complexes vers les quotidiens gratuits. Et, si l'opportunité d'un quotidien gratuit est manquée, ils savent qu'ils auront toujours leur téléphone multimédia à disposition. Dès lors, la manière dont les gratuits croisent les trajectoires filmées s'apparente à une planification opportuniste. Ce qui est premier, c'est l'opportunité de la main tendue du présentoir à journaux. Une fois saisie, cette opportunité va donner lieu à une planification qui va être délimitée autour de l'horizon temporel du déplacement. La contingence de cette planification, qui est déployée si un présentoir à journaux est croisé, et sa détermination au cours du trajet nous a conduit à la singulariser sous la notion de planification opportuniste.

Les téléphones multimédia, et le service de Mobile TV, s'inscrivent au croisement de ces deux modalités de planification. Ils se rapprochent d'une part de la manière dont les lecteurs assidus de la presse équipent leurs déplacements d'un quotidien payant, dans l'éventualité de trouver des créneaux opportuns pour les utiliser. Ceux qui vivent en zone

périurbaine, et qui empruntent le RER pour se rendre sur leur lieu de travail, font de même. Ils s'équipent de leur mobile en projetant de rencontrer les conditions d'utilisation viables pour regarder des programmes télévisés. Mais, nous avons tout d'abord montré que ces contraintes d'utilisation sont plus nombreuses que celles auxquelles doit faire face un lecteur. Ensuite, nous avons précisé que la majorité des personnes emportent leur téléphone pour sa fonction première : la joignabilité.

Dès lors, l'inscription des usages des fonctions multimédia dans les déplacements s'apparente plutôt à celle développée autour de la presse gratuite. Les utilisateurs adoptent une posture d'ouverture opportuniste consistant à exploiter l'opportunité de la multifonctionnalité de leur mobile pour regarder des émissions télévisées, quand les contraintes extérieures le permettent. En ce sens, le registre de planification qui oriente ces utilisations est défini *in situ* en appui avec le champ des possibles défini autour de la configuration de la situation traversée.

C'est ainsi que nous avons décrit comment la presse gratuite et les téléphones multimédia convergent avec l'opportunisme des usagers lorsqu'ils l'utilisent pour contourner les contraintes de connexion à la Mobile TV. En effet, nous avons montré comment la planification des usages de l'un englobe souvent les usages de l'autre. Dès que le réseau 3G est disponible, que les écouteurs sont à disposition, qu'une place assise est libre, que la promiscuité n'est pas importante, l'utilisation de la Mobile TV devient pertinente. Quand le réseau 3G est indisponible, quand le niveau de charge des batteries est trop faible, quand la promiscuité se fait oppressante, quand l'intrusivité des usages est insoutenable, quand la peur du vol est menaçante, les usagers réinvestissent alors la lecture des quotidiens gratuits. Chacun de ces éléments constitue une prise, une opportunité ou une contrainte, qui va rendre le recours à l'un de ces supports plus pertinent que l'autre en réorientant ainsi, en continu, le déroulement des activités médiatiques développées durant le déplacement.

Cet entrelacement des usages<sup>357</sup>, autour de ces deux supports d'information, est indexé sur la configuration des situations d'usage. Il repose notamment sur la disponibilité du réseau téléphonique 3G. Les propriétés « attachantes » de cette médiation technique apparaissent comme primordiales pour saisir la réalisation de cet attachement au genre journalistique puisque la transition entre ces deux supports va être opérée autour

---

<sup>357</sup> Beaudouin, Velkovska, 2007.

de la disponibilité de la Mobile TV. Nous avons alors montré que les interfaces graphiques ne permettent pas aux utilisateurs de planifier ces transitions. Les indicateurs de la force du signal téléphonique les informent de la perte de la connexion une fois qu'elle est intervenue. Ces représentations graphiques ne leur permettent pas d'anticiper les pertes de réseau. Elles ne leur permettent pas non plus d'inscrire leur utilisation sous un horizon temporel en anticipant la durée durant laquelle la connexion pourra être maintenue.

Dès lors, ils recherchent d'autres indicateurs pouvant potentiellement visibiliser la réceptivité de cette médiation technique. C'est ainsi que la lumière du jour peut leur indiquer le fait qu'ils évoluent dans une zone couverte par le réseau. Mais, cet appui écologique est problématique. Il acquiert sa pleine pertinence chez l'habitué qui a mémorisé son tronçon de trajet en ayant identifié les zones où la réception de la Mobile TV est possible. La lumière extérieure formera pour lui un indice des lieux lui permettant d'identifier où il en est dans son trajet. Il pourra ainsi percevoir dans la luminosité qui envahit la rame, le signe du recouvrement du réseau. Il exploitera alors cet indice, en expert, en bifurquant d'un support à l'autre. Dès lors, derrière le couplage perception/action qu'il opère autour de la lumière extérieure se cache l'épreuve de l'appropriation de ce service. Loin de renvoyer à un automatisme, cet art de faire témoigne de la virtuosité avec laquelle les usagers contournent les contraintes d'utilisation.

Cet art de faire témoigne également de l'encastrement de l'activité de réception de la Mobile TV dans l'activité de déplacement. Les indices pertinents mobilisés pour conduire le déplacement sont également ceux qui sont les plus pertinents pour conduire les activités médiatiques. C'est autour d'eux que l'activité de réception s'inscrit dans des formes de multi-activité<sup>358</sup>. La réception et le déplacement ne forment plus deux activités parallèles. Elles ne forment pas non plus une activité multiple. Elles s'encastrent dans une forme de multi-activité dans la mesure où les appuis situés, mobilisés pour les déployer, convergent.

Mais, il n'est pas non plus possible de considérer que l'activité de déplacement accueille l'activité de réception. Cette thèse pourrait être défendue, dans la lignée du paradigme du déplacement, si les appuis à l'activité de déplacement permettaient de

---

<sup>358</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

conduire la réception sans que cette dernière n'interagisse, rétroactivement, sur la gestion du trajet. Nous avons démontré l'inverse dans la dernière partie de ce chapitre. En effet, à travers l'exemple d'une participante, nous avons décrit comment elle a reconfiguré son déplacement en RER lorsqu'elle s'est appropriée la Mobile TV. Elle a modifié sa manière d'attendre le RER en marquant des arrêts intermédiaires dans les stations où la réception de programmes télévisés est possible. Autrement dit, elle a ré-agencé son trajet autour de la disponibilité du réseau téléphonique pour attendre le RER dans les stations couvertes par le réseau. En procédant ainsi, les éléments pertinents pour opérer la distribution des activités médiatiques forment également des éléments pertinents pour conduire les déplacements. Pour s'approprier la Mobile TV et inscrire son utilisation dans ses trajets quotidiens, elle a donc été amenée à encadrer cette nouvelle activité de réception dans son activité de déplacement. Cette dernière n'a pas simplement accueilli de nouveaux usages. Elle a été repensée autour de ces usages. Les appuis situés mobilisés pour la conduire sont venus s'encadrer avec ceux mobilisés pour conduire l'activité médiatique. La réceptivité du réseau 3G formant dorénavant un appui lui indiquant qu'il est pertinent ou non de marquer un arrêt intermédiaire à cet endroit là.

Dès lors, dans l'optique du paradigme des nouvelles mobilités<sup>359</sup>, nous avons montré comment l'orientation donnée à la mobilité doit être référée aux activités qui la composent et, plus particulièrement, aux activités de divertissement. En appréhendant la mobilité à travers l'épreuve de l'appropriation d'un nouveau service mobile, nous souhaitons donc décrire comment les utilisateurs renouvellent leurs trajets, réinventent leur manière de se déplacer, réexpérimentent leur rapport à la ville et à ses équipements technologiques, tout en s'interrogeant sur leurs propres compétences. Dans le chapitre suivant, il va s'agir d'approfondir ce questionnement en ciblant cette fois-ci la manière dont cette appropriation interfère sur les relations en public, sur les échanges proxémiques de civilité avec les co-présents.

---

<sup>359</sup> Urry, 2000 ; Sheller, Urry, 2006.





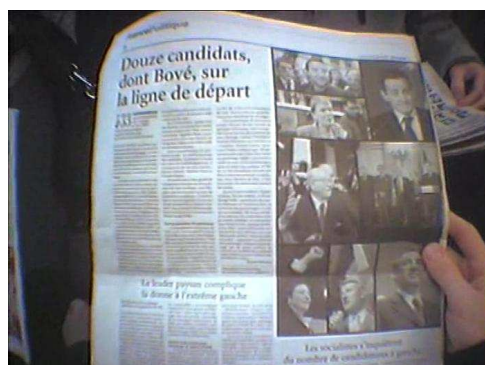
## Chapitre 6. L'ancrage public des usages en prise dans des formes de multi-activité

Au cours de la précédente partie, nous avons décrit comment le déploiement des usages de la Mobile TV était dépendant de la disponibilité des réseaux téléphoniques. Cette médiation technique a été appréhendée comme un intermédiaire jouant un rôle architecturant dans la reconfiguration des pratiques médiatiques, consécutive à l'adoption de la Mobile TV, ainsi que dans la reconfiguration des modalités de déplacement.

Nous allons maintenant décrire un autre registre de contraintes d'usage influant lui aussi sur ces deux versants. Il s'agit de l'« ancrage public »<sup>360</sup> des utilisations de la Mobile TV. En prolongeant notre perspective centrée utilisateur, l'objectif va être de saisir comment la coordination sociale entre l'utilisateur et les passagers, telle qu'elle est médiée par des échanges proxémiques<sup>361</sup> de civilité, influent sur les modalités d'usage de la Mobile TV. En guise d'introduction, prenons rapidement la mesure du questionnement qui va animer ce chapitre à travers les captures d'écran ci-dessous.



**Photo 22 : Engagement perceptif dans la réception de la Mobile TV**



**Photo 23 : Engagement perceptif dans la lecture d'un quotidien**

Il apparaît tout d'abord que le champ de vision de l'utilisateur de la Mobile TV n'est pas clôturé autour de l'écran de son téléphone multimédia. Il voit ce qui se déroule

<sup>360</sup> Morel, 2007.

<sup>361</sup> Nous qualifions ces formats de civilité de « proxémiques » en référence aux travaux de l'anthropologue Edward Twitchell Hall (1966). A travers ces travaux sur la proxémie, il a cherché à évaluer comment la distance physique entre les individus affectent les relations de communication. Il a typifié 4 zones de proximité qui vont, du proche au lointain, de la portée de main à la portée de voix : l'« intime », le « personnel », le « social » puis, la zone la plus éloignée, le « publique ». Nous convoquons donc le terme « proxémique » pour insister sur le fait que nous nous intéressons à la coordination des interactions au sein des seules situations de co-présence physique.

autour du dispositif technologique qu'il maintient au centre de son champ de vision. Si l'on se permet de comparer, ne serait-ce qu'à titre anecdotique, comment un quotidien s'inscrit dans le champ de vision de son destinataire, il ne fait aucun doute que les larges pages de ce support clôturent davantage le champ de vision du lecteur.

Et, on peut aussi noter sur ces deux captures qu'un quotidien permet à son lecteur d'« avoir le nez dans son journal », de se pencher sur lui, la tête et le regard inclinés vers le bas, alors que la taille et la légèreté des téléphones multimédia permet de regarder un programme télévisé le « nez en l'air », la tête droite et le regard orienté vers l'avant. Autrement dit, les usagers peuvent adopter des postures de réception leur permettant de maintenir un état de vigilance, tant sur ceux qui les entourent que sur l'avancement de leur déplacement. Et, le fait que cette activité puisse être maintenue le « nez en l'air » a pour conséquence de rendre l'engagement perceptif dans la réception perméable à de multiples perturbations visuelles, au premier rang desquelles se trouvent les croisements de regards avec les autres passagers.

Il s'agit du moins des deux versants de l'hypothèse que nous allons maintenant défendre. L'aisance de mouvement et la malléabilité des téléphones multimédia dans les situations d'usage permettent aux utilisateurs d'inscrire leur activité de réception de la Mobile TV dans des formes complexes de multi-activité : ils peuvent l'articuler de manière experte avec la vigilance qu'ils se doivent d'accorder à la conduite de l'activité de déplacement. Il s'agira ici de parler de formes de multi-activité<sup>362</sup>, et non de deux activités conduites parallèlement, car les multiples sollicitations produites par les co-présents et par le paysage défilant en arrière plan, viennent continuellement perturber le téléspectateur-baladeur. Nous allons décrire pas à pas les jeux de regards au sein desquels la réception de la Mobile TV vient s'enchâsser (cf. partie II et III). Mais, avant de rentrer dans ces descriptions, il convient tout d'abord de situer notre approche de l'ancrage public des usages de la Mobile TV dans le paysage des recherches qui ont abordé, de prêt ou de loin, ces questions.

---

<sup>362</sup> Datchary, 2006 ; Datchary, Licoppe, 2007.

## I. Vers une approche praxéologique de l'ancrage public des usages

Afin de positionner notre démarche, il convient de présenter les travaux consacrés à l'ancrage public des usages des fonctions communicationnelles des téléphones mobiles. Il va s'agir de préciser notre filiation avec les approches praxéologiques en résumant leur opposition vis-à-vis des travaux ayant alimenté une « panique morale »<sup>363</sup> autour de l'intronisation des conversations mobiles dans les lieux publics.

Ce parallèle avec les fonctions communicationnelles est central pour comprendre l'ancrage public des usages de la Mobile TV. En effet, lorsqu'un observateur extérieur voit un usager manipuler son téléphone, comment peut-il lire dans le comportement du téléphoniste s'il va s'engager dans un usage bruyant, en téléphonant par exemple, ou silencieux, en écoutant par exemple un programme télévisé à l'aide des oreillettes. Il convient donc de saisir à partir de quels indices, et de quels « paramètres temporels de l'observation interpersonnelle »<sup>364</sup>, les observateurs vont pouvoir catégoriser les usages observés et juger leur orientation comme intrusive ou non. Rétroactivement, il convient de décrire comment les utilisateurs vont mettre en scène leurs usages, à toute fin pratique, en visibilisant à autrui le fait qu'ils s'engagent dans des écoutes silencieuses. Ces descriptions vont nous permettre de montrer comment les usages de la Mobile TV s'inscrivent dans les échanges de regards entre les interactants et interfèrent sur leurs échanges proxémiques de civilité.

Après avoir pacifié la manière d'aborder les relations en public développées autour des téléphones mobiles, nous préciserons donc comment notre démarche vient prolonger les approches praxéologiques autour d'un questionnement ciblé sur les échanges de regard entre les usagers et ceux qui peuplent les situations de mobilité.

### 1. Vers un calme examen des relations en public

Afin de positionner notre approche, faisons un bref retour en arrière. On peut observer que la massification des usages des téléphones mobiles est intervenue « après 1995 et jusqu'à aujourd'hui »<sup>365</sup>. C'est pourquoi :

---

<sup>363</sup> Morel, 2007, p.19.

<sup>364</sup> Sudnow, 1972.

<sup>365</sup> Bardin, 2002, p. 100.

« Dès 1995, un article du Monde (M1<sup>366</sup>) traite de la profanation des lieux de paix, des protestations des non-usagers, alors majoritaires. Ce désordre social engendre des interdictions et des mesures préventives : définition de zones interdites, comme les bibliothèques ou les compartiments « voyageur » dans les trains (F1<sup>367</sup>), messages diffusés au cinéma pour éteindre son téléphone avant le film (F2<sup>368</sup>). Outre des règles de savoir-vivre facilité par l'utilisation du renvoi d'appel, du mode vibreur, de la fonction « texto » (M2<sup>369</sup>), le code de bonne conduite préconise de parler calmement et à voix basse (M3<sup>370</sup>). »<sup>371</sup>

A travers cette citation, il s'agit de raviver les débats suscités par l'intronisation des usages des téléphones portables dans les lieux publics car, comme Julien Morel le dit, « la forte polémique accompagnant le développement de la téléphonie mobile correspond en bien des points à ce que S. Cohen a appelé une « panique morale »<sup>372</sup> (« moral panic » ou « folk devils »). Celle-ci peut être sommairement définie comme une réaction collective assez forte visant à alerter l'opinion sur une menace, un risque... affectant l'ordre social ou les valeurs de la société dans son ensemble »<sup>373</sup>. C'est pourquoi, « jusqu'à présent, ce sont surtout des aspects problématiques de l'intégration du mobile dans l'espace public qui ont guidé de nombreuses recherches »<sup>374</sup>. Ces aspects problématiques sont nombreux tant l'intronisation des conversations téléphoniques dans les lieux publics a pu inciter les individus à questionner le positionnement des « bornes entre le convenable et l'inconvenant »<sup>375</sup>.

Parmi ces aspects, on peut tout d'abord relever ceux qui modifient l'ambiance des lieux publics par leur « nuisance sonore »<sup>376</sup>. Cette nuisance ne peut pas être réduite au simple bruit, au sens de Goffman, c'est-à-dire les « bruits qui envahissent et s'imposent, comme si celui qui les produit exigeait un trop grand espace sonore »<sup>377</sup>. Il ne s'agit pas simplement du dérangement suscité par le bruit des sonneries, dans les restaurants par exemple<sup>378</sup>. Le « parler fort » dépasse les bornes, il devient « vulgaire » et « grossier » dans la mesure où son intrusivité contraint les co-présents à une forme d' « écoute

<sup>366</sup> (M1) : Le Monde, 15/04/95 « Allô, allô, le téléphone mobile s'est installé chez les Français ».

<sup>367</sup> (F1) : Le Figaro, 14/10/99 « Incorrigibles portables ».

<sup>368</sup> (F2) : Le Figaro, 07/07/99 « Le téléphone portable ».

<sup>369</sup> (M2) : Le Monde, 17/11/96 « Comment téléphoner partout sans déranger ni être dérangé ».

<sup>370</sup> (M3) : Le Monde, 28/06/02 « Les téléphones portables divisent les usagers de la SNCF ».

<sup>371</sup> Martha, Coulon, Souville, Griffet, 2006, p. 277.

<sup>372</sup> Cohen, 1972.

<sup>373</sup> Morel, 2007, p.19.

<sup>374</sup> Ibid.

<sup>375</sup> Ling, 1997 ; citation extraite de la traduction réalisée par Marc Relieu : Ling, 1998.

<sup>376</sup> Goffman, 1973.

<sup>377</sup> Ibid. (p. 59 de la réédition de 2004).

<sup>378</sup> Ling, 1997.

clandestine<sup>379</sup> » forcée. C'est donc l'impudeur des téléphonistes qui est mise en cause car ils « chargent l'air avec des problèmes privés »<sup>380</sup> lorsqu'ils entretiennent à voix haute des conversations privées, habituellement tenues hors des lieux publics. Autrement dit, dans ces situations, le téléphoniste « privatise l'espace public » et fait preuve d'une « certaine absence sociale, où il y a peu de place pour les autres contacts sociaux »<sup>381</sup>. Ce repli sur lui-même du téléphoniste, qui semble ne plus habiter son corps tant sa conversation distante le coupe du lieu où il se trouve, a pu être assimilé à une forme de comportement « autistique »<sup>382</sup>. Certains chercheurs<sup>383</sup> vont à l'encontre de cette idée en considérant que les conversations privées ont toujours pris place dans les lieux publics (on peut par exemple penser aux terrasses de café), bien avant l'intronisation des téléphones portables, et les individus ont toujours su confiner, et tolérer, ces espaces propices à l'entretien de conversations privées perméables aux écoutes clandestines.

Il apparaît clairement que ces premiers aspects sont relatifs aux nuisances, avant tout sonores, générées par le téléphoniste dans son environnement immédiat. C'est pourquoi cette synthèse des reproches adressés aux téléphonistes rend saillante la question qui se pose à nous : est-ce que l'intronisation des usages de la Mobile TV dans les lieux publics, et plus particulièrement dans les transports en commun, pose autant de problèmes, aux utilisateurs et à ceux qui les entourent, que les premiers usages des fonctions téléphoniques des téléphones mobiles ? Dans quelle mesure est-ce que ces usages contribuent, à nouveaux frais, à déplacer les « bornes entre le convenable et l'inconvenant »<sup>384</sup> ?

D'autres aspects problématiques existent. Nous allons également les synthétiser pour inscrire notre démarche dans la continuité de ce champ de recherche sur l'ancrage public des usages des téléphones mobiles. En effet, l'observation de ces nuisances permet aux analystes d'adresser d'autres reproches aux téléphonistes, aux conséquences sociales plus vastes. Francis Jauréguiberry est le premier à avoir exploré ces conséquences en croisant, dans la lignée de la méthode de l'intervention sociologique tourainienne<sup>385</sup>, « les discours des acteurs et les analyses des chercheurs » afin de créer un « espace artificiel

---

<sup>379</sup> Ling, 1997 ; citation extraite de la traduction réalisée par Marc Relieu : Ling, 1998.

<sup>380</sup> Puro, 2002, p. 23.

<sup>381</sup> *Ibid.*

<sup>382</sup> *Ibid.*, citant Kopomaa (2000).

<sup>383</sup> Lasen, 2003 ; Morel, 2007.

<sup>384</sup> Ling, 1997 ; citation extraite de la traduction réalisée par Marc Relieu : Ling, 1998.

<sup>385</sup> Jauréguiberry, 1996.

dont l'objectif est de renforcer chez les acteurs les capacités d'analyse et de réflexion »<sup>386</sup>. Il a montré comment les bornes du convenable se sont déplacées peu à peu par un phénomène de mimétisme : voyant que les autres téléphonistes émettent sans gêne des appels intrusifs, les récalcitrants ont calqué leur comportement sur ces « conduites « égoïstes » (...) de telle sorte qu'un sans gêne de la téléphonie mobile paraît s'installer partout »<sup>387</sup>. Cette contagion des conduites égoïstes n'est pas uniquement liée à une participation déculpabilisée aux échanges de « civilité proxémique »<sup>388</sup>, elle est aussi liée à l'« ubiquité médiatique »<sup>389</sup>, au besoin de rester connecté aux autres. Autrement dit, pour garantir leur joignabilité, pour rester insérés dans leurs réseaux personnels et les développer davantage, les individus ont peu à peu repoussé les frontières de la civilité en négligeant les relations avec les individus co-présents au profit des proches distants<sup>390</sup>. Il apparaît dès lors que c'est bien le sentiment d'une « ubiquité médiatique »<sup>391</sup> qui est central ici car la déréalisation des contraintes spatio-temporelles, rendue possible par les conversations et les coordinations<sup>392</sup> à distance, participe à l'avènement d'« un temps nouveau : temps mondial où la simultanéité des actions devrait bientôt l'emporter sur leur successivité »<sup>393</sup>. Ce dédoublement du temps crée de l'urgence, de l'immédiateté, de la connectivité<sup>394</sup> et incite les individus à outrepasser les bornes de la cordialité des échanges proxémiques de civilité.

C'est du moins un constat qui se défend mais qui résiste mal, selon nous, à « un calme examen des faits de sociétés »<sup>395</sup>. En effet, les co-présents se donnent bien souvent les moyens, explicites ou non, d'arranger leurs affaires courantes, *a fortiori* aujourd'hui depuis que la plupart d'entre eux ont un téléphone mobile glissé dans leur poche. C'est du moins ce que nous allons nous attacher à décrire :

---

<sup>386</sup> Dubet, 1987, p. 53

<sup>387</sup> Jauréguiberry, 1998.

<sup>388</sup> *Ibid.*

<sup>389</sup> Jauréguiberry, 1996.

<sup>390</sup> Townsend, 2000.

<sup>391</sup> Jauréguiberry, 1996.

<sup>392</sup> Townsend voit dans la télépathie une métaphore de la dynamique temporelle des coordinations téléphoniques : « *It is interesting that the Finnish phone company Nokia's technology evangelists see the realization of "practical telepathy" one day as a result of microscopic mobile phones implantable under the skin. While this is certainly a stretch of the imagination, that it is even a conceivable metaphor (and a convincing one) underscores the degree of shift in the temporal dynamics of telecommunication.* » Townsend, 2000, p. 14.

<sup>393</sup> Paul Virilio, 1998.

<sup>394</sup> Jauréguiberry, 1996, 1998.

<sup>395</sup> Quéré, 2002.

*« Les usagers, avec la participation éventuelle des personnes coprésentes, vont ajuster la pratique en fonction de leur contexte. Que l'observation des usages fasse apparaître des éléments problématiques (ce qui arrive) ou non (ce qui est finalement fréquent) importe assez peu. Dans les deux cas, nous chercherons à montrer comment les individus, dans le détail d'actions et d'interactions, définissent et organisent les usages du portable en fonction des attentes normatives qu'ils entretiennent entre eux, au regard de leurs activités en cours et, plus largement, selon leur cadre public. »<sup>396</sup>*

Afin de poursuivre ce programme de recherche, attentif à la configuration des modalités d'usage des TIC en fonction des échanges proxémiques de civilité, nous devons tout d'abord rapprocher notre démarche des travaux ethnométhodologiques relatifs aux usages des walkmans.

## **2. Des écouteurs à l'écran : le téléspectateur-baladeur**

Nous venons de synthétiser le champ des recherches ayant abordé les nuisances générées par les conversations téléphoniques dans les lieux publics. Ce point de départ est incontournable. Seulement, le service qui nous intéresse ici, la Mobile TV, semble alimenter des logiques d'usages bien plus proches des usages du walkman que de celles des fonctions téléphoniques mobiles.

En effet, on peut tout d'abord noter que la réception de la Mobile TV est souvent médiatisée par le port des écouteurs. Ce dispositif contribue dès lors à contraindre les nuisances sonores émises par l'utilisateur. Et, ce truisme mérite d'être rappelé, à la différence des utilisateurs engagés dans une conversation téléphonique, rares sont les usagers de la Mobile TV qui s'adressent à voix haute à leur petit écran. Cette activité silencieuse semble dès lors peu intrusive. On peut donc faire l'hypothèse que l'ancrage public de ces usages se rapproche de celui des écoutes du walkman. Il est plutôt régulé par des échanges de regards sans que les co-présents aient besoin d'interpeller verbalement l'utilisateur pour lui signifier qu'à travers son écoute, il dépasse les bornes du convenable.

Au-delà du fait que la réception de ce service est médiatisée par le port des écouteurs, on peut noter une deuxième différence qui le distingue des fonctions téléphonées. En effet, comme les travaux ayant tracé les trajectoires déambulatoires des

---

<sup>396</sup> Morel, 2002, p. 53.



téléphonistes le montrent, les communications téléphoniques restent bien souvent cloisonnées dans un espace<sup>397</sup>. Autrement dit, rares sont ceux qui parcourent de longues distances tout en téléphonant. Bien sûr cela arrive mais ce comportement n'est pas aussi récurrent qu'autour des utilisations du baladeur. L'écoute musicale en mobilité est déployée en ce sens, pour accompagner la marche durant l'ensemble du trajet, quel que soit le mode de transport emprunté. Et là encore, le port des écouteurs est central car c'est bien ce dispositif qui permet à l'auditeur-baladeur de maintenir son écoute lorsqu'il traverse des ambiances urbaines bruyantes. Il en va de même avec la Mobile TV dans la mesure où son utilisation est souvent maintenue entre différentes situations (changement de métro, transition entre le métro et le bus...). Là encore, il nous paraît plus judicieux de suivre la perspective des études sur les usages des walkmans car elles articulent étroitement cette dimension des échanges proxémiques de civilité avec la dimension des mobilités urbaines.

En effet, un rapide tour d'horizon de ces travaux permet d'observer qu'ils ont d'emblée ciblé les effets des usages du walkman sur les déplacements et, plus généralement, sur la perception que peuvent avoir les « auditeurs-baladeurs<sup>398</sup> » de l'environnement urbain. La spécificité de cette sociologie des usages, telle qu'elle a été développée au début des années 1980 par un chercheur japonais<sup>399</sup>, est de croiser la dimension de l'appropriation technique des walkmans avec les effets que la réception des contenus musicaux génère sur la perception des situations. Il est dès lors intéressant de noter, rétrospectivement, que la problématique des nuisances sonores tient une place totalement marginale dans ces lectures pionnières de l'ancrage public des usages du walkman. L'orientation de ces premiers travaux ne peut être comprise si l'on ne prend pas en compte le rôle des écouteurs, cet intermédiaire technique qui isole l'auditeur, contraint la diffusion des sons et atténue l'incivilité des usages :

*« Ainsi, se déplacer avec des écouteurs sur les oreilles ne se donne pas seulement comme une forme parmi d'autres de mobilité mais questionne le sens même de cette notion. Pour l'auditeur-baladeur être mobile ne consiste pas simplement à cheminer dans l'espace avec son corps ; cela signifie plus fondamentalement se situer "entre-deux", opérer la conjonction et la coordination de registres hétérogènes de l'expérience (déplacement, écoute, interaction avec autrui), déstabiliser des repères pour en trouver d'autres. Il s'agit par exemple de trouver un accord entre les voix du walkman et celles*

---

<sup>397</sup> Morel, 2002, 2007.

<sup>398</sup> Thibaud, 1994 A.

<sup>399</sup> Hosokawa, 1983, 1984.

*de la ville ou de composer l'oreille et le pas. Le paradigme spatial de la mobilité ne prend alors de sens que si on le rapporte à l'acte de marcher en tant qu'il articule des espaces et des présences. Plus que l'état du parcours ou la cartographie du trajet, c'est l'action de cheminer en musique, de se laisser traverser par elle et de prêter son corps aux voix du baladeur qui donne la teneur du déplacement. »<sup>400</sup>*

Il apparaît clairement ici comment le regard est centré sur l'utilisateur, sur son expérience de l'écoute, les modifications de ses états de conscience<sup>401</sup>, son « pas chanté »<sup>402</sup>, les dispositifs permettant d'ajuster le volume musical aux fluctuations sonores des ambiances urbaines<sup>403</sup>, sur la convergence entre les rythmes sonores et les rythmes corporels lors du déplacement. En d'autres termes, la médiation des écouteurs, en coupant partiellement l'usager de l'environnement urbain et de ceux qui le peuplent, incite les analystes à accorder une place centrale à l'expérience musicale en mobilité. Dans cette optique, la question des nuisances sonores liées à l'ancrage public des usages n'est pas occultée, elle devient simplement secondaire. La dimension qui prime, du point de vue des formes de la civilité proxémique, est celle des messages implicites que celui qui porte des écouteurs adresse aux personnes environnantes. Il se met à la marge de la vie sociale, en se désolidarisant de la « réciprocité des perspectives »<sup>404</sup> puisqu'il n'entend pas les mêmes choses que ceux qui l'entourent, sans pour autant s'en exclure<sup>405</sup>.

Nous allons nous rapprocher de ce programme de recherche en questionnant à nouveaux frais les formes de la civilité proxémique entretenues autour des usages des services multimédias<sup>406</sup>, et plus précisément de la Mobile TV. Par rapport à l'auditeur-baladeur, qu'en est-il de l'utilisateur de la Mobile TV qui se coupe, lui aussi, de la réciprocité des perspectives tant sur un plan sonore que visuel, puisqu'il ne voit pas les mêmes choses que les autres lorsqu'il regarde un programme télévisé. Ou, du moins, il n'accorde pas la même vigilance visuelle sur ce qui l'entoure. En d'autres termes, nous allons prendre comme prétexte une innovation technologique pour décrire un engagement perceptif, un rapport aux autres et aux environnements urbains, déjà expérimentés par les lecteurs-auditeurs-baladeurs, ceux qui lisent dans les transports en commun en gardant leurs écouteurs visés aux oreilles.

---

<sup>400</sup> Thibaud, 1994 A.

<sup>401</sup> Cave, Cotten, 1984.

<sup>402</sup> Thibaud, 1994 B.

<sup>403</sup> Thibaud, 1992, 1994 A.

<sup>404</sup> Cf. une étude qui traite de la quasi-rupture de la « réciprocité des perspectives » (Schütz, 1987, 2007) chez les auditeurs-baladeurs (Pecqueux, 2008).

<sup>405</sup> Kouloumdjian, 1985.

<sup>406</sup> Cf. une étude sur l'écoute musicale développée autour des téléphones multimédia, Pecqueux, 2009.

A la différence des écoutes musicales en situation de mobilité, cette perspective va nous permettre d'interroger les régimes visuels mobilisés par les interactants afin de coordonner leurs conduites. Comme l'auditeur-baladeur a tout le loisir de regarder autour de lui lors de ses écoutes, il est relativement complexe de tracer la distribution de ses coups d'œil. Il n'en va plus de même avec une activité focalisée comme la réception télévisuelle sur les téléphones mobiles puisqu'il est possible de cibler les phases de « décrochage »<sup>407</sup>, lorsque le téléspectateur-baladeur lève la tête et regarde autour de lui.

### **3. Décrire l'ancrage public des usages à travers l'écologie des régimes visuels**

Afin d'appréhender l'ancrage public des usages de la Mobile TV, nous proposons de prendre comme observatoire les régimes visuels mobilisés par les interactants pour coordonner leurs conduites lors de leurs déplacements dans les transports en commun. Et, pour saisir ces échanges de regards, il s'agit ici d'observer les phases de décrochage, lorsque l'utilisateur regarde autour de lui et entre, de fait, en contact visuel avec les autres passagers.

Pour tracer l'organisation de ces régimes visuels, nous allons suivre une perspective ethnométhodologique que nous déploierons en appui sur les enregistrements vidéo recueillis. C'est à ce moment là que nous expliciterons les différentes notions autour desquelles nous avons organisé nos descriptions. A ce stade introductif, contentons-nous pour l'instant d'explicitier les trois principaux registres de questions à partir desquels les phases de « décrochage » vont être appréhendées :

a. Quand est-ce que l'utilisateur va se désolidariser visuellement de l'écran ? Y a-t-il des phases particulières susceptibles de nous aider à comprendre quand est-ce que l'utilisateur va regarder autour de lui ? Dans quelle mesure est-ce que ces phases sont indexées sur la programmation télévisuelle, comme dans l'éventualité où l'individu regarderait autour de lui lors d'une coupure pub ? Dans quelle mesure sont-elles indexées sur le déplacement ? Autrement dit, l'utilisateur décroche-t-il de l'écran à des moments stratégiques du déplacement : les arrêts en station, l'approche prévisible d'un panneau

---

<sup>407</sup> Bertrand, De Gournay, Mercier, 1988, p. 121. Cette étude montre que les phases de décrochages sont centrales pour étudier les logiques de zapping. Nous la prolongeons en considérant que ces décrochages ne renvoient pas qu'aux phases où le récepteur se désolidarise du programme. Elles visibilisent aussi la distribution de l'économie attentionnelle dans des formes de multi-activité.

indiquant le nom d'une station, etc. ? Dans quelle mesure ces décrochages sont-ils indexés sur les modalités de coordination entre co-présents comme, par exemple, quand l'utilisateur regarde celui qui s'assoit sur un siège limitrophe ?

b. Comment l'utilisateur va-t-il réaliser ce type de décrochages ? S'agit-il de simples coups d'œil ou de regards prolongés ? Fixe-t-il les autres passagers du regard ou évite-t-il cordialement de les croiser des yeux ? Conserve-t-il son téléphone dans la même « position de réception » ou l'inscrit-il dans le prolongement de ses coups d'œil ?

c. Pourquoi effectue-t-il ces décrochages ? Que regarde-t-il ? A quelle fin ? Est-ce pour se coordonner avec des interactants ? Pour les surveiller ? Ou, est-ce plutôt pour rechercher des indications sur l'avancement de son déplacement ?

Nous venons donc de présenter les trois principaux registres de questions (quand, comment et pourquoi) qui vont être abordés pour décrire les phases durant lesquelles les usagers se désolidarisent de leur écran. A travers la description de ces décrochages, l'idée sous-jacente étant bien entendu de saisir l'ancrage public des usages. Comme les échanges proxémiques de civilité dans l'espace public sont avant tout visuels, il convient de se focaliser sur les moments où l'utilisateur se désolidarise de l'écran pour saisir comment son utilisation s'inscrit dans le commerce des regards. C'est ce que nous allons maintenant nous employer à faire en commençant par décrire deux modalités d'ancrage public des usages (cf. Partie II, p. 281). Puis, nous montrerons comment ces deux modalités viennent s'encadrer dans des formes de multi-activité (cf. Partie III, p. 314).

## **II. Les deux modalités d'ouverture des usages**

Afin de saisir l'ancrage public des usages de la Mobile TV, il convient de commencer par décrire comment l'utilisateur s'installe dans son utilisation. Sur le modèle de l'appelant qui regarde autour de lui avant d'initier un appel téléphonique, il s'agit de comprendre comment l'utilisateur va négocier l'ancrage de son usage dans un lieu public. Cet ancrage prend deux formes sensiblement différentes que nous allons traiter séparément même si elles ne sont pas opposables.

Il y a tout d'abord la modalité d'ancrage que l'on peut qualifier d'introductive. Elle caractérise une ouverture des usages spécifique, quand l'utilisateur sort son téléphone une fois qu'il est installé dans une situation. Nous allons par exemple nous intéresser à la

façon dont une utilisatrice initie sa connexion à la Mobile TV une fois qu'elle a pris place dans le RER. En suivant ses mouvements corporels, les coups d'œil qu'elle déploie pour balayer l'espace environnant, il va s'agir de décrire comment elle présente son utilisation à la curiosité des autres passagers et négocie le caractère intrusif de leurs regards intrigués. Dès lors, cette modalité d'ancrage est « introductive » à plus d'un titre. Elle renvoie à l'introduction d'une utilisation dans une situation, à l'introduction d'un usage pionnier dans un commerce des regards devant être régulé localement et à l'introduction d'une utilisation du téléphone multimédia qui initie le plus souvent toute une chaîne d'usages.

En effet, comme nous l'avons déjà décrit, une fois que les utilisateurs ont sorti leur téléphone pour regarder la Mobile TV au cours de leur déplacement, ils bifurquent ensuite d'une fonction à l'autre, notamment lors des changements de situation. Dès lors, l'ancrage de leurs usages devient sensiblement différent quand il s'inscrit dans ce chaînage des utilisations. Par exemple, lorsque les utilisateurs franchissent les portes du métro en ayant leur téléphone multimédia en main, ils définissent d'emblée la situation autour de la publicisation de leur utilisation. C'est pourquoi nous nous intéresserons dans un second temps à cette modalité d'ancrage des usages que nous qualifierons de « transitionnelle ».

## **1. La modalité d'ancrage introductive.**

Il s'agit maintenant de décrire ce qui peut être perçu comme une « banalité renversante »<sup>408</sup> en procédant à une « suspension de l'inattention aux choses qui vont de soi »<sup>409</sup>. La force de cette banalité tient au fait qu'elle se retrouve dans tous les usages filmés puisque, pour regarder la Mobile TV, il faut bien que l'utilisateur sorte son téléphone multimédia à un moment où à un autre, d'une manière ou d'une autre. Nous allons partir de là en reprenant le trajet de L., analysé dans le chapitre précédent, pour entrer dans ces dimensions le plus rapidement possible, dans la continuité des analyses antérieures.

Dès lors, après avoir décrit comment L. déploie ses usages de la Mobile TV en recherchant les éléments situés visibilisant la disponibilité du réseau téléphonique, il

---

<sup>408</sup> Cf. une note de lecture relative à l'ouvrage de Thibaud (2002) : <http://www.cndp.fr/RevueDees/notelecture/200311-04.htm>

<sup>409</sup> Quéré, 1992.

convient maintenant de s'intéresser à l'ancrage public de ses utilisations. Pour atteindre cet objectif, nous avons affiné la retranscription de la séquence vidéo présentée précédemment afin de visibiliser ses mouvements corporels, notamment ses mouvements de tête et ses coups d'œil, tels qu'ils peuvent être perçus à l'aide des lunettes caméra (cf. Modalité d'ancrage introductive, p. 396). Cette séquence de 3 minutes et 14 secondes est intéressante à plus d'un titre.

Au-delà de ce qu'elle nous apprend sur les « coups d'œil »<sup>410</sup>, elle a également retenu notre attention en raison des considérations méthodologiques qu'elle pose. En effet, comme nous allons décrire les échanges de regards entre les usagers et les passagers des transports en commun, il convient de visibiliser les incidences de notre dispositif méthodologique sur ces interactions visuelles. Or, il faut bien le reconnaître, les lunettes caméra, comme toute paire de lunettes, ne flattent pas tous les visages au point que trois participants ont décidé de ne plus participer à cette étude pour ne plus avoir à les porter en public. Malgré l'aspect disgracieux de ces lunettes, on ne peut pas pour autant dire qu'elles viennent dénaturer les interactions visuelles entre les co-présents car, comme la séquence vidéo découpée le montre, les échanges de regards entre la participante et les personnes environnantes sont extrêmement rares. Autrement dit, les « *spy glasses* » jouent leur fonction, en invisibilisant le fait qu'elles servent à filmer, et ne perturbent pas les interactions visuelles<sup>411</sup>. Si ce seul exemple paraît bien relatif pour prouver que les lunettes caméra n'attirent pas l'attention malgré leur aspect disgracieux, il va avant tout nous permettre de montrer à quel point les échanges de regards fixes, entre le détenteur d'un téléphone multimédia et les passagers, sont rares.

Et, au-delà de ce premier aspect, cette séquence nous paraît pertinente pour visibiliser une autre incidence de notre dispositif méthodologique. Puisque la participante a pour tâche de filmer ces usages de la Mobile TV durant ses déplacements, elle n'est pas seulement engagée dans l'activité de manipulation et de visualisation de la Mobile TV mais dans l'activité, davantage réflexive, de filmer son utilisation de la Mobile TV. Nous visibilisons cette dimension afin de montrer comment la participante est contrainte d'agencer convenablement les câbles des lunettes caméra pour pouvoir déployer son usage du téléphone multimédia. Il ne s'agit pas pour nous d'occulter l'impact que peut

---

<sup>410</sup> Sudnow, 2002, p. 76.

<sup>411</sup> L'appellation « *spy glasses* » (lunettes espion) est souvent reprise par les professionnels qui commercialisent ces lunettes. Ils renvoient explicitement leur usage au journalisme d'investigation en « caméra cachée ».

avoir notre dispositif méthodologique sur la conduite de son activité dans le but peu avouable de ne pas discréditer notre démarche.

Bien au contraire, ces interférences doivent être assumées et assimilées à une modalité de « breaching »<sup>412</sup>. Sur un plan procédural, elles désordonnent, désorganisent, ou plutôt emmêlent, les modalités d'utilisation habituelles de la Mobile TV en obligeant la participante à agencer sa zone d'utilisation « à toute fin pratique ». Et, comme nous allons le voir, cette désorganisation induite par les lunettes caméra ne se joue pas uniquement sur un plan procédural. Le temps que la participante consacre à l'agencement des câbles du dispositif la contraint à justifier l'« incongruité » de sa démarche, au regard des attentes normatives des co-présents. Comment peut-elle invisibiliser la transgression du droit à l'image que nous l'avons incitée, implicitement, à opérer ? C'est du moins ce que montre cette séquence. C'est pourquoi, elle nous est apparue intéressante à analyser sur le plan méthodologique et sur le plan des échanges proxémiques de civilité. Dès lors, décrivons maintenant la banalité renversante de cet extrait.

*a) Ne pas regarder et faire « être comme tout le monde »*

Cette séquence vidéo montre que, tout en chaussant les lunettes caméra quelques centièmes de secondes après avoir lancé l'enregistrement (00.00.63), l'utilisatrice balaye immédiatement du regard la rame de RER (cf. : Modalité d'ancrage introductive, p. 396). Comme on peut l'observer à ce moment là (cf. la capture d'écran ci-dessous), les personnes environnantes sont affairées : la jeune femme, située en face d'elle sur sa droite, rédige un SMS et l'homme, lui faisant face sur sa gauche, lit. Il ne nous est pas possible de savoir si elle a attendu ce moment opportun pour revêtir les lunettes caméra. En revanche, nous pouvons observer qu'elle n'a pas regardé autour d'elle avant, pendant et après le moment où elle a sorti son téléphone (00.18.08).

---

<sup>412</sup> Garfinkel, 1967. Même si nous n'avons pas produit ces interférences de manière délibérée, nous pouvons considérer rétrospectivement que « (...) le fait de savoir comment les structures des activités quotidiennes sont produites de manière routinisée devrait nous indiquer comment procéder pour les troubler », Garfinkel, 2007, note 2, p. 100. La présence des câbles de lunettes caméra jette le trouble sur un plan pratique et moral car les participants doivent justifier, de manière implicite au regard d'autrui, la présence de ces câbles car ils forment les indices de la transgression du droit à l'image.



### Coup d'œil sur la normalité des apparences

L'introduction de ce support « désactivé », dans ce lieu public, ne semble en rien problématique pour cette participante. Le fait qu'elle déploie son usage sans regarder autour d'elle atteste la normalité perçue de cet événement :

*« L'acteur social réagit non seulement à la perception qu'il a du comportement, des sentiments, des motifs, des relations et autres caractéristiques socialement organisées de la vie qui l'entourent mais aussi à la normalité perçue de ces événements. »<sup>413</sup>*

Autrement dit, cette participante, en ne regardant pas autour d'elle, ne se fie pas à la perception (directe) du comportement de la femme qui lui fait face. Elle n'a pas besoin de croiser son regard, d'essayer de lire ses sentiments, voire son assentiment, sur son visage pour percevoir le caractère « normal » et « moral » de son acte. Elle s'en remet à la normalité perçue de cet acte qui, du fait qu'il ne soit pas « incongru »<sup>414</sup>, ne suscite pas de réaction de défiance de la part des personnes environnantes. Il s'inscrit par son apparence normale dans (et bénéficie de) « cette confiance préalable (qui) est considérée comme une composante déjà donnée de la vie sociale »<sup>415</sup>.

Une telle conception praxéologique de la confiance permet de prendre en compte le fait que la relation de confiance, entre inconnus qui s'ignorent cordialement, procède de la « normalité des apparences ». Tant que la normalité des apparences est maintenue et que l'acte n'apparaît pas comme incongru, il conserve les « valeurs de normalité »<sup>416</sup> et maintient la relation de confiance implicite et préalable à la vie sociale.

<sup>413</sup> Garfinkel, 1963. Traduction extraite de Thibaud, 2002, p. 32.

<sup>414</sup> Thibaud, 2002, p.34.

<sup>415</sup> Quéré, 2001, p.150.

<sup>416</sup> Quéré, 2001, p. 148.



*« Cet argument est que la confiance réciproque que peuvent s'accorder les membres anonymes d'une collectivité procède du fait qu'ils se fient les uns aux autres pour connaître les « faits naturels de la vie en société en tant que moralité » et y souscrire et qu'ils peuvent tester la pertinence et la validité de cette confiance dans le cours même de l'action en train de s'accomplir. Cette confiance est essentielle, car d'elle dépend la possibilité d'interpréter pareillement les circonstances et les événements, et de leur attribuer des « valeurs de normalité » – ces faits naturels de la vie et les attentes les concernant servent en effet de schèmes partagés d'interprétation. »<sup>417</sup>*

Dès lors, il n'est pas étonnant que cette séquence vidéo nous confronte à une banalité renversante. Le fait que la participante ne regarde pas autour d'elle avant, pendant et après l'introduction de son téléphone mobile dans ce lieu public, témoigne du fait qu'il s'inscrit parfaitement sous l'horizon des « attentes » et de la « compréhension d'arrière-plan »<sup>418</sup> constitutives des attitudes de la vie quotidienne. Ceci est ici d'autant plus manifeste qu'elle a pu observer, avant de sortir son téléphone, que la jeune femme située face à elle rédigeait un SMS (00.00.63). Rien de plus banal, en somme, qu'elle sorte également son téléphone et qu'elle le sorte comme une « personne quelconque, mais comme quelqu'un qui a pour activité, pour préoccupation constante, de faire « être comme tout le monde »<sup>419</sup>, tel un travail d'invisibilisation de l'incongruité de son activité visant à filmer ses usages de la Mobile TV pour les soumettre, en différé, au regard d'un observateur distant. Dès lors, comme l'évidence et la banalité vont en ce sens, nous pouvons amorcer ici la critique que nous développerons par la suite, à savoir l'impossibilité de comparer les modalités d'ancrage public des usages de la Mobile TV avec celles qui ont alimenté une « panique morale »<sup>420</sup> autour des conversations téléphoniques<sup>421</sup>.

### *b) Les écouteurs comme dispositif de politesse*

Pour accomplir la tâche consistant à sortir son téléphone de son sac, elle regarde devant elle, le regard orienté vers l'objet de son attention (cf. Photo 24). Puis, elle réordonne rapidement son sac (00.20.75), en ayant là encore la tête légèrement baissée

---

<sup>417</sup> *Ibid.*

<sup>418</sup> Garfinkel, 1967, chapitre 2.

<sup>419</sup> Sacks, 1992. Traduction extraite de Thibaud, 2002, p.202.

<sup>420</sup> Morel, 2007.

<sup>421</sup> Précisons toutefois qu'il est possible que les risques sanitaires, liés à l'utilisation prolongée des téléphones mobiles, modifient la donne. Il est en effet envisageable que la réception de la Mobile TV puisse être stigmatisée en raison de l'exposition forcée aux ondes électromagnétiques dans laquelle elle plonge les co-présents à proximité immédiate.

pour regarder à l'intérieur, avant d'attraper les écouteurs qu'elle a disposés sur le siège de droite avant de lancer l'enregistrement (cf. Photo 25). A travers ce mouvement de tête vers la droite, qu'elle accomplit à toute fin pratique pour percevoir les écouteurs et les attraper, elle maintient une vigilance on ne peut plus ordinaire sur son environnement immédiat. En se tournant légèrement au moment où elle saisit ses écouteurs, elle ne peut que voir la jeune femme située à sa droite sans pour autant visibiliser le fait qu'elle l'a vue, en lui adressant un rapide coup d'œil par exemple.



Photo 24 : L. sort son téléphone



Photo 25 : L. attrape ses écouteurs

Cette modalité d'ancrage introductive de son usage semble s'inscrire dans la forme de politesse que Goffman a baptisée « inattention civile »<sup>422</sup>. A travers cette expression Goffman cherchait à caractériser la forme de sensibilité qu'entretiennent entre eux des anonymes dans l'espace public.

*« Il soulignait ainsi qu'à la différence des interactions en face à face, qui requièrent une coordination permanente ainsi qu'une attention mutuelle forte basée sur une perception mutuelle, les relations en public se caractérisent par des formes de « courtoisie visuelle », qui, comme le coup d'œil, permettent aux passants par exemple de reconnaître la présence d'autrui, tout en acceptant son indétermination foncière »<sup>423</sup>. (...)*

*« L'inattention civile est une forme de sociabilité, un mode d'organisation de la co-présence. Elle consiste à créer de la distance entre les personnes, à se rendre poliment étranger les uns aux autres, à s'installer dans une extériorité des uns par rapport aux autres, à instaurer une a-propriété mutuelle. »<sup>424</sup>*

<sup>422</sup> Expression reprise de la traduction française (Goffman, 2004) de l'expression originale « *civil inattention* » (Goffman, 1963, 1973). Cette expression est parfois traduite par « inattention polie », voire par « éloignement poli » (Giddens, 2004, p. 86 - 87).

<sup>423</sup> Relieu, Quéré, 2001, p.5.

<sup>424</sup> Quéré, Brezger, 1993, p. 91.

Cette inattention civile se retrouve avant tout dans « le flot du trafic piétonnier »<sup>425</sup> dans la mesure où les passants coordonnent leurs trajectoires<sup>426</sup> déambulatoires par l'échange de « brefs coups d'œil »<sup>427</sup>. Si un passant peut déambuler en adressant un regard « non motivé », « non dirigé »<sup>428</sup>, il n'en va pas de même quand il adresse des « coups d'œil » car, pour coordonner sa démarche et éviter les collisions, son regard entre « dans la catégorie des « regards dirigés » »<sup>429</sup> qui sont motivés et qui sont destinés à visibiliser ce qu'il a « vu ». A travers eux, il visibilise, aux passants qu'il s'apprête à croiser, le fait qu'il a pris en compte leur présence ainsi que l'orientation de leur « trajectoire déambulatoire »<sup>430</sup>. Cet échange de regard est qualifié de poli en raison de sa brièveté. Un bref coup d'œil permet au passant de visibiliser à autrui le fait qu'il l'a vu sans lui témoigner un intérêt insistant, par un « regard prolongé », qui marquerait un manque de cordialité. Autrement dit, pour Goffman, cet échange reste poli dans la mesure où l'acteur s'applique « à faire semblant de s'occuper de ses propres affaires »<sup>431</sup> par « une démonstration soigneusement orchestrée de ce qu'on pourrait appeler « éloignement poli » »<sup>432</sup>. Cette inattention civile dissimule donc « une structure de collaboration »<sup>433</sup> dont l'acteur peut se saisir, en stratège, pour voiler ses intentions malveillantes (voir l'exemple de l'espion ou du pickpocket<sup>434</sup>) ou, de manière plus courante, pour transmettre des « signes du lien »<sup>435</sup>. Par exemple, un passant ayant aperçu sur sa trajectoire un mendiant peut passer à côté de lui en regardant de l'autre côté de la rue afin de lui indiquer qu'il ne souhaite pas lui donner d'argent par le signe informateur véhiculé par son orientation visuelle.

L'inattention civile constitue dès lors l'une de ces formes simples de la coordination sociale<sup>436</sup>. On comprend mieux pourquoi de nombreux travaux ont accordé un grand intérêt à ces échanges de coups d'œil, ces indices de l'inattention civile, entre les usagers des téléphones mobiles et les personnes environnantes. On peut distinguer deux angles d'analyse.

---

<sup>425</sup> Livingston, 1987 ; Lee, Watson, 1993 ; Relieu, 1994 ; Relieu, Quéré, 1998.

<sup>426</sup> Relieu, 1996.

<sup>427</sup> Sudnow, 2002.

<sup>428</sup> *Ibid.*, p. 76.

<sup>429</sup> *Ibid.*, 2002, p. 76.

<sup>430</sup> Relieu, 1994 ; Relieu, Quéré, 1998.

<sup>431</sup> Goffman, 1973 (p. 253 de la réédition de 2004).

<sup>432</sup> Giddens, 2004, p. 87.

<sup>433</sup> Goffman, 1973, p. 286 (de la réédition de 2004).

<sup>434</sup> *Ibid.*, p. 286.

<sup>435</sup> *Ibid.*

<sup>436</sup> Conein, 2005.

Le premier cherche à caractériser en quoi l'usage des téléphones dans l'espace public peut altérer la présence des téléphonistes, les couper des autres et atténuer le caractère civil des espaces publics. Lorsque l'appelant est plongé dans sa conversation privée dans un espace public, comme c'est le cas dans les trains, il manifeste aux co-présents un « regard neutre »<sup>437</sup>. S'il est neutre, ce regard n'est pas pour autant vide. Il est stratégique car il est composé de coups d'œil permettant de gérer la présence des autres passagers et il est orienté vers des « espaces neutres »<sup>438</sup>, par exemple vers le sol du wagon de train ou vers l'extérieur, qui permettent au téléphoniste de maintenir sa conversation sans croiser les autres regards. Ces travaux ont alors montré qu'il est très rare que les appelants se coupent totalement du monde environnant et se replient dans leur bulle sans recourir au mode stratégique de l'inattention civile. Un tel repli est uniquement observable dans les circonstances où le téléphoniste ferme carrément les yeux, lors de sa conversation, et participe de ce fait au commerce des échanges visuels par un « non-regard »<sup>439</sup>. Selon cette perspective, il apparaît clairement que les usages du walkman induisent plus facilement ce type de postures d'écoute, pouvant être perçues comme inciviles, que les fonctions communicationnelles des portables ou la Mobile TV (qui se réceptionne plutôt les yeux ouverts).

Ce premier angle d'analyse est complété par un second qui a trait, cette fois-ci, aux stratégies déployées par les co-présents pour interférer sur la conduite du téléphoniste. Ces coups d'œil stratégiques jouent sur la durée. Pour indiquer à l'appelant que la conversation qu'il entretient à haute voix vient perturber sa quiétude, le co-présent peut le regarder avec insistance. En effet, tout échange de regards mutuel et prolongé, entre le co-présent et l'appelant, semble suffire pour que ce dernier modifie sa trajectoire<sup>440</sup>. Cet échange de regards insistants incite généralement le téléphoniste à réguler sa conduite sans que le co-présent soit obligé de l'interpeller verbalement.

Après avoir présenté comment les modes de description « naturalistes » de l'inattention civile sont appliqués aux usages des téléphones mobiles, il convient maintenant de faire de même avec les usages de la Mobile TV. Pour cela, nous allons problématiser notre démarche de manière on ne peut plus simple : est-ce que l'utilisation des fonctions mobiles multimédia, que ce soit le temps passé à manipuler le combiné, à

---

<sup>437</sup> Murtagh, 2002.

<sup>438</sup> *Ibid.*, p.85.

<sup>439</sup> Morel, 2002, p. 164.

<sup>440</sup> Murtagh, 2002 ; Morel, 2007.

visualiser l'écran et à écouter les programmes via les oreillettes, altère sensiblement les formes de courtoisie, notamment visuelles, que l'utilisateur se doit d'adresser aux co-présents ? En des termes plus polémiques, la réception télévisuelle sur les dispositifs mobiles rend-elle les usagers plus égoïstes, renforce-t-elle ce « détachement »<sup>441</sup> de la situation vécue pouvant être vécu par les co-présents « comme un déni, et donc entraîner une réaction négative »<sup>442</sup> ? Et inversement, ces derniers adressent-ils des regards prolongés et motivés à l'utilisateur pour lui délivrer des signes informateurs dans le but qu'il réoriente sa conduite ?

Après être parti du positionnement de L. pour introduire la notion d'inattention civile et la manière dont nous l'appliquons à notre analyse, revenons sur la séquence vidéo. Nous avons donc montré que son positionnement nous paraît en tout point typique de l'inattention civile telle qu'elle peut s'opérer dans ce jeu de face à face dans les transports en commun. En effet, la participante est engagée dans son activité, visant à regarder la Mobile TV, ce qui la conduit à réaliser deux tâches : sortir son téléphone (Photo 244, p. 287) puis attraper les écouteurs qu'elle avait disposés sur le siège situé à sa droite (Photo 25, p. 287). Pendant qu'elle réalise ces tâches, elle conserve dans son champ de vision le bas du corps de la jeune femme qui lui fait face. Elle instaure une distance qui paraît se situer convenablement entre le « non-regard » et le regard prolongé, entre l'apparence du déni et une sollicitation visuelle intrusive.

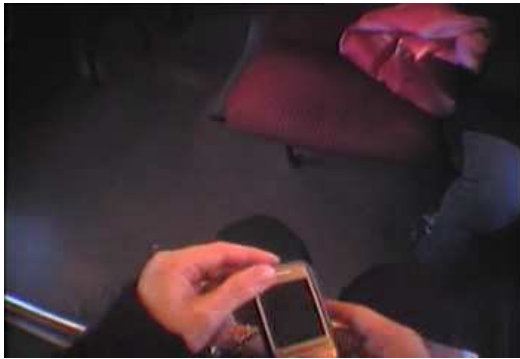
Mais, pour saisir cette orientation sous toute sa complexité, il faut la croiser avec le positionnement qu'elle adopte 35 secondes après, lorsqu'elle active son téléphone en vue de regarder la Mobile TV (00.54.98). On voit à ce moment là (cf. Photo 26 ci-dessous) qu'elle oriente son téléphone et son regard légèrement vers la gauche, en direction du sol de l'allée centrale de la rame du RER. Elle conservera cette orientation durant l'intégralité de son usage de la Mobile TV, même après qu'un passager soit venu s'asseoir face à elle (07.23.44 ; cf. Photo 27 ci-dessous). C'est autour de ce positionnement et de cette orientation de regard qu'elle définit, dans cette situation, en fonction de sa place assise et des personnes environnantes, sa zone de réception de la Mobile TV. Nous reviendrons sur cette dimension plus tard car, contrairement à sa manière de procéder, certains utilisateurs n'évacuent pas de leur champ de

---

<sup>441</sup> Jauréguiberry, 1998.

<sup>442</sup> *Ibid.*

vision/réception les visages des autres et, par conséquent, la possibilité d'échange de regards.



**Photo 26 : L. active son téléphone**



**Photo 27 : Son champ de vision/réception est orienté vers l'allée centrale**

La question consiste maintenant à comprendre pourquoi a-t-elle adopté ces deux positions, ces deux orientations de regards ? Ou, du moins, comment en est-elle arrivée à les adopter ?

Lors de la phase introductive de son usage, lorsqu'elle s'oriente légèrement vers la droite, on peut concevoir qu'elle conserve dans son champ de vision la personne la plus susceptible de visualiser ce qu'elle fait. Mais, plutôt que de lui imputer cette intention, il paraît cependant plus judicieux de renvoyer son positionnement à l'ordonnancement de son activité. Lorsqu'elle s'est assise (avant de lancer l'enregistrement), elle a posé ses écouteurs et le quotidien gratuit « Matin Plus » sur le siège situé à sa droite. Or, juste après avoir sorti son téléphone et récupéré ses écouteurs, elle pose son sac à la place du quotidien (00.25.08) et range ce dernier à l'intérieur du sac. Pour exécuter cet acte, pour organiser son sac, pour positionner convenablement les câbles des lunettes caméra et créer un agencement viable lui permettant d'investir la réception de la Mobile TV, elle s'est tournée vers la droite pendant 25 secondes. On peut dès lors considérer que l'orientation de son regard dans cette direction là est davantage indexée sur la configuration spatiale au sein de laquelle elle déploie son usage (le sac positionné et ordonné sur le siège de droite) que sur la présence de la passagère située à proximité. En des termes plus goffmaniens, on peut dire qu'elle s'affaire d'autant mieux à être comme tout le monde, à être polie, qu'elle est affairée dans son activité. Son orientation visuelle, légèrement inclinée vers le bas, peut dès lors être interprétée par autrui comme polarisée vers l'agencement spatial de son activité (le téléphone dans le sac avec les écouteurs sur

le siège de droite) et vers un « espace neutre »<sup>443</sup> de la rame du RER (le sol). Son activité l'inscrit en cela, à toute fin pratique, sur la « structure de collaboration »<sup>444</sup> propre à l'inattention civile sans qu'elle ait à le faire de manière stratégique.

De plus, le fait qu'elle ait disposé ses écouteurs sur le siège situé à sa droite, avant de lancer l'enregistrement, va dans ce sens. Elle a pu l'agencer de la sorte pour l'avoir à disposition immédiate et optimiser son activité après avoir activé les lunettes caméra et pris son téléphone en main. L'agencement spatial de ce dispositif lui permet de visibiliser, aux yeux de la jeune femme située face à elle, quel type d'activité elle va initier (une activité liée aux écouteurs et au téléphone auxquels ils s'adaptent) et comment elle va contraindre cette activité à son propre environnement sonore par le port des écouteurs.

Si ces derniers ne forment pas, de par leur seul positionnement sur le siège, des indices suffisamment pertinents pour qu'un observateur puisse catégoriser avec précision l'activité dans laquelle elle va s'engager (comme l'activité de « téléphoner » ou d'« écouter la musique »), ils contribuent à délimiter un champ catégoriel se précisant progressivement au fil de la séquentialisation de l'activité de L. : poser les écouteurs sur le siège, sortir le téléphone, poser le sac sur le siège et ranger le journal dedans, puis attraper les écouteurs et les brancher. Autrement dit, cette séquentialisation temporelle de son activité, auxquels les écouteurs participent, s'imbrique nécessairement dans la structure de pertinence des « paramètres temporels de l'observation interindividuelle »<sup>445</sup>. En visibilisant ses écouteurs puis en les raccordant à son téléphone, elle fournit à la personne qui lui fait face des indices précieux sur son activité. Si, par la production de ces apparences, elle ne peut pas induire une interprétation univoque de son activité, en visibilisant clairement l'usage qu'elle initie, elle produit cependant l'apparence d'une activité normale dans la mesure où les phases qui la composent peuvent être assemblées autour d'un objectif visé<sup>446</sup>. Dès lors, si l'on ne peut que buter sur le problème de la classification des activités dans les observations interpersonnelles<sup>447</sup> fondées, par définition, sur des échanges non-verbaux, nous pouvons considérer que l'essentiel consiste, dans la production de telles apparences, à lever toute incertitude sur la potentielle incongruité de l'activité initiée, en faisant converger ses mouvements vers un

---

<sup>443</sup> Murtagh, 2002, p.85.

<sup>444</sup> Goffman, 1973 (p. 286 de la réédition de 2004).

<sup>445</sup> Sudnow, 1972. Citation extraite de la traduction française : Thibaud, 2002, p.57.

<sup>446</sup> Dans le cas inverse, lorsque l'observateur n'arrive pas à dégager l'objectif visé par autrui derrière les différentes phases de son activité, il va classer cette activité comme « incongrue » (Sacks, 1992).

<sup>447</sup> Sudnow, 2002, p.80.

objectif visé. Il est alors nécessaire que le caractère normal de cet objectif visé puisse être saisi par un simple coup d'œil.

*« L'intelligibilité des éléments d'une scène, où les traits comportementaux convergent vers une seule activité générique et intentionnellement représentée, fait partie des aspects les plus courants des apparences produites en vue de leur accessibilité à un simple coup d'œil, en particulier dans le cas d'apparences d'activités où le moment du regard est pertinent pour les distinguer d'apparences d'activités différentes. »<sup>448</sup>*

A travers cet exemple banal, il s'agit ici d'insister sur le fait que le déploiement d'un usage de la Mobile TV véhicule de lui-même, à toute fin pratique, l'apparence d'une normalité ne pouvant être que civile, non-intrusive. Le recours à un dispositif tel que les écouteurs suffit en lui-même à visibiliser la politesse de l'utilisation. Dès lors, les usagers ne s'inscrivent pas nécessairement dans une sorte de démonstration soigneusement orchestrée du caractère poli de leur utilisation. Un tel zèle n'est pas utile. A travers cette considération, nous souhaitons préciser le risque qu'il peut y avoir à transférer l'inattention civile, telle que Goffman la conçoit, à l'étude des usages des TIC. Pour lui, cette forme de politesse s'adresse à des acteurs ayant peu de ressources, autres que comportementales, pour adresser des « intentions honorables »<sup>449</sup> à autrui et ne pas les alarmer. Par exemple, deux passagers positionnés sur des sièges se faisant face, et ne faisant rien d'autre que regarder autour d'eux (d'autres diraient qu'ils s'ennuient), s'enferment dans cette forme de politesse pour maintenir l'équilibre, vulnérable dirait Goffman, de leur relation. Si maintenant l'un d'eux sort son téléphone pour regarder un programme télévisé, il sort de cet enfermement et délivre celui qui lui fait face de la lourde tâche de devoir rechercher des espaces perceptifs neutres, si rares dans ces espaces vitrés où les regards se reflètent. Cette activité permet à l'observateur, par l'exhibition du téléphone portable, des écouteurs et par l'orientation du regard de l'utilisateur, de lui imputer un « objectif visé » honorable, extérieur à lui. Autrement dit, ce dispositif (téléphone et écouteur) forme un intermédiaire autour duquel se distribuent les formes de politesse. L'ordre local s'agence autour de lui dès son exhibition. Une fois les écouteurs sortis, l'observateur peut voir, dans l'orientation de l'activité de celui qui lui fait face, une issue qui lui sera favorable par son caractère silencieux. Puis, une fois que l'ordre local est stabilisé, lorsque l'utilisateur garde les yeux rivés sur son programme télévisé, ils pourront alors faire l'économie de leur démonstration mutuelle d'inattention civile.

---

<sup>448</sup> *Ibid.*, p. 75.

<sup>449</sup> Goffman, 1973 (p. 309 de la réédition de 2004).



A ce titre, les supports papiers jouent également des intermédiaires d'une efficacité redoutable dans ces formes de civilité. Ils alimentent des activités focalisées détournant le regard de leur lecteur de l'espace perceptif partagé. Observer quelqu'un s'asseoir face à soi avec un quotidien en main, c'est avoir la garantie de pouvoir balayer en toute quiétude l'espace perceptif commun. Il n'en va pas de même avec les téléphones mobiles car l'utilisateur peut, après une phase de manipulation focalisée sur l'écran, réinvestir cet espace perceptif, pendant qu'il écoute la radio par exemple. A cet égard, si l'on continue à alimenter une telle vision anxiogène d'un espace public fait d'échanges de regards complexés, on peut affirmer sans détour que la Mobile TV forme une libération salvatrice tant pour celui qui la regarde que pour celui qui le regarde la regarder et qui peut, de ce fait, régner sur leur espace perceptif commun.

Seulement, les téléphones multimédia n'auront jamais la même efficacité que les supports papiers qui médiatisent à merveille une extrême politesse : leur lecture est silencieuse et absorbante. L'efficacité de ces supports tient à leur rôle dans la définition de telles situations de face à face dans la mesure où ils instaurent, de par leur seule exhibition, une relation sereine. Il apparaît dès lors, dans cette économie de la visibilité et de la prévisibilité, que le drame des téléphones multimédia tient à leur multifonctionnalité. Ces dispositifs restent imprévisibles. Ils peuvent alarmer la vie publique, comme dirait Goffman, par leur sonnerie comme ils peuvent contenir leur utilisateur dans un calme on ne peut plus poli. Ceci dit, après avoir évolué dans un espace public momentanément cordial, pour ne pas dire craintif, où les co-présents s'adressent des coups d'œil que l'on peut qualifier de polis en raison de leur furtivité, que se passe-t-il quand les regards se croisent et que la curiosité se fait insistante ?

## **2. La modalité d'ancrage transitionnelle**

En décrivant la modalité introductive de l'ancrage public des usages de la Mobile TV, nous avons montré comment le déploiement séquentiel de l'usage délimite, à toute fin pratique, un champ de pertinence à partir duquel l'observateur extérieur peut catégoriser comme polie l'activité des usagers. Le fait de chausser les écouteurs après avoir exhibé un téléphone multimédia publicise l'engagement de l'utilisateur dans une activité où la diffusion du son sera contenue. Les écouteurs forment alors un intermédiaire technique jouant un rôle actif dans les échanges visuels de la civilité proxémique.

Intéressons-nous maintenant à la modalité d'ancrage transitionnelle, c'est-à-dire lorsque un utilisateur change de situation en maintenant son utilisation de la Mobile TV, par exemple lorsqu'il monte dans une rame de métro en continuant de regarder un programme télévisé. Dans cette modalité d'ancrage, les écouteurs jouent également un rôle actif puisqu'ils contribuent à visibiliser, lors du premier échange de regards avec les autres passagers, le fait que l'utilisateur est engagé dans un usage qu'il cherche à discrétiser via le port des oreillettes. Seulement, cette fois-ci les choses vont se densifier.

En effet, jusqu'à présent les arts de faire décrits pouvaient jouer sur la durée. Dans la mesure où l'utilisatrice était assise, face à des passagers étant eux-mêmes installés dans la durée de leur trajet commun, il était possible pour elle d'exploiter le déroulement séquentiel de son usage pour visibiliser le caractère normal de son activité. En visibilisant ses écouteurs, puis en les positionnant dans ses oreilles, elle prenait le temps d'adopter, à toute fin pratique, une posture de réception porteuse de civilité. Il n'en va plus de même pour celui qui entre dans une rame empruntée par de nombreux passagers. Lorsqu'il monte dans la rame, il est confronté à des regards qu'il croise ou évite furtivement. Il peut alors expérimenter une nouvelle manière de se confronter à eux en maintenant un engagement focalisé sur l'écran de la Mobile TV. Comment va-t-il traverser cette épreuve ? Comment va-t-il distribuer ces coups d'œil entre l'écran de son téléphone et l'environnement extérieur, pour coordonner sa marche dans un espace public ? Et, en quoi cette modalité d'ancrage transitionnelle modifie les modalités de présentation de soi au regard d'autrui ?

Après avoir décrit ces arts de faire, nous nous intéresserons à un cas de modalité transitionnelle davantage problématique. Celui qui décide de monter dans une rame de RER avec son téléphone en main se met en situation de devoir faire face à un appel téléphonique à un moment peu propice, par exemple quand il évolue au milieu des autres passagers. Nous analyserons en détail une séquence vidéo permettant de décrire comment une utilisatrice sort de la gêne dans laquelle un appel entrant la plonge, avant d'initier un usage de la Mobile TV. A travers cette séquence, il s'agira de récuser la comparaison entre l'ancrage public des usages téléphonés et non-téléphonés des téléphones mobiles.

Ce n'est qu'après avoir parcouru ce chemin qu'il pourra être pertinent de décrire comment l'activité de réception de la Mobile TV s'inscrit dans des formes de multi-activité. Nous montrerons alors à quel point les individus concernés s'évertuent à juguler les imprévus plutôt qu'à fuir les situations vécues, à s'évader dans une gadgetophilie sans

finalité, dans des modalités de divertissement symptomatiques d'une déchéance culturelle. Bref, dans un zapping occupationnel.

*a) Le franchissement des obstacles dans une démarche médiatique focalisée*

La modalité d'ancrage transitionnelle se distingue de la modalité introductive par son agencement temporel et par la diversité des appuis, ou autres repères, exploités par les usagers lors de leurs transitions entre deux situations d'usage. Pour rendre compte de ces phases de transition, nous allons convoquer différents enregistrements vidéo qui vont, à tour de rôle, nous permettre de décrire et d'isoler les éléments pertinents pour recombinaison l'ordonnement de ces phases de déplacements. Le premier facteur abordé maintenant est l'horizon temporel de l'activité de réception de la Mobile TV.

Tous les usagers qui utilisent ce service quotidiennement en se rendant sur leur lieu de travail décrivent comment ils ont appris à anticiper, au fil de leur expérience. Pour faire face aux problèmes de la connectivité de la Mobile TV, dans les transports souterrains notamment, ils initient leur connexion au service avant de monter dans les transports en commun. En procédant ainsi, ils réalisent les tâches liées à l'activation du service, au choix de la chaîne et au chargement du programme télévisé, avant d'être confortablement assis dans une rame. Leur objectif étant de pouvoir s'engager immédiatement dans la réception une fois installé. Décrivons maintenant ce type d'anticipation en considérant que c'est à travers elle, et leur volonté d'optimiser leur démarche, qu'ils ré-expérimentent leur relation à autrui, leur façon de se coordonner avec les autres passagers en leur visibilisant de manière différente les informations nécessaires à la coordination de leur engagement conjoint dans l'espace exigü des rames de métro.

Le premier enregistrement sélectionné va maintenant nous permettre de décrire comment un lycéen de 17 ans (B.B.) initie la connexion à la Mobile TV avant d'emprunter le métro (cf. Retranscription 8 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°1, p. 400). Il va s'agir de décrire comment il déploie une telle anticipation dans le but d'optimiser sa démarche et comment cette recherche de la performance va interférer sur sa marche.

Lorsqu'il lance l'enregistrement, B.B. s'apprête à quitter la salle d'attente de son médecin. Puis, il franchit le seuil de la porte du cabinet en ayant son téléphone en main et

ne fait que quelques pas avant de l'activer. Comme pour les usagers du Walkman<sup>450</sup>, le franchissement des seuils de portes est central pour comprendre les usages de la Mobile TV. Le franchissement de la porte du domicile, et par conséquent l'entrée dans l'espace public, est marqué par des « rituels »<sup>451</sup> au premier rang desquels on trouve la préparation du dispositif d'écoute. Dans le cas présent, cette préparation consiste à conserver son téléphone en main dans le but d'engager l'utilisation une fois le seuil de la porte franchi. Il apparaît ainsi comment la modalité d'ancrage transitionnelle se distingue de celle qui a été qualifiée d'introductive. Ici, les usagers réalisent ce rituel dans l'intimité de leur domicile là où, dans d'autres circonstances, par exemple lors des trajets retours, ils l'effectueront dans un espace public à la vue de tous.

Comme nous l'avons vu précédemment, le temps de chargement des programmes télévisés sur ces dispositifs mobiles est relativement long. L'objectif pour eux est d'initialiser la connexion aux programmes TV pendant les phases de marche afin de pouvoir s'engager confortablement dans la réception une fois assis dans un transport en commun. Cette manière de faire va donc nous permettre de décrire comment la navigation dans le service, et plus particulièrement la gestion des temps d'attente, va venir s'articuler avec la phase de marche. Pour mettre en perspective ces ajustements, nous allons les regrouper sous une hypothèse plus générale. Nous allons défendre l'idée que l'engagement dans l'activité de navigation lors des phases de marche, avec le nécessaire appui visuel qu'elle nécessite, incite les usagers à traiter leur marche à pied telle une épreuve parsemée d'obstacles. En effet, quelqu'un qui déambule dans une rue, tête levée, va contourner une poubelle sans même en avoir conscience. Il n'en va plus de même pour celui qui chemine en maintenant l'écran de son téléphone au centre de son champ de vision. Il va devoir adresser de multiples coups d'œil devant lui afin d'éviter toute possibilité de collision avec le mobilier urbain (poubelles, lampadaires, parcmètres,...), les bâtiments ou les autres passants. C'est donc l'engagement dans cette activité médiatique focalisée et le recours experts à cette économie des coups d'œil qui vont l'amener à requalifier son environnement en termes d'obstacles. Les éléments situés, tel le mobilier urbain, qui se distribuent habituellement au niveau infra-conscient de l'attention du badaud vont être problématisés ici lorsque deux régimes visuels, consacrés

---

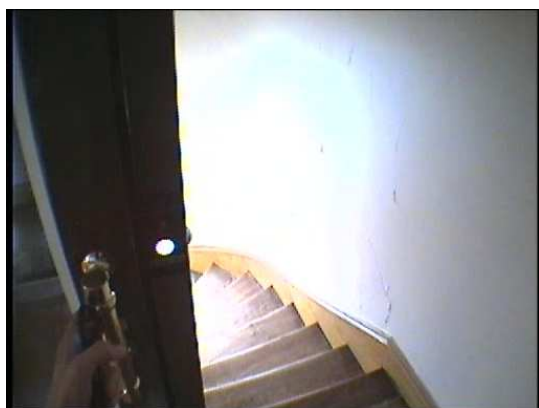
<sup>450</sup> Thibaud, 1994 A.

<sup>451</sup> *Ibid.*

à deux activités différentes (le déplacement et la navigation), doivent converger pour mener à bien leur conduite conjointe.

Reprenons à nouveaux frais l'exemple paradigmatique de la poignée de porte pour aborder cette question du franchissement des obstacles. Cet exemple est souvent repris pour présenter la notion d'« affordance » développée par Gibson<sup>452</sup> : il s'agit d'une opportunité d'action proposée par l'environnement à un organisme donné. La poignée de porte forme une affordance de préhension pour un organisme doté de mains. Cette opportunité d'action pointe vers l'organisme en mouvement dans la mesure où elle s'ajuste parfaitement avec le sens de son mouvement, par exemple lorsqu'on saisit une poignée de porte en marchant afin de pousser la porte pour la franchir. Cette convergence entre les affordances et l'orientation du mouvement de l'organisme humain fait qu'elles sont couramment traitées sur un mode infra-conscient. Il n'y a pas lieu ici de rentrer dans les controverses dont les interprétations de cette notion ont fait l'objet, en particulier la manière dont Norman<sup>453</sup> se l'est appropriée pour l'appliquer à la conception du design des dispositifs technologiques. Contentons-nous de montrer comment la navigation dans les services mobiles en marchant peut interférer sur l'appréhension des affordances.

Dans la retranscription de la séquence vidéo analysée ici, on peut observer une manière de procéder relativement incongrue. Lorsque le participant quitte le cabinet du médecin, il se dirige vers l'ascenseur pour descendre au rez-de-chaussée. Il saisit alors la poignée pour ouvrir la porte et entrer dans la cage de l'ascenseur. On peut noter qu'il saisit la poignée avec sa main gauche, celle avec laquelle il tient son téléphone portable (00.09.24 ; cf. Photo 28).



**Photo 28 : Saisie de la poignée de porte 1**



**Photo 29 : Sélection de l'étage à atteindre**

<sup>452</sup> *Ibid.*

<sup>453</sup> Norman, 1988.

Puis, une fois qu'il est entré dans la cage de l'ascenseur, il sélectionne l'étage qu'il veut atteindre avec l'index de sa main gauche (00.11.52 ; cf. Photo 29) ; main avec laquelle il tient toujours son téléphone portable. Pendant que l'ascenseur descend au rez-de-chaussée, il navigue dans l'interface d'Orange World pendant une dizaine de secondes (00.24.21 à 00.35.10) afin de lancer la connexion à la Mobile TV. Après que les portes coulissantes de l'ascenseur aient commencé à s'ouvrir (00.35.10), il se désengage visuellement de l'écran puis s'approche de la porte vitrée qu'il doit franchir pour sortir de la cage d'ascenseur. Cette fois-ci, il pousse cette porte à l'aide de sa main droite (00.37.38 ; cf. Photo 30) et maintient son téléphone dans l'autre main.



**Photo 30 : Franchissement de la porte vitrée**

**Photo 31 : Saisie de la poignée de porte 2**

Une fois cette porte franchie, il marche en direction de la porte suivante. Il profite alors de ce laps de temps pour vérifier l'état d'avancement de la connexion au service en dirigeant un rapide coup d'œil en direction de l'interface (00.38.06 à 00.38.20). Une fois cette vérification faite, il regarde en direction de la porte qu'il doit franchir et saisit la poignée à l'aide de sa main droite (00.40.18 ; cf. Photo 31). Il tire cette porte, s'ouvrant dans le sens opposé de sa marche, et regarde en direction de l'écran pendant qu'il la franchit (00.41.02). Il continue de regarder l'écran pendant qu'il avance dans un couloir sombre avant de lever la tête une dizaine de secondes plus tard (00.41.02 à 00.50.16). Il regarde alors en direction d'une autre porte avant de regarder, sur sa gauche, l'interrupteur « rouge » permettant de la déverrouiller. Il presse ensuite cet interrupteur à l'aide de sa main gauche (00.54.11 ; cf. Photo 32) dans laquelle il maintient toujours son téléphone mobile. Puis il saisit également la poignée de cette porte à l'aide de sa main gauche (00.58.05 ; cf. Photo 33) afin de l'ouvrir et de s'engager dans la rue.



**Photo 32 : Interrupteur de la porte**

**Photo 33 : Franchissement de la dernière porte**

A travers cette séquence, on peut donc observer comment la saisie des poignées de portes est étroitement liée à l'activité médiatique qu'il initie tout au long de cette phase de marche. Le fait qu'il ouvre la première porte, et qu'il presse le bouton de l'ascenseur à l'aide de la main dans laquelle il tient son téléphone, montre comment ces deux activités sont conduites conjointement. En effet, pourquoi par la suite va-t-il ouvrir les autres portes à l'aide de sa main droite tout en maintenant son téléphone dans sa main gauche ? Pourquoi ne procède-t-il pas ainsi dès le début. Tout simplement parce que ce premier geste forme un « geste préparatoire »<sup>454</sup>. Il est chargé d'une intention, celle d'initier la connexion à la Mobile TV une fois l'obstacle de la porte franchi et une fois l'ascenseur « programmé ». Et, au-delà de l'intention qu'il véhicule, ce geste visible une hiérarchisation entre les deux activités conduites simultanément<sup>455</sup>. Si, lors de son déploiement, ce geste rend manifeste la priorité accordée aux tâches composant l'activité de déplacement, il visible un cours d'action à venir, celui dans lequel le participant se projette. Ce cours d'action est en effet central puisqu'il consiste à initier la connexion à la Mobile TV, soit l'opération nécessitant le temps d'attente le plus important. En effet, une fois qu'il l'a réalisée (00.35.10) lorsqu'il était immobile dans l'ascenseur, tous les coups d'œil ou les regards prolongés qu'il a adressés en direction de l'interface n'avaient d'autres finalités que de surveiller l'état d'avancement de la connexion au service (il perdra d'ailleurs patience plus tard, lorsqu'il sera engagé dans la rue, en décidant d'interrompre cette opération avant de réinitialiser le chargement du programme (01.06.07)). C'est pourquoi, une fois qu'il a réalisé cette opération, visible comme urgente par ses gestes préparatoires, il franchit différemment les portes en les poussant à l'aide de sa main libre.

<sup>454</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>455</sup> *Ibid.*

En revanche, on peut observer qu'il a déverrouillé, puis ouvert, la dernière porte à l'aide de sa main gauche ; main dans laquelle il tenait son téléphone. Il s'agit là aussi d'un geste préparatoire préfigurant l'orientation future de son cours d'action. Mais ce geste vient s'indexer sur la configuration de cette porte avec l'interrupteur du système de verrouillage encastré dans le mur de gauche. Il apparaît dès lors ici que la hiérarchisation des cours d'action, visibilisée par les gestes préparatoires, est elle-même fortement indexée sur l'environnement qui accueille les activités.

On voit bien au final à quel point il est problématique de chercher à formaliser la saisie des affordances, telles les poignées de portes, lorsque deux activités sont conduites conjointement. Il n'est pas possible de statuer sur la distribution de l'économie attentionnelle dans de tels engagements. Comment affirmer que la gestion des obstacles se distribue au niveau pré-réflexif là où la réflexivité d'une attention focalisée serait accordée à l'activité médiatique. Il est clair que poursuivre une telle activité, nécessitant un engagement focalisé au moins par intermittence, contraint les individus à problématiser des opportunités d'action aussi enchâssées soient-elles, en temps normal, dans le cours des choses. C'est pourquoi nous parlons d'obstacles dans la mesure où les objets et les dispositifs familiers ne peuvent plus être utilisés, ou contournés, de la même manière. Ce sont bien les participants qui cherchent à les éprouver différemment à travers leur expérimentation de ce type de service mobile. Ils cherchent ainsi à déployer une double virtuosité, celle de manier en expert le clavier de leur téléphone tout en contournant les obstacles qui les défient.

Pour Gibson<sup>456</sup>, la saisie de l'affordance repose sur l'habileté d'un organisme à la traiter ; habileté qui peut être liée à l'expérience et à la culture. Nous pouvons dire que les obstacles présentés ici renvoient à un engagement des individus visant à acquérir de nouvelles habiletés ou, du moins, à se jouer de celles acquises par expérience et instituées culturellement. C'est du moins ainsi que l'on peut qualifier la modalité d'ancrage transitionnelle à travers laquelle les usagers tentent de transiter d'une situation à l'autre en prolongeant leur utilisation de la Mobile TV.

Une fois les bases de ce raisonnement posées, il convient de mieux saisir dans quelle mesure autrui peut être traité comme un obstacle ? Dans quelle mesure le maintien

---

<sup>456</sup> Gibson, 1979.



de cette activité médiatique focalisée interfère-t-il sur les modalités de la coordination sociale, notamment celles qui sont médiatisées par des échanges de regards ?

*b) Dans quelle mesure autrui est-il traité comme un obstacle ?*

Afin de saisir comment les usages de la Mobile TV interfèrent sur les échanges proxémiques de civilité, autour desquels les conduites sociales se régulent dans l'espace public, nous allons distinguer deux types de situations. Nous nous intéresserons dans la partie suivante à la coordination des conduites déployée une fois que les utilisateurs sont installés, en situation d'usage, dans les transports en commun. Avant d'en arriver là, il s'agit maintenant de poursuivre l'analyse des usages déployés en marchant, selon une modalité que nous avons qualifiée de transitionnelle, dans le but de saisir comment ils viennent interférer sur la coordination des trajectoires déambulatoires entre passants.

Pour atteindre cet objectif, prolongeons l'analyse de la séquence vidéo analysée précédemment (cf. Retranscription 8 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°1, p. 400). Nous nous sommes arrêtés au moment où B.B., un jeune lycéen de 17 ans, franchissait la porte de l'immeuble de son médecin. Après l'avoir franchie (01.00.05), il regarde devant lui et perçoit une femme tenant un chien en laisse. Puis, il baisse les yeux en prolongeant sa marche (01.06.07) et navigue dans le service. Il interrompt le chargement en cours du programme télévisé avant de reprendre à zéro sa tentative de connexion à la Mobile TV. Suite à cette navigation d'une douzaine de secondes (01.06.07 à 01.18.19), il lève sa tête et son regard tout en approchant de la passante aperçue précédemment (cf. Photo 34).



**Photo 34 : Passant n°1 (1/2)**



**Photo 35 : Passant n°1 (2/2)**

Cette passante est engagée dans une activité qu'un observateur extérieur peut aisément catégoriser. Selon toute vraisemblance, elle tient un chien en laisse qu'elle promène. Elle est alors immobilisée, le temps que le chien renifle la devanture d'un

magasin, et regarde en direction de l'animal. Après ce bref coup d'œil (01.18.19 à 01.19.01), il regarde de nouveau en direction de l'écran et maintient cette position pendant qu'il contourne la passante (cf. Photo 35). Il apparaît ici comment l'immobilité de la passante, son positionnement corporel et son orientation visuelle vers l'objet de son activité, permettent au participant de passer derrière elle en restant engagé visuellement dans son usage.

Au moment où il la contourne (01.22.13), la page d'accueil du WAP apparaît à l'écran. Il clique instantanément sur le lien ouvrant l'interface de la Mobile TV. Il conserve l'écran du téléphone au centre de son champ de vision puis, après avoir maintenu cette orientation pendant une dizaine de seconde, il lève à nouveau les yeux (01.30.08). Un échafaudage, qu'il devra contourner, entre dans son champ de vision. Après ce bref coup d'œil (01.30.08 à 01.31.20), il baisse à nouveau les yeux : la page d'accueil de la Mobile TV est maintenant chargée.

Il manipule le curseur et clique sur le lien de la chaîne TF1. Durant les cinquante cinq secondes suivantes, durant lesquelles le chargement de cette chaîne va s'initialiser (02.28.05), il va continuer à avancer tête baissée tout en adressant cinq coups d'œil devant lui. Suite à cela, il va adresser un autre coup d'œil (02.02.02 à 02.02.20) en direction d'un enfant qui circule, non pas sous l'échafaudage, mais entre l'échafaudage et le mur de l'immeuble. Il le croise tête levée sans opérer de mouvements de tête dans sa direction (cf. Photo 36). Ce croisement est caractéristique de l'inattention civile goffmanienne puisque, en levant la tête, il a pris en compte cet enfant et sa trajectoire sans lui adresser un regard prolongé qui aurait notamment pu insister sur l'incongruité de sa démarche.



**Photo 36 : Passant n°2**



**Photo 37 : Passant n°3**

Puis, après plusieurs oscillations de mouvements de tête/regards entre l'écran de son téléphone et son parcours, il va croiser une autre passante (02.25.21 ; cf. Photo 37). Depuis qu'il marche sous l'échaffaudage, il ne regarde plus son téléphone (qui est toujours en train de charger la chaîne TF1) même s'il avance tête baissée. Il ne regarde pas pour autant en direction de la passante et ne lève pas non plus la tête (cf. Photo 37). Lors de ce croisement, il n'est pas possible d'affirmer qu'il y a eu démonstration de politesse, comme cela sera le cas dans l'exemple suivant. Il n'est pas non plus possible d'affirmer qu'il y a eu absence de démonstration de politesse puisqu'il regarde devant lui, les yeux plaqués au sol, prenant ainsi acte de la trajectoire de la passante. Comme il s'est temporairement désengagé visuellement de son usage, il est très proche ici d'une modalité de coordination entre passants n'étant pas engagés dans des formes de multi-activité.

Juste après (02.27.15), une autre passante entre dans son champ de vision. Il baisse les yeux très rapidement (02.28.05 à 02.29.24), le temps d'apercevoir que le jeu télévisé « une famille en or » est désormais en cours de lecture. Puis, il les lève à nouveau et regarde fixement en direction de cette passante. Elle a également le regard levé, orienté droit devant elle, en direction du participant. Leur orientation de regard vont donc converger pendant quelques centièmes de secondes avant que le participant tourne son regard vers la droite tout en ajustant sa trajectoire de sorte à éviter la passante et un pilier de l'échafaudage (cf. Photo 38). Il va ensuite baisser son regard en direction du sol pendant qu'il contourne le pilier (02.31.03 ; cf. Photo 39) et va lever son téléphone de sorte à ce que l'écran entre dans son champ de vision (02.31.24) une fois ce double évitement opéré. Après avoir visionné « une famille en or » pendant trois secondes, il va à nouveau regarder devant lui (02.34.12).



**Photo 38 : Passant n°4**



**Photo 39 : Passant n° 4 (2/2)**

Il apparaît clairement, au moment où il croise cette dernière passante (02.29.24), comment il lève la tête, à toute fin pratique, pour coordonner sa trajectoire avec elle tout

en contournant le pilier de l'échafaudage. Lors de cette phase de contournement, il a donc pris en compte la trajectoire de cette passante et a adressé un rapide coup d'œil dans sa direction visibilisant qu'il a pris en compte l'orientation de sa trajectoire déambulatoire. Cet exemple renvoie donc parfaitement à l'inattention civile goffmanienne puisqu'il a regardé vers elle sans la fixer avec insistance. Et, il a regardé dans cette direction pour contourner un obstacle : le pilier de l'échafaudage. Autrement dit, son orientation de regard était aussi justifiée par l'activité dans laquelle il était engagé, à savoir son déplacement à pied.

Ce qu'il y a de particulièrement intéressant dans ce dernier exemple, c'est le fait qu'il fait preuve de cette démonstration de politesse alors qu'il avait vu, juste avant cela (02.28.05 à 02.29.24), que le programme télévisé était en cours de lecture. Cela faisait donc plus de deux minutes (00.24.21 à 02.28.05) qu'il attendait de voir ce programme télévisé s'afficher. Mais, ni ce délai d'attente, ni son éventuelle envie d'écouter ce jeu télévisé n'ont constitué des motifs suffisamment forts pour qu'il se substitue à cette démonstration de politesse. En effet, au moment où il a vu que le programme venait de s'afficher (02.28.05), il aurait très bien pu continuer à le visionner en marchant. Dans ce cas là, le corps de la passante serait entré dans son champ de vision au dernier moment. Il lui aurait alors délégué la gestion de leur coordination en l'obligeant peut-être à se décaler, voire à marquer un temps d'arrêt, pour le laisser passer. Cette projection, aussi hypothétique soit-elle, permet de voir que l'orientation visuelle du participant visibilise son engagement actif dans le contournement de la passante et, du coup, dans le contournement du pilier qu'il était obligé de réaliser pour que cette dernière puisse maintenir l'orientation de sa trajectoire déambulatoire.

En ce sens, il n'est pas possible d'affirmer que la navigation dans les services mobiles, ni la réception d'un programme TV en marchant, rend les participants incivils en les poussant à se désolidariser totalement du monde environnant, déléguant ainsi à autrui la coordination de leurs trajectoires. Cet exemple nous permet donc d'affirmer que les participants étant engagés dans cette activité médiatique, nécessitant par intermittence un soutien visuel, ne réduisent pas les passants à des obstacles. Ils ne se contentent pas de les contourner comme de simples freins à leur expérimentation technophile. Pour le dire autrement, cet exemple infirme donc l'idée d'un repli des usagers dans une bulle. Ils ne se replient pas dans une bulle intimiste, en passionné, en maintenant coûte que coûte la

réception de leurs contenus médiatiques favoris. C'est-à-dire qu'ils ne privilégient pas leur relation intime à un contenu au mépris des démonstrations de bonne conduite.

Cependant, une fois l'extrémité des frontières du raisonnable délimitées autour de cette métaphore de la bulle, il convient toutefois de préciser comment le déploiement de ces usages focalisés, en situation de mobilité physique, interfère sur les modalités de la coordination sociale entre passants. C'est ce que nous allons maintenant réaliser en décrivant comment les participants peuvent se soustraire temporairement à la coordination de leurs trajectoires déambulatoires avec autrui pour maintenir leur engagement dans l'activité médiatique. Nous réaliserons ces descriptions à partir de phases de micromobilité, notamment celles s'intercalant entre le moment où les participants sont assis sur le quai d'une station et le moment où ils s'assoient dans un transport en commun. Cela ne veut pas pour autant dire que de telles substitutions temporaires à la coordination des conduites n'apparaissent pas hors des stations des transports en commun.

### *c) La convergence des régimes visuels*

Par rapport aux développements précédents, consacrés aux utilisations déployées durant les phases de marche en milieu urbain, nous allons maintenant décrire comment ces utilisations sont déployées dans les stations des transports en commun. Dans ces situations là, les utilisateurs sont davantage installés dans l'urgence puisqu'ils se rapprochent de la transition entre la phase de marche et la phase d'immobilité dans un transport. Autrement dit, c'est durant ces phases de micromobilité dans les stations que se joue la pertinence de leur anticipation, visant à initier la connexion au service en marchant pour s'installer dans la réception une fois assis dans le transport, et que la modalité d'ancrage transitionnelle va s'opérer. Nous allons notamment montrer comment les usagers se substituent davantage à la coordination sociale de leur trajectoire déambulatoire dans ces situations de micromobilité.

L'enregistrement sélectionné (cf. la Retranscription 9, p. 408) va nous permettre de décrire les traits typiques d'un ancrage transitionnel se déroulant parfaitement. Il peut être qualifié de typique dans la mesure où il représente l'idéal que les usagers experts tentent de reproduire quotidiennement. En effet, au cours de ce déplacement, BT, le deuxième lycéen de 17 ans de notre échantillon, se rend en cours. Il a commencé à

regarder la Mobile TV durant les deux minutes de marche qui séparent son domicile du quai de la station Reuilly-Diderot. Juste avant de s'engager sur le quai, il a perdu la connexion au programme. Il manipule dès lors son téléphone en attendant le métro (02.02.03) dans le but de pouvoir à nouveau visionner cette série. Il s'assoit sur un des sièges du quai (02.21.25) et récupère quasi instantanément l'image (02.22.23). Puis, il se lève quelques secondes après (02.29.26) une fois que le bruit d'une rame de métro en approche est clairement perceptible.

Il est alors intéressant de noter qu'il s'est levé bien avant que la rame de métro n'entre dans son champ de vision (02.52.17), sans regarder si une rame était en approche puisqu'il maintenait son téléphone au centre de son champ de vision. Il s'est donc engagé dans cette phase de micro-mobilité, entre le siège du quai de la station et le siège d'une rame de métro, à partir d'un bruit strident formant pour lui l'indication sonore d'un métro en approche. Et, chose particulièrement intéressante pour nous, il a pu percevoir ce bruit malgré le fait qu'il portait les oreillettes de son téléphone ; oreillettes qui diffusaient alors le son d'une série télévisée.

Bien entendu, il n'y a là rien d'exceptionnel puisque notre téléspectateur-baladeur perçoit, comme les auditeur-baladeurs, les bruits urbains dont l'intensité sonore est supérieure à celle du contenu médiatique réceptive<sup>457</sup>. Dans les deux cas, il est difficile de préciser dans quelle mesure les usagers règlent le volume de sorte à ne pas se couper auditivement de l'environnement extérieur. Par exemple, nous n'avons pas les moyens d'affirmer que son réglage du volume lui permet de se couper des bruits non pertinents pour la gestion de son déplacement, comme les bruits produits par les co-présents, tout en restant réceptif aux indices et autres indications sonores pertinentes pour conduire cette activité : le bruit des rames en approche, les annonces des agents RATP, etc.

De plus, même si ce fait est porté par la force de l'évidence, il est difficile de prouver qu'un programme comme une série, qui est ponctuée par de nombreux silences tels ceux qui peuvent s'intercaler entre les tours de paroles des protagonistes ou entre les séquences du programme, rend le téléspectateur-baladeur plus réceptif aux bruits ambiants que les auditeurs-baladeurs plongés dans l'écoute de flux sonores intenses et continus. Il ne nous est donc pas possible de prouver que ce genre de contenus médiatique renforce la mise en disponibilité du téléspectateur-baladeur vis-à-vis des éléments sonores

---

<sup>457</sup> Thibaut, 1992, 1994.

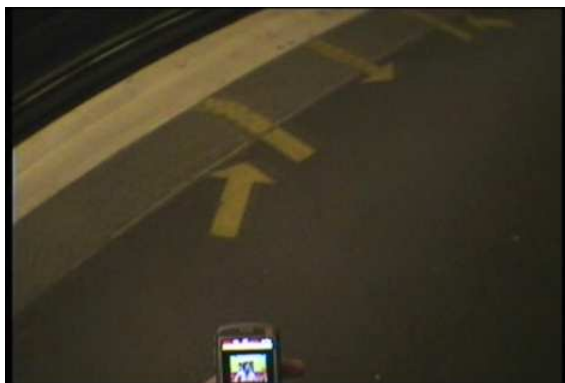
pertinents pour la bonne conduite de l'activité de déplacement et la bonne coordination sociale avec les co-présents. Cependant, nous pouvons affirmer *a minima*, et de manière irrécusable, que ce participant ne se coupe pas auditivement de l'environnement extérieur. Son isolement n'est pas total, il ne rompt pas totalement la « réciprocité des perspectives »<sup>458</sup> : il entend partiellement les mêmes contenus sonores que ceux qui l'entourent. Dès lors, la modalité d'ancrage transitionnelle n'est jamais réalisée dans un isolement sonore total. Si les participants maintiennent parfois leur écoute d'un programme télévisé en évoluant au milieu des autres passagers, ils peuvent coordonner leur conduite en appui sur des indications sonores. Et, si l'on ne peut pas assurer qu'ils puissent entendre les interpellations verbales que l'on pourrait leur adresser, on ne peut pas non plus affirmer qu'ils se coupent de cette possibilité.

Si cette question de la coordination via des échanges d'informations auditives ne peut pas être tranchée, il est possible d'investir davantage dans le détail les modalités de coordination visuelles. Précisons au passage qu'à aucun moment, dans les nombreuses heures d'enregistrements recueillies dans le cadre de cette étude, les participants n'ont été interpellés par d'autres passagers. Nous n'aurions pas manqué l'occasion de traiter une telle modalité de coordination verbale. Il faut dès lors se ranger sous l'évidence en considérant que les formes de coexistence dans les transports en commun se régulent principalement via des échanges de regards.

Il est dès lors intéressant d'observer, à partir de la séquence retenue, comment le participant va se déplacer entre le moment où il s'est levé du siège situé sur le quai et le moment où il monte dans la rame de métro. Après s'être levé (02.29.26) tout en conservant l'écran du téléphone multimédia au centre de son champ de vision, il marche environ 6 secondes en maintenant cette activité focalisée (cf. Photo 40). Puis, il va tourner la tête vers la gauche (02.36.02 ; Photo 41).

---

<sup>458</sup> Cf. une étude qui traite de la quasi-rupture de la « réciprocité des perspectives » (Schütz, 1987, 2007) chez les auditeurs-baladeurs (Pecqueux, 2008, 2009).



**Photo 40 : Engagement focalisé dans une phase de micro-mobilité**



**Photo 41 : Bifurcation de BT**

Il apparaît dès lors qu'au moment où il pivote sur lui-même et se désengage visuellement de l'écran (cf. Photo 41), il allait couper la trajectoire d'un passant. En maintenant son regard orienté vers l'écran, tout en avançant, il a donc pris le parti de déléguer, aux autres passants déambulant sur le quai, la gestion de leur croisement, voire la gestion de leur évitement. Il est ainsi possible de référer une telle délégation temporaire de la coordination des trajectoires déambulatoires à son engagement dans la réception télévisuelle, *a fortiori* dans le cas présent où il maintenait un engagement focalisé. Ceci dit, comme il a effectivement évité ce passant en prenant en compte au dernier moment sa trajectoire, il n'est pas pour autant possible de dire qu'il se substitue totalement à la coordination des trajectoires. Il atténue simplement sa vigilance.

Une fois cette bifurcation produite et le passant contourné, il poursuit cette phase de micro-mobilité sans placer l'écran du téléphone multimédia au centre de son champ de vision (cf. Photo 42 et Photo 43). Il poursuit dès lors sa progression tête levée, le regard à mi-hauteur du corps des passagers croisés sur le quai. Ce positionnement lui permet de prendre en compte les trajectoires déambulatoires de ces passants sans pour autant leur ratifier, par un échange de regards, le fait qu'il les a pris en compte ou qu'il a pris en compte l'orientation de leur trajectoire.



**Photo 42 : Phase de micro-mobilité 1/2**



**Photo 43 : Phase de micro-mobilité 2/2**



Il en va de même lorsque la configuration de l'espace déambulatoire forme progressivement un entonnoir autour des portes de la rame du métro et des mouvements de passagers (03.05.28). A aucun moment le participant ne lève la tête pour regarder en direction des passagers qu'il croise (cf. Photo 44). Ce n'est qu'une fois qu'il monte dans la rame que le visage d'un passager, regardant par ailleurs dans sa direction (cf. Photo 45), entre dans son champ de vision.



**Photo 44 : Phase de transition 1**

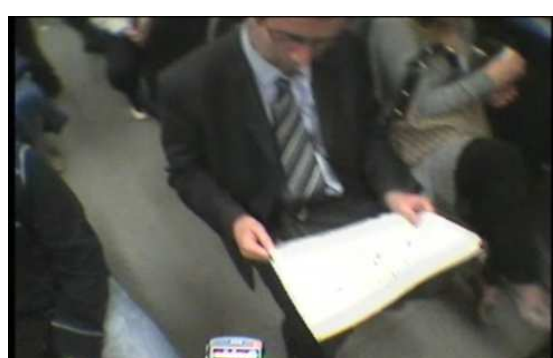


**Photo 45 : Phase de transition 2**

Si l'on se reporte à la retranscription de cette séquence (cf. la Retranscription 9, p. 408), on peut noter que, de tous les passagers présents, ce jeune homme est le seul à avoir regardé directement dans la direction du participant. C'est le seul avec qui il ait pu avoir un échange de regards direct. Ceci est tout d'abord lié au fait que certains passagers sont affairés dans des activités diverses et variées, comme lire. Cette absence d'échange de regards est aussi liée à l'orientation visuelle du participant qui conserve son regard orienté vers des « espaces neutres »<sup>459</sup>, et plus particulièrement le sol, dans la mesure où il maintient un contact visuel avec l'écran (cf. Photo 46 et Photo 47 ci-dessous).



**Photo 46 : Phase de transition 3**



**Photo 47 : Phase de transition 4**

---

<sup>459</sup> Murtagh, 2002.

Il apparaît alors qu'après être entré dans la rame, il a bifurqué très rapidement vers la droite (03.09.10 ; cf. Photo 46), tout en baissant davantage la tête et en orientant l'écran de son téléphone vers son regard (03.10.07). Puis, il a bifurqué dans le sens initial de sa progression (03.10.14 ; cf. Photo 47). Il a réalisé cette bifurcation et a adopté cette orientation visuelle vers son téléphone en 7 centièmes de secondes avant de se diriger, regard baissé, vers une place assise située juste derrière le jeune homme qui regardait dans sa direction au moment où il est monté dans la rame (cf. Photo 45). Il n'a pas pu percevoir cette place par la suite. C'est donc à ce moment précis, où il a regardé devant lui en montant dans la rame, qu'il a pu percevoir la disponibilité de cette place assise car, un fois ce coup d'œil porté devant lui, il a baissé la tête et orienté son champ de vision vers l'écran de son téléphone. De même, lorsqu'il va prendre place, il maintient cette orientation de regard, dirigé vers l'écran (cf. Photo 48 et 49).



**Photo 48 : Phase de transition 5**



**Photo 49 : Phase de transition 6**

Lors de cette phase, il apparaît clairement comment son orientation visuelle lui permet de gagner cette place tout en étant vigilant à la coordination de ses mouvements par rapport aux deux femmes situées sur les sièges d'en face. Cette orientation converge avec l'attention minimale qu'il est préférable d'accorder aux jambes et aux pieds des passagers assis afin de ne pas les heurter ou les piétiner. Le caractère poli de cette convergence est même double dans la mesure où cette orientation de regard lui permet de conserver les personnes environnantes dans son champ de vision sans pour autant leur adresser un regard dirigé. Le fait que la femme de droite ferme les yeux pendant qu'il s'assoit et les conserve ainsi, au moins jusqu'au moment où son visage sorte du champ de vision du participant, ratifie la normalité de sa démarche et la cordialité minimale que cette normalité renferme. Cette femme n'aurait en effet jamais fermé les yeux si la démarche du participant véhiculait un manque de politesse ou si la séquentialisation de sa démarche était incongrue, c'est-à-dire si les phases successives qui la composent ne lui

permettait pas de prédire une finalité heureuse au but visé par l'action du participant (s'asseoir sans lui marcher sur les pieds) et d'entrevoir le prolongement de son activité (une fois assis, continuer à faire quelque chose avec son téléphone). Il en va de même pour l'autre femme, située face au siège du participant. Le fait qu'elle ne se désengage pas visuellement de son activité (manipuler son téléphone) ratifie, de manière indirecte, le fait qu'elle impute à la démarche du participant un caractère normal. Dans l'éventualité inverse, elle aurait visibilisé par un mouvement de tête ou par un coup d'œil son état de vigilance sur la « normalité des apparences ».

Pour conclure l'analyse de cette séquence, notons comment le participant prolonge son activité, une fois assis, en conservant sa tête baissée et le regard orienté vers une zone neutre (le bas des jambes de la femme assise face à lui, cf. Photo 50). Pour l'instant, repérons simplement le fait qu'il se désengage visuellement de son activité trois minutes après s'être assis (05.16.03). Autrement dit, en maintenant ce lien visuel avec le programme télévisé, il accorde de fait une vigilance visuelle minimale sur l'environnement extérieur et ceux qui le peuplent. Il ne lèvera la tête qu'au moment où le métro marquera un arrêt dans une station (Photo 51). Cela va nous inciter à mieux comprendre comment son engagement visuel dans la réception du programme vient à s'encaster à la fois dans les coups d'œil adressés aux autres passagers et à la fois dans ceux accordés aux repères du trajet. Cet encastrement sera traité dans la partie suivante.



**Photo 50 : Engagement focalisé dans la réception**



**Photo 51 : Premier coup d'œil**

A travers cette séquence, nous avons donc décrit la modalité d'ancrage des usages de la Mobile TV que nous qualifions de transitionnelle. Elle repose notamment sur la convergence entre l'engagement visuel nécessaire au déploiement de l'activité médiatique avec celui déployé pour la gestion du déplacement et, plus particulièrement, pour la

coordination sociale des trajectoires déambulatoires. Le déploiement de cette modalité transitionnelle recoupe plusieurs facteurs :

- Le premier d'entre eux est relatif aux modalités de l'anticipation mises en œuvre par les usagers. La connexion au service est initiée avant d'emprunter le transport en commun. Ainsi, la phase de micromobilité réalisée pour monter dans le transport, et y prendre place, peut être poursuivie en maintenant un lien auditif avec un programme télévisé.
- Le lien avec le programme télévisé peut être maintenu visuellement. Il intervient lors de phases précises, lorsque le participant a identifié l'endroit où il veut se rendre, quand il peut se déplacer le regard baissé.
- De plus, le lien visuel avec le programme télévisé est étroitement imbriqué avec les régimes visuels déployés pour la coordination sociale, pour la régulation des « trajectoires déambulatoires »<sup>460</sup> et pour participer aux échanges proxémiques de civilité. Cet engagement perceptif dans la réception télévisuelle interfère sur la manière dont les régimes visuels de la coordination sociale peuvent être mobilisés. Nous avons ainsi montré comment le participant a temporairement pu déléguer aux autres passagers la coordination de leurs trajectoires. Puis, nous avons décrit comment il a pu se soustraire aux échanges de regards en maintenant un lien visuel vers une zone neutre, vers l'écran de son téléphone mobile positionné en direction du sol.
- Si ce lien visuel avec le programme télévisé peut atténuer la civilité des trajectoires déambulatoires (déléguer à autrui la gestion des croisements), cette activité focalisée n'est pas en soi incivile car elle peut être maintenue tout en accordant une réelle vigilance aux événements périphériques. Il est même possible d'affirmer que cette activité renforce le caractère civil du comportement des participants dans la mesure où elle véhicule une forte prédictibilité. Les observateurs extérieurs peuvent clairement anticiper l'orientation de l'activité des participants (continuer à manipuler leur téléphone) tout en considérant que cette orientation est porteuse de politesse puisque le maintien de cette activité focalisée tend à contenir leur envie de dévisager ceux qui les entourent.

Au cours des développements à venir, nous allons affiner la description de ces éléments dans le but d'affiner cette structure. Pour cela, nous allons consacrer la partie suivante à différentes phases de troubles durant lesquelles les participants vont être amenés à problématiser leurs modalités de coordination avec autrui. Nous montrerons

---

<sup>460</sup> Relieu, 1994 ; Relieu, Quéré, 1998.

notamment comment cette convergence entre les engagements perceptifs, consacrés alternativement aux usages, à la coordination sociale et à la surveillance du déplacement s'inscrit dans des formes de multi-activité.

### **III. L'ancrage public des usages en prise dans des formes de multi-activité**

Dans la partie précédente, nous avons distingué deux modalités d'ouverture des usages de la Mobile TV. A travers cette distinction, l'objectif était de mettre en place un observatoire permettant de décrire l'ancrage public de ces usages, c'est-à-dire la manière dont ils viennent s'inscrire dans les échanges proxémiques de civilité. En isolant la modalité introductive, nous avons insisté sur le rôle des écouteurs comme dispositif visibilisant l'engagement de contenir l'intrusivité de l'usage. En isolant la modalité transitionnelle, nous avons pu décrire l'impact que peut avoir l'engagement visuel dans l'usage sur la coordination des trajectoires déambulatoires.

Seulement, cette manière de restituer nos observations ne doit pas induire en erreur dans la mesure où chacune de ces modalités d'ouverture des usages se recoupe. C'est pourquoi, forts de ces premières observations, nous allons pouvoir montrer dans cette partie comment ces deux modalités d'ancrage viennent s'inscrire dans des formes de multi-activité.

Nous atteindrons cet objectif de manière détournée. Il va tout d'abord s'agir de présenter la posture adoptée par les usagers pour regarder la Mobile TV dans les transports en commun. L'idée est de décrire comment ils orientent leur regard pour maintenir un engagement focalisé dans l'activité de réception. Pour singulariser cette orientation de regard, nous allons dès lors devoir rechercher des points de comparaison. C'est ce que nous ferons en confrontant cette orientation perceptive à celle déployée par les téléphonistes pour entretenir des conversations téléphoniques dans les lieux publics<sup>461</sup>.

Ce n'est qu'après avoir opéré cette comparaison que l'engagement perceptif dans la réception de la Mobile TV pourra être restitué sous toute sa complexité. Il s'agira alors de montrer comment les récepteurs font converger leur engagement perceptif dans la réception avec celui qu'ils doivent nécessairement déployer pour conduire leur

---

<sup>461</sup> En parallèle de nos observations, nous fonderons ces comparaisons sur différents travaux, notamment ceux de Morel (2007) et de Murtagh (2002).

déplacement. C'est donc autour de cette convergence des régimes perceptifs que nous montrerons comment l'activité de réception de la Mobile TV vient s'encaster dans l'activité de déplacement et dans la coordination sociale qui est intrinsèquement liée à cette dernière.

## **1. L'épreuve de la transition ou l'échec de l'anticipation**

Au cours de la précédente partie, nous avons décrit le déroulement d'un ancrage transitionnel des usages de la Mobile TV parfaitement réussi. Il s'agit maintenant de décrire le déroulement d'une transition qui pose problème afin de saisir sur quels éléments de la situation est-ce que la participante va prendre appui pour traverser cette épreuve.

### *a) Les ruses de l'anticipation face à l'indisponibilité du réseau*

L'enregistrement retenu a été réalisé par une secrétaire de 31 ans lors de son trajet retour sur la ligne du RER C, entre les stations Bibliothèque François Mitterrand et Les Saules (cf. Re transcription 12 : La réception TV inscrite dans une forme de multi-activité, p. 418). On peut observer qu'elle a pris l'habitude d'engager la connexion à la Mobile TV pendant qu'elle attend le RER. Une fois qu'elle est assise sur un des sièges du quai du RER, elle sort son téléphone, active le service (00.21.19) puis lance le chargement d'une chaîne (01.03.07). Suite à un premier échec de connexion, elle revient ce jour là sur la page d'accueil de la Mobile TV (01.18.23) sans renouveler sa tentative.

Nous retrouvons ici une manière de faire décrite dans le chapitre précédent. Elle sait pertinemment que la connexion à la Mobile TV est impossible dans cette station mais, jour après jour, elle réitère l'expérience dans le but de ré-éprouver la disponibilité du réseau téléphonique avec le secret espoir qu'un jour l'opérateur couvrira cette zone. Une seule tentative suffit avant qu'elle ne prenne en main ses écouteurs (01.25.18) et ses sacs pour aller emprunter le RER (01.34.21).

En laissant la page d'accueil de la Mobile TV affichée et en conservant ses écouteurs en main, elle optimise sa démarche afin de pouvoir s'engager plus rapidement dans la réception de la chaîne M6 une fois qu'elle sera installée. Il s'agit là d'une modalité d'ancrage transitionnelle ajustée à l'indisponibilité du réseau téléphonique.

Comme elle sait que le RER va rapidement sortir de terre (02.50.22 à 03.09.27), lui permettant ainsi de regarder la Mobile TV au bout d'une petite minute de trajet, elle a commencé à initialiser la connexion au service, gagnant ainsi une quarantaine de secondes (de 00.21.19 à 01.03.07).

On peut alors noter que durant la phase de micromobilité, entre le moment où elle se lève du siège du quai (01.34.21) et le moment où elle s'assoit dans le RER (02.19.03), elle ne regarde jamais son téléphone. Elle sait que la connexion au service est impossible ici. Dès lors, elle chemine tête levée et participe comme les autres passagers aux échanges de regards médiatisant la coordination sociale de leurs trajectoires déambulatoires.

*b) La coordination des regards dans le choix de la place assise*

De même, si l'on se focalise sur son entrée dans la rame de RER, on peut observer qu'elle participe pleinement aux échanges de regards entre les passagers présents (se reporter aux photographies n° 7 à 15 de la Retranscription 12 : La réception TV inscrite dans une forme de multi-activité, p. 418). On peut en effet noter les nombreux regards que les passagers déjà installés dirigent dans sa direction et, plus généralement, dans celle des passagers qui montent avec elle dans le RER. Ces regards sont parfois dirigés afin de visibiliser une disposition cordiale. Par exemple, une femme regarde en direction des passagers entrants tout en conservant une main sur son sac qui occupe une place assise (cf. Photo 52). Elle visibilise ainsi sa disposition à libérer cette place, sans le faire pour autant.



**Photo 52 : Un regard dirigé courtois**

En revanche, certains passagers maintiennent des regards dirigés (cf. Photo 53) étant plus difficiles à qualifier puisqu'ils ne sont pas accompagnés par un engagement corporel, comme par exemple attraper son sac.



**Photo 53 : Zoom sur des regards dirigés**

On peut cependant considérer qu'à travers ces regards, ils ratifient leur prise en compte de la présence de cette passagère ainsi que l'orientation de sa tâche : la recherche d'une place assise. Ils peuvent ainsi visibiliser le fait qu'ils sont prêts à libérer de l'espace à cette passagère si elle en formule la demande. C'est du moins ainsi que l'on peut décrire le mouvement de tête qu'elle réalise une fois au niveau des places assises disponibles et des deux hommes qui en gardent l'accès. Elle regarde sur sa gauche (cf. Photo 54) puis sur sa droite tout en s'engageant vers cette place (cf. Photo 55).

Son choix peut être renvoyé au sac posé à côté de l'homme étant à gauche de la participante (cf. Photo 54). Pour s'asseoir sur ce siège, elle aurait dû solliciter la collaboration de l'homme afin qu'il retire son sac. Pour rejoindre le siège qu'elle a choisi (cf. Photo 55), elle n'a pas besoin de solliciter la collaboration de l'homme assis à côté pour retirer le quotidien qui est posé dessus. Elle peut très bien gérer cette affaire seule. D'où le coût interactionnel limité pouvant entrer dans le choix de cette place.



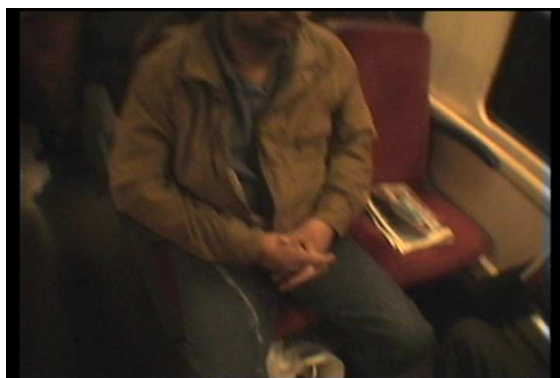
**Photo 54 : Mouvement de tête à gauche**



**Photo 55 : Mouvement de tête à droite**



On peut alors noter la symétrie des orientations de regard des deux hommes (cf. les deux photos ci-dessus). Ils ont tous les deux la tête et le regard légèrement tournés dans la direction opposée à la participante ; cette inattention étant tout ce qu'il y a de plus polie. Il apparaît également que lors de ces deux mouvements de tête, la participante a la tête dirigée vers les deux hommes sans être suffisamment tournée pour être dirigée vers les sièges disponibles. Cette orientation peut visibiliser une amorce de demande d'un droit d'accès à ces sièges. Ce n'est pourtant qu'une fois qu'elle se sera engagée corporellement vers un siège (cf. Photo 56) qu'elle obtiendra la collaboration du passager qui va glisser sous son siège les sacs qu'il conservait à ses pieds, au milieu du passage (cf. Photo 56 et Photo 57). Il apparaît donc qu'elle n'a pas échangé de regards directs avec lui afin d'obtenir sa collaboration. Elle n'a pas non plus regardé l'autre homme, assis sur le siège situé en face de celui sur lequel elle va s'asseoir (cf. Photo 57).



**Photo 56 : Engagement vers le siège**



**Photo 57 : Collaboration du passager**

A travers cette phase de micromobilité, nous avons donc observé comment, en l'absence de connexion au réseau, elle se coordonne avec les autres passagers comme toute personne n'étant pas engagée dans une activité parallèle nécessitant un engagement visuel. Par rapport à l'ancrage transitionnel traité précédemment (cf. La convergence des régimes visuels, p. 306), on peut donc voir comment le maintien d'un lien visuel avec l'écran de son téléphone mobile conduit les participants à participer différemment aux échanges de regards avec les co-présents. Sur un versant pragmatique, on pourrait dire qu'ils priorisent le traitement de l'activité médiatique. Ils subordonnent ainsi leur engagement perceptif, dans la conduite de l'activité de déplacement, en le limitant à un traitement minimal des coups d'œil dirigés vers les repères de la mobilité et vers la nécessaire coordination avec les co-présents. On peut dès lors avancer, sur un versant davantage normatif, qu'ils exploitent leur téléphone mobile pour se substituer

temporairement aux échanges de regards. Nous allons maintenant approfondir ce raisonnement.

*c) L'engagement perceptif dans la réception de la Mobile TV*

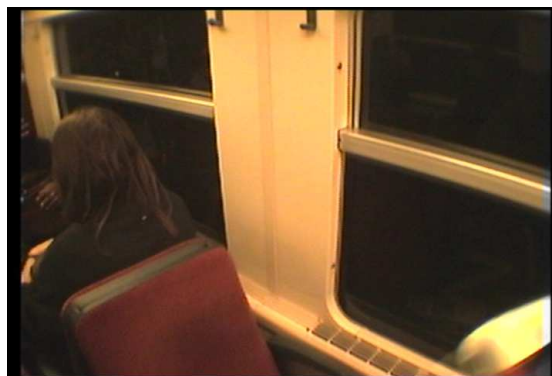
Après avoir décrit comment le choix de la place assise de la participante s'inscrit dans le commerce des regards entretenus avec les co-présents, puis avec les interactants, décrivons comment elle s'installe dans l'activité de réception de la Mobile TV.

Il a été montré comment elle s'est engagée dans cette phase de micromobilité en conservant ses écouteurs et son téléphone multimédia en main. Elle a laissé ce dernier en veille sur la page d'accueil de la Mobile TV (soit la télécommande du service qui permet de cliquer sur les logos des chaînes télévisées). Nous avons considéré que ces « gestes préparatoires »<sup>462</sup> visibilisent l'orientation future de son activité médiatique, une fois que celle-ci ne sera plus subordonnée à la conduite de la phase de micromobilité. Il s'agit là d'une modalité d'anticipation caractéristique de l'ancrage transitionnel des usages de la Mobile TV dans les situations d'indisponibilité du réseau téléphonique ; ancrage déployé sous l'anticipation d'un recouvrement proche de la couverture réseau. Cependant, une épreuve va venir parasiter cette anticipation.

En effet, à travers ce geste préparatoire consistant à conserver en main son téléphone activé, elle maintient également sa joignabilité téléphonique du fait de la multifonctionnalité de ce dispositif. C'est ce qui se passe au moment où la sonnerie retentit (02.14.03). A ce moment là, elle s'apprête à s'asseoir (cf. Photo 58). Elle jette alors instantanément un coup d'œil en direction de son téléphone (02.14.18 ; cf. Photo 59).



**Photo 58 : La sonnerie retentit**



**Photo 59 : Coup d'œil sur l'appel entrant**

<sup>462</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

La brièveté de ce mouvement, qui dure quelques centièmes de secondes, ne lui a probablement pas laissé le temps de lire le nom de l'appelant. S'il n'est pas possible de statuer sur ce fait, il apparaît en revanche qu'elle a de fait visibilisé, aux yeux des co-présents, qu'elle était la destinataire de cet appel entrant.

Puis, il est intéressant de noter qu'une fois qu'elle s'assoit (02.19.03), elle va instantanément faire un mouvement de tête vers la droite. Durant ce mouvement, elle va établir un premier contact visuel avec l'homme situé face à elle (02.18.23 ; cf. Photo 60). Il ne regarde pas directement dans sa direction. Il finit de positionner son sac à doc sur le siège limitrophe ; acte de courtoisie qu'il a initié (hors champ de la caméra) au moment où la participante s'engageait vers la place assise. Elle prolonge ce mouvement de tête tout en commençant à dire « Pardon » (02.19.16) ; excuses qu'elle clôt quelques centièmes de secondes après, en même temps que son mouvement de tête (02.19.25 ; cf. Photo 61). Elle a dès lors adressé ses excuses au moment où leurs deux principaux destinataires n'étaient pas directement dans son champ de vision.



**Photo 60 : Premier contact visuel**



**Photo 61 : Orientation du « Pardon »**

Cette description n'a pas pour objectif de spécifier l'écologie de cette modalité interactionnelle. Elle nous permet, *a minima*, de préciser pourquoi le comportement de cette participante ne peut pas être renvoyé à la supposée arrogance des téléphonistes qui dérogeraient aux échanges proxémiques de civilité pour maintenir leur joignabilité. En effet, elle ne répond (02.22.06) qu'une fois ces excuses formulées (02.21.11) juste avant que l'homme situé face à elle regarde dans sa direction (cf. Photo 62 ; 02.21.14). Pour répondre, elle tourne la tête vers la gauche, l'incline légèrement, puis dit « oui » (02.22.06 ; cf. Photo 63).



**Photo 62 : La participante décroche**



**Photo 63 : Elle répond**

Dans cette étude, il n'y a pas lieu d'analyser en détail cette interaction téléphonique. Repérons simplement l'orientation visuelle de la participante pendant cet appel. Même s'il n'est pas possible de savoir où est-ce qu'elle dirige son regard, on peut noter que sa tête est orientée droit devant elle, en direction de l'homme assis en face (cf. Photo 63). Autrement dit, elle n'entretient pas cette conversation téléphonique en regardant, stratégiquement selon Murtagh, vers un « espace neutre »<sup>463</sup>.

Cette orientation visuelle peut alors être croisée avec ce qu'elle dit ensuite (02.24.19) à son interlocuteur : « Heu, oui ! Mais tu sais je te rappelle tout à l'heure quand je suis à l'aise ». Une fois ce tour de parole clôt (02.27.11), et une fois que sa proposition a pu être ratifiée par son correspondant, par exemple par un « D'accord », elle clôture cette conversation en réitérant de manière contractée sa proposition de différer cette conversation : « A t'à l'heure » (02.28.06). La question ici consiste à décrire ce que veut dire « être à l'aise », pour elle, dans la présente situation.

Pour amorcer cette description, il convient de partir du moment où elle a dit à l'appelant être dans une position inconfortable. Juste après avoir le lui avoir signifié (02.27.11), l'homme situé face à elle a cessé de regarder fixement dans la direction de la participante en réinvestissant visuellement son quotidien (02.27.19 ; cf. Photo 64). Le fait qu'il se réengage dans sa lecture joue un rôle central dans l'agencement local qui va permettre à la participante d'être à l'aise. Puis, le fait qu'elle réitère ses excuses (02.30.16), juste après avoir raccroché (02.28.29), lui permet de poursuivre cet objectif en désamorçant la gêne que son appel a suscité. Elle les exprime au moment où elle clôt son mouvement de tête vers la droite, quand l'homme assis à côté d'elle entre dans son champ de vision (02.30.16 ; cf. Photo 65).

<sup>463</sup> Murtagh, 2002.



**Photo 64 : Reprise d'une activité focalisée**

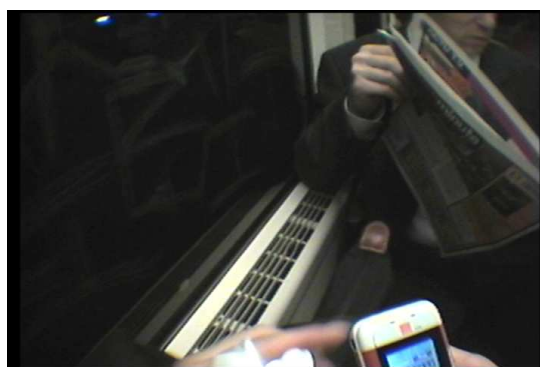


**Photo 65 : Orientation de l' "Excusez-moi"**

Durant cette phase où elle va agencer son « être à l'aise », elle commence par saisir le sac plastique qu'elle avait déposé sur ses jambes (02.31.18), puis elle recoiffe une mèche de cheveux rebelles (02.31.01) avant de se soulever de son siège (02.34.06) et de se rasseoir (02.37.27). A ce moment là, elle pose son sac à main entre sa cuisse et la paroi de la rame du RER et repositionne le sac plastique sur ses jambes (cf. Photo 66). Immédiatement après s'être assise, comme elle l'aurait probablement fait si l'intrusivité de la sonnerie téléphonique ne l'avait pas perturbée, elle prend en main son téléphone (02.38.26) et ses écouteurs (02.41.01). Comme le service de la Mobile TV est paramétré ainsi, la page d'accueil référençant les chaînes s'est réaffichée à l'écran après qu'elle ait mis fin à l'appel entrant (cf. Photo 67). Autrement dit, nous pourrions dire, en faisant un mauvais jeu de mots, qu'il s'agit d'une rés-urgence de son geste préparatoire, opérée par le dispositif et réveillant ainsi l'urgence de sa planification.



**Photo 66 : Réajustement de la position assise**



**Photo 67 : Résurgence du geste préparatoire**

Puis, une fois qu'elle a branché et démêlé le câble des écouteurs, elle positionne l'oreillette droite (03.26.13), puis initie un appel téléphonique (03.28.16) et positionne l'oreillette gauche (03.32.06). Comme elle rappelle son correspondant à ce moment là, nous pouvons en déduire qu'elle est maintenant à l'aise. Pour cela, elle s'est donc excusée, levée et assise tout en agencant différemment ses sacs, et elle a mis ses

oreillettes. Ces dernières jouent la fonction de « kit main libre » dans la mesure où elles forment un dispositif d'écoute muni d'un microphone. La participante va donc les utiliser pour entretenir sa conversation. Dès lors, selon toute vraisemblance, cet intermédiaire peut être associé aux éléments qu'elle a agencés pour « être à l'aise ».

C'est au dernier moment (03.46.07), juste avant d'engager la conversation par « C'est moi, Khaled » (03.48.11), qu'elle va tourner sa tête vers la gauche, vers l'extérieur (cf. Photo 68). Après cette amorce, elle va prolonger cette orientation de regard vers un « espace neutre »<sup>464</sup> (03.51.01 ; cf. Photo 69) avant de reprendre son tour de parole en disant « Ouais » (03.52.45). Dès lors, ce positionnement corporel et cette orientation stratégique du regard vers un « espace neutre »<sup>465</sup> entrent ici dans l'agencement lui permettant d'« être à l'aise » pour entretenir cette conversation téléphonique.



**Photo 68 : Orientation vers un espace neutre 1**

**Photo 69 : Orientation vers un espace neutre 2**

Peu après, sa conversation est interrompue par la perte du réseau. Elle regarde alors son téléphone qui affiche l'écran de veille (04.00.21 ; cf. Photo 70). Nous avons vu précédemment que son téléphone était paramétré pour revenir directement sur la Mobile TV une fois qu'elle a clôt un appel entrant (02.41.07). C'est ainsi que ce dispositif a pu mémoriser le geste préparatoire réalisé lorsqu'elle était encore sur le quai de la station du RER. Il n'en va plus de même ici puisqu'en rappelant son correspondant, elle a été contrainte de désactiver ce service. Elle doit donc reprendre sa navigation à zéro pour regarder la chaîne M6.

<sup>464</sup> Murtagh, 2002.

<sup>465</sup> *Ibid.*



**Photo 70 : Interruption de la conversation**

Cette conséquence vient corroborer un constat tiré des entretiens. Les utilisateurs privilégient systématiquement la réponse aux appels reçus quand ils évoluent dans une zone couverte par le réseau téléphonique. Les usages de la Mobile TV, comme ceux des autres fonctions multimédia (fichiers musicaux, vidéos, WAP), sont systématiquement subordonnés à la gestion de la joignabilité téléphonique. Autrement dit, la force de l'attachement à un contenu multimédia ne résiste pas à la force avec laquelle la mise en disponibilité téléphonique est investie. Si l'on transfère le « modèle connecté »<sup>466</sup> à la consommation médiatique, on peut dire qu'il s'agit d'une consommation courte, fréquente, où la relation au contenu peut être secondaire par rapport au simple fait de se distraire en manipulant un dispositif technologique. Même si ce dispositif multifonctionnel permet de coupler ces deux modèles connectés, sur un même support couteau Suisse, on peut observer que celui qui a trait à l'entretien de la sociabilité prime et absorbe le second.

En formulant ce constat, la question qui nous intéresse dans cette partie devient plus limpide. Si la consommation de la Mobile TV est subordonnée à l'entretien « médiatisé » de la sociabilité, dans quelle mesure est-elle également subordonnée à l'entretien de la coordination sociale proxémique ? Cette question sera au cœur de la partie suivante mais, avant d'en arriver là, concluons cette étape intermédiaire en singularisant l'engagement perceptif dans la réception de la Mobile TV par rapport aux deux engagements perceptifs décrits autour des appels entrant et sortant.

Une fois que la participante a été contrainte de clore sa conversation par la perte du réseau téléphonique, elle reprend à zéro son usage de la Mobile TV. Il serait trop long

<sup>466</sup> Licoppe, 2002, p. 183. Le modèle connecté consiste à entretenir des liens téléphoniques composés « d'appels, courts, fréquents, où le contenu peut jouer un rôle secondaire par rapport au simple fait d'appeler ».

de décrire toutes les phases du déploiement de cet usage. En effet, entre le moment où elle lance la connexion au service (04.01.04), celui où la série est en cours de lecture (05.02.19) et celui où elle stabilise son engagement visuel dans la réception du programme (07.21.06), divers éléments sont venus interférer sur son positionnement. L'homme assis à côté d'elle s'est levé (04.47.08), elle en a profité pour poser un sac sur le siège qu'il a laissé vacant (05.09.09) avant de se lever pour ré-agencer son autre sac (05.59.00). De plus, la connexion à la Mobile TV s'est interrompue (06.37.19) l'obligeant ainsi à charger une nouvelle fois le programme. Bref, même si nous montrerons par la suite comment cet agencement est continuellement renégocié, il est pertinent d'en faire une photographie afin de décrire sa structuration. Pour cela, on peut sélectionner, dans l'ensemble des prises de vues de la participante (cf. Retranscription 12 : La réception TV inscrite dans une forme de multi-activité, p. 418), celles qui nous paraissent être les plus représentatives de son positionnement.

Nous en retiendrons deux. La première est extraite des premiers instants où elle regarde la série « Fame » (cf. 06.20.16 ; Photo 71), avant que la connexion ne soit rompue. La deuxième a été sélectionnée de manière plus arbitraire. Elle représente son engagement visuel typique dans la réception une fois son usage stabilisé (09.44.08 ; cf. Photo 72).



**Photo 71 : Début de la réception**



**Photo 72 : Posture typique une fois l'usage stabilisé**

Partons d'une évidence. Ces captures d'écran montrent tout d'abord que les utilisateurs positionnent l'écran au centre de leur champ de vision. Comme l'écran est de petite taille, ils le maintiennent à proximité immédiate de leur regard. Il ne s'agit pas d'un effet d'optique généré par les lunettes caméras mais bien d'un comportement apparemment incongru. C'est autour de lui que les observateurs extérieurs peuvent catégoriser cet usage du téléphone mobile. Puisque l'utilisateur reste le nez collé à l'écran



de son téléphone tout au long de son trajet, en portant des écouteurs, en ne manipulant son combiné que par intermittence, c'est bien qu'il est engagé dans un usage non-téléphoné. Celui qui a connaissance de cette pratique pourra catégoriser cet engagement du participant comme « regarder la télévision » ou « regarder des vidéos ». Pour lui, cet engagement sera perçu comme « normal »<sup>467</sup>. Celui qui n'en a pas connaissance percevra cet engagement comme relativement « incongru »<sup>468</sup>. Il va être difficile pour lui de le catégoriser avec plus de précision qu'un simple « regarder quelque chose sur l'écran du téléphone ». Dans les deux cas, la catégorisation d'une telle pratique ne peut qu'exploiter cet étroit face à face visuel qu'instaure l'utilisateur avec l'écran de son téléphone mobile. Une fois cette évidence restituée, il apparaît clairement comment l'utilisateur va exploiter cette ressource pour publiciser à autrui l'activité qu'il poursuit. Il va ainsi modeler ce positionnement du combiné en fonction de la vigilance qu'il souhaite accorder à la situation. Et, rétroactivement, les perturbations de la situation vont l'inciter à moduler ce positionnement.

Dans cette optique là, ces captures d'écran montrent que, dans tous les cas de figure, la participante conserve le visage de l'homme situé face à elle à la périphérie de son champ de vision. Ceci vaut lorsque sa tête est légèrement inclinée vers le bas (Photo 71) et lorsque sa tête est légèrement orientée vers l'extérieur (cf. Photo 72). Il apparaît dès lors à quel point cette orientation de regard tranche par rapport à celle qu'elle a adopté précédemment quand elle entretenait une conversation téléphonique (cf. Photo 69, p. 323). Lorsqu'elle a rappelé son correspondant, elle avait orienté son regard de manière stratégique vers un « espace neutre »<sup>469</sup>. Ce stratagème n'est pas nécessairement déployé de manière réflexive, en ayant conscience de se désengager de l'espace perceptif commun au moment de tourner la tête vers l'extérieur. Il est indexé sur les circonstances pratiques se traduisant ici par la proximité de l'homme assis en face et la promiscuité de cette rame du RER. Ces circonstances chassent, d'une certaine manière, le regard de la téléphoniste hors de l'espace perceptif partagé.

Avec la Mobile TV, il n'en va plus du tout de même. Le respect du silence est garanti, sans exposition de la vie privée. Le programme peut être regardé en maintenant une orientation de regard à la périphérie de cet espace perceptif partagé. On voit donc

---

<sup>467</sup> Sacks, 1992.

<sup>468</sup> *Ibid.*

<sup>469</sup> Murtagh, 2002.

clairement comment la « panique morale »<sup>470</sup>, suscitée par les conversations téléphoniques, n'a pas lieu d'être ici. Il ne s'agit plus de savoir comment les téléphonistes jugulent l'anxiété, éprouvée lors de leurs appels, en détournant leur regard. Il s'agit de saisir comment ils orientent leur regard dans l'espace perceptif partagé pour ne pas éprouver de la gêne au cours de leur engagement focalisée dans la réception. C'est donc à la périphérie de cet espace que semble se situer le plaisir de la réception télévisuelle.

A l'opposé, lorsque la participante était « mal à l'aise », elle maintenait le visage de l'homme assis face à elle au centre de son champ de vision (02.22.06 ; cf. Photo 63, p. 321). Ce dernier regardait alors dans sa direction de manière prolongée. A ce moment là, il tenait son journal plié visibilisant tout autant un changement de page qu'un désengagement temporaire de son activité de lecture, lié à l'arrivée intrusive de la participante. Ceci montre bien à quel point les activités développées par les interactants interfèrent sur le comportement des participants. Dans les deux captures d'écran ci-dessus, il apparaît clairement comment l'homme poursuit sa lecture. Le positionnement de regard de l'utilisatrice, à la périphérie de l'espace perceptif partagé, est fortement conditionné par ce fait. C'est bien autour de l'activité de lecture que cet homme adopte une orientation visuelle spécifique qui va ré-agencer leur espace perceptif partagé. C'est ce que nous allons traiter dans la partie suivante.

## **2. L'activité de réception en prise dans des formes de multi-activité**

Après avoir présenté l'orientation visuelle adoptée par les utilisateurs pour regarder la Mobile TV, il va maintenant s'agir de décrire comment cette orientation est ajustée aux évolutions des situations d'usage. En ciblant les basculements de regards des utilisateurs, lorsqu'ils se désengagent visuellement de l'écran de leur téléphone pour regarder autre chose, nous partons du principe qu'ils visibilisent ainsi leur engagement dans des activités conjointes. Par exemple, quand ils regardent le nom d'une station, ils publicisent leur état de vigilance sur l'avancement de leur trajet. Il est dès lors pertinent de décrire comment la gestion de cette activité passe à ce moment précis au premier plan de leur attention, comment la gestion de cette activité bascule d'un traitement périphérique à un traitement focalisé. A partir de ces descriptions, notre objectif reste donc identique. Il s'agit de montrer, après avoir décrit l'ancrage écologique des usages de

---

<sup>470</sup> Morel, 2007.

la Mobile TV, comment ils s'encastrent dans les modalités proxémiques de la coordination sociale et dans l'attention accordée à la gestion du déplacement.

Afin de poursuivre cet objectif, reprenons l'analyse de l'enregistrement traité jusqu'ici (cf. Retranscription 12 : La réception TV inscrite dans une forme de multi-activité, p. 418). Maintenant que nous avons montré comment l'utilisatrice a adopté un positionnement corporel et une orientation de regard propice au maintien de son usage, décrivons les événements qui vont venir interférer sur le déroulement de cette activité en commençant par relever le rôle joué par l'homme assis face à elle.

Comme nous l'avons décrit dans la partie précédente, la participante déploie son usage à la périphérie de l'espace perceptif partagé (cf. par exemple la Photo 73 ; 09.12.03).



**Photo 73 : Agencement d'une zone d'inattention commune**

Si l'on adopte maintenant un point de vue contextuel, en croisant cette perspective centrée sur l'utilisateur avec le positionnement du passager assis face à elle, on peut qualifier leur espace perceptif partagé de zone d'inattention commune. En effet, dans la lignée de Kendon<sup>471</sup>, on peut dire qu'une zone d'attention commune est agencée lorsque deux interactants définissent une « juridiction commune » par l'orientation de leurs « segments interactionnels ». A travers le positionnement de leurs segments interactionnels (les jambes, le buste, les bras, la tête, les yeux, etc.), ils définissent une « juridiction commune » propice à l'entretien de leur conversation. Pour Kendon, cette zone est dès lors agencée autour du positionnement des interactants et elle est également

---

<sup>471</sup> Kendon, 1990.

délimitée par l'espace, notamment par le mobilier urbain comme, dans le cas présent, par les banquettes du métro<sup>472</sup>.

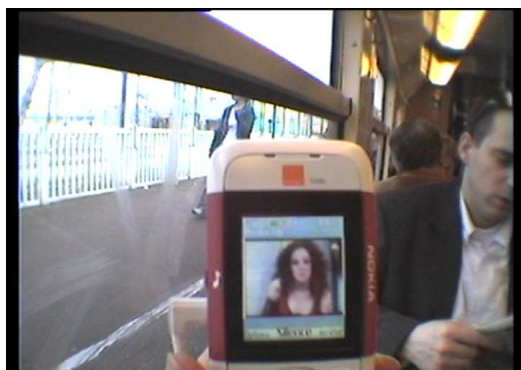
Il va de soi que des inconnus qui n'ont pas envie de se parler vont agencer différemment leurs segments transactionnels et vont s'approprier différemment l'espace de leur cohabitation dans le métro. C'est pourquoi nous qualifions ici cette zone d'inattention commune (cf. Photo 73) car les deux interactants maintiennent un engagement focalisé dans une activité qui leur est propre. En tenant à bout de bras son journal levé, en inclinant sa tête vers le bas et en la tournant vers la gauche, l'homme assis face à la participante se désengage visuellement de leur zone d'attention commune. Mais sa position assise fait que l'orientation de ses segments transactionnels ne peut pas lui permettre de s'extraire de cette zone. Il reste installé au centre du champ de vision de la passagère assise face à lui. Dès lors, leurs segments convergent nécessairement et forment une juridiction commune, celle que la participante a exploitée lorsqu'elle a formulé ses excuses (cf. p. 320).

Parler d'inattention commune, nous permet de recouper le point de vue de Kendon avec l'inattention civile de Goffman. Ici, l'orientation des segments transactionnels est déployée de manière stratégique, à toute fin pratique, afin de rendre viable la poursuite de l'activité initiée tout en permettant aux autres interactants de faire de même. Il est bien entendu difficile de poursuivre une telle description sans leur imputer des intentions. C'est pourquoi, il convient de s'intéresser aux phases de troubles car elles visibilisent des intentions habituellement contenues dans la « normalité des apparences ». C'est à travers elles que nous pourrions réellement qualifier cette zone d'inattention commune.

Il est alors intéressant de noter comment ces deux interactants vont orienter leurs segments transactionnels une fois que l'homme va clore sa lecture du quotidien. En effet, une fois le RER arrêté à quai (11.08.00), il a plié en deux son journal et continue de le lire (11.14.01 ; cf. Photo 74). La participante lève quant à elle légèrement la tête tout en la tournant en direction du quai où une passante évolue (11.14.10 ; cf. Photo 75).

---

<sup>472</sup> Cf. Morel 2007.



**Photo 74 : Désengagement de l'activité de lecture**



**Photo 75 : Arrivée en gare**

L'homme va faire de même. Lorsqu'il lève la tête et regarde vers le quai (11.15.10 ; cf. Photo 76), l'orientation de ses segments transactionnels vient dès lors chevaucher celle de la participante. Même s'il n'est pas possible de savoir ce que la participante regarde, il apparaît comment son orientation perceptive dans cette activité, qui lui permet de voir ce qui se joue autour de l'écran, est à ce moment là perméable à l'orientation de regard du passager assis face à elle. Cet agencement révèle donc une transition entre une zone d'inattention partagée à une zone d'attention partagée. Il lui est bien plus difficile à ce moment là de maintenir un lien visuel avec le programme télévisé sans être gênée par ce chevauchement de regards. Cette gêne peut être délogée du mouvement de tête vers la gauche qu'elle initie, quelques secondes après, avant de rapprocher l'écran de ses yeux (11.15.24 ; cf. Photo 77).



**Photo 76 : chevauchement des « S. T. »<sup>473</sup> 1**



**Photo 77 : Publicisation d'une double justification**

Elle prolonge ensuite ce mouvement rapide de tête avant de le clore quand son regard est orienté vers l'extérieur, vers un « espace neutre »<sup>474</sup> (11.15.28 ; cf. Photo 78). Deux secondes après (11.17.24 ; cf. Photo 79), elle va incliner sa tête de sorte à ce que le panneau indiquant le nom de la station « Les Ardoines » entre dans son champ de vision.

<sup>473</sup> Contraction de « Segments transactionnels », Kendon, 1990.

<sup>474</sup> Murtagh, 2002.

Cette inclination de tête nous permet de lui attribuer l'intention de lire ce repère afin d'évaluer où elle en est dans ce trajet retour.



**Photo 78 : Fin du mouvement**



**Photo 79 : Coup d'œil sur un repère du déplacement**

A travers cette séquence, il apparaît clairement comment la gestion du déplacement peut être articulée avec la réception de la Mobile TV. La gestion de la mobilité, à un niveau périphérique de son attention, va basculer au premier plan de ses préoccupations suite à des éléments perturbateurs. Par exemple, nous avons décrit le rôle de l'immobilisation du RER, les modifications de l'orientation de regard des interactants dans la zone d'attention commune ainsi que les déambulations des passagers en arrière plan ou le panneau indiquant le nom de la station. Ces facteurs jouent avant tout un rôle dissuasif. Ils dissuadent simplement les usagers de maintenir leur engagement visuel dans la réception du programme sans jeter un coup d'œil sur « la normalité des apparences » et l'avancement de leur déplacement.

Ceci dit, une telle vision serait manichéenne si ces facteurs étaient perçus comme de pures contraintes, comme des incitations qui empêcheraient les utilisateurs de s'évader de la situation vécue à travers leur consommation médiatique. En experts, ils les exploitent aussi comme des rappels à l'ordre, comme des déclencheurs leur rappelant de jeter des coups d'œil sur le déroulement de leur trajet. Autrement dit, ces contraintes et ces sollicitations extérieures contribuent à activer les coups d'œil sur la normalité des apparences chez celui qui se laisse capter par elles, chez celui qui est en état de « préoccupation »<sup>475</sup>. Celui qui gère de front plusieurs activités, comme un déplacement et un usage du mobile, s'installe notamment dans cet état de préoccupation pour contrecarrer l'isolement sonore partiel dans lequel le port des écouteurs le plonge. En choisissant d'écouter un programme sans interruption, il s'engage à gérer de front ces

<sup>475</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

activités. Il ne peut le faire qu'en déployant des coups d'œil sur l'avancement du trajet. C'est à travers eux qu'il va non seulement pouvoir se lever à temps, pour mener à bien sa mobilité, et qu'il va pouvoir projeter son activité de réception vers un horizon temporel, celui de la fin du trajet.

A travers cette séquence, il apparaît donc qu'il serait abusif de considérer que la participante s'est désengagée de la réception, avant de jeter un œil sur un repère du déplacement, afin que ses segments transitionnels ne chevauchent plus ceux du passager assis face à elle. Même si la tentation est grande, ces unités descriptives ne peuvent pas être articulées dans un tel rapport de causalité. Il est préférable, selon nous, d'inscrire l'activité de réception dans une forme englobante de multi-activité. Une telle conception invite à considérer que la gêne engendrée par le chevauchement des regards, aussi gênante soit-elle, ne forme pas une cause permettant d'expliquer l'orientation de ce comportement. Elle forme un déclencheur qui a contribué à rendre pertinent, dans ces circonstances pratiques, le déploiement d'un coup d'œil sur l'état de déplacement, tout en lui permettant de maintenir l'écoute du programme à l'aide des écouteurs. Autrement dit, ce déclencheur a contribué à rendre la vigilance accordée au déplacement plus pertinente que l'attention accordée au programme. Il ne s'agit pas d'une cause puisque la tâche accomplie à ce moment là (repérer où elle en est dans le déplacement) s'inscrit dans une activité initiée depuis longtemps.

Ce détail est d'une grande importance car c'est bien deux visions du social qui se négocient autour de lui. Dire qu'il forme une cause, c'est renvoyer la coordination sociale des conduites, s'opérant dans une zone d'attention mutuelle, à des impératifs normatifs. Une telle conception interactionniste alimente une vision anxieuse des relations en public : le commerce des regards se jouerait dans une arène d'où sortent des gagnants, ceux qui gardent le regard fixe, et des perdants, ceux qui détournent les yeux en s'évertuant à invisibiliser ce détournement de regard. Ce n'est plus la même chose de dire que la participante s'est substituée à la gêne engendrée par cet échange de regard en faisant passer l'activité périphérique au premier plan de son attention, en priorisant la gestion du déplacement et la recherche des repères qui permettent de le conduire. Il n'y a plus ici de choc frontal entre des acteurs qui cherchent à régner en maître sur leur espace perceptif partagé. Cette vision est d'ailleurs corroborée par la séquence analysée ici puisque l'homme a désinvesti leur espace perceptif commun au moment où la participante regarde à nouveau devant elle (11.21.11 ; cf. Photo 80). Autrement dit, la jeune femme a

détourné son regard de l'espace perceptif partagé pour laisser l'homme l'investir en toute quiétude, afin qu'il puisse ratifier à son tour la normalité des apparences et suivre l'avancée de son trajet. Selon cette lecture, la participante fait également preuve d'inattention civile dans la mesure où elle justifie son désengagement de l'espace perceptif commun en visibilisant son engagement dans une seconde activité, comme c'est le cas quand elle regarde la signalétique pour conduire son déplacement. Autrement dit, son détournement de regard est d'autant plus poli qu'il est justifié, qu'il est polarisé vers un but indépendant de la simple coordination avec l'observateur.



**Photo 80 : Réinvestissement de la zone d'attention mutuelle**

Cette vision plus pacifiste considère donc que les regards sont détournés, à toute fin pratique, pour tendre vers un but propre, comme savoir où l'on en est dans son trajet. D'un point de vue extérieur, l'orientation du regard de l'homme (cf. la photo ci-dessus) peut également publiciser la gestion de cette activité. Il apparaît clairement comment cette vision ne renvoie pas la coordination sociale à des seules règles de conduites. Ce qui se joue dans l'arène de la coordination des conduites est aussi dépendant des activités poursuivies par les interactants puisqu'elles leur fournissent des atouts dans leur jeu. Le téléphone mobile, en tant que support d'activité, forme une carte supplémentaire dans ce jeu, au même titre qu'un quotidien. Nous allons voir comment la participante l'exploite.

Après avoir rangé son journal (11.39.23), l'homme sort un téléphone mobile (11.46.22). Puis, il appelle un(e) correspondant(e) (12.02.17) pendant quelques secondes avant que sa communication ne soit interrompue (12.11.17). Suite à cela, il manipule son téléphone tête baissée avant de la lever à nouveau (13.07.28). A ce moment là, il regarde fixement en direction de la participante pendant environ deux secondes (13.08.10 à 13.10.02 ; cf. Photo 81) avant de tourner légèrement la tête et le regard en direction de l'extérieur (13.10.07 ; cf. Photo 82).





**Photo 81 : Regard dirigé**



**Photo 82 : Regard vers l'extérieur**

Ce regard fixe, dirigé en direction de la participante, ne peut pas être assimilé à un « regard dirigé ». Il n'est pas possible de le charger d'une intention particulière ou d'un message implicite que l'homme aurait voulu transmettre à la participante, comme c'est par exemple le cas lorsqu'un piéton dirige son regard en direction de l'automobiliste, dont il va couper la trajectoire, avant de s'engager sur un passage piéton<sup>476</sup>. Comme dans ce dernier exemple, l'orientation de regard de l'homme doit être référée à son positionnement corporel (être assis dans une rame du RER) et à la séquentialisation de son activité (lever la tête suite à un appel interrompu par une perte du réseau). En dirigeant ainsi son regard, il visibilise *a minima* le fait que l'orientation de son activité (avoir émis un appel interrompu après avoir terminé la lecture du journal) ne lui permet plus d'invisibiliser avec autant d'efficacité sa participation à leur espace attentionnel commun. Comme il n'est plus absorbé par une activité, il adresse alors un coup d'œil vers l'extérieur. Il est dès lors intéressant de décrire selon quels « paramètres de l'observation interpersonnelle »<sup>477</sup> l'utilisatrice va tenter de se coordonner avec cette nouvelle orientation de l'interactant.

Après avoir regardé vers l'extérieur (13.10.07 ; cf. Photo 82), l'homme regarde de nouveau en direction de son téléphone (13.16.20 ; cf. Photo 83). A ce moment là, l'orientation visuelle des deux interactants ne se chevauche plus dans leur espace attentionnel mutuel. Mais, deux secondes après (13.18.19), il tourne de nouveau sa tête en direction de l'extérieur (13.19.00 ; cf. Photo 84) générant ainsi un nouveau chevauchement de leurs orientations visuelles.

---

<sup>476</sup> Sudnow, 1972.

<sup>477</sup> *Ibid.*



**Photo 83 : Fin du chevauchement des S.T.**



**Photo 84 : Chevauchement des orientations visuelles**

Suite à ce chevauchement, la participante va légèrement baisser son regard et sa tête, tout en l'orientant davantage vers l'extérieur et en approchant l'écran du téléphone de ses yeux (13.19.12 ; Photo 85). A travers ces mouvements, elle rapproche l'écran aussi prêt que possible de son regard de sorte à ce qu'il vienne cacher (autant que possible) le visage de l'homme assis face à elle. En adoptant cette orientation, elle tente de se couper de l'espace perceptif partagé afin que son orientation visuelle, dans la réception de la Mobile TV, ne vienne plus chevaucher l'engagement perceptif de l'homme dans leur espace attentionnel commun.



**Photo 85 : Ajustement des S.T.**



**Photo 86 : Tension dans les engagements perceptifs**

Il convient cependant de se méfier ici de l'effet d'optique généré par la prise de vue des lunettes caméra (cf. Photo 85). Il est peu probable, dans les faits, que les contours du visage de l'homme n'apparaissent pas en arrière-plan du champ de vision de la participante. La petite taille de l'écran du téléphone rend en effet difficile une telle possibilité. Et, au-delà de cet aspect, une telle possibilité n'est en rien souhaitable. Vu que la participante se désolidarise déjà partiellement, d'un point de vue auditif, de l'espace

attentionnel commun, un tel désengagement visuel paraît difficile à maintenir. Il est du moins difficile à maintenir s'il n'est pas ponctué par des coups d'œil sur l'espace attentionnel commun et, plus généralement, sur la normalité des apparences. C'est ce qu'elle va faire trois secondes plus tard (13.22.02 ; cf. Photo 86) visibilisant ainsi comment cette économie des coups d'œil peut être agencée autour d'un support médiatique.

En effet, sans faire d'extrapolation à partir d'une capture d'écran précise (cf. Photo 87 et 88), on peut observer de manière générale comment l'orientation perceptive dans cette activité de réception permet aux utilisateurs de maintenir une vigilance minimale sur ce qui se joue derrière l'écran. Et, même s'ils peuvent maintenir cette vigilance minimale au niveau périphérique de leur attention, ils recourent également à des coups d'œil dirigés sans avoir à modifier l'orientation de leurs autres segments transactionnels (en levant par exemple la tête). En procédant ainsi, ils font « être comme tout le monde »<sup>478</sup> en poursuivant des buts propres, liés à une activité, tout en restant vigilants sur les évolutions de la situation vécue.



**Photo 87 : Tension liée au chevauchement des S.T.**



**Photo 88 : Vigilance minimale**

Dès lors, ce jeu autour du positionnement du téléphone mobile, n'a d'autre finalité que de juguler la gêne, suscitée par le chevauchement des orientations visuelles avec les interactants, afin de faire de la réception télévisuelle une source de plaisir et de divertissement. Dans la mesure où ce positionnement doit être continuellement ajusté, il apparaît comment l'orientation perceptive dans la réception télévisuelle s'inscrit dans une tension continue avec l'engagement perceptif nécessaire à la coordination sociale de l'espace perceptif commun.

---

<sup>478</sup> Sacks, 1992.

Cette tension est liée à cette forme de multi-activité, développée autour de la réception de la Mobile TV et de l'activité de mobilité dans un transport en commun, dans la mesure où cette dernière induit ces modalités de coordinations sociales. A ce premier niveau de tension vient s'ajouter celui évoqué précédemment, à savoir les coups d'œil adressés sur les indices et les repères du déplacement.

Dès lors, nous avons formulé, au cours de cette partie, diverses descriptions montrant comment la réception de la Mobile TV ne peut pas être appréhendée comme une simple activité s'articulant avec l'activité de déplacement. Idéalement, cela reviendrait à dire que les utilisateurs se désengagent de la réception lorsque le transport marque un arrêt, pour identifier où ils en sont dans leur parcours, avant de réinvestir leur écran. Cela reviendrait à dire que la coordination avec les interactants, qui nécessite de leur adresser des regards plus ou moins dirigés, pourrait être réalisée de manière totalement planifiable (projeter de surveiller la normalité des apparences au prochain arrêt ou à la prochaine coupure pub).

L'utilisateur n'agit pas en marionnettiste. Il n'est ni caché par un décor, ni par une bulle qui lui permettrait de poursuivre sa réception sans subir les interférences des interactants. Il ne distribue pas ses coups d'œil de manière planifiée en choisissant la totalité des moments où il va se désengager visuellement de sa réception. Il ne choisit pas nécessairement ceux où il va rechercher des indices sur l'avancement de son déplacement. De même, il ne choisit pas systématiquement ceux où il va être amené à se coordonner avec les interactants. C'est pourquoi cette activité s'inscrit dans des formes de multi-activité. C'est pourquoi, elle ne peut pas être rapprochée du modèle perception / action de la routine.

Lorsqu'elle est réalisée, cette activité vient s'encaster dans la gestion du déplacement dans un transport en commun et dans la coordination avec les passagers qui incombe à cette modalité de transport. Parler de multi-activité permet de montrer comment l'horizon temporel de la réception s'encastre dans celui du déplacement. Cela permet de donner sens à l'attention, aussi minimale soit-elle, accordée à ce qui se joue autour de l'écran. C'est à travers elle que ces deux activités s'encastrent et peuvent être menées conjointement car l'attention périphérique permet au récepteur de conserver un œil sur son trajet. Dès lors, le traitement de ces deux activités répond à une organisation

séquentielle. Il n'y a pas interruption de l'une au profit de l'autre. Elles sont articulées, les orientations de l'une préfacent les orientations de l'autre. Elles sont toutes deux conduites de front avec une priorisation différente, de l'une par rapport à l'autre, suivant les moments. Tout en considérant, comme nous l'avons décrit à de multiples reprises, que cette priorisation est indexée sur l'horizon temporel de ces activités (l'arrivée en station, etc.), les situations (les mouvements de passagers, etc.) et leur écologie (l'agencement des sièges qui coproduit l'espace attentionnel commun).

#### IV. Conclusion du chapitre 6

Dans ce chapitre, consacré à l'ancrage public des usages de la Mobile TV, il s'est avéré pertinent de suivre une perspective de recherche praxéologique. En effet, comme les relations sociales entre les passagers des transports en commun sont avant tout médiées par des formes aussi simples<sup>479</sup> que des échanges de regard, il est intéressant de repérer comment les utilisations de ce service mobile, maintenues par un engagement visuel, s'inscrivent dans ces échanges de coups d'œil entre co-présents. Il est dès lors nécessaire de coller au plus près de l'activité des participants pour saisir comment elle vient s'encadrer dans les échanges proxémiques de civilité et, plus généralement, dans l'écologie des situations d'usage.

Afin de décrire comment ces usages s'inscrivent dans les régimes visuels de la coordination sociale, il a été utile de dissocier notre corpus d'enregistrements en deux, en distinguant une modalité d'ouverture des usages qualifiée d'introductive, d'une seconde modalité qualifiée de transitionnelle. A travers la première, notre objectif a été de présenter comment le déploiement des utilisations est singulier quand les utilisateurs sont déjà installés en situation d'usage. Lorsqu'un usager relie les écouteurs à son téléphone, une fois qu'il est assis dans un transport en commun, il visibilise, à toute fin pratique, le fait qu'il s'oriente vers un usage du mobile relativement silencieux. A travers ce simple détail, nous avons montré à quel point il serait malvenu d'essayer d'inscrire la diffusion de la Mobile TV dans la continuité de la « panique morale »<sup>480</sup> entretenue autour des conversations téléphoniques dans les lieux publics. Cet intermédiaire technique, que sont les écouteurs, entre dans la régulation des échanges proxémiques de civilité. S'il ne peut pas permettre à un observateur extérieur de classer avec exactitude l'activité du participant<sup>481</sup>, il visibilise cependant un objectif visé par l'activité, développée autour du téléphone mobile, qui tend à contenir la diffusion du son à son seul destinataire. C'est pourquoi, dans cet exemple de modalité introductive, l'activité de la participante a pris la forme d'une « banalité renversante »<sup>482</sup> particulièrement caractéristique de l'« inattention

---

<sup>479</sup> Conein, 2005.

<sup>480</sup> Morel, 2007, p. 19.

<sup>481</sup> Sudnow, 1972. Sudnow montre par ailleurs qu'une classification exacte des activités est impossible pour un observateur extérieur qui ne peut prendre appui que sur les seuls « paramètres de l'observation interpersonnelle ».

<sup>482</sup> Cf. une note de lecture relative à l'ouvrage de Thibaud (2002) : <http://www.cndp.fr/RevueDees/notelecture/200311-04.htm>

civile »<sup>483</sup>. Comme l'utilisateur s'engage à rester discret via cet intermédiaire, il peut prendre ostensiblement appui sur la séquentialisation de son activité et sur les « paramètres de l'observation interpersonnelle »<sup>484</sup> pour visibiliser les phases qui vont le conduire à hausser ce dispositif de politesse sur ses oreilles.

Cette orchestration ne se retrouve pas dans la modalité transitionnelle puisque, dans ce cas là, les utilisateurs les ont déjà chaussés pour prolonger leur réception de la Mobile TV entre deux situations. Nous avons alors montré comment les participants peuvent se soustraire temporairement à la coordination des trajectoires déambulatoires lorsqu'ils évoluent au milieu des autres passagers, tête baissée, le regard orienté vers l'écran de leur téléphone. Cependant, s'ils peuvent déléguer à autrui la gestion de leur croisement, il n'est pas pour autant possible de juger leur comportement comme incivil et purement égoïste. Ils se soustraient simplement aux échanges de regard avec les co-présents afin de privilégier la réception du programme. Ils expérimentent alors une économie minimale du coup d'œil composée de rares regards dirigés vers la conduite de leur déplacement. En procédant ainsi, ils se désengagent visuellement de l'écran pour s'orienter et ne croisent le regard des co-présents qu'au moment de ces « décrochages »<sup>485</sup> visuels concédés à la gestion de la mobilité. Mais, là encore, si un comportement civil consiste à ne pas alerter les relations en public en ne projetant pas un comportement incongru, alors cette démarche des téléphonistes reste on ne peut plus polie. On peut même aller jusqu'à dire que la forte prédictibilité du comportement des usagers, visibilisée par leur engagement focalisé dans une activité médiatique, accentue leur cordialité puisqu'elle les rend prévisibles et les dissuade d'adresser des coups d'œil insistants ou mal placés.

Ce qui ressort également de cette modalité transitionnelle, c'est la manière dont les usagers ré-expérimentent leur rapport à l'environnement lorsqu'ils conduisent leur déplacement en maintenant un engagement visuel dans la réception de la Mobile TV. Il est vrai qu'il est habituellement incongru d'assimiler la démarche du badaud à une activité. S'il lui arrive de focaliser toute son attention sur la conduite de sa marche, quand il traverse un passage piéton par exemple, il semble le plus souvent déambuler le nez en l'air, gérant à un niveau infra-conscient le contournement du mobilier urbain (les poubelles, les panneaux) et des aménagements piétonniers (les trottoirs, les marches, etc.).

---

<sup>483</sup> Goffman, 1963, 1973.

<sup>484</sup> Sudnow, 1972.

<sup>485</sup> Bertrand, De Gournay, Mercier, 1988, p. 121.

S'il est difficile de statuer sur ce fait, il est en revanche indéniable que le déploiement d'une activité focalisée, comme les usages de la Mobile TV, contraint les usagers à problématiser leur marche. Ou, du moins, ils se disposent ainsi à expérimenter une nouvelle modalité de marche proche du contournement d'obstacle. Des gestes aussi simples que la saisie des poignées de portes vont alors être reconfigurés autour de l'engagement manipulateur déployé pour maintenir l'activité de réception. C'est ainsi que l'appréhension fonctionnelle des poignées ou des interrupteurs va être articulée autour des « gestes préparatoires »<sup>486</sup>. Manipuler une poignée avec la main dans laquelle on tient son téléphone, c'est réduire sa fonction à un pur obstacle que l'on souhaite contourner le plus vite possible pour reprendre rapidement l'usage qui a été temporairement suspendu. Si une poignée forme une « affordance »<sup>487</sup>, ayant fait l'objet d'un apprentissage, il s'agit bien ici pour les utilisateurs d'élargir cet apprentissage à leur exigence médiatique du moment et à l'engagement corporel qu'elle induit. C'est bien une modalité inédite de présence au monde qui se joue ici. Plutôt qu'une fuite en avant dans la « dispersion », opérée le plus souvent sous des pressions professionnelles<sup>488</sup>, il s'agit ici pour ces fans technophiles de ré-expérimenter la platitude de leur engagement corporel dans la mobilité à travers un jeu expert de contournements d'obstacles. Au fond, il ne s'agit de rien d'autre que d'une énième forme de divertissement. Tel le conducteur qui divertit la lenteur des bouchons par l'écoute de la radio, ces utilisateurs divertissent les phases de déplacement devenues rébarbatives par habitude. Lorsqu'ils s'engagent dans de telles formes de multi-activité, ils transcendent leurs gestes les plus insipides à travers une esthétique du beau geste, celui qui est parfaitement accompli dans l'effervescence d'un engagement multiple.

L'objectif de ce chapitre était avant tout de saisir dans quelle mesure une telle épreuve, visant à ré-expérimenter son monde en couplant les usages de la Mobile TV avec l'activité de déplacement, venait interférer sur la participation des utilisateurs aux relations en public. C'est pourquoi, après avoir traité ces deux modalités d'ouverture des usages, nous avons décrit comment ils venaient s'inscrire dans le commerce des regards, au fil du temps (relativement) long des utilisations. Pour atteindre cet objectif, nous sommes partis d'une forme de « breaching »<sup>489</sup> « naturelle ». En prenant l'exemple d'une

---

<sup>486</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>487</sup> Gibson, 1979.

<sup>488</sup> Datchary, Licoppe, 2007 ; Datchary, 2008.

<sup>489</sup> Garfinkel, 1967.



participante qui voulait se jouer de la durée, en initiant la connexion à la Mobile TV avant d'emprunter le RER, nous avons décrit un des aléas de la multifonctionnalité des téléphones multimédia. Bien que la Mobile TV soit activée, la sonnerie de son téléphone a retenti au moment où elle s'asseyait. Après s'être excusée auprès des interactants les plus proches, elle a clôt la conversation avec son correspondant avec un « je suis mal à l'aise (...) je te rappelle ». Nous avons ainsi pu montrer, en décrivant comment elle s'est « mise à l'aise » pour rappeler son correspondant, qu'est-ce qu'être à l'aise, pour elle, dans cette situation vécue. A partir de là, nous avons pu comparer l'agencement de ce « ne plus être mal à l'aise » avec la posture qu'elle a adoptée pour regarder la Mobile TV. Nos constats sont ainsi venus corroborer les observations<sup>490</sup> ayant montré comment les téléphonistes entretiennent leurs conversations téléphoniques en public en orientant stratégiquement leur regard vers des « espaces neutres »<sup>491</sup>, par exemple vers l'extérieur des transports en commun. En revanche, l'orientation visuelle dans la réception de la Mobile TV n'est plus nécessairement indexée sur de tels espaces. L'écran est positionné à la périphérie de l'espace perceptif partagé de sorte à ce que la participante puisse conserver à portée de regard l'interactant le plus proche, tout en percevant en arrière plan le paysage qui défile et, de ce fait, les indices de lieux lui permettant d'identifier l'avancement de son trajet.

C'est sur la base de cette photographie de l'engagement perceptif dans la réception que nous avons montré comment cette activité vient s'encastrier dans des formes de multi-activité. En effet, à travers cette orientation visuelle, la participante peut gérer de manière conjointe ces deux activités. Elle ne le fait pas nécessairement de manière stratégique. Elle se dispose à se laisser capter par les évolutions de la situation requérant sa coordination avec les interactants. Et, à travers cette vigilance, elle peut déployer une économie minimale des coups d'œil sur les repères du déplacement puisqu'elle n'a qu'à détourner le regard de l'écran pour gérer sa mobilité. Elle priorise dès lors l'attention accordée à l'activité médiatique tout en restant « pré-occupée »<sup>492</sup> par les tâches futures que l'évolution de la situation demandera d'initier (par exemple, déplacer ses jambes ou ses sacs pour laisser un passager s'asseoir).

Seulement, cette orientation de regard à la périphérie de l'espace perceptif commun est problématique. Pour être maintenue, il est préférable que les interactants les

---

<sup>490</sup> Murtagh, 2002 ; Morel, 2007.

<sup>491</sup> Murtagh, 2002.

<sup>492</sup> Datchary, Licoppe, 2007 ; Datchary, 2008.

plus proches soient eux-mêmes engagés dans une activité ou, du moins, qu'ils n'investissent pas avec insistance l'espace perceptif commun. Dans ce cas là, il est difficile pour le récepteur de continuer à regarder un programme sans être gêné par le regard, en arrière-plan, de l'interactant avec lequel il co-définit un espace attentionnel commun. Nous avons alors montré comment l'utilisateur joue sur le positionnement de l'écran, sur son orientation de tête et de regard, afin que ses « segments transactionnels »<sup>493</sup> ne chevauchent plus, ou le moins possible, ceux de l'interactant.

A travers de tels ajustements, nous avons décrit les « paramètres de l'observation interpersonnelle »<sup>494</sup> qui prévalent dans la coordination des utilisations de la Mobile TV avec les co-présents. En filigrane de ces descriptions, il apparaît clairement à quel point le déploiement de ces usages vient s'inscrire dans les échanges proxémiques de civilité. Une telle lecture de la pratique télévisuelle peut paraître bien anecdotique si l'on se réfère aux canons de la sociologie de la culture. En effet, elle ne permet pas d'aborder de front la question paradigmatique du choix de ces contenus culturels que sont les programmes télévisés. Notre lecture a pour objectif d'investir cet arrière monde, on ne peut plus pragmatique, des échanges de regard qui bordent l'engagement focalisé dans la réception des contenus.

Nous avons ainsi pu décrire les nombreux désengagements visuels que les récepteurs opèrent pour coordonner leur conduite ou leur coexistence avec les co-présents. Ils viennent ainsi atténuer la force d'attraction que l'on peut habituellement imputer aux programmes télévisés. Aussi sensationnels soient-ils, ces contenus ne sauraient captiver leur destinataire au point qu'ils se substituent totalement aux règles de conduites de la vie en public. En ce sens, nous avons indirectement qualifié « le temps donné au regard »<sup>495</sup> dans la réception, en public, de contenus fortement attractifs. Par rapport aux « pactes »<sup>496</sup> de réception artistique conclus par les récepteurs postés devant une œuvre, les récepteurs engagés dans un déplacement s'inscrivent dans une forme de multi-activité qui surdétermine « le temps de la contemplation »<sup>497</sup> et, par conséquent, la réception, que ce soit la perception de l'« œuvre », son « interprétation » ou son « analyse esthétique ». En ce sens, une telle réception mute, de fait, en activité de divertissement. Les contenus deviennent secondaires car leur légitimité n'est plus

---

<sup>493</sup> Murtagh, 2002.

<sup>494</sup> Sudnow, 1972.

<sup>495</sup> Passeron, Pedler, 1991.

<sup>496</sup> *Ibid.*, p. 93.

<sup>497</sup> *Ibid.*, p. 94.

mécaniquement transférable à l'activité qui les prend comme objet. Quel que soit le contenu, cette activité peut de fait être qualifiée d'activité de divertissement puisqu'elle vise nécessairement un objectif extérieur à ce contenu, un but situé et circonstanciel projeté autour de l'activité de déplacement. Dès lors, lorsque la réception participe à une forme de multi-activité, elle forme de fait un divertissement puisqu'elle est déployée à travers la subordination d'une activité secondaire, à un niveau périphérique de l'attention. Elle peut même tirer son but de cette dernière comme quand un récepteur se poste devant un contenu pour faire passer son temps de transport.

A travers ces développements, il ne s'agit absolument pas de distinguer la bonne réception de la mauvaise, en considérant que la pratique légitime nécessite la pleine et entière attention de son récepteur. Il s'agit pour nous d'insister sur le fait que la réception s'inscrit souvent dans des formes de multi-activité. Lorsqu'elle s'inscrit dans des engagements multiples, l'activité de réception est traitée sur un mode séquentiel dans la mesure où les récepteurs ne clôturent pas nécessairement toutes leurs activités antérieures avant de la déployer. Ils conservent souvent un œil sur les activités qu'ils ont laissées sur le feu avant de s'engager dans leur réception. Ce constat permet de requalifier à nouveaux frais l'évolution de la consommation médiatique dans la mesure où elle est de plus en plus développée en parallèle d'autres activités. Elle vient se greffer sur les autres activités mondaines sans nécessairement cannibaliser le temps qui leur est imparti. Et, d'un point de vue pragmatique, les acteurs redoublent de ruses pour densifier leur quotidien en dédoublant leur temps par la superposition des écoutes médiatiques. C'est ainsi qu'ils ré-expérimentent leur rapport au quotidien et, plus spécifiquement, à ceux qui le peuple. C'est du moins ce que nous avons tenté de décrire dans cette partie en montrant comment l'activité de réception télévisuelle permet aux récepteurs de négocier différemment leurs échanges dans le commerce des regards.

## Conclusion générale

### I. Retour sur le programme de recherche

- **Prendre une innovation de service comme pré-texte : vers une sociologie des usages**

Cette thèse s'inscrit dans la droite lignée de la sociologie des usages. Elle prend pour objet une innovation technique, le réseau téléphonique 3G, et la grappe des services mobiles multimédia dont elle a permis la commercialisation : le WAP (le *Wireless Application Protocol*, appelé aussi l'Internet mobile), le service de *Video On Demand* et la Mobile TV. En prenant cet objet, notre objectif est de décrire comment cette offre de service s'inscrit dans la fabrique de la culture : quels usages les abonnés font-ils des offres multimédia ? Comment s'inscrivent-elles dans leurs pratiques médiatiques ? Comment les renouvellent-elles (cf. chapitre 1, p. 23) ?

- **Comment la sociologie des usages remplit-elle la coquille vide de la technique ?**

Dans le prolongement de la sociologie de la réception, qui a libéré les récepteurs des « effets » des théories critiques de la communication, la sociologie des usages a démontré que les usagers ne se contentent pas de détourner les significations prescrites par les discours médiatiques<sup>498</sup>. Ils contournent également les prescriptions techniques d'utilisation inscrites dans les modes opératoires des supports médiatiques<sup>499</sup>. C'est en ciblant ces « arts de faire »<sup>500</sup> qu'il devient possible de montrer comment l'appropriation<sup>501</sup> technique des dispositifs médiatiques co-produit la relation aux contenus et entre dans la fabrique de la culture (cf. chapitre 2, p. 51).

<sup>498</sup> Hall, 1973. Cf. un extrait traduit en français, Hall, 1994.

<sup>499</sup> De Certeau, 1980 ; Perriault, 1989 ; Thévenot, 1993 ; Chambat, 1994.

<sup>500</sup> De Certeau, 1980.

<sup>501</sup> Chambat, 1994, Proulx, 2002.

### - **Problème n°1 : du déterminisme technique au médiacentrisme**

En déplaçant la focale sur le détournement des prescriptions d'usages, la sociologie des usages récuse toutes formes de déterminisme technique. Seulement, à force de prendre la succession des innovations techniques pour pré-texte<sup>502</sup>, elles parcellisent le champ de la consommation médiatique, elles fragmentent la figure des usagers en de multiples ontologies médiacentrées<sup>503</sup> : le lecteur, l'auditeur, le téléspectateur, l'internaute, le mobinaute, etc. Une sortie de crise a été proposée : recomposer la « trajectoire d'usage »<sup>504</sup> des utilisateurs en traçant le processus de complémentarité/substitution entre les anciens médias et ceux que l'utilisateur a nouvellement intégré dans la gamme de ses supports médiatiques. Oui, mais...

### - **Problème n°2 : la « faute de goût » des compétences techniques**

Cette recombinaison des trajectoires d'usage repose sur le modèle d'une sociologie de la fréquentation des médias<sup>505</sup> inspirée par la sociologie de la culture française, soit sur la convergence entre les spécificités des profils sociodémographiques et des logiques d'usage *sui generis*. A travers cette convergence, la figure du technophile a été mise en avant : il s'agit d'un homme de moins de 35 ans, diplômé du supérieur, qui vit dans les grandes agglomérations et exerce une activité professionnelle valorisée socialement et économiquement. Ses compétences techniques le disposent à être un « *lead user* »<sup>506</sup>, celui qui s'approprie en premier les nouvelles technologies et développe les trajectoires d'usage les plus diversifiées. Ce modèle de l'appropriation par la culture numérique repose sur un implicite hautement symbolique. En effet, le plus compétent, techniquement parlant, est aussi le plus compétent symboliquement parlant, c'est lui qui se joue le mieux des prescriptions de significations véhiculées par les discours médiatiques.

Ce modèle reste très pertinent, au point d'ailleurs que les études d'usage actuelles manquent de souffle<sup>507</sup> à force de le reproduire. S'il ne peut pas être récusé, il mérite d'être complété. Il n'est plus possible de réduire la problématique de l'appropriation à la seule dimension du transfert des compétences techniques. Et, il n'est plus pensable

---

<sup>502</sup> Jouët, 2000.

<sup>503</sup> Proulx, 2002.

<sup>504</sup> *Ibid.*

<sup>505</sup> Pronovost, 1994.

<sup>506</sup> Von Hippel, 1986.

<sup>507</sup> Jouët, 2000.

d'aborder l'appropriation sous ce seul versant technique en la coupant de la problématique des préférences médiatiques ; problématique qui ne pourrait être traitée qu'à travers le paradigme de la sociologie de la culture. C'est du moins ce que la Mobile TV nous invite à penser car l'on ne peut pas saisir ce que les usagers font de ce nouveau service sans prendre en compte ce qu'ils font avec leur télévision domiciliaire.

- **Problème n°3 : l'inégale transférabilité des préférences télévisuelles**

Le fan de science-fiction considère-t-il que la taille de l'écran de son nouveau téléphone multimédia peut lui permettre de pénétrer dans l'univers de Matrix ? Non. La passionnée de séries télévisées va-t-elle se saisir de ce nouvel écran de poche pour suivre les derniers rebondissements de leurs intrigues ? Bien plus rarement qu'elle ne l'espère. La durée de ses temps de transport et de ses pauses déjeuner, les problèmes de connexion au réseau téléphonique et les aléas de la programmation télévisuelle vont bien souvent l'obliger à prioriser une autre préférence télévisuelle, moins attachante certes, mais plus adaptée (cf. chapitre 4, p. 101). C'est pourquoi, nous avons pris comme observatoire l'attachement<sup>508</sup> opportuniste<sup>509</sup> au « genre journalistique » (cf. chapitre 2, p. 51) car les JT et les chaînes d'info forment d'excellents moyens pour traverser cette épreuve du transfert des préférences télévisuelles (cf. chapitre 4, p. 101).

- **Hypothèse 1 : l'appropriation des services multimédia par le travail des attachements aux genres médiatiques**

Voici pourquoi nous avons défendu la thèse selon laquelle c'est par le travail de leurs attachements à certains genres télévisuels que les usagers vont voir un intérêt dans ce nouvel écran. C'est à travers eux qu'ils vont adopter la Mobile TV et l'inscrire dans leur trajectoire d'usage. Et, plus généralement, c'est à travers leurs préférences médiatiques qu'ils vont s'approprier l'ensemble des services mobiles multimédia (le WAP, la VOD et la Mobile TV).

En effet, nous avons montré à quel point il est problématique de construire une étude d'usage sur la désignation technique et commerciale d'un service. Les utilisateurs interrogés n'identifient pas, et ne restituent pas, leurs utilisations des services multimédia à travers leurs noms : WAP, VOD ou Mobile TV. Ils les catégorisent autour des contenus

<sup>508</sup> Latour, 2000 ; Hennion, 2004 A, 2004 B.

<sup>509</sup> Sur les amateurs « opportunistes », cf. Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 123.

auxquels ces services donnent accès. Comme la rubrique « News » regroupe à la fois des dépêches écrites du WAP ainsi que les flashes infos, les reportages, les bulletins sportifs et la météo de la VOD, les utilisateurs assimilent ces deux formats de contenus et ces deux services sous le fait de s'informer. Autrement dit, ils se les approprient comme un nouveau support de leurs pratiques d'information. Nous avons dès lors montré, en pragmatique, qu'il est problématique de construire une étude d'usage sur la désignation technique et commerciale de ces services sous peine de segmenter ces modalités transversales d'appropriation. C'est pourquoi, nous avons retranscrit, dans le prolongement d'une pragmatique du goût<sup>510</sup>, comment les utilisateurs catégorisent un nouveau service par le travail de leur attachement à des genres médiatiques et, plus précisément ici, par leurs préférences liées au genre journalistique (cf. chapitre 4, p. 101).

A travers ce travail de catégorisation, nous avons retrouvé la performativité des attachements culturels. La désignation d'un dispositif technique multifonctionnel comme les téléphones multimédia varie, d'un utilisateur à l'autre, selon les fonctionnalités qu'ils s'approprient pour réaliser des attachements. Celui qui écoute des fichiers musicaux avec son téléphone y voit un téléphone qui fait lecteur MP3. Celui qui regarde des programmes télévisés y voit un téléphone qui fait télévision. Dès lors, cette question de la catégorisation ne renvoie pas à un simple contournement des prescriptions d'usages<sup>511</sup>, telles qu'elles sont médiées par les offres commerciales et la configuration des services. Elle pose les jalons de l'étude de l'appropriation de ces services en l'inscrivant d'emblée dans le prolongement des autres pratiques médiatiques. C'est ainsi que nous avons appréhendé l'appropriation de la Mobile TV comme un nouveau moment de la pratique télévisuelle. En d'autres termes, la dimension technique des utilisations, telle qu'elle peut être appréhendée par la sociologie des usages, doit être étroitement articulée avec les degrés variables d'attachement aux différents contenus accessibles par cet intermédiaire technique (cf. chapitre 4, p. 101). Nous avons réalisé ce travail d'articulation en mobilisant la pragmatique du goût<sup>512</sup> de Antoine Hennion.

---

<sup>510</sup> Hennion, 2004 A, 2004 B.

<sup>511</sup> De Certeau, 1980.

<sup>512</sup> Hennion, 2003 A, 2004 B, 2005 B.

- **Problème n° 4 : appréhender le goût comme une (multi-)activité située**

Dans la lignée de la pragmatique du goût, nous avons appréhendé les goûts télévisuels comme une activité ; activité qui englobe l'appropriation technique des services multimédia.

*« Une multitude de dispositifs matériels et spatiaux, une minutieuse organisation temporelle, des arrangements collectifs, des objets et des instruments de toutes natures, un large éventail de techniques pour gérer tout cela... Une telle image du goût, comme performance réalisée à travers une procession de médiations, renvoie directement (...) à la définition que j'essaie de clarifier ici, du goût comme activité hautement équipée, instrumentée, située, collective. »<sup>513</sup>*

Pour aborder la fabrique du goût comme une activité, il est pertinent de tisser une continuité entre les situations de « dégustation » afin de décrire comment il se forme dans une pluralité de contextes, autour d'une multitude d'intermédiaires humains et non-humains. La question qui nous a préoccupé ici n'était pas tant celle de la fabrication des attachements aux genres télévisuels que celle de leur transfert d'un ancien média à un nouveau média. Dès lors, nous avons appréhendé le goût comme une activité et le transfert des attachements comme une tâche.

Cette tâche est située, au sens fort du terme, c'est-à-dire qu'elle est indexée sur les environnements, sa nature étant différente d'une situation à l'autre. Cette indexation est fonction de la manière dont l'utilisateur anime l'environnement à travers les objectifs visés par son activité<sup>514</sup>. Dès lors, à travers cette lecture située du transfert des préférences télévisuelles, nous avons fait en sorte de prendre en compte l'ensemble des activités périphériques au sein desquelles cette tâche, de la sélection et de la réception des contenus, vient s'encastrent (cf. chapitre 4, p. 101).

- **Hypothèse 2 : l'inscription de l'activité de réception dans des formes de multi-activité**

En appréhendant les déplacements en milieu urbain comme une activité, poursuivant un but (aller au travail) à l'aide de moyens (le métro, le RER,...), nous avons montré comment l'activité de réception vient s'encastrent dans cette activité périphérique (cf. chapitre 5 p. 197 et chapitre 6 p. 271). Elles s'encastrent l'une et l'autre dans une

---

<sup>513</sup> Hennion, 2003 A, p. 298.

<sup>514</sup> Lave, 1988.



forme de multi-activité<sup>515</sup> dans la mesure où l'orientation donnée à la première affecte la conduite de la seconde, et réciproquement. Leur encastrement repose notamment sur la convergence de leurs appuis : c'est autour de la vigilance accordée aux repères du déplacement (le nom des stations, etc.) que va être balisé l'horizon temporel de l'activité de réception. Réciproquement, c'est en recherchant dans l'environnement des indices de la disponibilité du réseau téléphonique, pour maintenir la réception, que l'utilisateur va gérer en continu l'évolution de son trajet à un niveau périphérique de son attention (cf. chapitre 5, p. 197).

L'encastrement des activités de réception et de déplacement dans des formes de multi-activité, sous la convergence de leurs appuis, va de paire avec l'hybridation de leurs finalités respectives. Le sens assigné à un déplacement quotidien ne peut plus être réduit à sa simple fonction, telle qu'elle est théorisée par le paradigme du déplacement, de relier deux destinations : le domicile et le lieu de travail. Dans l'optique d'une sociologie des nouvelles mobilités<sup>516</sup>, nous avons montré que les individus sont attachés à leur consommation médiatique avec suffisamment de force pour requalifier, à travers elle, le sens de leur trajet (cf. chapitre 5, p. 197). Ils ne se contentent pas de se rendre sur leur lieu de travail. Ils s'informent. Ils suivent Laurent Ruquier. Ils prennent plaisir là où le paradigme du déplacement les enferme dans l'optimisation de leur budget/temps de transport.

En poursuivant la perspective d'une mobilité augmentée<sup>517</sup> par les usages des TIC, nous avons décrit comment ils renouvellent leurs déplacements en faisant divers détours pour maintenir la réception de leurs programmes favoris. C'est ainsi que la mobilité forme une expérience créatrice à part entière car les individus se l'approprient pour réaliser des buts qui leur tiennent à cœur. Elle est « augmentée » car les activités développées autour des TIC incitent les individus à redéfinir leurs « lieux pratiqués »<sup>518</sup> (par exemple autour de la disponibilité/indisponibilité de la Mobile TV) et elles affectent sous un jour nouveau leur manière de pratiquer ces lieux (cf. chapitre 5, p. 197).

Les usages de la Mobile TV ne modifient pas simplement la conduite des déplacements. Ils modifient aussi l'inscription des utilisateurs dans ces « arènes de

---

<sup>515</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>516</sup> Urry, 2000 ; Sheller, Urry, 2006.

<sup>517</sup> Licoppe, Inada, 2005.

<sup>518</sup> De Certeau, 1980, p. 172-175 ; Harrison, Dourish, 1996 ; Dourish, 2006.

visibilité »<sup>519</sup> que sont les transports publics. En maintenant un engagement focalisé dans la réception, les utilisateurs participent différemment à la coordination visuelle de la civilité proxémique<sup>520</sup>. Lorsqu'ils se désengagent visuellement de leur écran pour regarder autour d'eux, ils ne se contentent pas de ratifier la normalité des apparences. Ils adressent des « regards dirigés »<sup>521</sup> sur les repères (le nom des stations) et les indices du déplacement. Ils font dès lors en sorte de faire converger ces régimes visuels en maintenant une vigilance continue tant sur l'écran de la réception que sur l'évolution du déplacement et ceux qui les entourent. C'est à travers cette convergence qu'ils inscrivent leur réception dans des formes de multi-activité qui sont informées en continu sur les attentes normatives de la coordination proxémique<sup>522</sup> (cf. chapitre 6, p. 271).

## **II. Observer l'appropriation des TIC par le travail des propensions opportunistes**

- **« A consommer de préférence avant la durée de péremption indiquée ci-dessous : »**

Une fois arrivé au terme de cette étude, il apparaît clairement à quel point elle se démarque des comptes rendus auxquels la sociologie des usages nous a habitués. Pour essayer de comprendre un environnement médiatique en pleine mutation, les études d'usage prenaient pour objet, dès les années 1980, différentes innovations technologiques afin de montrer comment elles affectaient la fabrication de la culture. Nous avons fait de même ici en prenant pour objet les services mobiles multimédia. Mais, avec le recul des années, nous avons tenté de ne pas reproduire leur inclination au médiacentrisme<sup>523</sup>.

En effet, ces travaux se contentaient bien souvent de photographier les usages de groupes d'utilisateurs avancés pour mettre en lumière ce qui se trame dans des parcelles du champ médiatique, comme par exemple celle des voyeurs du minitel rose. Nous faisons face aujourd'hui à une constellation de supports médiatiques qui alimentent une diversité exponentielle d'utilisations. Il est dorénavant vain de se contenter de les photographier car la dynamique des innovations contraint la sociologie des usages,

---

<sup>519</sup> Relieu, 2008.

<sup>520</sup> Sudnow, 1972.

<sup>521</sup> *Ibid.*

<sup>522</sup> Goffman, 1973 ; Garfinkel, 1967.

<sup>523</sup> Proulx, 2002.

comme Bruno Latour a pu le dire<sup>524</sup>, à inscrire une durée de péremption sur chacun des faits rapportés et sur chacune des analyses produites. Face à de telles mutations, il n'est plus concevable de produire une illusion de stabilité.

Pourtant, cette thèse a pu entretenir cette illusion. Par exemple, nous avons montré, dans le prolongement des études internationales qui ont traité des usages de la Mobile TV, que la place occupée par les *news*, dans la consommation télévisuelle sur les téléphones mobiles, est bien plus importante que celle occupée par les JT dans les pratiques télévisuelles domiciliaires. C'est un fait. Quelle peut bien être sa durée de péremption ? Il ne faut pas être futurologue pour concevoir que la place des *news* va décroître quand la *TNT Mobile* sera réellement déployée, quand ce service sera accessible dans les transports souterrains, quand les problèmes de connexion seront résorbés, l'autonomie des batteries augmentée, l'offre de contenus accrue, le coût des abonnements diminués (l'idée de la gratuité de la Mobile TV ne peut pas être exclue même si elle est écartée pour l'instant par les opérateurs), etc. Si les faits ne peuvent qu'évoluer retenons, en sociologue des usages, que les *news* forment un appui précieux pour permettre aux utilisateurs de traverser l'épreuve de l'appropriation. Grâce à elles, ils peuvent notamment faire évoluer en douceur leur trajectoire d'usage en fermant leur quotidien, puis en le laissant orner les kiosques, pour investir les JT de la Mobile TV. Avec le temps, leur esprit de découverte peut les orienter vers d'autres contenus, notamment vers ceux que les opérateurs vont progressivement leur proposer, comme les séries au format mobile qui sont en cours de production ou, qui sait, des émissions de télé-réalité fondées sur un « modèle connecté »<sup>525</sup> d'un nouveau genre.

Quelle que soit la durée de péremption de ce constat, il nous a permis de prendre un genre médiatique comme observatoire pour observer le transfert des préférences télévisuelles et une modalité d'entrelacement<sup>526</sup> des supports médiatiques fondée sur les contenus. Les *news* nous ont dès lors servi d'alibi pour investir des dimensions de l'appropriation des TIC n'étant plus conditionnées par des durées de péremption à court terme.

#### - **L'individu comme observatoire des entrelacements**

---

<sup>524</sup> Bruno Latour a tenu ses propos en 2007 lors d'un séminaire au laboratoire des usages d'Orange Labs.

<sup>525</sup> Licoppe, 2002.

<sup>526</sup> Beaudouin, Velkovska, 1999 ; Beaudouin, Beauvisage, Cardon, Velkovska, 2003.

En évoquant la durée de péremption qui limite certains comptes rendus d'usage, il s'agit de légitimer notre choix d'aborder l'appropriation des services mobiles multimédia dans le prolongement du tournant pragmatique. Cette orientation ne peut pas être réduite à l'argument, qui circule essentiellement autour des machines à café, d'un effet de mode de la doxa sociologique. Face à des variables sociodémographiques qui perdent de leur pertinence, pour expliquer la diversification des entrelacements entre les usages des TIC, il est de plus en plus nécessaire d'opérer un retour à l'individu pour espérer tracer la distribution de ses activités médiatiques multi-support.

En effet, les enquêtes sur les pratiques culturelles des français<sup>527</sup> rendent compte de la diversification des pratiques en mobilisant les variables sociodémographiques. Elles les utilisent pour délimiter un panel d'individus représentatif de la population française. Et, parallèlement à cette fonction, elles les mobilisent pour visibiliser et expliquer l'évolution des pratiques culturelles. Si ces enquêtes restent précieuses et ne sont pas récusables en soi, il est en revanche difficile de transposer leur architecture à l'étude des entrelacements entre les médias<sup>528</sup>.

Si ces variables permettent de rendre des panels d'utilisateurs représentatifs d'une population, elles patinent dès qu'il s'agit de dessiner des entrelacements et de les expliquer. Ce terrain est trop mouvant. On ne peut plus se contenter de dire que les plus dotés en capitaux – économique, social et symbolique – ont les pratiques les plus diversifiées. La démocratisation des ressources informatiques et des abonnements à Internet change considérablement la donne, notamment chez les plus jeunes et, plus généralement, chez les moins de 35 ans. Il n'est plus possible de comprendre la diversification de leurs usages sur la seule base de l'origine sociale, du niveau d'étude ou du genre.

C'est pourquoi, une des réponses alternatives<sup>529</sup> consiste à croiser ces variables, propres à une sociologie de la fréquentation des biens culturels et à une sociologie des publics, avec des « ethnographies du domicile »<sup>530</sup>. Le but est alors de renvoyer la convergence des usages des TIC à des variables et à des causes sociales, tout en la référant à la manière dont les dispositifs médiatiques font système dans les domiciles et

---

<sup>527</sup> Donnat, 1990, 1998.

<sup>528</sup> Smoreda, 2007.

<sup>529</sup> *Ibid.*

<sup>530</sup> *Ibid.*, p.36.

renouvellent les pratiques. Ce « système des objets »<sup>531</sup> médiatiques n'étant pas appréhendé en soi puisqu'il est référé<sup>532</sup> aux agencements spatiaux des habitats, aux activités domiciliaires, aux relations et aux conversations familiales, etc.

L'orientation suivie ici prolonge cette démarche en montrant que l'appropriation de la Mobile TV ne peut pas être comprise si elle n'est pas inscrite dans la continuité des entrelacements entre les supports médiatiques, que ce soit la télévision domiciliaire ou la presse gratuite. Nous avons participé à ce retour à l'individu en montrant qu'il forme l'observatoire le plus pertinent, pour la sociologie et les études d'audience<sup>533</sup>, afin d'apporter des éléments de réponse à cette problématique des entrelacements.

Il convient cependant, au terme de ce travail, de lever un implicite qui inscrit notre démarche en porte à faux par rapport à ces travaux. En levant cet implicite, nous allons tenter de montrer au lecteur, habitué à des analyses aussi surplombantes que péremptoires, que nos descriptions ne renvoient pas à de simples « banalités renversantes »<sup>534</sup>, à un patchwork informe d'observations nano-sociologiques. Les formes simples de l'appropriation des services mobiles multimédia, décrites au fil de ce manuscrit dans la continuité du tournant pragmatique, révèlent bien des phénomènes sociaux génériques<sup>535</sup>.

#### - **La définition du contexte dans la problématique de l'appropriation**

Nous n'avons pas seulement montré que l'appropriation des nouvelles TIC doit être référée aux entrelacements des activités médiatiques. Cette perspective reste médiacentrée. En prenant les situations de mobilité comme observatoire, nous avons également montré que l'appropriation des services mobiles multimédia ne peut pas être dissociée d'une réappropriation des « lieux pratiqués »<sup>536</sup>.

Cette réappropriation ne se limite pas à déplacer un meuble pour accueillir un nouveau média. Elle ne peut pas non plus être réduite à la manière dont un nouveau média vient affecter les relations conjugales ou familiales. Une telle approche de la

---

<sup>531</sup> Baudrillard, 1968.

<sup>532</sup> Morley, 1986 ; Morley, Silverstone, 1990.

<sup>533</sup> Muzet, 2006.

<sup>534</sup> Cf. une note de lecture relative à l'ouvrage de Thibaud (2002) :

<http://www.cndp.fr/RevueDees/notelecture/200311-04.htm>

<sup>535</sup> Conein, 2005.

<sup>536</sup> De Certeau, 1980.

réappropriation des lieux prolongerait les « contextes d'écoute »<sup>537</sup> définis par Morley. Autrement dit, elle présupposerait l'existence de « contextes familiaux »<sup>538</sup> stabilisés – tels que les domiciles, les lieux de travail ou les situations de mobilité au sens du paradigme du déplacement – pour observer comment ils accueillent les nouveaux médias et, réciproquement, comment ils sont reconfigurés autour de ces nouveaux supports. Cette conception des contextes familiaux attribue des fonctions précises à des portions de l'espace domiciliaire<sup>539</sup> (le coin TV, le bureau...). Elle induit une lecture spécifique de l'introduction des nouveaux médias comme une restructuration de certaines portions de l'espace domestique et une redistribution des relations sociales situées dans ces espaces (par exemple, l'introduction d'un ordinateur dans le salon peut inciter un conjoint à désinvestir temporairement le coin TV et le contrôle de la télécommande). En délimitant ces contextes familiaux, ces approches les mobilisent comme des observatoires qui vont révéler une reconfiguration de l'espace, une redistribution des rôles, une négociation des règles de la vie commune, une réévaluation des frontières de l'intimité, de l'espace à soi, de l'espace du couple ou de la petite famille, bref une réappropriation du lieu. Nous avons appréhendé cette réappropriation d'une manière sensiblement différente.

En effet, même si nous avons étudié les déplacements quotidiens, nous n'avons pas segmenté, de manière *a priori*, des espaces de consommation médiatique en leur attribuant une fonction. Il n'est pas possible de donner une fonction spécifique à ces espaces car, suivant les moments de la journée, suivant les activités réalisées, les individus vont leur imputer différentes fonctions<sup>540</sup>. Ils forment plutôt des centres multifonctionnels configurés pour accueillir diverses activités suivant les moments de la journée. Ces espaces sont peuplés de ressources multiples réveillées suivant l'activité réalisée, en fonction de la pertinence que la poursuite de cette activité leur confère. Cette critique incite à ne plus prendre les contextes comme observatoire mais les activités médiatiques elles-mêmes car « une fois resituées au sein de l'espace de travail ou de l'espace domestique, les activités instrumentées deviennent elles-mêmes des éléments constitutifs de ces situations et de leur organisation normative »<sup>541</sup>. Autrement dit, en ciblant le déroulement d'une activité médiatique précise, on ne fait plus face à un contexte stabilisé qui accueille des arts de faire. On décrit l'agencement, local et

---

<sup>537</sup> Morley, 1986.

<sup>538</sup> Garfinkel, 1967 (p. 99 de l'édition française, 2007).

<sup>539</sup> Crabtree, Rodden, 2004.

<sup>540</sup> Crabtree, Rodden, 2004.

<sup>541</sup> Relieu, Olszewska, 2004, p. 123.

temporaire, d'une situation produite et configurée autour des buts visés par une activité médiatique.

C'est pourquoi nous avons décrit, en suivant cette perspective, comment les usagers de la Mobile TV segmentent des tronçons de trajet autour de la disponibilité ou de l'indisponibilité des réseaux téléphonique et radiophonique. En décrivant cela, nous avons montré comment ces médiations techniques invisibles s'inscrivent dans la réappropriation des lieux pratiqués<sup>542</sup>. Nous n'avons pas extrait des éléments stabilisés dans un contexte familier de sorte à mettre en relief, et expliquer, ce que l'appropriation d'un nouveau média change dans la manière de pratiquer un lieu.

*« Lorsqu'ils rendent compte des traits stables des activités ordinaires, les sociologues sélectionnent habituellement des contextes familiers, comme les ménages ou les lieux de travail, et s'interrogent sur les variables qui contribuent à la stabilité de la configuration. Il en va pour eux exactement comme dans le sens commun, un ensemble de considérations reste en dehors de l'examen : les propriétés d'arrière-plan des scènes quotidiennes en tant qu'elles sont attendues, standardisées et standardisantes, « vues sans qu'on y prête attention » (seen but unnoticed). »*<sup>543</sup>

Nous n'avons pas appréhendé la mobilité comme un contexte qui accueille de nouveaux usages. Nous l'avons appréhendée comme une activité poursuivant un but à l'aide de moyens. L'objectif consistait à décrire comment la conduite de cette activité vient co-orienter la réception de la Mobile TV. Et, réciproquement, comment la conduite de cette dernière vient renouveler l'activité de déplacement.

La nuance entre ces deux lectures est relativement fine si l'on survole les faits. Nous ne nous sommes pas contenté de dire que les usages sont ajustés aux attentes normatives de la civilité proxémique, en postulant l'existence de normes stabilisées et en leur imputant une efficacité coercitive. Nous avons montré que les échanges proxémiques de civilité, tels qu'ils sont déployés au cours de l'activité de déplacement à travers des coups d'œil, cadrent l'engagement perceptif dans la réception à la périphérie de l'espace perceptif partagé. Et nous avons décrit comment le maintien de cette réception télévisuelle induit de nouvelles formes de participation au commerce des regards de la civilité proxémique. L'objectif visé consistait alors à mettre en lumière comment ces formes se distinguent des formes simples de coordination observées jusque-là<sup>544</sup>.

---

<sup>542</sup> Harisson, Dourish, 1996 ; Dourish, 2006.

<sup>543</sup> *Ibid.*

<sup>544</sup> Conein, 2005.

Le fait d'inscrire la réception à la périphérie de l'espace perceptif partagé ressemble fortement à l'« inattention civile »<sup>545</sup>, si l'on accorde peu de crédit à ces banalités, dans la mesure où les usagers s'évertuent à invisibiliser l'attention qu'ils accordent, en arrière-plan de l'écran, aux passagers qui leur font face. Si l'on rentre dans les détails, il est clair que l'inattention civile caractérise une forme de coordination très éphémère dans la mesure où elle s'applique au croisement temporaire des « trajectoires déambulatoires »<sup>546</sup> des passants. Or, cette modalité de réception est maintenue dans la durée. Chaque co-présent s'évertue à continuellement invisibiliser l'attention qu'il accorde à autrui. Ce qui importe aux co-présents ce n'est pas tant de faire bonne figure, de ne pas perdre la face ou de ne pas alerter les relations en public, que de pouvoir faire ce qu'ils souhaitent faire. Il leur paraît alors opportun, en fonction des circonstances et des activités qu'ils souhaitent faire, de ne pas empiéter sur autrui pour atteindre leur objectif le plus efficacement possible. C'est pourquoi, nous avons qualifié cette modalité de coordination sociale, développée autour des usages de la Mobile TV, d'inattention commune. Cette inattention n'est pas incivile. Le caractère civil, ou poli, de cette modalité de coordination est simplement secondaire, périphérique, par rapport à l'inattention commune que les coprésents s'octroient en s'affairant à leurs propres activités.

Dès lors, il apparaît clairement comment notre démarche se distingue d'une lecture des usages ancrée dans les contextes familiaux. Ces dernières se focalisent sur le face-à-face entre l'utilisateur et un support médiatique en observant comment il est accueilli par un contexte. Elles accordent alors peu de place à la coopération, même tacite, des coprésents. C'est le contexte en tant qu'espace régulé par des normes de conduite, intériorisées et incorporées par les usagers et les coprésents, qui coordonne les comportements. Cet espace, public dans le cas présent, est coercitif. C'est lui qui contraint l'utilisateur à ajuster sa conduite. C'est lui qui stabilise et fixe les « bornes entre le convenable et l'inconvenant »<sup>547</sup>. Il suffit dès lors de postuler l'existence de ces règles de conduite et de cet espace normatif pour stabiliser des prises analytiques qui vont permettre de montrer comment un contexte familial accueille de nouveaux usages. Et, réciproquement, comment ces nouveaux usages entrent dans la réappropriation d'un lieu, comment ils affectent les relations en public et « dénaturent » un contexte familial.

---

<sup>545</sup> Goffman, 1973.

<sup>546</sup> Relieu, 1994 ; Relieu, Quéré, 1998.

<sup>547</sup> Ling, 1997 ; citation extraite de la traduction réalisée par Marc Relieu : Ling, 1998.



L'étude de ces propriétés d'arrière-plan, telles qu'elles sont « attendues (...), standardisées et standardisantes »<sup>548</sup> au cours des usages, diffère donc sensiblement d'une lecture des usages fondée sur les propriétés structurantes des contextes familiaux en tant qu'espace normatif. Nous n'évoluons plus dans des espaces fonctionnels. Nous ne présumons plus l'existence d'un espace causal. Nous situons nos « analyses » « dans un espace descriptif qui n'est plus ni celui des causes, ni celui des raisons, mais celui des relations. Cet espace permet de décrire le travail des acteurs, la collaboration explicite ou tacite des interactants, le rôle actif des dispositifs technologiques et des médiations techniques, les effets architecturants des environnements à travers la manière dont ils sont animés au cours d'une multi-activité<sup>549</sup>. Cet espace de mise en relation incite dès lors à articuler étroitement l'appropriation des TIC avec la réappropriation des « lieux pratiqués »<sup>550</sup>. A la différence des contextes d'écoute, il incite à problématiser le caractère routinier des usages, soit la stabilisation de cette rencontre entre un contexte et des pratiques.

#### - Les routines dans des formes de multi-activité

Cet « espace des relations »<sup>551</sup> permet de traiter différemment le caractère routinier des pratiques. Morley est le premier à avoir abordé les « contextes d'écoute »<sup>552</sup> de la télévision en prenant en compte l'ancrage écologique de la pratique télévisuelle. A s'appuyant sur lui, il a pu rendre compte du caractère routinier de cette pratique, de sa régularité et de sa reproductibilité. Nous avons fait sensiblement la même chose ici. Par exemple, nous avons montré comment les utilisateurs prennent appui sur la disponibilité du réseau téléphonique pour clore ou initier leurs usages de la Mobile TV et ceux des autres supports médiatiques.

Seulement, en insistant sur les multiples contraintes qui obligent les utilisateurs à problématiser la disponibilité de la télévision mobile, nous avons mis en avant le travail des utilisateurs, le contrôle réflexif qu'ils doivent exercer sur cette distribution experte de leurs activités. Nous avons relativisé le caractère routinier de leurs arts de faire en considérant qu'ils doivent quotidiennement questionner la solidité des appuis permettant

---

<sup>548</sup> *Ibid.*

<sup>549</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>550</sup> De Certeau, 1980.

<sup>551</sup> Ogien, 2007, p. 282.

<sup>552</sup> Morley, 1986.

de déployer les usages. Si nous faisons face à des experts qui tentent de loger des repères dans les environnements de leurs pratiques, la volatilité de ces repères empêche de traiter les activités médiatiques sur le modèle perception/action (cf. Les problèmes de réception et les activités médiatiques comme épreuve, p. 232).

Au-delà de cet aspect, nous avons montré que la conduite d'une forme de multi-activité diffère du modèle de la routine qui caractérise la réalisation d'une unique activité maîtrisée dans un environnement familier<sup>553</sup>. Lorsqu'une activité médiatique focalisée, comme la réception télévisuelle, est greffée sur d'autres activités, comme le déplacement, on peut observer que même les opérations les plus basiques, comme l'ouverture d'une porte, sont problématisées (cf. Le franchissement des obstacles dans une démarche médiatique focalisée, p. 296). Dans ce cas là, on n'est plus dans le modèle de la routine car ce n'est plus la recherche de l'efficacité qui prime. C'est la recherche du « beau » geste, c'est une manière de défier le quotidien, d'en jouer, c'est justement un contournement des routines, au sens commun du terme, et de leur caractère aliénant. Nous incluons, sous la notion polymorphe d'opportunisme, cette tendance consistant à exploiter les derniers gadgets technologiques pour se réapproprier des démarches courantes en les réajustant aux exigences des modes de faire technologiques.

On est loin de la manière dont les « contextes d'écoute »<sup>554</sup> accueillent la pratique télévisuelle car les appuis écologiques sont continuellement problématisés. On est également très loin de la manière dont les nouveaux usages modifient les contextes d'écoute. Les usagers ne réaménagent pas leurs habitats pour qu'ils puissent accueillir la Mobile TV. Ils ne réaménagent pas leur quotidien, en prenant une heure pour déplacer quelques meubles, afin de redéfinir et de stabiliser un nouveau contexte d'écoute. Ce réaménagement est continu. Il fait pleinement parti du plaisir éprouvé à travers cette pratique télévisuelle. C'est pourquoi, chercher à en faire une routine en déployant jour après jour les mêmes modalités d'usage, c'est se couper d'une part importante de ce plaisir médiatique.

De même, à la différence des contextes d'écoute, en tant qu'espace fonctionnel et normatif qui régule les interactions autour des médias, nous avons montré comment l'engagement focalisé dans la réception de la Mobile TV amène les usagers à renégocier leurs participations aux échanges proxémiques de civilité (Chapitre 5. L'inscription des

---

<sup>553</sup> Conein, 1998.

<sup>554</sup> Morley, 1986.

supports médiatiques dans les déplacements, p. 197). Il s'agit là aussi d'un jeu, d'une source de plaisir qui rend cette activité attachante à travers la manière dont elle permet de coexister avec autrui. Les utilisateurs sont amenés, pour positionner leur engagement perceptif dans la réception télévisuelle, à se coordonner avec les co-présents. C'est à travers ce jeu de regards qu'ils sollicitent, implicitement, l'assentiment des co-présents. Ils questionnent alors, et négocient, le caractère intrusif de leurs usages.

Le rôle des co-présents est essentiel dans les logiques d'usage déployées dans des espaces publics. Plutôt que de stabiliser les bornes du convenable et de l'inconvenant dans des contextes, comme par exemple les transports en commun, nous avons montré que la délimitation de ces bornes est négociée en situation. Elle dépend des types de personnes en présence. Par exemple, le fait de faire face à un passager qui utilise son téléphone déculpabilise les utilisateurs. Et, elle dépend des services utilisés, comme nous l'avons montré autour de la quiétude des usages de la Mobile TV par rapport aux dérangements suscités par la réception d'un appel téléphonique (L'épreuve de la transition ou l'échec de l'anticipation, p. 315). La problématique délimitation de ces bornes rompt elle-aussi le caractère routinier des usages. Elle permet de ne pas enfermer trop rapidement les pratiques dans la reproductibilité des habitudes. Elle oblige aussi à donner un rôle actif aux co-présents en leur concédant une part de l'agentivité. Le « Qui agit ? » dans les usages observés est éminemment distribué, notamment au sens où les co-présents doivent donner leur assentiment implicite pour que l'activité médiatique puisse être réalisée.

Nous avons mobilisé des enregistrements vidéo car ils permettent notamment d'investir cette dimension difficile à visibiliser. Il faut reconnaître le caractère incongru de notre démarche. Comme les usages observés sont silencieux, ils n'alarment pas les relations en public. Nous avons dû analyser l'intrusivité d'un appel téléphonique entrant pour montrer comment les co-présents peuvent faire les gros yeux, incitant ainsi une téléphoniste à publiciser le fait qu'elle était « mal à l'aide » et à adresser à deux reprises ses excuses. Les usages de la Mobile TV sont rarement intrusifs au point que les co-présents s'évertuent à mettre l'utilisateur mal à l'aise. En revanche, ils visibilisent, sans en avoir nécessairement l'attention, la gêne qu'ils éprouvent à certains moments face à un récepteur qui les maintient à la périphérie de son engagement focalisé dans sa réception télévisuelle. Aussi infime que puisse être l'expression de cette gêne et les interférences des co-présents sur les activités médiatiques, il est nécessaire de leur déléguer une part de

l'agentivité. Aussi paradoxal que cela puisse paraître, ils jouent un rôle dans l'activation des usages en accordant tacitement leur assentiment, en détournant leur regard des utilisateurs, en leur concédant ainsi un espace perceptif qui rend la réception télévisuelle viable. Là encore, la négociation continuelle des engagements perceptifs dans l'espace attentionnel partagé empêche d'assimiler les usages à des routines. Nous allons maintenant traiter cette question de l'agentivité en insistant cette fois-ci sur le rôle actif que nous avons délégué aux médiations techniques.

### - **L'agentivité dans l'espace des relations des médiacultures**

Nous venons de préciser pourquoi nous n'avons pas appréhendé l'appropriation de la Mobile TV en prenant appui sur l'espace causal des contextes familiaux. Nous avons opté pour une orientation praxéologique fondée sur les « règles de la pratique sociologique »<sup>555</sup> propres à la démarche ethnométhodologique. Cependant, « pour ne pas dissoudre l'analyse dans l'insignifiance du particulier et l'ancrer dans une certaine forme de généralisation »<sup>556</sup>, nous avons investi cet autre espace de mises en relations qu'est la pragmatique du goût<sup>557</sup>. C'est notamment à travers lui que la parole a pu être donnée à deux spécificités des usages observés.

La première spécificité tient aux rôles des préférences télévisuelles dans l'appropriation de la Mobile TV. Nous avons clairement décrit comment la sélection de ces préférences est opérée au cours des usages, en fonction de contraintes et de ressources situées. La principale contrainte est liée aux nombreuses ruptures de connexion auxquelles l'utilisateur est confronté lorsqu'il est installé dans des transports en mouvement. Pour faire face à ces déconnexions, les usagers s'orientent vers les contenus n'étant pas produits autour d'une structure d'intrigue, notamment les informations télévisées. C'est à travers ce constat que nous avons caractérisé le format d'attachement opportuniste. En effet, les utilisateurs affectionnent ce genre télévisuel mais certainement pas au point de lui accorder une telle place dans leur consommation. C'est donc les contraintes techniques et les circonstances pratiques qui les incitent à le sélectionner lorsqu'ils sont

---

<sup>555</sup> Ogien, 2007.

<sup>556</sup> *Ibid.*, p. 282.

<sup>557</sup> Hennion, 2003A, 2004A, 2005B.

engagés dans leurs déplacements. Ces circonstances contribuent à les « attacher » à cette consommation, sur le modèle de l'engagement actif et passif des pratiques amateurs<sup>558</sup>.

Cette première spécificité rejoint la deuxième. L'appropriation de la Mobile TV, sa complémentarité/substitution avec les usages des « anciens » médias, renvoie de manière criante aux effets architecturants de la disponibilité des réseaux téléphoniques. Tous les utilisateurs accorderaient une place centrale à ce service si son utilisation était en permanence garantie. Ils maintiennent bien souvent leur lecture de la presse comme un pis-aller, comme une activité certes essentielle, aux yeux des autres, mais substituable selon eux. C'est pourquoi, ils ré-agencent la distribution de leurs activités médiatiques (presse, radio, Mobile TV) autour de la disponibilité du réseau téléphonique en identifiant les tronçons de trajets les plus opportuns pour utiliser chacun de ces médias.

Dès lors, ces deux spécificités sont liées aux problèmes de connexion au réseau téléphonique. Elles forment des épreuves que les usagers traversent lors de « contextes d'élucidation »<sup>559</sup> circonstanciés, situés et définis autour de cette médiation technique. Mais, quel statut doit-on accorder à ce réseau téléphonique ? Doit-on le réduire à une simple ressource/contrainte ? Ou doit-on lui déléguer un rôle actif, en faire un réel intermédiaire en lui imputant une part de l'agentivité en jeu dans le déploiement de telles « logiques » d'usage ? C'est évidemment ce que nous avons fait en prenant appui sur la pragmatique du goût. Mais cette approche diffère de celle de Bruno Latour : en ne suivant plus, d'un point de vue méthodologique, le principe de symétrie généralisée, elle permet d'instaurer un dialogue avec la démarche praxéologique de l'ethnométhodologie.

En effet, la pragmatique du goût n'applique pas à la lettre le principe de symétrie généralisée<sup>560</sup>, du moins d'un point de vue méthodologique, dans la mesure où elle part des amateurs et de leur réflexivité. Cette posture permet de contourner les critiques adressées à ce principe de symétrie<sup>561</sup>. A travers la notion d'attachement<sup>562</sup>, l'agentivité au principe des activités culturelles y est toujours distribuée entre des humains et des non-

---

<sup>558</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

<sup>559</sup> Sacks, 1992.

<sup>560</sup> Latour, Woolgar, 1979 ; Latour, 1994. Si nous avions prolongé Bruno Latour, nous aurions fait de ce dispositif un observatoire à part entière. Nous aurions pu lever le voile sur des dimensions passionnantes malheureusement évacuées ici, comme les enjeux organisationnels qui portent ces usages innovants. Il faut bien imaginer que ce dispositif contribue à faire sortir les opérateurs téléphoniques de leur rôle de fournisseur d'accès pour devenir des producteurs de contenus. Ce dispositif modifie dès lors en profondeur, avec l'ADSL 2 et la fibre optique (la future THD : Très Haute Définition), le paysage audiovisuel français et européen.

<sup>561</sup> Grossetti, 2007.

<sup>562</sup> Latour, 2000 ; Hennion, 2004B.

humains. Mais, elle est diluée dans une chaîne de médiations tellement importantes et si difficiles à restituer à travers les théories de l'action que Hennion préconise de rompre avec leur vocabulaire<sup>563</sup>. Face à une telle dilution de l'agentivité dans les pratiques culturelles, il n'est plus possible de suivre le principe de symétrie généralisée. Il convient de partir des amateurs, et de leur réflexivité, pour tracer la fabrique du goût entre les collectifs, les dispositifs, les objets, les corps et les sens.

Malgré cette différence, cette approche permet de « redistribuer le local » et de « connecter les sites »<sup>564</sup>. Elle délimite un « espace des relations »<sup>565</sup> précieux pour une démarche d'inspiration ethnométhodologique qui se frotte aux « médiacultures »<sup>566</sup>. En effet, la lecture située des pratiques amateurs n'est jamais piégée dans la logique des situations. A travers leur réflexivité, les amateurs travaillent une cohérence identitaire qui ne peut pas être réduite à un jeu de rôles ou à des finalités pratiques comme la coordination avec les interactants. Les amateurs ne sont jamais réduits à des acteurs polymorphes aux sois multiples<sup>567</sup> car ils tissent une continuité entre les différentes scènes de leur consommation. Cette continuité est appréhendée à travers les fonctions cognitives, comme la mémoire, car quel crédit peut-on accorder à la réflexivité si l'on ne considère pas, au moins implicitement, qu'elle s'exerce en appui sur la sédimentation des expériences vécues ? Cette continuité est surtout appréhendée à travers la circulation des médiations, au sens large du terme puisque les amateurs forment eux-mêmes la première médiation, qui donnent vie à la fabrique et à la transmission du goût. C'est à travers ces chaînages de médiations que les sites des pratiques culturelles peuvent être connectés.

Dans le prolongement de cette approche, nous avons appréhendé les réseaux téléphoniques comme une médiation. Nous leur avons délégué une part de l'agentivité, une part du « Qui est-ce qui agit ? », dans la mesure où ils ne forment pas de simples ressources mais bien des incitations à l'action, des « faires faire » aux propriétés attachantes, aux yeux de celui qui est engagé dans l'appropriation de la Mobile TV. C'est à travers cette médiation que nous pouvons prétendre monter en généralité en considérant que le réaménagement des activités médiatiques de ces usagers est indexé, en situation de mobilité, sur la disponibilité du réseau téléphonique. C'est en déléguant une part de l'agentivité à cette médiation que nous allons maintenant caractériser la propension

---

<sup>563</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000.

<sup>564</sup> Latour, 2006.

<sup>565</sup> Ogien, 2007, p. 282.

<sup>566</sup> Maigret, Macé, 2005.

<sup>567</sup> Ogien, 1989.

opportuniste qui peut-être prise en compte pour rendre compte de la distribution des activités médiatiques.

- **Qualifier les attachements d'opportunistes quand ils s'inscrivent dans des formes de multi-activité**

En décrivant le format d'attachement opportuniste aux genres et aux supports médiatiques, nous avons montré comment l'agentivité dans les usages observés est distribuée. La notion d'attachement porte cette conception de la distribution de l'agentivité<sup>568</sup>, notamment quand elle est appliquée aux activités culturelles<sup>569</sup>. La force de la notion d'attachement tient donc au fait qu'elle concède une réflexivité importante aux individus tout en considérant que la manière dont ils travaillent leurs préférences et pratiquent leurs activités culturelles est co-produite par des intermédiaires non-humains.

Autrement dit, l'attachement est fait d'activité et de passivité : « Il ne s'agit pas de faire l'éloge de la passivité contre l'activité, on le voit, mais bien de montrer qu'elles sont les deux faces d'une même activité passionnelle »<sup>570</sup>. Le qualificatif opportuniste caractérise le format d'attachement le plus passif :

*« Pour eux (les « opportunistes »), la musique classique se présente comme une occasion : à la différence des "aventuriers", ils ne construisent pas leur rapport à la musique comme une activité de conquête en perpétuel développement. La musique vient à eux, se présente, sans qu'ils aient plus à faire qu'accepter cette offre. »*<sup>571</sup>

Ces « opportunistes » entretiennent leur goût en dilettantes, ils maîtrisent peu leur consommation et se laissent porter par les circonstances. Nous avons prolongé ce format d'attachement car sa « passivité » caractérise le mieux la relation que les individus interrogés entretiennent avec le genre journalistique. Les *news* forment bien souvent des prétextes pour combler leur « disponibilité à être pris par quelque chose »<sup>572</sup>. Cet état de mise en disponibilité de soi est central dans la pragmatique du goût dans la mesure où cette passivité de l'engagement amateur permet de déléguer des propriétés « attachantes » à certains intermédiaires, à certains objets ou dispositifs, à certaines situations. Nous considérons toutefois que cette convergence, entre la mise en disponibilité et les

---

<sup>568</sup> Latour, 2000.

<sup>569</sup> Hennion, 2004B.

<sup>570</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 194.

<sup>571</sup> *Ibid.*, p. 123.

<sup>572</sup> *Ibid.*, p. 194.

intermédiaires, mérite d'être approfondie ; un ethnométhodologue dirait qu'elle mérite d'être documentée. Il convient de décrire comment cette mise en disponibilité de soi va à la rencontre de, et est aimantée par, les propriétés attachantes de certaines médiations. C'est un des objectifs que nous avons essayé d'atteindre ici en ciblant les réseaux téléphoniques. Nous allons maintenant montrer comment nous avons documenté cette rencontre en articulant l'étude des attachements à l'analyse des formes de multi-activité.

Pour comprendre notre démarche, il faut revenir sur la notion de multi-activité<sup>573</sup>. Elle a été mise en avant pour s'opposer à la description des activités professionnelles réalisée sur le modèle du zapping occupationnel :

*« L'acteur peut être décrit comme une sorte de « girouette attentionnelle » qui bascule d'une tâche à l'autre, mais d'une manière telle qu'à tout instant une seule tâche mobilise son attention. Sous une telle description, le présent de l'activité se réduit à l'instant. A l'opposé de ce modèle de « zapping occupationnel », l'autre type de description prend en compte la pluralité des engagements : le sujet est visiblement engagé dans une tâche unique, mais d'autres tâches en cours restent pertinentes en arrière-plan de cet engagement principal. Si l'activité apparente et observable reste simple, l'activité « réelle » intègre de multiples préoccupations vers d'autres tâches pertinentes. Le présent de l'activité possède alors une épaisseur temporelle ; il inclut les différents horizons passé et futur des activités et des événements qui « préoccupent » le sujet et sont transformés par ses actions émergentes. »<sup>574</sup>*

Les auteurs montrent alors comment l'« écologie informationnelle »<sup>575</sup> des espaces de travail stabilise différents cours d'action (par exemple l'écriture d'un e-mail et la rédaction d'un document de travail), comment les acteurs prennent appui sur elle pour suspendre temporairement un cours d'action quand ils sont amenés à en prioriser un autre (suspendre l'écriture d'un document, en le laissant ouvert à l'arrière plan du bureau de Windows, pour rédiger un e-mail), comment cette écologie informationnelle entre dans la priorisation d'un cours d'action par rapport à un autre (une fenêtre Outlook signale un e-mail entrant sollicitant une réponse et induisant la mise en arrière plan de la rédaction du document). Ce basculement entre deux cours d'action n'est plus renvoyé à un zapping occupationnel : l'apparition de la zone de notification d'un e-mail entrant formerait un stimulus visuel, chargé d'une injonction normative de réponse, qui entraînerait la clôture de l'écriture du document pour privilégier la réponse. Il y a multi-activité car l'écriture du document forme toujours une « pré-occupation » dont la réactivation est conditionnée par

<sup>573</sup> Datchary, 2006 ; Datchary, Licoppe, 2007 ; Licoppe, 2008.

<sup>574</sup> Licoppe, 2008.

<sup>575</sup> Nardi, O'Day, 2000.



l'organisation séquentielle des activités : l'e-mail entrant rend la suspension de l'écriture du document pertinente pour privilégier la rédaction de la réponse ; l'envoi de la réponse rend en retour la reprise de la rédaction pertinente au profit, le cas échéant, de l'attente d'une réponse à la réponse envoyée. La multi-activité est supportée par l'écologie informationnelle car le retour à l'activité initiale (l'écriture du document) est rendu pertinent avec la collaboration de l'interface qui visibilise, dans la barre des tâches, l'activité suspendue. La force de la multi-activité est de ne pas chercher à enfermer cette distribution des cours d'action dans des relations de causes à effets, de stimulus/réponse. Il va de soi, dans l'exemple que nous avons pris, que le retour à l'écriture du document n'est pas systématique. La reprise de ce cours d'action est tout simplement plus pertinente que l'engagement dans une activité tiers au regard de l'organisation séquentielle des deux cours d'action initiés. Cette reprise forme l'orientation la plus attendue car elle anime de manière latente l'état de préoccupation de l'acteur. C'est elle qui est la plus discriminée par la texture de pertinence de cette écologie informationnelle.

Cette conception de la « préoccupation »<sup>576</sup>, telle qu'elle peut être enchâssée dans l'organisation séquentielle des activités, nous semble précieuse pour décrire, en pragmatique, la « disponibilité à être pris par quelque chose »<sup>577</sup> dans le format d'attachement opportuniste. Ce rapprochement est particulièrement utile quand on cherche à appréhender comment cet état de disponibilité intervient en situation de mobilité. Pour que ce rapprochement soit possible, nous avons assimilé le déplacement à une activité dans la lignée du paradigme des nouvelles mobilités<sup>578</sup>. Le déplacement est appréhendé comme une activité car il prend la forme d'un cours d'action ponctué de tâches (se rendre aux stations, décoder la signalétique, emprunter une rame, etc.) et d'opérations (valider le ticket, ouvrir les portes, etc.). Cette activité poursuit un but : relier deux destinations. Et, à travers cette activité, les individus cherchent à atteindre des finalités qui ne peuvent pas être réduites à ce simple but. C'est du moins le cas pour les usagers interrogés dans la mesure où ils réalisent d'autres activités durant leurs longs déplacements quotidiens. Lorsqu'ils lisent dans le métro, un article scientifique ou les grilles des résultats sportifs, ils s'approprient leurs déplacements, ils leur confèrent d'autres finalités. L'état d'opportunisme caractérise un état de mise en disponibilité des usagers lorsqu'ils cherchent à sortir du désœuvrement, lorsqu'ils cherchent à conférer à

---

<sup>576</sup> Datchary, Licoppe, 2007.

<sup>577</sup> Hennion, Maisonneuve, Gomart, 2000, p. 194.

<sup>578</sup> Urry, 2000 ; Scheller, Urry, 2006.

l'activité de déplacement des finalités autres que le but insipide qui lui est, de fait, assigné.

Il va de soi qu'en partant de cet état de désœuvrement on est très loin des sollicitations incessantes auxquelles les managers doivent faire face. On est très loin de l'écologie informationnelle des postes de travail avec leur barre des tâches, leur notification d'e-mail entrant, leur téléphone à portée de main, etc. On est loin de la manière dont l'organisation séquentielle des activités (réponse aux e-mails, écriture de documents) peut-être indexée<sup>579</sup> sur la séquentialisation des activités conversationnelles présentes (quelqu'un frappe à la porte / désengagement de l'activité / réponse / salutation réciproque / question / réponse (...) / clôture de la conversation / reprise de l'activité) ou distantes (sonnerie téléphonique = sommation de réponse / désengagement de l'activité / réponse (...) / clôture de la conversation / reprise de l'activité). C'est pourquoi, il nous est difficile de faire correspondre, de manière aussi rigoureuse qu'en analyse conversationnelle, l'état de préoccupation des individus avec cette organisation séquentielle des activités.

En effet, l'éloignement entre la forme de multi-activité décrite ici et celle décrite autour des postes de travail explique le fait que nous n'avons pas pu montrer comment l'activité de réception et l'activité de déplacement sont traitées sur un mode strictement séquentiel. Cette forme de multi-activité est silencieuse, elle n'est pas produite autour des activités communicationnelles. Il est dès lors impossible de renvoyer l'encastrement de la conduite des usages et de la conduite du déplacement à une organisation séquentielle stricte dans la mesure où il ne peut pas être indexé sur les effets architecturants de la séquentialisation des activités conversationnelles. On peut en revanche montrer comment la conduite conjointe de ces activités tend à être traitée séquentiellement, comme une suite d'opérations logiques, en décrivant notamment l'organisation séquentielle des « gestes préparatoires »<sup>580</sup>.

Pour être à l'heure sur son lieu de travail, l'utilisateur est, d'une certaine manière, sommé d'emprunter la bonne ligne de métro et de descendre à la bonne station. En arrière plan de son usage, il reste nécessairement préoccupé par le déroulement du trajet : il se désengage visuellement de son écran pour adresser des coups d'œil aux noms des stations ou aux indices des lieux. C'est à travers cet état de préoccupation qu'il distribue son

---

<sup>579</sup> Licoppe, 2008.

<sup>580</sup> Datchary, 2006 ; Datchary, Licoppe, 2007.

attention entre ces deux pôles d'activité. Grâce à la petite taille de l'écran de son téléphone et à travers la position qu'il adopte, il reste vigilant sur l'environnement qui défile en arrière plan, il se rend disponible au décodage de la signalétique qu'il croise en chemin. On peut parler d'un traitement séquentiel, dans cette forme de multi-activité, dans la mesure où la distribution des engagements perceptifs, entre l'écran de la réception et les repères du déplacement, suit une certaine régularité. Les basculements de regard entre la réception et l'environnement du déplacement sont prédictibles en raison des multiples indices qui les rendent pertinents, qui les préfacent. Le ralentissement de la rame, le bruit des freins, les mouvements de passagers et, plus généralement, l'intrusion en arrière plan des indices caractéristiques d'une station ferroviaire préfacent ces basculements de regard. Au fil de cette étude, nous avons dès lors décrit comment cette préoccupation accordée au déplacement se traduit tantôt par une attention focalisée, tantôt par une attention d'arrière plan, en considérant que ces variations de l'attention sont en partie indexées sur l'écologie informationnelle *sui generis* des réseaux de transport.

Pour le dire autrement, nous nous sommes démarqué des travaux sur les « logiques » d'usage des TIC qui montrent comment les logiques d'utilisations techniques d'un dispositif sont réajustées aux contraintes des contextes d'usage familiers. Nous avons plutôt montré comment des arts de faire sont rendus pertinents par le faisceau d'activité, imbriqué autour de l'activité de déplacement, dans lequel l'utilisateur est engagé. En parlant de traitement séquentiel des usages, nous relativisons l'idée même de logiques d'usage puisque l'organisation séquentielle des usages ne fait que préfacer des orientations pertinentes en discriminant les plus « logiques ».

Le fait d'inscrire ces usages dans des formes de multi-activité permet de relativiser « l'acception traditionnelle de la notion de préoccupation (*qui*) est fortement mentaliste : la préoccupation y est placée « dans la tête » des sujets »<sup>581</sup>. La mise en disponibilité, dans les logiques d'usage décrites ici, n'est pas un état d'esprit qui permettrait de singulariser un profil d'utilisateur. Elle renvoie plutôt à un art de faire consistant à exploiter certaines activités, souvent fastidieuses comme les déplacements ou le ménage, pour déployer un usage. Cette disponibilité renvoie donc à une performance de l'individu, à un engagement actif visant à pratiquer différemment certaines tâches, certains lieux. Mais, cet art de faire reste éminemment passif au sens de l'opportunisme. C'est-à-dire que la manière de mobiliser un support médiatique va être fortement affectée par

---

<sup>581</sup> Licoppe, 2008.

l'activité sur laquelle l'utilisation est greffée. Cette activité restreint fortement le champ des possibles, elle délimite des phases de temps de conscience disponible. Elle circonscrit dès lors des moments opportuns, d'une durée plus ou moins longue, qui induisent des basculements de l'attention. Nous avons ainsi montré, à travers l'organisation séquentielle d'une forme de multi-activité, comment ces basculements de l'attention entre deux activités sont distribués, au sens écologique du terme. On comprend pourquoi cette mise en disponibilité de soi, dans le format d'attachement opportuniste échafaudé ici sur une forme de multi-activité, ne renvoie pas à un profil d'utilisateur particulier. Il renvoie bien à un art de faire éminemment partagé.

Cet art de faire traduit une performance, une manière experte de conduire des activités médiatiques. Il permet également de caractériser une certaine modalité de sélection des supports médiatiques. En effet, la manière dont nous avons rendu compte de cet opportunisme est proche de celle de Hennion et de ses collaborateurs. Elle s'en démarque car nous avons défendu l'idée que cet opportunisme ne peut pas être compris, et valorisé, si l'on se focalise sur la force et la qualité du lien qui lie un amateur à un genre culturel. Il faut prendre l'opportunisme, le *kairos*<sup>582</sup>, pour ce qu'il est : le talent à réaliser et actualiser une idée du bien, du juste face aux contraintes des circonstances et des temporalités pratiques. L'opportunisme caractérise une rationalité pratique fondée sur un couplage spécifique entre le voir et le savoir<sup>583</sup>. Il caractérise l'art par lequel on transfère le savoir en place d'une routine<sup>584</sup> d'une situation à l'autre, l'art de décrypter dans un agencement spatial une brèche opportune pour déployer un cours d'action, l'art de saisir la phase opportune du cours d'action pour influencer sur son déroulement. Nous avons associé cette conception de l'opportunisme à l'étude des attachements culturels pour donner une réelle force de captation à des dispositifs non-humains, que ce soit la

---

<sup>582</sup> Dans la mythologie grecque, *Kairos* était un éphèbe ne portant qu'une épaisse touffe de cheveux sur la tête. Lorsque quelqu'un le croisait, il pouvait ne pas le voir, le voir et ne rien faire ou tendre la main au moment opportun, car *Kairos* marchait toujours très vite, pour saisir sa touffe de cheveux et l'arrêter. Arrêter *Kairos*, c'est suspendre le temps physique (*Chronos*) par le déploiement d'une action au moment opportun. Arrêter *Kairos*, c'est mettre un savoir en pratique car celui qui ne le connaissait pas était voué à regarder passer ce dieu du moment opportun sans jamais l'identifier, sans jamais pouvoir l'arrêter. L'opportuniste est celui qui a acquis un savoir, des tactiques, avant d'être engagé dans l'action de sorte à ce qu'il soit capable d'infléchir, de manière opportune, le cours d'action. Celui qui médite sur le cours d'action, une fois qu'il y est engagé, ne possède pas le « coup d'œil » du fin stratège (Cf. Carl von Clausewitz, *De la guerre*, Éditions Rivage poche, 2006, livre I, chapitre 3). Cette conception du *Kairos* a permis à Gorgias d'en faire une théorie de la vertu. Il n'y a pas une essence unique et intemporelle de la vertu car elle varie suivant les temporalités pratiques : les états du sujet moral (jeune ou vieux) et suivant les périodes (guerre ou paix).

<sup>583</sup> Sauvageot, 1994.

<sup>584</sup> Conein, Jacopin, 1994.

mise à disposition gratuite des quotidiens, aux carrefours des situations de mobilité, ou le push de contenu dans les services mobiles multimédia réalisé par les opérateurs téléphoniques. C'est ainsi que nous avons montré comment la sélection des supports médiatiques répond, parfois, à des propensions opportunistes.

Et, nous avons qualifié cette modalité de sélection d'opportuniste car elle converge avec l'organisation séquentielle des activités. C'est par exemple ce que nous avons décrit autour des arts de faire d'une utilisatrice qui endort, par un geste préparatoire, la lecture de son quotidien en le conservant sur ses cuisses pour la réveiller une fois que l'indisponibilité du réseau téléphonique l'empêche de prolonger la réception de la Mobile TV. Même si elle est statique dans un transport, c'est bien la conduite de l'activité de déplacement qui justifie cet entrelacement des usages, cette organisation séquentielle entre l'activité de déplacement et ses activités médiatiques : l'entrée dans un tunnel incite à suspendre la réception de la Mobile TV et rend pertinent le réveil de la lecture du quotidien.

Il apparaît clairement comment cet opportunisme peut être assimilé à un art de faire consistant à exploiter l'organisation séquentielle des activités. La mise en disponibilité de soi, telle qu'elle apparaît en situation de mobilité, ne peut dès lors être réduite à un zapping occupationnel. Autrement dit, un usage ne constitue jamais une activité focalisée, coupée de la conduite du déplacement. Le temps de conscience accordé à la réception n'est jamais totalement désolidarisé de la vigilance conciliée au déroulement du déplacement. Cette distribution de l'attention, couplée aux multiples imprévus auxquels les usagers doivent faire face lors de leur trajet, fragilise le caractère habituel dans lequel les usages sont souvent enfermés.

En montrant que les « logiques » d'usage de la Mobile TV sont en partie induites par l'organisation séquentielle de cette forme de multi-activité, nous souhaitons mettre en avant l'intérêt qu'il peut y avoir à ne pas désolidariser les activités culturelles des activités périphériques qui les co-orientent. Cette orientation ne contredit pas la manière dont la pragmatique du goût propose d'appréhender les activités culturelles. Elle insiste sur le risque qu'il peut y avoir à appréhender de la même manière les attachements forts et faibles. Il peut être problématique de prendre comme référent l'amateur de musique qui se coupe du monde pour se laisser absorber par l'écoute musicale. Face à ce degré d'attention extrême de la pratique amateur, il est difficile de rendre compte de ces multiples moments où les activités culturelles sont réalisées de manière distraite. Ces

moments opportuns sont nombreux. C'est autour d'eux que l'on peut essayer de rendre compte des effets de la diversification des supports médiatiques dans le développement des activités culturelles multi-support, comme par exemple la distribution de l'écoute musicale autour des chaînes Hi-fi, des lecteurs portatifs, des ordinateurs, etc. Faire dialoguer ces usages avec leurs activités périphériques renforce cette conception d'une pragmatique du goût comme « modalité pragmatique d'attachement au monde »<sup>585</sup>.

### - L'ennui face à la propension opportuniste

Il n'est pas anodin que nous n'ayons pas formulé ce plaidoyer en opposition à la sociologie de la culture française. Cette sociologie questionne avant tout la fréquentation des biens culturels c'est-à-dire, si on l'applique à la consommation médiatique, les choix des supports médiatiques, les choix de contenus, la fréquence de leur réception, etc. Comme elle ne fait que survoler la problématique des usages, il ne nous a pas semblé opportun de dialoguer avec elle pour ne pas asseoir notre argumentation sur un positionnement critique qui aurait probablement été, dans le cas présent, on ne peut plus stérile. Ce dialogue nous paraît d'autant plus problématique qu'il est difficile de comparer les résultats produits ici, autour des méthodes de l'ethnométhodologie et des *Workplaces studies*<sup>586</sup>, avec ceux issus des enquêtes statistiques<sup>587</sup> traitant de la fréquentation des biens culturels.

Plutôt que de verser dans la caricature, il nous est apparu plus judicieux de formuler ce plaidoyer en opposition à certaines études développées par une autre discipline, les *Human Computer Interaction*, dans la mesure où elles posent les bases de théories critiques d'un nouveau genre. Même si leur point de vue a peu de chance de se diffuser dans le paysage sociologique français, tant il paraît caricatural pour des héritiers de la sociologie de la culture, il nous est paru pertinent de nous y intéresser.

En faisant de l'ennui une (non)motivation inscrite au principe des activités culturelles, ces études ouvrent la porte à une critique qui prive les individus de toute créativité. Faire de l'ennui une cause, c'est faire reposer les activités culturelles ou médiatiques sur des ressorts psychologiques. Cette psychologie peut être qualifiée d'existentialiste. Les individus modernes cherchent à déjouer l'épreuve de la déréliction.

---

<sup>585</sup> Hennion, 2004B, p.10.

<sup>586</sup> Luff, Hindmarsh, Heath, 2000.

<sup>587</sup> Lahire, 2004.

Ils n'investissent plus les moments de solitude, les temps morts qui exacerbent le sentiment d'être-là, d'être projeté dans le réel en toute ab-surdité (non-sens), pour chercher du sens et déployer leur imagination. Ils déjouent cette épreuve en saisissant la main tendue des médias. Comme ces médias se diversifient, les moments opportuns pour les recherches laborieuses de sens sont, les un après les autres, court-circuités. Ne pas faire face à la dérégulation, c'est se substituer à cette épreuve qui rend la présence de l'autre plus nécessaire que jamais. C'est à travers cette épreuve que l'individu devient responsable, au sens sartrien du terme. Déjouer cette épreuve de la solitude en se dispersant dans la consommation médiatique finit par rendre égoïste car ce réflexe médiatique désensibilise la conscience exacerbée de la nécessaire dépendance à autrui. Bref, ce réflexe médiatique désocialise les individus. Il main-tient une nouvelle forme d'aliénation.

Ce prolongement critique de l'ennui comme cause des pratiques médiatiques peut se lire en filigrane d'une sociologie interventionniste qui traite des usages du téléphone mobile<sup>588</sup>. Les *Human Computer Interaction* ne vont pas jusque-là. Ces approches répondent souvent aux rythmes de la recherche et développement qui leur demande de produire, sous des délais toujours plus brefs, des comptes rendus d'usages de prototypes de services étant opérationnalisables, afin de redessiner le design des interfaces. Elles n'ont pas forcément le temps, et ne voient pas forcément l'utilité, de rechercher des « causes » sociales différentes de celle que leurs observations leur donnent à voir : de l'ennui. Cette cause est amplement suffisante pour asseoir une étude de l'utilisabilité des interfaces.

Même si tous les travaux sur les *Human Computer Interaction* ne vont pas dans ce sens, comme nous l'avons montré précédemment (cf. Réinscrire les utilisations fonctionnelles dans la dynamique des goûts médiatiques, p. 35), cette tendance reste massive. En inscrivant les usages dans l'organisation séquentielle des formes de multi-activité, notre objectif est de relativiser le rôle attribué à l'ennui. Il n'est pas possible d'évacuer ce facteur, de lui nier toute efficacité. On peut alors faire comme la psychologie. Comme elle n'arrive pas à nier l'efficacité de certains processus instinctifs, elle les questionne pour mieux les minorer en les réduisant par exemple à la déglutition instinctive du nouveau né. Il en va de même avec l'ennui en situation de mobilité. Qu'est-ce qui relève irrémédiablement de l'ennui lorsque l'on prend en compte le fait que les

---

<sup>588</sup> Jauréguiberry, 1996, 2007.

utilisateurs restent vigilants sur leur déplacement, le fait qu'ils souhaitent se soustraire au caractère anxiogène du commerce proxémique des regards, ou encore les préférences médiatiques et la curiosité sur les questions d'actualité qui les poussent à s'engager dans un usage ? L'effcience que l'on peut accorder à l'ennui n'est certainement pas assez puissante pour échafauder, sur ce seul pilier, un modèle de la « médiaconsommation ».

C'est pourquoi, nous préférons substituer à cette conception de l'ennui l'idée d'une propension opportuniste et d'une mise en disponibilité de soi. Elle permet de sortir de ce modèle de zapping occupationnel selon lequel l'état d'ennui justifierait l'engagement dans une activité absorbante, quelle qu'elle soit, quel que soit son Objet. En parlant de propension opportuniste, nous insistons plutôt sur la capacité des acteurs à exploiter les moments opportuns pour s'engager dans des formes de multi-activité. Ils exploitent les moments où ils sont engagés dans des activités, aussi peu absorbantes que certaines phases du déplacement dans les transports en commun, pour s'informer et développer de nouveaux usages. Cet engagement multiple doit être pris en compte pour comprendre l'orientation de leurs activités médiatiques. Cette conception insiste alors sur l'intérêt qu'il peut y avoir à décrire comment les activités développées autour des usages affectent les choix des supports médiatiques et leurs logiques d'utilisation proprement dites.

Cette conception rompt la reproductibilité des habitudes médiatiques d'un contexte familial à un autre. En parlant de propension opportuniste, nous avons cherché un invariant à partir duquel on peut rendre compte de l'évolution de la consommation médiatique développée en situation de mobilité. Même si cet invariant n'a pas de valeur explicative, il permet de comprendre comment les individus traversent cette épreuve de la consommation médiatique en tentant de faire face : aux nouveaux supports, aux nouveaux services, aux nouveaux contenus et à la multiplicité de ceux auxquels ils sont attachés, aux quotidiens gratuits croisés en chemin, aux kiosques fermés, aux trains en retard, à une promiscuité exceptionnelle et à l'absence de places assises, à la batterie non rechargée, à l'indisponibilité du signal téléphonique, à l'appel entrant, à l'appel émis, à la fatigue, à l'ennui, aux regards anxiogènes des co-présents, aux faits d'actualité ou à l'événement du jour, etc. Face à l'imprévisibilité des circonstances, et notamment des circonstances pratiques, l'opportunisme n'apparaît plus comme une facette décadente de l'individu technophile. Cet art de faire participe à la production du goût si l'on considère que « le



goût est une modalité pragmatique d'attachement au monde »<sup>589</sup>, aux « mondes de l'art »<sup>590</sup> mais aussi, au quotidien, au monde sensible des contextes familiaux. Cette propension à l'opportunisme peut aider à mieux comprendre l'évolution des activités médiatiques et des « trajectoires d'usage »<sup>591</sup>. A l'heure où la sociologie de la fréquentation des biens culturels patine sur le terrain mouvant de la diversification des pratiques médiatiques, il peut être bénéfique de décrire comment cette propension opportuniste converge, à toute fin pratique, avec la captation des médiations techniques tissant ainsi, à la voie passive, des entrelacements d'usage et des attachements médiatiques.

---

<sup>589</sup> Hennion, 2004B, p.10.

<sup>590</sup> Becker, 1982.

<sup>591</sup> Proulx, 2002.



## RÉFÉRENCES

---

- A**KRICH M. (1993A), "Les formes de la médiation technique", *Réseaux*, n°60, p.87-98.
- AKRICH M. (1993 B), "Les objets techniques et leurs utilisateurs. De la conception à l'action", *Raisons Pratiques*, n°4, p. 35-57.
- ATKINSON M., HERITAGE J. (ed.) (1984), *Structures of Social Action*, Cambridge: Cambridge University Press.
- B**ARDIN L. (2002), "Du téléphone fixe au portable. Un quart de siècle de sociabilité téléphonique en France", *Cahiers Internationaux de Sociologie*, n° 112, pp. 97 - 122.
- BARREY S., COCHOY F., DUBUISSON-QUELLIER S. (2000), "Designer, packager et merchandiser : trois professionnels pour une même scène marchande", *Sociologie du travail*, 195 (5/5), p. 79-95.
- BAUDRILLARD J. (1968), *Le système des objets*, Gallimard, 1978.
- BEAUDOUIN V., BEAUVISAGE T., CARDON D., VELKOVSKA J. (2003), *L'entrelacement des médias dans la constitution des publics de Loft Story*, Rapport FT R&D / 8019.
- BEAUDOUIN V., FLEURY S., PASQUIER M., HABERT B., LICOPPE C. (2002), "Décrire la toile pour mieux comprendre les parcours. Sites personnels et sites marchands", *Réseaux*, n°116, p. 199-225.
- BEAUDOUIN V., VELKOVSKA J. (1999), "Constitution d'un espace de communication sur l'Internet", *Réseaux*, vol.17, n°97, p. 121-177.
- BEAUVISAGE T. (2004), *Sémantique des parcours des utilisateurs sur le Web*, Thèse de doctorat, Paris X.
- BEAUVISAGE T. (2007), "Les usages routiniers de l'informatique à domicile", *Réseaux*, Volume 25, n° 145 - 146, pp. 217-248.
- BERTRAND G., DE GOURNAY C., MERCIER P.A. (1988), *Fragments d'un récit cathodique. Une approche empirique du zapping*, collection "Réseaux", CNET, Paris.
- BLOM J., CHIPCHASE J., LEHIKONEN J. (2005), "Contextual and Cultural Challenges for User Mobility Research", *Communications of the ACM* 48(7): 37-41.

BLUMLER J.G., KATZ, E. (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, Beverly Hills, CA: Sage.

BOUGNOUX D. (1993), *Sciences de l'information et de la communication*, Larousse, collection "Textes essentiels".

BOULLIER D. (2004), *La télévision telle qu'on la parle. Trois études ethnométhodologiques*, Paris, L'Harmattan.

BOULLIER D. (1993), "Les styles de relation à la télévision", *Réseaux*, Hors-série, p. 119 – 142.

BRETON P., PROULX S. (2002), *L'Explosion de la communication à l'aube du XXIe siècle*, Paris : La Découverte.

CAHOUR B., BRASSAC C., VERMERSCH P., BOURAOUIS J.L., PACHOUD B., SALEMBIER P. (2007), "Étude de l'expérience du sujet pour l'évaluation de nouvelles technologies : l'exemple d'une communication médiée", *Revue d'anthropologie des connaissances*, 1, n° 1, pp. 85 – 120.

CALBO S. (1998), *Réception télévisuelle et affectivité. Une étude ethnographique sur la réception des programmes sériels*, L'Harmattan.

CARADEC V. (1999), "Vieillesse et usage des technologies. Une perspective identitaire et relationnelle", *Réseaux*, n° 119.

CAVE F., COTTEN C. (1984), *Investigation préliminaire d'une modification volontaire de l'environnement sonore et social. L'exemple du « walkman »*, rapport de recherche, Ministère de l'environnement, Paris.

CHALVON-DEMERSAY S. (dir.) (1998), "Les publics, généalogie de l'audience télévisuelle", *Quaderni*, n°35, Paris.

CHAMBAT P. (1994), "Usages des TIC : évolution des problématiques", *Technologies de l'information et société*, vol. 6, n°3, pp. 249-269.

CHARAUDEAU P. (1997 B), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan, Paris.

CHARAUDEAU P. (1997 A), "Les conditions d'une typologie des genres télévisuels d'information", *Réseaux*, n°81.

CHELKOFF G., THIBAUD J.P. (1992), "L'espace public, modes sensibles : le regard sur la ville", *Les Annales de la recherche urbaine*, n° 57-58, pp. 7-16.

CHIPCHASE J., YANQING C., JUNG Y. (2007), "Personal TV: A Qualitative Study of Mobile TV users", in *Proceedings of the 5th European Conference, EuroITV 2007*, Amsterdam, May 24-25.

- COCHOY F. (2004), "La captation des publics entre dispositifs et dispositions, ou le petit chaperon rouge revisité", *La captation des publics*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail, p. 11 - 68.
- COHEN S. (1972), *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*, Mac Gibbon and Kee.
- CONEIN B. (2005), *Les sens sociaux, trois essais de sociologie cognitive*, Paris, Economica.
- CONEIN B. (1998), "La notion de routine : problème de définition", *Sociologie du travail*, n° 4, p. 479-489
- CONEIN B., JACOPIN E. (1994), "Action située et cognition : le savoir en place", *Sociologie du travail*, n°36, 4, pp. 475-500.
- CORNER J. (1991), "Meaning, genre and context: the problematics of "public knowledge" in the audience studies", in Curran J. and Gurevitch M. (eds), *Mass media and society*, Edward Arnold, London.
- CRABTREE A., RODDEN T. (2004), "Domestic routines and design for the home", in *Computer Supported Cooperative Work: The Journal of Collaborative Computing*, Dordrecht, Kluwer, Academic Publishers.
- D**ALY-JONES O., CAREY R. (2004), *Navigating your TV: The Usability of Electronic Programme Guides*, Serco Usability Services.  
[http://www.serco.com/Images/EPG%20Paper\\_tcm3-2248.pdf](http://www.serco.com/Images/EPG%20Paper_tcm3-2248.pdf)
- DATCHARY C. (2008), "Gérer la dispersion : un travail collectif", *Sociologie du travail*, Vol. 50, n°3, pp. 396 – 416.
- DATCHARY C., (2006), *Les situations de dispersion au travail*, Thèse pour le doctorat de sociologie GSPM - EHESS Paris.
- DATCHARY C., LICOPPE C. (2007), "La multi-activité et ses appuis : l'exemple de la "présence obstinée" des messages dans l'environnement de travail", *@ctivités*, vol. 4, n° 1, pp. 4 – 29.
- DAVALLON J., LE MAREC J. (2000), "L'usage en son contexte. Sur les usages des interactifs et des cédéroms des musées", *Réseaux*, vol.18, n°101, p.174-195.
- DAYAN D. (2000), "Télévision, le presque-Public", *Réseaux*, n°100.
- DAYAN D., KATZ E. (1996), *La télévision cérémonielle*, Paris, P.U.F.
- DE CERTEAU M. (1980), *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, Gallimard, Folio Essais, 1990.
- DE STEFANI E. (à paraître), "L'accomplissement du contexte pendant les courses au supermarché. Espace, objets et cadre participatif", in Lorenza Mondada (éd.), *Approches ethnométhodologiques et conversationnelles du contexte*

DEBRAY R. (1991), *Cours de médiologie générale*, Editions Gallimard, coll. Folio essais, 2001.

DEBRAY R. (2000), *Introduction à la médiologie*, PUF.

DEBRIL T., DUBUISSONS-QUELLIER S. (2005), " "Marée", "charcuterie-traiteur". Le rayon traditionnel en grande surface, lieu d'expérimentation", *Ethnologie française*, XXXV(1), p. 93-102.

DIMINESCU D., LICOPPE C., SMOREDA Z., ZIEMLICKI C. (2009), "Using mobile phone geolocalization for « socio-geographical » analysis of coordination, urban mobilities, and social integration patterns" in *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol. 99, n°5, pp. 584 – 601.

DONNAT O. (1998), *Les pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, La Documentation française.

DONNAT O. (1990), *Les pratiques culturelles des Français. 1973 - 1989*, Paris, La découverte - La Documentation française.

DOURISH P. (2006), "Re-Space-ing Place: Place » and « Space » Ten Years On", *CSCW'06*, November 4 – 8, Banff, Alberta, Canada.

DUBET F. (1987), *La Galère : jeunes en survie*, Fayard.

**E**ISENSTEIN E.L. (1983), *La révolution de l'imprimé dans l'Europe des premiers temps modernes*, La Découverte, Paris, 1991.

ENGESTRÖM Y. (1999), "Communication, Discourse and Activity", in *The Communication Review*, 3 (1-2), pp. 165-185.

FIGEAC J. (2007), "La configuration des pratiques d'information selon la logique des situations", *Réseaux*, n°143.

FIGEAC J. (2009), "L'appropriation de la Mobile TV autour des réseaux de communication", *Réseaux*, à paraître.

FORNEL M. DE (1994), "Le cadre interactionnel de l'échange visiophonique", *Réseaux*, n° 64, p. 107-132.

FORNEL M. DE (1991), *Usages et pratiques du visiophone à Biarritz : objet technique, Cadre interactionnel et sociabilité ordinaire*, Rapport PAA/TSA/UST/R1029, France Télécom Recherche et Développement.

FORNEL M. DE (1988), "Contraintes systémiques et contraintes rituelles dans l'interaction visiophonique", *Réseaux*, vol.6, n° 29, p.33-46.

**G**ARFINKEL H. (1967), *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, Inc. (Traduction française, Quadrige, PUF, 2007).

- GHEUDE M. (1998), "La réunion invisible : du mode d'existence des téléspectateurs", in Proulx S., *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, Québec/Paris, p.163-174.
- GIBSON J.J. (1979), *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton-Mifflin.
- GIDDENS A. (1994), *Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan.
- GIRE F., PASQUIER D., GRANJON F. (2007), "Culture et sociabilité. Les pratiques de loisirs des Français", *Réseaux*, n° 145-146.
- GLEVAREC H. (2005), "La fin du modèle classique de la légitimité culturelle. Hétérogénéisation des ordres de légitimité et régime contemporain de justice culturelle. L'exemple du champ musical", in Maigret E., Macé E., *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Armand Colin.
- GLEVAREC H. (2003), "La Place de la radio dans l'univers culturel des jeunes", in Donnat O., Tolila P. (dir.), *Le(s) Public(s) de la culture*, vol. II, Presses de Sciences-Po, pp. 85 – 92.
- GOFFMAN E. (1981), *Façons de parler*, Paris, Les Editions de Minuit, 1987.
- GOFFMAN E. (1974), *Les cadres de l'expérience*, Paris, Les Editions de Minuit, 1991.
- GOFFMAN E. (1973), *La mise en scène de la vie quotidienne - Les relations en public*, Paris, Les Editions de Minuit.
- GOFFMAN E. (1963), *Behaviour in public places. Notes on the social organization of gatherings*, New York, Free Press.
- GONORD A., MENRATH J. (2005), *Mobile attitude. Ce que les portables ont changé dans nos vies*, Hachette Littératures.
- GOODY J. (1979), *La Raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*, Paris, Les Editions de Minuit.
- GROSJEAN M. (2005). "L'awareness à l'épreuve des activités dans les centres de coordination", in *@ctivités*, vol. 2, n°1.
- GROSSETTI M. (2007), "Les limites de la symétrie", *SociologieS*, <http://sociologies.revues.org/document712.html>.
- HALL E.T. (1966), *La dimension cachée*, Seuil, 1978.
- HALL S. (1973), "Codage-Décodage", *Réseaux*, n°68, 1994, p. 27-39.
- HANNAM K., SHELLER M., URRY J. (2006), "Editorial: Mobilities, Immobilities and Moorings", *Mobilities*, Vol.1, N°1, 1-22.

- HARISSON S., DOURISH P. (1996), "Re-Place-ing Space: The Roles of Space and Place in Collaborative System", *CSCW'96* (Boston MA), New York: ACM, pp. 67-76.
- HAYES-ROTH B., HAYES-ROTH F. (1979), "A cognitive model of planning", *Cognitive Science*, vol. 3, 4, p. 275-310.
- HENNION A. (2005b), "Pour une pragmatique du goût", *Papier de recherche du CSI*, N°001.
- HENNION A. (2005a), "Musiques, présentez-vous ! Une comparaison entre le rap et la techno", *French Cultural Studies*, 16 (2), p.121-134.
- HENNION A. (2004a), "Pragmatics of taste", in Jacobs, M. & N. Hanrahan ed. *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture*, Oxford UK/Malden MA, Blackwell.
- HENNION A. (2004b), "Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur", *Sociétés*, n° 83, 3, p. 9-24.
- HENNION A. (2003a), "Ce que ne disent pas les chiffres ? Vers une pragmatique du goût", in *Les publics. Politiques publiques et équipements culturels*, Donnat O. éd., Paris, Éditions de la FNSP.
- HENNION A. (2003b), "*Engager son propre goût*". *Entretien autour de la sociologie pragmatique d'Antoine Hennion*, ethnographiques.org, n°3.
- HENNION A. (2001), "Music Lovers: Taste as Performance", *Theory Culture & Society*, 18 (5), p.1-22.
- HENNION A. (1993), *La passion musicale*, Paris, Métailié, p.223.
- HENNION A. (1990), "De l'étude des médias à l'analyse de la médiation : esquisse d'une problématique", *Revue MédiasPouvoirs*, n°20.
- HENNION A., MAISONNEUVE S., GOMART E. (2000), *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. Paris : La documentation française.
- HOSOKAWA S. (1989), "L'effet walkman", in *Sociétés. Revue des Sciences Humaines et Sociales*, n° 22, pp. 18-25.
- HOSOKAWA S. (1984), *The Walkman Effect*, Cambridge University Press.
- J**ANNET A-M., JAMET C. (1999), *Les stratégies de l'information*, L'Harmattan.
- JAUREGUIBERRY F. (2007), "Les téléphones portables, outils du dédoublement et de la densification du temps : un diagnostic confirmé", in *tic&société*, vol. 1, n°1.
- JAUREGUIBERRY F. (1998), "Lieux publics, téléphone et civilité", *Réseaux*, n°90.



JAUREGUIBERRY F. (1996), "De l'usage des téléphones portatifs comme expérience de dédoublement et de l'accélération du temps", *Technologies de l'information en Société*, volume 8, n°2.

JOUËT J. (2000), "Retour critique sur la sociologie des usages", *Réseaux*, n° 100, p. 487-521.

JOUËT J. (1993), "Usages et pratique des nouveaux outils de communication", In Sfez L., *Dictionnaire critique de la communication*, Paris, PUF, vol.1, p. 371-376.

**K**ENDON A. (1990), *Conducting Interaction. Patterns of behaviour in focused encounters*, Cambridge University Press.

KIRSH D. (1995), "The Intelligent Use of Space", in *Artificial Intelligence*, Vol. 73, Number 1-2, pp. 31-68.

KNOCHE H., MC CARTHY J.D. (2005), *Good News for Mobile TV*, Proceedings of WWRF14, 7-8 July 2005, San Diego, CA, USA.

KNOCHE H., MC CARTHY J. D., SASSE A. (2005), *Can Small Be Beautiful? Assessing Image Resolution Requirements for Mobile TV*, MM'05, November 6-11, Singapore.

KOPOMAA T. (2000), *The city in your pocket: birth of the mobile information society*, Gaudeamus, p. 143.

KOULOUMDJIAN M.-F. (1985), *Le walkman et ses pratiques*, rapport de recherche, IRCEAPS/CNRS, Ecully.

**L**AHIRE B. (2004 B), "Individu et mélanges des genres", *Réseaux*, n° 126, p.89-111.

LAHIRE B. (2004 A), *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Edition de La découverte, Paris.

LAHIRE B. (1998), *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Nathan.

LAHLOU S. (1998), *La caméra subjective, une nouvelle méthode pour l'étude des représentations en contexte*, 4ème CIRS. Mexico.

LAHLOU S. (2006), "L'activité du point de vue de l'acteur et la question de l'inter-subjectivité : huit années d'expériences avec des caméras miniaturisées fixées au front des acteurs (subcam)", *Communications*, n° 80, p. 209-234.

LASEN A. (2003), "The social shaping of fixed and mobile phone networks: a historical comparison", in *Vodafone Surrey Scholar*, Digital World Research Center, University of Surrey, 2003, p. 40.

LATOUR, B. (2006), *Changer de société – Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte.

- LATOUR B. (2000), "Factures/fractures. De la notion de réseau à celle d'attachement", in Micoud, A., Péroni, M. (Eds.), *Ce qui nous relie*. Éditions de l'Aube, La Tour d'Aigues, pp. 189–208.
- LATOUR B. (1994), "Une sociologie sans objet ? Remarques sur l'interobjectivité", in *Sociologie du travail*, n° 4/94.
- LATOUR B., WOOLGAR S. (1979), *La Vie de laboratoire*, Paris, Éditions La Découverte, 1988.
- LAVE J. (1988), *Cognition in Practice*, Cambridge: Cambridge University Press.
- LEE Y., LEE I., KIM J., KIM H (2002), "A Cross-Cultural Study on the Value Structure of Mobile Internet Usage", *Journal of Electronic Commerce Research*, vol. 3, n° 4.
- LEHTOLA S., MOKKA S. (2002), *First steps of mobile digital television: state of the art and first user impressions*, Research report TTE5-2002-18, VTT Information Technology.
- LEROUX M. (DIR.), FIORI S., HOUEMONT K., BARDYN J.L., BRETA J., FIGEAC J. (2004), *Parcours nocturnes. Etude sociologique sur l'ambiance et les usages nocturnes. Mail d'Empalot et Cité de Bordelongue (Toulouse)*, CRESSON (UMR 1563), Ecole d'architecture de Grenoble.
- LICOPPE C. (2008), "Communication et multi-activité au travail. Une approche écologique des dispositifs de communication et de leurs usages", in *Communication et multi-activité. Une approche écologique des situations de travail*, Hermès 50, pp. 171-178.
- LICOPPE C. (2002), "Sociabilité et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communications mobiles", *Réseaux*, vol. 20, n° 112-113, p. 171-210.
- LICOPPE C., GUILLOT R. (2006), "ICT's and the engineering of encounters: a case study of the development of a mobile game based on the geolocation of terminals", in: M. Sheller & J. Urry (Eds), *Mobile Technologies of the City*. London: Routledge.
- LICOPPE C., INADA Y. (2005), "Les usages émergents d'un jeu multijoueurs sur terminaux mobiles géolocalisés. Mobilités équipées dans un japon "augmenté" et "rencontres d'écran", *Réseaux*, n°133.
- LIEBES T., KATZ E. (1990), *The export of meaning. Cross-cultural Readings of Dallas*, Oxford University Press, New York.
- LING R. (1997), "« One can talk about common manners ! » : The use of mobile telephones in inappropriate situations", in Haddon, L (ed), *Themes in mobile telephony*. Final Report of the COST 248 Home and Work group.

- LING R. (1998), " "On peut parler de mauvaises manières !" Le téléphone mobile au restaurant", *Réseaux*, n°90.
- LIVINGSTON S. (2004), "Du rapport entre audiences et publics", *Réseaux*, n°126.
- LUFF P., HINDMARSH J., HEATH C. (Eds.) (2000), *Workplaces studies*, Cambridge: Cambridge University, Press.
- LUHAN M. (1977), *D'œil à oreille*, Paris, Denoël/Gonthier.
- LULL J. (1990), *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*, Londres, Routledge (Comedia).
- LUND A. M. (2006), "Post-Modern Usability", in *Journal of usability studies*, Vol. 2, Issue 1, pp. 1-6.
- MAIGRET E., MACE E. (Dir.) (2005), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Armand Colin.
- MAISONNEUVE V. S., TEIL G., HENNION A. (2002), *Le goût comme un "faire ensemble"*, Paris, CSI/Mission du Patrimoine, Ministère de la culture.
- MÄKI J. (2005), *Finnish Mobile TV Pilot, Results*,  
[http://finnishmobiletv.com/press/Final\\_RI\\_Press\\_300805\\_english.pdf](http://finnishmobiletv.com/press/Final_RI_Press_300805_english.pdf)
- MALLEIN P., TOUSSAINT Y. (1994), "L'intégration sociale des TIC: une sociologie des usages", *Technologie de l'information et société*, 6 (4): 315-335.
- MARTHA C., COULON M., SOUVILLE M., GRIFFET J. (2006), "Les risques liés à l'usage du téléphone portable et leur représentation médiatique : l'exemple de trois quotidiens français", in *Santé Publique*, 18(2), 275- 288.
- MAUGER G. (1995), "La situation d'enquête", *Informations sociales*, n°47, pp. 24-31.
- MEADEL C., PROULX S (1998), "Usagers en chiffres, usagers en acte", in Proulx S., *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, L'Harmattan, Laval, pp. 79-94.
- MISSIKA J.L., WOLTON D. (1983), *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard.
- MOREL J. (2002), "Une ethnographie de la téléphonie mobile dans les lieux publics", *Réseaux*, n°112-113.
- MOREL J. (2006), *Vie publique et téléphonie mobile. Une approche praxéologique entre espaces publics d'usage et conversations*, Thèse de doctorat, Université de Rouen.
- MORLEY D. (1986), *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London: Comedia.

MORLEY D., SILVERSTONE R. (1990), "Domestic Communications: technologies and meanings", *Media, Culture and Society*, 12 (1): 31-55.

MURTAGH G. M. (2002), "Seeing the rules: preliminary observations of action, interaction and mobile phone use", in BROWN, B., GREEN, N., HARPER, R. (eds), *Wireless World. Social and interactional aspects of the mobile age*, London, Springer-Verlag, 2002, p. 81-91.

MUZET D. (2006), *La mal info : enquête sur des consommateurs de médias*, L'aube.

**N**ARDI B., O'DAY V. (2000), *Information Ecologies: Using Technologies with Heart*, Cambridge, M.I.T. Press.

NORMAN D. A. (1993), « Les artefacts cognitifs », *Raisons Pratiques*, vol. 4, pp. 15-34.

NORMAN D. A. (1988), *The psychology of everyday things*, New York, Basic Books.

**O'**HARA K., MITCHELL A.S., VORBAU A. (2007), "Consuming Video on Mobile Devices", in *Proceedings of CHI '07*, April 28 – May 3, 2007, San Jose, California, USA.

OGIEN A. (2007), *Les règles de la pratique sociologique*, Pratiques théoriques, PUF.

OGIEN A. (1989), "La décomposition du sujet", in Joseph I. (dir.), *Le parler frais d'Erving Goffman*, Paris, Les Editions de Minuit.

OKSMAN V., NOPPARI E., TAMMELA A., MÄKINEN M, OLLIKAINEN V. (2007), *News in Mobiles. Comparing text, audio and video*, Research Notes 2375, VTT Tiedotteita.

**P**ASQUIER D. (2003), "Des audiences aux publics : le rôle de la sociabilité dans les pratiques culturelles", in *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences PO, pp 109-119.

PASQUIER D. (1998), *Fonctions de communication et dimensions collectives de la réception d'"Hélène et les garçons"*, Hermès, 22, 1998, p. 101-111.

PASSERON J.-C., PEDLER E. (1991), *Le temps donné aux tableaux*. Marseille, I.Me.Re.C.

PECQUEUX A. (2008), "Les cultures visuelles des auditeurs-baladeurs", in *Lieux Communs*, n° 11, p. 42-57.

PECQUEUX A. (2009), "Embarqués dans la ville et la musique. Les ancrages sensibles des auditeurs-baladeurs dans l'espace public urbain", *Réseaux*, à paraître.

PERRIAULT J. (1989), *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*, Paris: Flammarion.

- PERRY M., O'HARA K., SELLEN A., BROWN B., HARPER R. (2001), *Dealing with Mobility: Understanding Access Anytime, Anywhere*, Transactions on Computer-Human Interaction, Vol.8, n°4, p. 323-347.
- PHARABOD A. S. (2004 A), *Les terminaux domestiques et leurs usages : une ethnographie des foyers multi-équipés*, Rapport FT R&D, n° 8664, juillet 2004.
- PHARABOD A. S. (2004 B), "Territoires et seuils de l'intimité familiale. Un regard ethnographique sur les objets multimédia et leurs usages dans quelques foyers franciliens", *Réseaux*, n°123, p. 85-111.
- PINÇON M., PINÇON-CHARLOT M. (1997), *Voyage en grande bourgeoisie*, PUF.
- PRONOVOST G. (1994), "Médias : éléments pour l'étude de la formation des usages", *Technologie de l'information et société*, 6 (4): 377-400.
- PROULX S. (dir.) (1998), *Accusé de réception. Le téléspectateur construit par les sciences sociales*, L'harmattan, PUL.
- PROULX S. (2002), "Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une "société du savoir" ", in *Annales des télécommunications*, t. 57.
- PROULX S., LABERGE, M.-F. (1995), "Vie quotidienne, culture télévisuelle et construction de l'identité familiale", *Réseaux*, n°70, p.121-140
- PURO J.-K. (2002), "Finland: a mobile culture", in E. Katz, M. Aarkus (dir.), *Perpetual contact*, Cambridge University Press, pp. 19-29.
- QUERE L. (2002), "Pour un calme examen des faits de société", in B. Lahire (dir.), *A quoi sert la sociologie ?*, Paris, La Découverte, p. 79-94.
- QUERE L. (2001), "La structure cognitive et normative de la confiance", *Réseaux*, n°108, p. 125-152.
- QUERE L. (2000), "Au juste, qu'est-ce que l'information ? ", in *Réseaux*, n°100, p.332-357.
- QUERE L. (1999), "Action située et perception du sens", in Fornel (De) M., Quéré L. (dir.), *La logique des situations. Nouveaux regards sur l'écologie des activités sociales*, Paris, Éditions de l'École des Hautes Études en sciences sociales.
- QUERE L. (1992), "Le sociologue et le touriste", *Espaces temps*, n°49-50, p.41-60.
- QUERE L., BREZGER D. (1992), "L'étrangeté mutuelle des passants. Le mode de coexistence du public urbain", *Les Annales de la Recherche Urbaine*, n°57-58, p. 89- 99.
- QUERE L., RELIEU M. (2001), *Modes de locomotion et inscription spatiale des inégalités. Les déplacements des personnes atteintes de handicaps visuels et moteurs dans l'espace public*. Rapport de recherche, PUCA.

- RECKWITZ A (2002), "Toward a Theory of Social Practices. A development in Cultural Theorizing", *European Journal of Social Theory*, Vol 5, n°2, p. 243-263.
- RELIEU M. (2002 B), "The "glasscam" as an observational tool for studying screen-based mobile phone uses and management of parallel activities". *International Conference on Conversation Analysis (ICCA-02) Copenhagen, 17-21 May*.
- RELIEU M. (2002 A), "Ouvrir la boîte noire. Identification et localisation dans les conversations mobiles", *Réseaux*, n°112-113, p. 19-47.
- RELIEU M. (1994), "Les catégories dans l'action. L'apprentissage des traversées de rue par des nonvoyants ", in QUERE L., WIDMER J. (ed.), *Raisons Pratiques*, n°5, pp. 185-218.
- RELIEU M., OLSZEWSKA B. (2004), "La matérialisation d'Internet dans l'espace domestique : une approche située de la vie domestique", *Réseaux*, n° 123, p.119-149.
- RELIEU M., QUERE L. (1998), "Mobilité, perception et sécurité dans les espaces publics urbains. Comment se déplacer quand on ne voit plus les choses comme tout le monde ? ", in Ansidei M., Dubois D., Fleury D. (dir.), *Risques urbains. Acteurs, systèmes de prévention*, Paris, Economica, Coll. Villes.
- RELIEU M., ZOUINAR M., LA VALLE N. (2007), "At Home with Video Cameras", in *Home Cultures*, Vol.4, Issue 1, pp.45-68.
- REPO P., HYVÖNEN K., PANTZAR M., TIMONEN P. (2004), "Users Inventing Ways To Enjoy New Mobile Services – The Case of Watching Mobile Videos", *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*.
- REPO P., HYVÖNEN K., PANTZAR M., TIMONEN P. (2003), *Mobile Videos*, Research report, 2003: 5, National Consumer Research Center, Helsinki.
- SACKS H. (1992), "On exchanging glances", in Jefferson G., *Lectures on conversation*, vol. 1, Blackwell Publishers, Oxford, pp. 81-94.
- SACKS H. (1984), "Methodological remarks", in Atkinson M., Heritage J., *Structures of social action*, Cambridge University Press, pp. 21-27.
- SAUVAGEOT A. (2003), *L'épreuve des sens. De l'action sociale à la réalité virtuelle*, Sociologie d'aujourd'hui, PUF.
- SAUVAGEOT A. (1994), *Voires et savoirs. Esquisse d'une sociologie du regard*, Sociologie d'aujourd'hui, PUF.
- SCHÜTZ A. (1987), *Le chercheur et le quotidien. Phénoménologie des sciences sociales*, Paris, Méridiens Klincksieck.

- SCHÜTZ A. (2007), *Essais sur le monde ordinaire*, Paris, Editions du Félin.
- SEMPRINI A. (1994), *L'information en continu. France Info et CNN*, Paris, Nathan, 1997.
- SHELLER M., URRY J. (2006), *The new mobilities paradigm, Environment and Planning A*, forthcoming.
- SMOREDA Z. (dir.) (2007), "Entrelacements des pratiques de communication et de loisir", *Réseaux*, vol. 45, n°145-146.
- SÖDERGARD C. (2003), *Mobile television – technology and user experiences*, Report on the Mobile-TV project, VTT Information Technology.
- SÖDERGARD C (2004), *Mobile Television. Project Summary*, VTT Technical Research Centre of Finland. <http://virtual.vtt.fi/mobtv/pub/summary.pdf>
- SUCHMAN L. A. (1987). *Plans and situated actions - The problem of human-machine communication*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SUDNOW D. (1972), "Temporal parameters of interpersonal Observation", in Sudnow D., *Studies in social interaction*, The Free Press, New York, pp. 259 – 279.
- SUE R. (1994), *Temps et ordre social : sociologie des temps sociaux*, PUF, Paris.
- T**AYLOR A. S., HARPER R. (2002), "Switching on to switch off: a analysis of routine TV watching habits and their implications for electronic programme guide design", in *usableiTV*, 1(3), 7-13.
- THEUREAU J. (2004), *Le cours d'action : analyse sémiologique. Un essai d'une anthropologie cognitive située*, Octarès, Toulouse.
- THEUREAU J. (2000), *Note sur l'histoire de l'autoconfrontation dans l'analyse des cours d'action et de leur articulation collective*, seconde journée « modélisation de l'expérience », Paris.
- THEVENOT L. (1993), "Essai sur les objets usuels. Propriétés, fonctions, usages", *Raisons pratiques*, 4, p. 85-111.
- THIBAUD J.P. (2004), "Une approche pragmatique des ambiances urbaines" in Amphoux, Chelkoff, Thibaud, *Ambiances en Débats*, Grenoble, A la Croisée, p. 145-158.
- THIBAUD J. P. (2002), *Regards en action. Ethnomethodologie des espaces publics*, A la croisée, Ambiances, Ambience.
- THIBAUD J. P. (2001), "La méthode des parcours commentés", in Grosjean M., Thibaud J.P., *L'espace urbain en méthodes*. Marseille : Parenthèses, p.81.
- THIBAUD J-P. (1994 A). "Les mobilisations de l'auditeur-baladeur : une sociabilité publique", *Réseaux*, n° 65, 1994, pp.71-83.

THIBAUD J. P. (1994 B). "Composer l'espace : les territoires du pas chanté", Bassand M., Leresche J.P., *Les faces cachées de l'urbain*, Bern : Editions P. Lang, 1994, pp. 183-195.

TILSON D., LYYTINEN K. (2006). "The 3G Transition: Changes in the U.S. Wireless Industry", *Telecommunications Policy*, 30(10-11), p. 569-586.

TILSON D., LYYTINEN K. (2005), "An Actor-Network Study of 3G Standards Making and Adoption in the US Wireless Industry - A Case of Wireless Operator Standardization Strategies", in the *Proceedings of the Hong Kong Mobility Roundtable*, Hong Kong.

TILSON D., LYYTINEN K., SØRENSEN C., & LIEBENAU J. (2006), *Coordination of technology and diverse organizational actors during service innovation – the case of wireless data services in the United Kingdom*, Paper presented at the Mobility Roundtable, June 1-2, Helsinki.

TOWNSEND A M. (2000), "Life in the realtime city: mobile telephones and urban metabolism", *Journal of Urban Technology*, (7)2:85-104.

URRY J. (2000), *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge.

VIRILIO P. (1998), *La bombe informatique*, Paris, Galilée, coll. L'Espace critique.

VON HIPPEL E. (1986), "Lead Users: A Source of Novel Product Concepts," *Management Science*, vol. 32, no.7, pp.791-805.

WOLTON D, MISSIKA J.L. (1983), *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques*. Paris: Gallimard

YOO Y., LYYTINEN K., YANG H. (2005), "The role of standards in innovation and diffusion of broadband mobile services: The case of South Korea", in *Journal of Strategic Information Systems*, 14(3), p. 323-353.

ZOUINAR M., RELIEU M., CALVET G., SALEMBIER P. (2004), "Observation et capture de données sur l'interaction multimodale en mobilité", *Actes des premières journées francophones Mobilité et Ubiquité 2004*, 1-3 juin, Nice, Sophia-Antipolis : ACM.



# ANNEXES

---

## Table des retranscriptions :

Retranscription 1 : Déroulement habituel du trajet aller de J.C .....	202
Retranscription 2 : Déroulement de l'achat de Libération .....	203
Retranscription 3 : Déroulement du trajet aller de J.C. en l'absence de petite monnaie .....	206
Retranscription 4 : B.B. initie une connexion lors d'un trajet non-habituel .....	244
Retranscription 5 : L'achat de Libération .....	391
Retranscription 6 : Séquentialisation des activités médiatiques de L. durant un trajet aller ...	392
Retranscription 7 : Modalité d'ancrage introductive.....	396
Retranscription 8 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°1.....	400
Retranscription 9 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°2.....	408
Retranscription 10 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°3.....	412
Retranscription 11 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°4.....	417
Retranscription 12 : La réception TV inscrite dans une forme de multi-activité .....	418

### Retranscription 5 : L'achat de Libération

- 00 : 00 : 07 Entrée dans la librairie.
- 00 : 00 : 10 Focalisation en direction du rayon de quotidiens.
- 00 : 00 : 14 Prise en main du journal Libération.
- 00 : 00 : 17 Le client précédent a payé, il quitte la caisse // Regard mutuel entre J.C. et le commerçant afin d'amorcer le passage en caisse de J.C.
- 00 : 00 : 18 J.C. dit « Bonjour » au vendeur et pose le journal sur le comptoir.
- 00 : 00 : 20 Le Vendeur a pris le journal et le bip // J.C. prépare les 1 € 20 qui vont lui être demandé.
- 00 : 00 : 21 Vendeur : « Heu... 1 20 ! ».
- 00 : 00 : 23 J.C. dit : « 2 20 » en tendant la monnaie.
- 00 : 00 : 23 Vendeur : « Merci ! ».
- 00 : 00 : 24 Il prend un euro dans sa caisse.
- 00 : 00 : 25 Il pose la pièce de 1 € et dit « Et voilà... ».
- 00 : 00 : 26 J.C. la prend et dit « Merci ! Bonne journée ».
- 00 : 00 : 27 Le vendeur répond « Merci à vous » // En parallèle il range les 2 € 20 dans sa caisse.
- 00 : 00 : 28 Il se retourne ; me perçoit derrière lui ; puis reprend sa route en direction de la sortie.
- 00 : 00 : 31 Il sort de la librairie.
- 00 : 00 : 32 Il s'engage sur la rue en direction de la station de métro ; Il jette du même coup un œil au loin ; un piéton en vue.
- 00 : 00 : 33 Il survole les gros titres de Libé en marchant ; édition plié en deux ; ½ page supérieure face à lui.
- 00 : 00 : 35 Il déplie le cahier, c'est à dire page entière des gros titres face à lui ; Il lit les titres.
- 00 : 00 : 39 Il retourne le cahier et regarde ce qu'il y a au dos.
- 00 : 00 : 41 Il revient sur la manchette ; page d'accueil.
- 00 : 00 : 45 Il croise des piétons. Il voit leurs jambes depuis 5 secondes et a pu orienter sa trajectoire, à droite du trottoir, sans lever la tête.
- 00 : 00 : 47 Il plie le cahier en deux et regarde la partie inférieure de la page d'accueil.
- 00 : 00 : 54 Il lève la tête et marche vers le métro. Il arrête de lire les gros titres et conserve son exemplaire dans sa main droite.

### Retranscription 6 : Séquentialisation des activités médiatiques de L. durant un trajet aller





Durée	Activité liée au déplacement	Activité liée au téléphone multimédia	Activité liée aux quotidiens
00.00.00	Elle lance l'enregistrement une fois assise dans le RER.		
00.18.08		Elle sort son téléphone multimédia de son sac.	
00.23.76		Elle sort ses écouteurs.	
00.25.08			Elle attrape le journal gratuit " <i>Matin plus</i> " posé sur le siège à côté d'elle et dépose son sac sur ce siège. Elle a récupéré le journal gratuit avant de lancer l'enregistrement.
00.50.28	Elle finit de régler le dispositif d'enregistrement.	Le téléphone multimédia est posé sur ses cuisses.	Elle pose le journal et le téléphone multimédia sur ses cuisses. Puis, elle règle le dispositif d'enregistrement.
00.53.88	Le RER s'arrête. Elle regarde vers l'extérieur.		
00.54.08		Elle a repris son téléphone multimédia en main. Elle commence à démêler les fils de ses écouteurs puis les dépose sur ses cuisses.	Pendant qu'elle manipule son téléphone multimédia, elle conserve le quotidien sur ses cuisses.
00.55.56		Elle prend son téléphone en main puis l'active. Elle commence à le manipuler.	
01.03.64		Elle arrête de le manipuler. Elle le prend dans sa main droite puis tourne la tête vers la droite et regarde dans son sac.	
01.19.92		Elle tourne la tête vers le téléphone qu'elle a dans sa main gauche puis l'active avec son pouce.	
01.19.28		Elle saisit ses écouteurs dans sa main droite. Puis les saisies à deux mains et démêle les câbles.	
01.42.11	Elle lève la tête.		
01.44.16		Elle regarde de nouveau son téléphone multimédia puis branche sont kit mains libres.	
01.50.07		Elle active son téléphone.	
02.06.28		Puis elle lance la collection à « Orange World ». Le téléphone est connecté au service.	
02.11.16	Elle tourne la tête vers la gauche et regarde à	Ensuite, elle clique sur le lien de la mobile TV.	





02.16.03	travers la fenêtre.		Elle tient son journal dans sa main gauche puis le pose de nouveau sur ses cuisses.
02.16.16	Elle regard de nouveau à travers la fenêtre.		
02.20.10		Elle regarde de nouveau son téléphone multimédia qui est maintenant connecté à la mobile TV.	
02.20.13		Elle attrape ses écouteurs dans sa main gauche.	
02.21.12		Elles regardent de nouveau son téléphone.	
02.25.20		Elle navigue dans le service.	
02.26.08		Puis elle clique sur l'icône des chaînes TV.	
02.42.66		Elle pose son téléphone sur ses cuisses.	
02.44.17		Puis elle met ses écouteurs.	
02.48.26		Au moment où l'écran se met en veille, elle attrape le téléphone avec sa main droite tout en continuant de mettre ses écouteurs.	
02.49.08		La page d'accueil de la mobile TV est désormais chargée. Elle la survole rapidement puis se positionne sur l'icône de la chaîne <i>Gulli</i> .	
03.02.20		Elle clique sur cet icône.	
03.10.18	Le RER ralentit. Elle lève les yeux et regarde à travers la fenêtre et tout en glissant sa main dans son sac.	Le téléphone tente de se connecter à cette chaîne.	
03.13.21		Le programme s'affiche, il s'agit d'un dessin animé. Elle le regarde.	
03.14.07		<u>Elles</u> regarde de nouveau l'écran.	
03.16.15		Puis elle coupe le dessin animé.	
03.50.28	Le RER est à quai. Les passagers montent dans la rame, elle décroise ses jambes et libérer de l'espace.	Elle revient sur la page d'accueil de la mobile TV. Puis elle survole les différentes chaînes TV.	
03.58.17	Un passager vient s'asseoir sur le siège situé en face d'elle.	Elle ouvre une nouvelle page de chaînes où se trouve le logo de la chaîne <i>France 2</i> .	
04.02.09		Elle lance la chaîne <i>France 2</i> .	
		Pendant que la chaîne charge, elle regroupe ses	

04.18.23		sacs sur ses cuisses. Elle positionne à nouveau les écouteurs sur ses oreilles. Elle les avait enlevés au moment où le RER s'est arrêté sans que cela soit perceptible à l'écran.	
04.23.24		Elle attrape le téléphone situé sur son sac à sa droite, puis regarde l'écran. Le journal télévisé de <i>France 2</i> est en cours de lecture. Elle commence à le regarder.	
04.27.19		Puis elle pose de nouveau son téléphone sur le sac situé à sa droite.	
04.31.09		Elle reprend ensuite son téléphone et regarde le journal télévisé.	
05.09.55 05.27.27		Elle manipule le journal. Comme la lecture de la chaîne <i>France 2</i> s'est figée, elle arrête la lecture puis revient sur la page d'accueil de la mobile TV.	
06.34.13		Elle réinitialise la connexion. La lecture du journal télévisé est rétablie. Elle le regarde.	
10.49.74	Elle tourne sa tête vers la gauche et regarde à quelle station le RER vient de s'arrêter.		
11.02.02 11.18.17		Elle regarde de nouveau le journal télévisé. L'image de journal télévisé se fige. Elle touche son écran,	
11.34.96 11.35.66		Puis arrête la lecture du programme. Elle lance le changement de la page d'accueil de la mobile TV.	
11.35.95	Elle tourne sa tête vers la droite et regarde à travers la fenêtre.		
11.37.13		Elle regarde le téléphone qui est toujours en train de changer la page d'accueil. Elle sélectionne de nouveau le logo de la chaîne France 2 pour initialiser le téléchargement.	
12.16.66 12.17.10 12.25.91 12.55.20	Le RER passe en mode souterrain	Le journal télévisé est en cours de lecture. L'image se fige à nouveau. Elle ferme le service WAP et active le lecteur radio.	
13.09.18		Elle ferme le clapet de son téléphone	




13.16.62 13.18.69		puis le range son téléphone dans son sac.	Elle attrape le quotidien gratuit matin plus qui était rangé dans son sac. Puis elle le lit. Elle commence par lire la une. Elle ouvre la page 2-3. Elle conserve le quotidien sur ses cuisses.
13.59.03 14.59.36		Elle attrape de nouveau son téléphone multimédia.	
15.14.08		Elle vient d'activer l'interface radio. La station en cours de lecture est intitulée : « station 2 ».	
15.23.95		Elle essaye ensuite de lire la station intitulée : « station 1. » Il s'agit de <i>France Inter</i> .	
15.29.76		Elle écoute dorénavant la station. Elle ajuste le volume.	
16.19.91		Elle n'arrive plus à capter <i>France Inter</i> , elle tente dès lors de se connecter à la station intitulée : « station 20. »	
16.24.85		S'apercevant que la connexion n'est pas possible, elle ferme le service. Elle le conserve dans sa main droite posée sur le quotidien.	
16.57.51	Puis range le téléphone dans son sac posé sur le siège à sa droite.		
16.58.75			Elle reprend la lecture du quotidien.
17.34.88	Les freins du RER grincent.		
17.37.45	Elle tourne la tête vers l'extérieur. Le RER entre en gare. Elle déchausse les lunettes caméra. Elle attrape ces sacs.		Elle arrête de lire le quotidien.
18.07.08	Elle se lève pour descendre du RER.		
18.11.12	Elle fouille dans son sac et coupe l'enregistrement.		




### Retranscription 7 : Modalité d'ancrage introductive

Durée	Activités liée aux médias	Mouvements corporels	Prise de vue
00.00.63		<p>Lorsqu'elle a chaussé les lunettes caméra, elle regarde devant elle (Cf. prise de vue ci-contre). Le visage de la passagère, située en face d'elle sur sa droite, apparaît dans son champ de vision. Cette jeune femme a les yeux baissés en direction de l'écran de son téléphone. Elle rédige un SMS. L'homme, situé en face, dans la rangée de siège de gauche, est en train de lire. Pas d'échange de regards.</p>	
00.01.40		<p>Moins d'une seconde après, une fois qu'elle a chaussé les lunettes, elle plonge ses mains et son regard dans son sac qui est posé sur ses genoux. Elle le regarde pendant plus de 4 secondes, le temps qu'elle range le système d'enregistrement et ses nombreux câbles encombrants, puis...</p>	
00.06.10		<p>...elle regarde rapidement dehors. Le visage de la jeune femme entre dans son champ de vision lors de ce mouvement de tête vers la droite (00.06.37) puis, il apparaît à nouveau après qu'elle ait jeté un œil dehors, sur sa gauche (00.07.20). Il n'y a pas d'échange de regards car elle a toujours les yeux rivés sur l'écran de son téléphone.</p>	
00.07.40		<p>Elle regarde de nouveau dans son sac, puis regarde l'écran de l'enregistreur, le range et...</p>	
00.18.08	<p>Elle sort son téléphone multimédia de son sac.</p>	<p>Son regard est focalisé sur le sac.</p>	


00.20.75	Puis elle réordonne rapidement son sac.	Même si elle reste focalisée sur son sac, elle se redresse légèrement. Le bas du corps de la jeune femme située en face d'elle est dès lors présent dans son champ de vision. Il apparaît que la jeune femme a rangé son téléphone, elle est en train d'introduire un chewing-gum dans sa bouche, avec sa main droite, et va le mâcher en regardant le paysage.	
00.23.15	Elle attrape les écouteurs situés sur le siège de gauche.	Son champ de vision et son positionnement reste identiques (Cf. la prise de vue ci-dessus).	
00.25.08	Elle attrape le journal gratuit "Matin plus" posé sur le siège à côté d'elle et le conserve sur ses cuisses.	Pendant qu'elle attrape le journal posé sur le siège situé à sa droite, qu'elle dépose son sac sur ce même siège et qu'elle pose le journal sur ses cuisses, son regard reste baissé (Cf. la prise de vue ci-contre). Elle va maintenir cette position (Cf. la prise de vue ci-contre) pendant 25 secondes, le temps de réorganiser son sac et de ranger convenablement l'enregistreur. Cette orientation de son buste, vers le siège de droite, peut être perçue comme un chevauchement des segments transactionnels de ces deux passagères. Ce chevauchement peut notamment être lié à la durée durant laquelle elle maintient cette position. Cette durée a probablement permis à la passagère lui faisant face, tout en mâchant son chewing-gum les yeux levés, de regarder pourquoi L. s'affaire ainsi dans son sac.	
00.49.91		Une fois le sac correctement ordonné, elle se tourne et relève la tête pour regarder le côté de la rame auquel elle vient de tourner le dos pendant 25 secondes.	
00.50.91	Elle tient son téléphone dans sa main droite et les écouteurs dans sa main gauche.	En regardant de l'autre côté, elle croise le regard de l'homme situé en face d'elle dans la rangée de sièges de gauche (Cf. capture ci-contre). Cet homme, désormais inactif, la regarde fixement. Elle va arrêter son mouvement de tête (00.51.85), revenir en arrière et le regarder un bref instant, avant de reprendre son mouvement (02.52.31) vers la gauche.	










		<p>Une fois qu'elle a regardé en direction/à travers la vitre une courte seconde (Cf. la capture ci-contre), elle initie le mouvement inverse (00.53.65).</p> <p>Mais elle fait en sorte cette fois-ci de faire le mouvement de tête gauche-droite en regardant le sol de sorte à ce que son regard tombe directement sur le téléphone multimédia qu'elle tourne vers elle avec sa main droite (00.53.98). Ce mouvement dure environ trente dixièmes de secondes. Peut-on considérer qu'elle a regardé le sol pour ne pas croiser de nouveau le regard de l'homme situé face à elle ?</p>	
00.54.98	<p>Elle vient de tourner son téléphone et l'active. Puis le regarde, l'écran de veille apparaît.</p>	<p>Elle a désormais adopté la position qu'elle conservera pour développer son usage. Son buste et son regard sont légèrement orientés vers la gauche (Cf. capture d'écran ci-contre et ci-dessous).</p>	
01.04.26		<p>Elle tourne la tête vers sa droite en direction de son sac. Elle fouille dedans. Son champ de vision est similaire à celui décrit précédemment, vue sur le bas du corps de la jeune femme assise en face.</p>	
01.20.24	Cf. ci-contre.	<p>Après avoir regardé dans son sac, elle reprend la position qu'elle adopte pour développer son usage. Puis elle démêle aussitôt les fils de ses écouteurs pendant environ 15 secondes. Une fois qu'elle les a désemmêlés, elle prend une oreillette dans chaque main de sorte à positionner un écouteur dans chaque oreille. Puis...</p>	





01.42.20	Au moment où elle s'apprête à introduire ses écouteurs dans ses oreilles... (suite ci-contre) Elle enfle ses écouteurs.	... elle lève la tête. Elle regarde alors (01.42.36) devant elle en se focalisant directement vers l'homme qui la fixait il y a quelques secondes (environ 30 secondes) (Cf. la capture ci-contre). Celui-ci a les yeux fermés, la tête calée sur son poing, le bras posé sur l'accoudoir du siège. Elle le regarde plus d'une seconde (01.42.53 - 01.43.83). Mis à part cet homme, deux passagers lui tournent le dos, deux autres passagers lui font face sur sa droite (cf. capture ci-contre), il y a une femme qui lit et un homme, plus loin vers le fond de la rame, qui regarde vers l'extérieur. Bref, tout est calme. Notons, qu'avant de clore deux secondes plus tard ce coup d'œil sur la normalité des apparences, elle pose de nouveau son regard sur l'homme qui dort avant de le baisser en direction de son téléphone.	
01.44.23	Elle regarde son tél.		
01.44.60	Elle regarde son téléphone, le fait pivoter, branche le casque puis...		
01.50.07	... elle initie la connexion à la Mobile TV et attend...		
02.11.26	Pendant son attente...	... elle tourne sa tête et le haut de son buste vers la gauche, pour regarder vers l'extérieur. Regarde vers l'extérieur. Puis tourne de nouveau la tête vers son téléphone. A l'aller comme au retour, son regard reste posé sur le sol de la rame.	
02.20.47	Elle regarde son tél.		
02.23.12	Elle regarde son téléphone puis elle range le quotidien dans son sac.		
02.27.54	Elle réajuste ses écouteurs puis regarde son téléphone initialiser la connexion à la Mobile TV. Elle attend.		
02.50.55	Croise les jambes tout en initiant la connexion à la Mobile TV		
03.13.42		Elle lève la tête une fraction de seconde, regarde en direction de l'homme qui dormait puis...	
03.14.02		... elle regarde son téléphone	
(...)	(...)	(...)	





### Retranscription 8 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°1




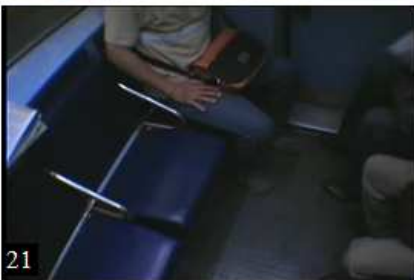

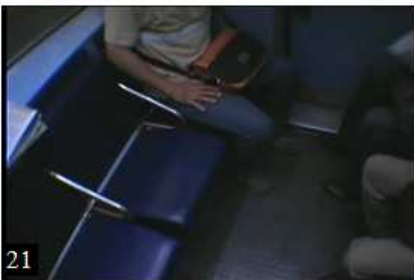
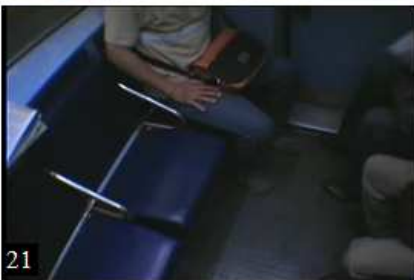
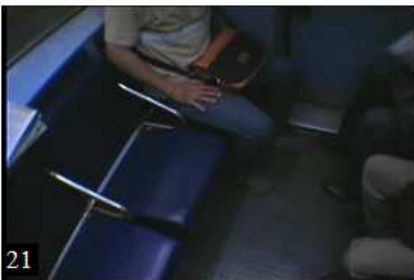
Durée	Activité liée au déplacement	Activités liée au téléphone multimédia	Prise de vue
00.00.00	Il se trouve dans la salle d'attente de son médecin. Il lance l'enregistrement vidéo et tient son téléphone en main. Puis il sort.		
00.07.19 00.08.22	Il est devant l'ascenseur (photo 1). Il ouvre la porte de l'ascenseur	Il a son téléphone dans la main avec laquelle il ouvre la porte. Son téléphone est activé, la photo de son amie apparaît en fond d'écran.	 <p>1</p>
00.11.03 00.11.12	Il entre dans l'ascenseur Il appuie sur un bouton de l'ascenseur.	Il réalise cette action avec la main dans laquelle il tient le téléphone. L'écran est tourné vers lui. Son regard se baisse en direction de l'écran.	
00.24.21 00.25.19		Il est connecté à « Orange World » et navigue dans le service WAP, puis sur l'interface de la Mobile TV. Il initialise la connexion à une chaîne. Fin de la manipulation	
00.35.10 00.37.01	La porte de l'ascenseur s'ouvre. Il pousse la porte vitrée de l'ascenseur avec sa main droite. Puis sort de la cage d'ascenseur.		
00.38.06	Il se dirige vers une porte de l'immeuble.	Il esquisse un mouvement de tête vers le bas. Il regarde l'avancement de la connexion à la Mobile TV.	
00.38.20 00.40.04 00.40.18 00.41.02 00.42.22	Il lève les yeux vers la porte Puis saisit la poignée et l'ouvre Au moment où il s'engage dans le franchissement de la porte, il baisse le regard. Il franchit le pas de porte en baissant le regard puis s'engage dans ce couloir sombre...	... en regardant son téléphone. Il regarde l'interface qui initialise la connexion à un programme TV.	
00.50.16 00.54.11	Il lève les yeux en direction de la porte de sortie. Il appuie sur le bouton pour déverrouiller la porte avec la main dans laquelle il tient son téléphone (cf. photo 2)	Il désengage son regard de l'interface. En procédant ainsi, il peut voir si la connexion à la Mobile TV est initialisée : ce n'est pas encore le cas.	
00.58.05	Il saisit la poignée de la porte et l'ouvre		

01.00.05 01.04.96	Il franchit la porte et s'engage dans la rue. Il regarde droit devant lui. Une femme promenant un chien entre dans son champ de vision.		
01.06.07		Il baisse les yeux et regarde l'interface. Le programme Tv ne s'initialise pas. Il navigue dans le service et revient sur la page d'accueil d'Orange World.	
01.18.19	Il lève les yeux et aperçoit une passante qui regarde son chien renifler une vitrine (cf. photo 3).		
01.19.01 01.22.13	Il passe à côté d'elle sans la regarder (cf. photo 4).	Il regarde son téléphone et navigue sur Orange World L'interface apparaît sur l'enregistrement, il clique sur le lien de la Mobile TV.	
01.30.08 01.31.20	Il lève les yeux et regarde devant lui (un échafaudage se trouve à l'horizon). Puis les baisse	La page de la Mobile TV référençant les chaînes TV s'est désormais affichée. Il clique sur l'icône de la chaîne TF1. Fin de la manipulation. Il surveille l'avancement de la connexion.	
01.44.04 01.47.00 01.48.11 01.49.11	Il lève de nouveau les yeux (l'échafaudage approche). Puis les baisse. Il lève les yeux (l'échafaudage approche).	Il surveille l'interface.	
01.51.07 01.52.20 01.54.07 01.58.18	Il lève les yeux (l'échafaudage approche). Il lève les yeux (il s'apprête à le contourner).	Il les baisse. Les baisse et regarde l'interface. Le téléphone tente de lancer la chaîne. Il regarde l'avancement de la connexion.	
02.01.02 02.02.02	Il lève les yeux et regarde le garçon à la trajectoire incongrue qu'il croise (photo 5). Leurs regards ne se croisent pas mais ils se sont respectivement vus.		
02.02.20 02.04.23 02.15.12	Il lève les yeux. Puis avance sous l'échafaudage en regardant tantôt devant, tantôt son écran (qui n'apparaît pas dans l'enregistrement) et surveille ainsi l'avancement de la connexion tout en surveillant les piliers de	Il regarde son téléphone. Le programme est en train de charger.	




<p>02.25.20 02.27.15 02.28.05 02.28.08</p>	<p>l'échafaudage. Il croise une passante sans lever la tête (photo 6). Il lève les yeux. Une passante vient d'entrer dans son champ de vision. Il baisse les yeux.</p>	<p>Il regarde de nouveau son téléphone. Le jeu télévisé « Une famille en or » apparaît à l'écran (cf. photo 7).</p>	
<p>02.29.24 02.30.07</p>	<p>Il lève les yeux et regarde fixement en direction de la passante tout en ajustant sa trajectoire pour la croiser. Elle lève les yeux, le voit en train de regarder dans sa direction (cf. photo 8) et baisse immédiatement les yeux.</p>	<p>Il regarde de nouveau le programme.</p>	
<p>02.31.03</p>	<p>Il contourne le pilier de l'échafaudage et la croise en regardant vers elle (cf. photo 9).</p>	<p>Il regarde de nouveau le programme.</p>	
<p>02.31.24 02.34.12 02.35.01 02.38.04</p>	<p>Il lève les yeux. Il lève les yeux. Un passage piéton vient d'entrer dans son champ de vision. Il va le traverser.</p>	<p>Il regarde de nouveau le programme.</p>	
<p>02.39.03 02.42.06 02.43.12</p>	<p>Il lève les yeux.</p>	<p>Il regarde de nouveau le programme.</p>	
<p>(...)</p>	<p>(...)</p>	<p>(...)</p>	





03.53.12 03.54.05	Il emprunte l'escalier de la station Reuilly-Diderot.	Il baisse les yeux et regarde le programme en descendant les marches (cf. photo 10).	10 
04.00.10 04.05.23 04.07.16	Il lève les yeux et croise le regard d'un passant. Il se dirige vers le portillon.	Il jette de rapide coup d'œil à l'écran pendant qu'il se dirige vers le portillon. Le programme est toujours à l'écran, le son est toujours perceptible.	11 
04.10.03 04.12.05	Il a sorti son « Pass » et le valide. Il vient de franchir le portillon.	Le son du programme se coupe. Il fait un mouvement de tête extrêmement rapide pour regarder son téléphone. La connexion au programme est rompue.	12 
04.12.16 04.16.03 04.23.03 04.24.03 04.27.08	Il lève les yeux pour poursuivre son déplacement. Il cherche sa direction. Il aperçoit le plan de la ligne 8. Il s'approche pour le consulter (cf. photo 11). Après l'avoir consulté, il tourne la tête en direction du couloir qui donne accès à la ligne 8. Il tourne de nouveau la tête en direction du plan de la ligne 8.	Il réajuste les lunettes caméra et regarde son téléphone, l'image du jeu est figée (cf. photo 12).	13 
04.37.21 04.38.02	Il reprend sa marche.	Il arrête de regarder son écran.	
04.43.11	Il traverse le couloir. Lorsqu'il pose le pied sur la marche de l'escalier qui mène à la ligne 8...	Il regarde son écran, manipule le téléphone et relance la connexion au programme. L'interface du chargement des chaînes TV apparaît.	
04.46.21 04.49.20	Il arrive au bas de l'escalier. Il lève les yeux et regarde le quai de la ligne 8 (cf. photo 13).	Il regarde l'écran pour suivre l'avancement de la connexion. La connexion a échoué. L'interface référençant les chaînes TV est à l'écran. Il clique de nouveau sur TF1 pour lancer le jeu télévisé.	
04.52.10 04.53.22			

04.57.23 05.00.14 05.01.17	Il lève les yeux à mi-hauteur en marchant (cf. photo 14). Il les baisse.		
05.02.09 05.04.22 05.07.24 05.08.15 05.11.02 05.13.07	Il lève les yeux et regarde autour de lui. Il lève rapidement les yeux à mi-hauteur. Il lève rapidement les yeux à mi-hauteur.	L'interface de chargement apparaît, le programme charge. Il les baisse et regarde l'avancement du chargement. Il surveille.	
05.19.10	Des places assises apparaissent dans son champ de vision. Il lève les yeux à mi-hauteur en se dirigeant vers elles (cf. photo 15).	Il surveille de nouveau, le jeu télévisé est en train d'être diffusé. Il le regarde en marchant sur le quai.	
05.22.07 05.24.19 05.27.04 05.27.18	Il s'assoit sur un des sièges du quai de la ligne 8. Une fois assis... Il lève les yeux pour regarder si le métro arrive. Ce n'est pas le cas.	Il regarde l'écran, la connexion est de nouveau rompue. En s'asseyant, il continue de regarder son écran. ... il clique sur le logo de TF1 (cf. photo 16).	
05.29.15 05.50.06 05.51.17 05.54.05	Il fouille dans son sac à dos pour rechercher son kit oreillette. Il regarde à gauche.	Puis visionne le programme (cf. photo 17). La connexion se rompt de nouveau. Il navigue dans le service. Il clique sur TF1.	
06.11.19 06.18.08	Le son d'un métro en approche est maintenant clairement perceptible. Il s'apprête à se lever mais le métro n'est pas encore entré dans son champ de vision.	Il en profite pour surveiller l'avancement de la connexion.	
06.18.19 06.21.21	Le métro arrive à quai. Il lève les yeux et le regarde arriver.	Il regarde l'interface de chargement du programme.	
06.23.03			




06.25.03 06.26.10	Il se lève pour monter dans la rame.	En marchant lentement, il regarde l'interface au moment où le programme apparaît à l'écran.	
06.28.07	Il lève les yeux, se dirige vers une porte de la rame. D'autres passagers passent devant lui. Ils vont ouvrir la porte.	Il jette un œil au programme.	
06.34.24 06.35.15	Puis tourne la tête pour monter. Il regarde furtivement l'intérieur de la rame, ne voit pas de places assises disponibles. Il se détourne donc de la porte devant laquelle il se trouve pour monter dans la rame précédant celle-ci.		
06.38.14	En se dirigeant vers la porte de cette rame, il tourne la tête et repère une place assise libre sur laquelle il va aller s'asseoir (cf. photo 18). Il s'apprête à monter le regard orienté vers le sol (cf. photo 19).		
06.39.23	Il monte dans cette rame.		
06.40.06	Puis lève les yeux et tourne la tête en direction de la place qu'il a repérée. Il ne croise aucun regard, les passagers baissent les yeux (une femme écrit, une autre manipule son lecteur MP3, trois hommes lisent, deux passagers regardent vers l'extérieur ; Cf. photo 20).		
06.42.07	Puis, il baisse légèrement les yeux et les détourne des autres passagers en s'orientant vers la place qu'il a repéré (Cf. Photo 21).		
	Puis...		











<p>06.43.29</p> <p>06.45.25</p>	<p>Il s'assoit tout en regardant son téléphone (cf. photo 22), la connexion au programme est maintenue.</p> <p>Puis prolonge son usage une fois assis sans lever les yeux (cf. photo 23).</p>		 <p>22</p>  <p>23</p>
<p>06.52.01</p> <p>06.53.08</p> <p>06.57.02</p> <p>06.58.15</p> <p>07.16.17</p> <p>07.20.08</p> <p>07.23.01</p> <p>07.26.03</p> <p>07.27.08</p>	<p>Le métro part.</p>	<p>Il engage un mouvement de la main droite pour attraper son sac afin de rechercher de nouveau les écouteurs. Son sac n'est pas à droite mais à gauche. Il engage un mouvement de la main gauche.</p> <p>Il hésite à l'attraper car il vient de vérifier, quand il était sur le quai, et ne les a pas trouvés.</p> <p>Il réinvestit alors son écoute.</p> <p>Il fouille alors dans sa poche gauche.</p> <p>Puis dans sa poche droite. Il les a sur lui.</p> <p>Il pose son téléphone sur sa cuisse pour mettre ses deux mains là l'œuvre. Il les sort de sa poche, commence à la démêler (Cf. photo 24) puis...</p> <p>Il aperçoit l'écran en train se figer.</p> <p>Il saisit alors son téléphone du bout des doigts pour le déplacer sur sa cuisse. La connexion est instantanément rétablie.</p>	 <p>24</p>





07.27.07		Il remet alors ses deux mains à l'œuvre pour démêler le câble des écouteurs.	
07.38.16		Il les branche.	
07.45.10		et les chausse.	
07.46.18		Il reprend son téléphone en main pour s'installer confortablement dans sa réception et ajuste le volume (cf. photo 25).	
07.51.10		Puis, avec sa main droite, il met son écouteur en place.	
07.53.13			
07.54.19	Il lève les yeux (Cf. photo 26). L'homme situé sur le siège d'en face, légèrement à gauche, le regarde et détourne ses yeux avant que leur regard ne se croise.		
07.55.19	Il baisse les yeux et...	... réinvestit sa réception du jeu télévisé.	
07.59.22		Il règle de nouveau le son avec sa main gauche.	
08.03.10		Il regarde le programme.	
	Il est toujours assis.		
09.07.23	Il lève rapidement les yeux sans que son regard puisse croiser celui de l'homme situé en face (Cf. photo 27)	Puis il réinvestit l'écran.	
09.09.02		Il règle le volume.	
09.57.09			
10.29.01	Le métro vient de s'arrêter à une station. Un passager ouvre une des portes de la rame pour descendre.	avant de réinvestir l'écran.	
10.29.04	Il lève les yeux, l'homme situé en face le regarde, il poursuit son mouvement de tête en direction de la porte pour saisir à quelle station il se trouve (Cf. photo 28).		
10.33.41		Il baisse les yeux vers son écran.	
10.35.01	L'alerte de la fermeture de la porte se déclenche.		
10.35.04	Il lève les yeux et regarde de nouveau en direction de la porte.		
10.37.21		Il baisse les yeux vers son écran et suit le programme.	
12.02.01	Le métro quitte la station.	Il positionne ces doigts sur les touches du combiné. (Il précise lors de l'autoconfrontation qu'un BIP a été émis dans les écouteurs lui signalant un appel manqué).	
12.23.08		Il arrête le programme.	
12.24.14		Il regarde de qui provient l'appel en absence. (Son amie)	

### Retranscription 9 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°2



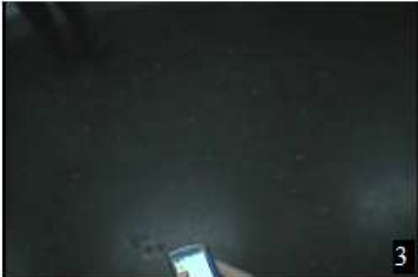
Durée	Activité liée au déplacement	Activités liée au téléphone multimédia	Prise de vue
(...) 02.02.03	(...) Il s'engage sur le quai de la station Reuilly-Diderot.	(...) Il manipule son téléphone et tente de rétablir la connexion au programme TV qu'il regardait en marchant dans la rue, avant que la connexion ne coupe une fois qu'il est rentré dans la station.	 1
02.21.25 02.22.23	Il s'assoit sur un des sièges du quai.	Il tente toujours de rétablir la connexion (cf. photo 1). La connexion est rétablie, il visionne le programme (une série).	
02.29.26	Le bruit d'un métro en approche est perceptible. Il se lève. Puis se dirige en direction du quai en suivant la signalétique dessinée sur le sol (cf. photo 2)	Il visionne le programme. Il visionne toujours le programme.	 2
02.36.02	Il commence à pivoter sur lui-même.	L'écran du téléphone multimédia est toujours au centre de son champ de vision.	
02.36.40	Puis continue de pivoter sur lui-même en se tournant vers la gauche en levant la tête.	L'écran du téléphone multimédia sort de son champ de vision.	
02.36.60	Les jambes d'un passant entre dans son champ de vision.		
02.38.20	Il poursuit sa bifurcation (cf. photo 3) en s'engageant sur le quai. Le passant regarde devant lui, il n'y a pas échange de regards.		 3


<p>02.46.12 02.49.05 02.49.28</p>	<p>Il avance tête baissée et ne regarde pas les passagers qu'il croise (cf. photo 4). Il ne regarde pas les personnes assises sur sa gauche.</p>	<p>Il regarde le programme TV en marchant.</p>	
<p>02.52.17 02.58.16</p>	<p>Le métro apparaît dans son champ de vision. Il ne regarde pas les personnes à sa gauche. (cf. photo 5) Il continue à avancer et ne regarde pas les personnes qui viennent face à lui. Le métro va s'arrêter.</p>	<p>Le programme Tv en cours de lecture apparaît dans le champ des lunettes caméra. Il le regarde. Il regarde toujours le programme, regard baissé.</p>	
<p>03.00.15 03.01.12</p>	<p>Deux filles coupent sa trajectoire, il les contourne en passant derrière elle sans lever le regard. Pendant qu'il contourne les filles, la porte de la rame qu'il s'apprête à emprunter s'ouvre. Il lève les yeux et oriente son regard dans cette direction (cf. photo 6).</p>	<p>Il regarde toujours le programme, regard baissé. A partir de là, il ne regarde plus le programme TV.</p>	
<p>03.03.02</p>	<p>Un homme sort par cette porte, leur regard se croise sans se fixer (cf. photo7), celui-ci marque un temps d'arrêt et modifie sa trajectoire pour croiser B. Ce dernier le contourne également, regarde dans la rame et perçoit beaucoup de passagers puis réoriente sa trajectoire vers la porte de la rame suivante.</p>	<p>Il ne regarde pas le programme TV.</p>	

03.05.28	Il croise les passagers qui descendent de la rame en regardant dans leur direction sans les fixer. (Cf. photo 8)	Il ne regarde pas le programme TV.	
03.08.15	Au moment où il monte dans la rame, les deux passagers assis face à lui regardent dans sa direction. Il ne croise pas leurs regards.	Il ne regarde pas le programme TV.	
03.09.10	Une fois engagé dans la rame, le jeune homme assis le fixe. Leurs regards se croisent (cf. photo 9). Il pivote, tourne instantanément la tête dans la direction opposée tout en baissant le regard vers le sol...		
03.10.07		... puis il lève la main droite de sorte à ce que le téléphone apparaisse dans son champ de vision (cf. photo 10)	
03.10.14	Il pivote alors dans l'autre sens, celui qu'il suivait initialement		
03.11.29	puis passe à côté du jeune homme qui le fixait sans le regarder, en orientant son regard vers l'écran de son téléphone et l'homme qui lit un quotidien (cf. photo 11)	Il regard l'écran de son téléphone (cf. photo 11)	





03.14.29	Puis il va s'asseoir sur la place assise située derrière le jeune homme qui le fixait.	Il regarde en permanence l'écran de son tél (cf. photo 12) et ne croise pas le regard des deux femmes situées face à la place où il s'apprête de s'asseoir.	
03.15.22	Au moment où il s'assoit, une des femmes situées face à lui ferme les yeux et l'autre reste focalisée sur son usage de mobile (cf. photo 13).	Quant à lui, il maintient son regard orienté vers l'écran de son téléphone.	
03.17.29	Il est assis.	Une fois assis, il maintient cette position et son regard vers une zone neutre : la main et l'écran du téléphone légèrement orientés vers la gauche, en direction du sol de la rame (cf. photo 14).	
04.10.24	Le métro est arrêté à une station.		
05.14.05	Le métro freine et la lumière d'une station éclaire sa zone de réception.		
05.16.03	Il lève les yeux et perçoit dans son champ de vision celui de la jeune femme située face à lui (cf. photo 15).		
(...)	(...)	(...)	





### Retranscription 10 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°3




Durée	Activité liée au déplacement	Activités liée au téléphone multimédia	Prise de vue
00.00.00	Il sort de chez lui. Il emprunte la cage d'escalier	Il tient son téléphone activé en main et porte des écouteurs.	
00.55.03		Puis lance la connexion à un programme TV.	
04.31.03	Il sort dans la rue.	Le programme TV est maintenant en cours de lecture.	
06.39.03	Il entre dans la station.	Il regarde toujours le programme en marchant.	
07.20.09	Au moment où il s'engage sur le quai...	Il regarde toujours le programme en marchant (cf. photo 1) ... la connexion au programme se coupe (cf. photo 2)	
07.41.19	Il s'arrête (cf. photo 3).	Il la réinitialise en marchant en direction puis sur le quai. Il tente toujours de réinitialiser la connexion (cf. photo 3).	
08.04.14	Des passagers passent devant lui, il ne voit que leurs jambes.	Son regard est orienté vers le sol.	
08.10.23	De nombreux passagers passent dans son champ de vision, il voit leurs jambes.	Le programme tv est réinitialisé et le regarde en conservant la même orientation que précédemment : debout, tête baissée, regard orienté vers le sol.	
09.36.11	Le bruit d'un métro en approche est maintenant assourdissant.		

<p>09.39.18</p> <p>09.40.25</p> <p>09.41.28</p> <p>09.44.04</p>	<p>Il regarde sur sa gauche (cf. photo 4), les passagers lui tourment le dos.</p> <p>Puis sur sa droite (cf. photo 5)</p> <p>Puis il avance en direction du quai...</p> <p>Alors qu'il regarde le programme, un homme lui coupe sa trajectoire et le frôle (cf. photo 7).</p>	<p>... il a les yeux baissés et il regarde le programme TV (cf. photo 6).</p>	 <p>4</p> <p>5</p> <p>6</p> <p>7</p>
---	---	---	--









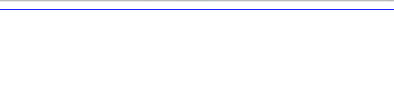

09.44.18	Il lève alors la tête et regarde dans la direction où l'homme se rend, vers la porte de la rame qui vient de s'ouvrir. (cf. photo 8).		
09.47.21	Puis il suit cet homme pour monter dans la rame.	Il avance regard baissé en direction du programme TV (cf. photo 9).	
09.48.26		Et désengage son regard de l'écran	
09.49.04	Il s'apprête à rentrer dans la rame...	et lève très légèrement les yeux en direction de la marche qu'il s'apprête à franchir (cf. photo 10)	
09.51.06	Il entre dans la rame en regardant le sol (cf. photo 11)		
			
			





<p>09.53.17</p> <p>09.54.17</p> <p>09.54.28</p> <p>09.56.16</p>	<p>Puis en allant se positionner...</p> <p>Puis pivote en direction de la porte opposée à celle par laquelle il est entré...</p> <p>Il désengage son regard de l'écran et observe la porte vers laquelle il va prendre appui (cf. photo 14)</p> <p>Il commence à pivoter sur lui-même afin de s'adosser contre la porte. Pendant qu'il exécute ce mouvement, il baisse le regard en direction du téléphone qu'il lève vers ses yeux à l'aide de sa main droite. (cf. photo 15)</p>	<p>... il regarde l'écran (cf. photo 12)</p> <p>... en regardant toujours l'écran (cf. photo 13)</p> <p>Il ne regarde plus l'écran mais peut maintenir l'écoute du programme à l'aide des écouteurs.</p> <p>Il regarde de nouveau le programme (cf. photo 15)</p>	 <p>12</p>  <p>13</p>  <p>14</p>  <p>15</p>
---	--	---	--

09.59.16	A terme de ce mouvement qu'il a effectué en regardant son téléphone cf. photo 16 et 17), sans regarder les autres passagers, il se positionne debout, le dos appuyé contre la porte, le regard orienté vers le sol et l'écran du téléphone (cf. photo 18).		
10.05.08	Dans cette position, il permet à l'homme situé à côté de lui de déployer son quotidien.		
(...)	(...)	(...)	

### Retranscription 11 : Modalité d'ancrage transitionnelle n°4

Temps	Activité liée au déplacement	Activité liée au téléphone multimédia	Capture d'écran
00.00.00 00.22.10  00.49.07	Il est chez lui, il prépare son départ.  Il met son sac à dos sur ses épaules.  Il laisse les lunettes caméra pendre sur son torse. Puis il se dirige vers la porte.	Il pose son téléphone sur la table de la pièce principale. Le kit main libre est branché sur son téléphone et il le porte sur ses oreilles. Aucun service n'est en cours d'utilisation.	
01.00.00 01.25.02 02.04.00 02.04.06 02.28.06	Il quitte son appartement. Il sort de son immeuble et se dirige vers la station Reuilly-Diderot, tête levée. Il se trouve devant l'escalier de la station de métro. Il emprunte l'escalier de la station. Après avoir validé son « Pass », il franchit les portes et se dirige vers le quai (ligne 1). Il s'apprête à s'engager sur le quai (cf. photo ci-contre).	Il range le téléphone dans sa poche droite et conserve le kit main libre sur ses oreilles.  Son téléphone est rangé dans sa poche. Il porte le kit main libre sans utiliser de service.	
02.41.22 02.53.23 02.58.24 02.59.13  03.01.05 03.05.08  03.06.04 03.07.04	En marchant sur le quai, il chausse correctement les lunettes caméra. Il baisse les yeux en continuant de marcher. Un métro arrive sur le quai d'en face, il lève rapidement les yeux tout...  ... il lève les yeux, regarde devant lui et peut percevoir le métro qui vient d'arriver sur le quai d'en face (cf. Photo ci-contre).  Il lève le regard à mi-hauteur.	... en attrapant le téléphone qui se trouve dans sa poche droite, sans le regarder. Il regarde son téléphone qu'il approche de son regard de la main droite tout en l'activant. La photo de son amie apparaît en fond d'écran. Il active la connexion au WAP. Et regarde le téléphone charger la page d'accueil. Il regarde toujours le téléphone puis...  Il regarde son téléphone qui charge la page d'accueil.  Il regarde le téléphone qui affiche la page d'accueil.	




03.08.23 03.13.16 03.14.11 03.17.05		Il active avec son pouce gauche la touche qui permet de faire défiler la page afin de cliquer sur un lien situé en milieu de page.	
03.23.26	Il s'est positionné à proximité des places assises, dos aux voies et aux regards des passagers présents dans le métro à quai sur la ligne d'en face. Il est immobile (cf. photo).	La page est maintenant chargée, il tient son téléphone à deux mains. Il navigue dans la page d'accueil.	
03.34.13	Le métro part.	Parmi les quelques liens proposés en Une de la page d'accueil du WAP, il sélectionne le lien de la vidéo du flash Info.	
03.34.20 03.36.05	Il tourne la tête en direction de ce métro.	Il regarde l'écran. La vidéo est en train d'être chargée puis...	
03.36.09	... le bruit d'un autre métro passant dans son dos est perceptible :	Il regarde rapidement son téléphone qui charge toujours la vidéo.	
03.36.15	Il tourne de nouveau la tête vers les voies et aperçoit le métro qu'il va emprunter arriver à quai (cf photo).	... regarde le téléphone qui charge toujours.	
03.37.03		Il regarde son téléphone. L'interface de la VOD commence à s'afficher.	
03.41.04	Il tourne la tête en direction des lignes et regarde le métro arriver à quai tout en commençant à marcher.	Il regarde le téléphone : le JT est affiché (Cf. Photo).	
03.43.09	Il marche en direction du métro et...	Le flash info est en cours de lecture, il le regarde. (idem, cf. photo ci-contre).	
03.43.23	Il tourne la tête et repère une porte pour monter dans une des rames du métro.		
03.44.07			
03.45.10	La porte de la rame du métro, à côté de laquelle il est situé, s'ouvre. Le métro, s'immobilise.		
03.46.01	La porte finit de s'ouvrir.		
03.46.06	Il tourne la tête et regarde la porte de la rame de métro ouverte.		
03.48.20	Il se retourne.		
03.49.14	Il monte dans la rame « à reculons » pour pouvoir se poster prêt de la porte, le regard en direction de la porte vitrée. (Cf. photo ci-contre)		

<p>03.51.03 03.52.02 03.52.09</p>	<p>L'alerte de fermeture de porte retentit. Il est debout face aux portes qui vont se fermer. Il fait un mouvement de tête vers la gauche pour regarder la barre métallique de maintien qu'il s'assit de la main gauche.</p>	<p>Il regarde le Flash Info.</p>	
<p>03.52.23 03.53.07</p>	<p>Il aperçoit une femme qui s'apprête à monter. Il se décale vers la gauche pour lui laisser davantage d'espace (cf. photo).</p>	<p>Il regarde le Flash Info.</p>	
<p>03.55.05  03.56.17</p>	<p>La porte est en train de se fermer. Il lève les yeux vers sa droite, perçoit un auditeur-bala deur, et baisse de nous les yeux sans croiser son regard (orienté par ailleurs vers le sol) (cf. photo). Il regarde à travers la vitre un homme passer devant lui sur le quai et peut percevoir les gens situés dans la rame, dans son dos. Deux hommes debout et une jeune femme appuyée sur un dossier de siège regardent en direction de la porte face à laquelle il est posté (cf. photo).</p>	<p>Il regarde de nouveau le Flash Info.</p>	
<p>03.57.03 04.02.17</p>	<p>Le métro part. Il reste en position tout en se maintenant avec la main gauche à la barre de maintien. Autour de l'écran, il peut percevoir la vitre de la porte qui reflète les jambes des autres passagers, les pieds sont orientés vers la porte de sortie face à laquelle il se trouve. La jeune femme ne regarde plus vers lui, elle s'est tournée de l'autre côté, libérant ainsi plus d'espace à cet usager collé à côté du siège sur lequel elle est assise (cf. photo).</p>	<p>Il regarde le Flash Info en tenant son téléphone dans sa main droite.</p>	
	<p>(...)</p> <p>Le métro ralentit...</p>		






04.47.18	...il lève rapidement les yeux et regarde à travers la porte vitrée (cf. photo).		
04.48.08		Il regarde de nouveau le Flash Info.	
05.04.21	Le métro entre dans la station.		
05.07.05		Il manipule la touche du volume.	
05.12.18	Le métro freine et s'apprête à s'arrêter à quai.	Il initie un mouvement du pouce en l'orientant vers la touche permettant d'arrêter la lecture.	
05.13.24		Le générique de fin du flashinfo apparaît.	
05.16.01		Il appuie sur la touche arrêtant la lecture.	
05.16.08	Le passager se situant à sa droite ouvre la porte.		
05.16.14	Il lève les yeux (cf. photo), perçoit une jeune femme sans la regarder et ...		
05.17.07	...s'engage pour franchir la porte puis...		
05.17.15		...tout en commençant à franchir la porte, il regarde son téléphone (cf. photo).	
05.18.02	Il lève les yeux en finissant de la franchir.		
05.18.04	Il s'engage sur le quai.		
05.20.25	Il va prendre l'escalier en direction de sa correspondance.	Il range son téléphone dans la poche gauche de son pantalon. Aucun service n'est en cours de lecture.	
(...)	(...)	(...)	













### Retranscription 12 : La réception TV inscrite dans une forme de multi-activité






Durée	Contexte / déplacement	Gestes et regards des passagers en interaction avec A	Gestes et regards de la participante (A)	Activité liée au téléphone multimédia	Captures d'écran
00.00.00	Un RER est à quai sur la voie d'en face.		Elle lance l'enregistrement une fois assise sur le quai du RER.		1 
00.09.21			Elle fouille dans son sac avec sa main droite, le regard baissé, tout en gardant la tête à mi-hauteur (cf. photo 1). Elle lève la tête et regarde droit devant elle. Elle effectue un mouvement de tête droite-gauche.		
00.19.24			Puis elle baisse légèrement la tête et lève son téléphone avec sa main droite (cf. photo 2).	Le téléphone entre dans son champ de vision. Elle l'a activé. L'écran de veille est affiché (cf. photo 2).	2 
00.21.19				Elle vient de lancer la connexion au service WAP. L'interface de chargement apparaît à l'écran.	
00.27.27				La page d'accueil d'Orange World apparaît à l'écran.	
00.29.11			Elle lève la tête et regarde devant elle.	L'écran du téléphone sort de son champ de vision.	
00.30.15			Elle baisse la tête.	L'écran du téléphone entre dans son champ de vision.	
00.34.07				Elle a cliqué sur un lien de l'interface. La page de chargement d'un service apparaît.	
			Elle conserve cette position.	L'écran est en bas de son champ de vision.	
00.43.06			Elle lève la tête et baisse sa main.	L'écran sort de son champ de vision.	
00.49.05			Elle baisse la tête et lève sa main.	L'écran entre de son champ de vision.	
				Elle manipule son téléphone.	
				La page d'accueil de la Mobile TV est chargée. Elle clique sur le lien d'une chaîne TV.	
01.03.07				La page de chargement de la chaîne M6 s'affiche (cf. photo 3).	3 













01.18.23				Le chargement a échoué. Elle presse une touche. La page d'accueil de la Mobile TV s'affiche.	
01.21.13					
01.22.13	Le bruit d'un RER en approche est perceptible.				
01.24.20			Elle baisse davantage la tête en l'orientant vers la gauche.	L'écran sort de son champ de vision.	
01.25.18			Les écouteurs qu'elle tient dans sa main gauche entrent dans son champ de vision.		
01.27.03			Elle lève la tête et la ramène sur sa droite. Elle tient ses écouteurs dans sa main gauche.	L'écran entre dans son champ de vision.	
01.27.12			Puis elle tourne la tête vers la gauche en regardant en orientant son regard vers le haut (cf. photo 4).	L'écran sort de son champ de vision.	
01.27.24			Le panneau indiquant les horaires des RER entre dans son champ de vision. (cf. photo 4).		
01.29.02			Elle baisse la tête et regarde droit devant elle.		
01.32.16			Puis elle la baisse davantage et attrape son sac à main avec sa main gauche ; main dans laquelle elle tient également son téléphone et ses écouteurs (cf. photo 5.) Elle attrape un sac plastique dans sa main droite.	L'écran traverse rapidement son champ de vision, la page d'accueil de la Mobile TV est toujours affichée.	
01.34.21			Puis elle se lève. Elle contourne un pilonne et poursuit sa marche.		
01.38.19			Une rame de RER entre dans son champ de vision. Elle continue à avancer tête droite, regard orienté droit devant elle.		
01.57.05			Elle monte dans le RER (cf. photo 6).		
02.03.06	Deux hommes regardent dans sa direction (cf. photo 7).		Puis elle s'engage tête levée dans l'escalier menant au niveau inférieur de la rame.		
02.03.12	Une femme regarde dans sa direction. (cf. photo 8).		Puis elle tourne sa tête légèrement vers la droite.		
02.03.24	Elle baisse son regard.		Elle continue à descendre les marches.		
02.04.14	Une autre femme regarde dans sa				






02.05.05	direction (cf. photo 9) La femme regarde toujours dans sa direction ainsi que deux hommes (cf. photo 10).	Elle descend la dernière marche.		9			
02.05.07	L'homme au premier plan s'assoit et baisse son regard.						
02.05.14	L'homme à l'arrière plan tourne sa tête vers sa gauche et ne regarde plus en direction de la participante.	Elle s'engage dans le niveau inférieur de la rame.					
02.05.21	La passagère au premier plan baisse son regard.						
02.07.06	Trois hommes (dont celui qui était précédemment à l'arrière plan) et une femme regardent dans sa direction (cf. photo 11)	Elle franchit la première rangée de fauteuils.					
02.07.25	L'homme à l'arrière plan ne regarde plus dans sa direction.	Elle franchit la deuxième rangée de fauteuils.					
02.08.00	L'homme au premier plan à gauche tourne ses yeux vers sa droite.						
02.08.27	La femme qui descend les escaliers, à l'opposé de la rame, regarde dans sa direction, un homme et la femme située derrière lui continuent de regarder dans sa direction (photo 12).						
02.09.21	La tête de l'homme cache le regard de la femme située derrière lui (cf. photo 13).						
02.10.06		Elle initie un mouvement de tête vers la gauche.					
					10		
						11	
						12	
						13	






02.10.22		Aucun passager, visible dans son champ de vision, ne regardent dans sa direction (cf. photo 14).			
02.10.20			Elle tourne la tête dans le sens inverse.		
02.10.26		La femme qui vient de descendre les marches ne regardent plus dans sa direction.			
02.10.45		Puis elle prolonge son mouvement de tête vers la droite.			
02.11.11		La jeune femme regarde toujours dans sa direction (cf. photo 15). L'homme au premier plan regarde vers sa gauche.			
02.11.23	Un quotidien gratuit est posé sur ce siège (cf. photo 16)	La jeune femme sort du champ des lunettes caméra.	Elle prolonge son mouvement en baissant légèrement la tête (cf. photo 16). Puis elle s'engage, regard baissé, vers la place située à sa droite.		
02.12.05		L'homme initie un mouvement de main pour attraper le sac posé à ses pieds.			
02.13.05		L'homme rapproche le sac vers lui. La jeune femme regarde toujours en direction de la participante (cf. photo 17).	Elle s'apprête à s'engager dans l'espace libéré par l'homme.		
02.14.03				La sonnerie (mélodie continue) de son téléphone retentit.	
02.14.04		La jeune femme ne regarde plus dans direction de la participante.	Une fois qu'elle a franchit l'espace libéré par l'homme (cf. photo 18), elle initie un léger mouvement de tête vers la droite.		

02.14.18			Elle clôt son mouvement de tête (cf. photo 19)	Le téléphone apparaît dans le	
02.15.14	La jeune femme regarde de nouveau	en direction de la participante (cf.	Puis initie un mouvement dans le sens opposé.	La sonnerie retentit toujours.	
02.18.23	02.18.23	L'homme assis face à elle regarde	Elle stoppe ce mouvement de tête et initie le	La sonnerie de son téléphone	
02.19.03		vers sa gauche (cf. photo 21) tout en	mouvement inverse, vers la droite.	retentit toujours.	
02.19.25	02.19.25	finissant de poser son sac sur le siège	Elle se tourne en s'asseyant (Cf. photo 21).	La sonnerie de son téléphone	
02.19.26		situé à sa gauche.	En finissant de s'asseoir, elle tourne la tête vers	retentit toujours.	
02.19.29	02.19.29	Une passagère regarde dans sa direc-	la droite.	L'écran du téléphone apparaît	
02.20.12	02.20.12	tion (cf. photo 22).	Elle clôt son mouvement vers la droite (cf.	dans son champ de vision.	
02.21.11	02.21.11	Une passagère regarde toujours dans	photo 22).	Elle appuie sur une touche de son	
		sa direction (cf. photo 23). L'homme	Elle dit « Pardon ».	téléphone.	
		situé face à la tête tournée vers	Elle initie le mouvement de tête inverse.	La sonnerie ne retentit plus.	
		l'intérieur de la rame. Il initie le	Elle lève la main droite dans laquelle elle tient		
		mouvement de tête inverse de sorte à	son téléphone (cf. photo 23).		
		regarder devant lui.			






02.21.14	L'homme situé face à elle regarde dans sa direction (cf. photo 24).			 24
02.21.16	Il la regarde toujours tout en manipulant le journal qu'il tient dans sa main droite.	Elle tourne la tête vers la gauche et rapproche le téléphone de son oreille droite (avec sa main droite).		
02.22.06	L'homme regarde dans sa direction (cf. photo 26).	Elle regarde droit devant elle et dit « <i>Oui</i> ». (Cf. photo 25).		
02.22.29	Il ouvre son journal en continuant de regarder dans la direction de la participante.			 25
02.24.19	Il regarde toujours dans sa direction, la tête davantage inclinée vers le bas, tout en tenant le journal ouvert (cf. photo 27).	Tout en continuant de regarder devant elle (cf. photo 26), elle dit « <i>Heu, oui ! Mais tu sais je te rappelle tout à l'heure quand je suis à l'aise</i> »		
02.27.11		Fin de son tour de parole.		
02.27.19	L'homme baisse les yeux en direction de son journal tout en conservant la même position.			 26
02.28.06		Elle dit « <i>A t'à l'heure.</i> »		
02.28.29		Elle initie un mouvement de tête vers la droite.		
02.29.21	L'homme situé à sa droite regarde dans sa direction (cf. photo 28).	Le visage de l'homme situé à sa droite est dans son champ de vision (cf. photo 28).		
02.29.28	Le visage de l'homme sort de son champ de vision.	Elle continue son mouvement de tête vers la droite.		
02.30.16	L'homme situé à sa droite est dans son champ de vision. Il regarde dans la direction de la participante (cf. photo 16).	Elle clôt son mouvement de tête vers la droite et dit « <i>Excusez-moi</i> ».		 27
02.30.25		Elle initie ensuite le mouvement de tête inverse, vers la gauche.		
02.31.04	L'homme situé à sa gauche sort de son champ de vision.			 28





02.31.18		L'homme situé face à elle entre de nouveau dans son champ de vision. Il regarde toujours dans sa direction (cf. photo 29).	Elle tient un sac plastique dans sa main gauche (cf. en bas à gauche de la photo 29) et le déplace vers sa gauche.		 29
02.31.22		L'homme situé face à elle baisse les yeux.			
02.32.14		L'homme a toujours les yeux baissés, il est au centre du champ de vision de la participante.	Elle regarde devant elle, elle stabilise son mouvement de tête et manipule le sac.		
02.32.25			Elle initie un mouvement vers le haut avec sa main droite.		
02.33.01		L'homme situé face à elle regarde dans sa direction.	Elle recoiffe une de ses mèches de cheveux avec sa main droite (cf. photo 30).		 30
02.34.06		L'homme sort temporairement de son champ de vision.	Elle se soulève du siège puis positionne convenablement son sac à main (hors champ des lunettes).		
02.37.27		Il regarde en direction de son journal.	Elle se rassoit tout en étant légèrement décalée vers la gauche, du côté de la fenêtre. Le sac à main est positionné à côté d'elle, entre sa cuisse gauche et la paroi de la rame du RER (cf. photo 31).		 31
02.38.26		L'homme regarde toujours en direction de son journal.	Elle se décale encore légèrement vers la gauche, côté fenêtre (cf. photo 32). L'homme est désormais en haut à droite de son champ de vision.	Elle prend dans sa main droite le téléphone qu'elle tenait jusque là dans sa main gauche (cf. photo 32).	
02.41.00				Elle a attrapé les écouteurs avec sa main gauche. Ils ne sont pas reliés au téléphone.	 32
02.41.07				L'écran apparaît, la page d'accueil de la Mobile TV est affichée.	
02.42.24				Elle branche les écouteurs sur son téléphone. Puis elle les prend dans sa main gauche et commence à les démêler (cf. photo 33).	 33
02.50.22	Le RER quitte la station.			Puis elle s'arrête, regarde son écran et lance la connexion à une chaîne TV.	
02.51.25				L'interface de chargement du	






02.52.10				programme TV s'affiche (cf. photo 34). Elle continue de démêler le câble des écouteurs.	
03.09.27	La lumière extérieure envahit la rame de RER.		Pendant qu'elle démêle les câbles, elle est légèrement tournée vers la gauche, côté fenêtre (cf. photo 35)		
03.26.13			Elle incline sa tête vers la gauche (cf. photo 36).	Elle positionne l'oreillette droite.	
03.28.16			Puis elle regarde devant elle.	Elle appuie sur une touche du clavier pour lancer un appel téléphonique (cf. photo 37) Puis elle saisit l'oreillette gauche.	
03.31.09		L'homme est au centre de son champ de vision.	Pendant qu'elle lève la main gauche pour positionner l'oreillette dans son oreille gauche, elle lève la tête tout en l'orientant vers la droite.		
03.32.06		L'homme situé face à elle tourne les yeux vers la droite, vers l'extérieur.		Elle positionne l'oreillette gauche.	
03.32.20		Il regarde toujours vers l'extérieur. (cf. photo 38).	Elle clôt son mouvement de tête vers la droite. Le centre de la rame est dans son champ de vision (cf. photo 38).		
03.34.11			Elle initie le mouvement inverse. Puis baisse la tête, positionne convenablement le sac plastique posé sur ses genoux.		
03.35.27		L'homme tourne la tête et regarde de nouveau en direction de son journal.			






03.36.15		L'homme est au centre de son champ de vision.	Elle lève la tête (cf. photo 39).	Elle ramène son téléphone devant elle à l'aide de sa main droite.	
03.36.21				Elle prend le téléphone dans sa main gauche.	
03.37.07		L'homme est toujours au centre de son champ de vision.		Elle positionne convenablement son oreillette droite à l'aide de sa main droite.	
03.38.02				Le téléphone est au bas de son champ de vision. Il émet un appel sortant.	
03.46.07			Elle regarde vers l'extérieur (cf. photo 40).	Elle dit « <i>C'est moi Khaled</i> ». Elle s'est légèrement orientée vers la gauche, son champ de vision étant davantage orienté vers l'extérieur.	
03.48.11		Le visage de l'homme est partiellement dans son champ de vision.			
03.51.01			Puis elle tourne davantage sa tête vers l'extérieur (cf. photo 41).		
03.52.45				Elle dit « <i>Quai</i> » (cf. photo 41).	
03.54.12				Elle dit trois mots inaudibles en conservant la même orientation.	
03.57.02			Puis elle tourne la tête vers la droite tout en la baissant. Et elle lève le téléphone multimédia avec sa main gauche.		
04.00.21				L'écran du téléphone multimédia apparaît au bas dans son champ de vision. L'écran de veille est affiché, aucun service n'est activé (cf. photo 42).	
04.01.04				Elle clique sur un bouton. L'interface de chargement d'un service est affichée.	
04.05.16			Elle lève la tête en l'orientant vers la droite.	Le message « Chargement » apparaît (cf. photo 43).	
04.07.21		Le visage de l'homme est au centre de son champ de vision. Son regard est orienté vers le journal.	Elle clôt son mouvement puis entame le mouvement de tête inverse.		
04.08.25				L'écran est dans son champ de vision. La page d'accueil du WAP	













04.10.20			Elle lève la tête en l'orientant vers la droite.	commence à s'afficher.	
04.11.06			Elle clôt son mouvement puis entame le mouvement de tête inverse.		
04.11.15				L'écran est dans son champ de vision. La page d'accueil du WAP est affichée.	
04.19.26				Elle clique sur un lien. Une nouvelle page du WAP est chargée.	
04.25.22				Elle clique sur un lien. Une nouvelle page du WAP est chargée.	
04.41.16		L'homme situé face à elle a toujours le regard orienté en direction du quotidien.	Sa tête est légèrement levée, l'écran est en bas de son champ de vision.	Activité à l'écran non lisible depuis l'enregistrement (cf. photo 44).	
04.41.19		L'homme lève légèrement la tête, le regard orienté vers le haut du quotidien.			
04.41.25			Elle baisse la tête.	L'écran apparaît dans l'enregistrement. La page d'accueil de la Mobile TV est affichée (cf. photo 45).	
04.44.18		Le regard de l'homme sort de son champ de vision.	Elle baisse davantage la tête.	Elle clique sur un lien. Une page de chargement apparaît (cf. photo 46).	
04.46.27			Elle lève la tête tout en l'orientant vers sa droite et en levant la main gauche. Puis elle recoiffe une de ses mèches de cheveux tout en prolongeant son mouvement.		
04.47.08		L'homme assis sur le siège à sa droite est en train de se lever.	Elle prolonge son mouvement de tête.		
04.48.13		Il s'engage dans l'allée.	Puis le clôt et initie le mouvement inverse (cf. photo 47).		
04.48.23		L'homme situé face à elle est au centre de son champ de vision.	Elle regarde droit devant elle (cf. photo 48).	L'écran est hors de son champ de vision.	






04.50.05	Le RER arrive à quai.					
04.50.21			Elle baisse la tête tout en l'orientant légèrement vers la gauche.	Elle décale le téléphone, qu'elle tient dans sa main gauche, vers la gauche. Ecran non visible.		
04.52.08			Elle lève légèrement la tête en l'orientant vers la droite. (cf. photo 49).			
04.53.07		L'homme situé face à elle est au centre de son champ de vision. Derrière lui, des passagers s'engagent vers la sortie au fond de la rame.	Elle clôt son mouvement puis initie le mouvement inverse.			
04.54.07			Elle clôt son mouvement retour, la tête légèrement orientée vers la gauche.			
04.56.13			Puis la baisse (cf. photo 50).			
05.00.07		L'homme situé face à elle est au centre de son champ de vision.	Elle lève la tête.		Le haut de l'écran est perceptible dans le champ des lunettes caméras (cf. photo 50).	
05.02.09			Puis la baisse.			
05.02.19					L'écran entre dans son champ de vision, la série « Fame » est en cours de lecture.	
05.06.23	Le RER est en train de s'arrêter.	L'homme situé face à elle est dans son champ de vision.	Elle lève la tête et lève le téléphone. Elle se tient le regard droit, tête levée.		L'écran est dans son champ de vision (cf. photo 51).	
05.09.09	Le bruit indiquant que les portes du RER se déverrouillent est perceptible.		Elle tourne la tête légèrement vers la droite puis saisit le sac plastique posé sur ses genoux. Elle se tourne puis le pose sur le siège situé à sa droite (cf. photo 52) Puis elle tourne la tête (tête baissée) et le haut de son corps vers la gauche. Elle prend le sac positionné à sa gauche et le pose sur ses cuisses.			
05.19.01			Puis elle lève la tête.			
05.22.07		L'homme situé face à elle est dans son champ de vision				
05.23.03	Le bruit de fermeture des portes retenti.					
05.23.17			Puis elle la baisse légèrement et lève son téléphone.	L'écran du téléphone est dans son champ de vision.		

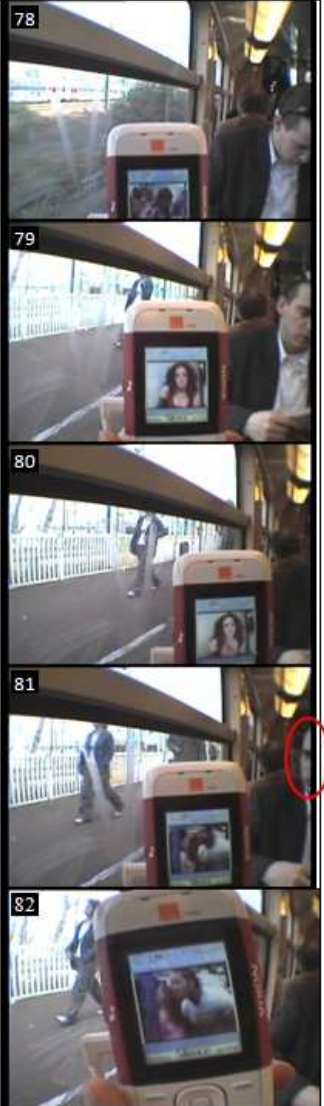
05.24.07			Puis elle lève le téléphone et positionne convenablement les câbles des écouteurs.		
05.26.19			Elle baisse ensuite son téléphone et lève légèrement la tête (cf. photo 53).		
05.28.29			Puis, elle tourne sa tête vers la gauche, soulève le sac positionné sur ses cuisses, se décale, attrape le quotidien qu'elle a placé entre son siège et la cloison de la rame afin de le poser sur le siège situé à sa droite.		
05.48.07			Ensuite, elle se lève, regarde son siège (cf. photo 54), se rassoit, pose son sac à main sur ses genoux.		
05.59.00			Puis elle lève la tête en manipulant son téléphone afin de positionner convenablement les câbles des écouteurs (cf. photo 55).		
06.01.14			Elle tourne la tête vers la gauche. Un panneau indiquant le nom d'une station entre dans son champ de vision (cf. photo 56).		
06.03.07		L'homme situé face à elle a les yeux levés.	Puis elle tourne la tête vers la droite tout en levant son téléphone (cf. photo 57).		

06.04.25		Il baisse les yeux et la tête (cf. photo 58).			
06.07.21			Elle baisse très légèrement la tête.		
06.15.19			Elle manipule la connectique des écouteurs reliée au téléphone.		
06.17.04			Puis elle lève la tête en la tournant vers la droite (cf. photo 59).		
06.18.14			Elle initie le mouvement inverse en rapprochant le téléphone de ses yeux.	La série « <i>Fame</i> » est toujours en cours de lecture.	
06.20.16			Elle clôt son mouvement en conservant la tête légèrement baissée et orientée vers la gauche (cf. photo 60).		
06.26.13			Elle rapproche l'écran de ses yeux (cf. photo 61).	Elle clique sur le bouton « Arrêt ».	
06.37.16				La page d'accueil de la Mobile TV s'affiche (cf. photo 62).	
06.40.15				Le message « <i>Connexion à Orange World</i> » s'affiche.	
07.07.23					






07.11.09				Le message « <i>Chargement : M6</i> » s'affiche (cf. photo 63).	
07.14.19	Le RER arrive dans une station.		Elle décale le téléphone légèrement sur la droite (cf. photo 63).		
07.16.25			Puis légèrement sur la gauche.		
07.18.18				La série « <i>Fame</i> » s'affiche à l'écran.	
07.21.06			Elle rapproche l'écran de ses yeux (cf. photo 64).		
07.23.04			Elle lève légèrement la tête (cf. photo 65).		
07.36.07	Le bruit indiquant que les portes du RER se déverrouillent est perceptible.				
07.38.18	Les portes s'ouvrent.		Elle rapproche l'écran de ses yeux (cf. photo 66).		
07.39.29		Des passagers marchent sur le quai, ils évoluent dans son champ de vision à gauche du téléphone (cf. photo 67).			
		Des passagers entrent dans la rame de RER. Ils émettent des bruits de pas.			
07.49.17		L'homme situé face à elle tourne ses yeux vers la gauche.	Elle se redresse légèrement.		
					






<p>07.52.10</p> <p>07.58.03</p> <p>08.00.28</p> <p>08.03.03</p>		<p>Puis il lève la tête et la tourne vers la gauche tout en baissant son journal (cf. photo 68).</p> <p>Il attrape le sac à dos qu'il a posé sur le siège de gauche.</p> <p>Il le pose à ses pieds.</p>	<p>Elle tourne la tête vers la droite (cf. photo 69).</p> <p>Elle initie le mouvement inverse.</p>	<p>L'écran de son téléphone est au centre de son champ de vision (cf. photo 70).</p>	
<p>08.07.06</p> <p>08.07.12</p>	<p>L'alerte de fermeture des portes retentie</p>		<p>Elle se décale légèrement sur la gauche (cf. photo 71).</p>		
<p>08.10.00</p> <p>08.10.09</p>	<p>Les portes se ferment.</p>	<p>L'homme situé face à elle baisse les yeux en direction de son journal</p>			
<p>08.15.00</p> <p>08.23.03</p>	<p>Le RER démarre.</p>		<p>Elle se décale légèrement sur la gauche et fait de même avec son téléphone (cf. photo 72.)</p>	<p>Elle maintient cette position en ayant l'écran du téléphone au centre de son champ de vision.</p>	 






09.08.14			Elle lève son téléphone (cf. photo 73).		
09.12.03			Puis le baisse.		
09.44.08			Et le tient désormais plus haute, davantage		
09.48.17			vers la gauche (cf. photo 74).	Elle active un menu (cf. photo	
09.53.00				76), entre dans un sous menu et	
09.55.15				met à 0 le curseur « <i>Affich. en</i>	
10.01.25				plein écran ».	
10.03.02				Elle revient sur l'image.	
10.05.27				Elle réactive ce menu et met le	
10.13.07				curseur sur 2/10.	
				Elle revient sur l'image.	
				Elle réactive ce menu et met le	
				curseur sur 5/10.	
				Elle revient sur l'image.	
			Puis elle rapproche légèrement l'écran de ses		
			yeux (cf. photo 77).		






<p>10.35.26 10.37.01 10.44.10 11.08.00 11.10.04 11.11.28 11.14.01 11.14.10 11.14.20 11.15.10 11.15.18 11.15.24</p>	<p>Le quai d'une station du RER entre dans son champ de vision. Le RER est à l'arrêt à quai.</p>	<p>Les passagers ouvrent les portes. Ils descendent de la rame. Ils commencent à passer dans son champ de vision. Le passager situé face à elle se redresse, lève la tête et manipule son journal (cf. photo 79).</p> <p>Il regarde dans sa direction</p>	<p>Elle lève légèrement la tête (cf. photo 78). Puis la baisse.</p> <p>Elle tourne la tête vers la gauche. L'homme sort de son champ de vision (cf. photo 80). Puis la tourne de nouveau vers la droite Le regard de l'homme apparaît de nouveau dans son champ de vision (cf. photo 81). Elle tourne sa tête de nouveau vers la gauche...</p>	<p>... tout en rapprochant l'écran de son téléphone vers ses yeux (cf. photo 82).</p>	
--	--	---	--	---	--












11.15.28			Puis elle regarde vers l'extérieur (cf. photo 83).			
11.16.02				L'écran sort de son champ de vision.		
11.17.24			Elle se penche légèrement vers la gauche. Le panneau affichant « LES ARDOINES » entre dans son champ de vision (cf. photo 84).			
11.18.05			Elle tourne la tête légèrement vers la droite.			
11.19.12			Puis la tourne de nouveau vers la gauche. Le panneau affichant le nom de la station entre dans son champ de vision.			
11.20.10			Puis la tourne de nouveau vers la droite...	... tout en approchant l'écran de son téléphone vers son champ de vision.		
11.21.11		Le passager situé face à elle a fermé son quotidien.	Elle clôt son mouvement. Le passager situé face à elle est dans son champ de vision (cf. photo 85).	L'écran du téléphone est en bas de son champ de vision.		
11.28.16	L'alerte de fermeture des portes retentit.					
11.32.00	Les portes se ferment. Le bruit d'un RER est perceptible.					
11.33.13			Elle tourne la tête vers la droite. Le RER qui passe sur la voie de droite et une jeune femme qui vient de s'asseoir entrent dans son champ de vision (cf. photo 86).			
11.36.17			Tout en maintenant cette position, elle manipule rapidement le journal qu'elle a posé sur le siège situé à sa droite.			
11.38.03			Puis elle tourne la tête vers la gauche.			
11.38.12		L'homme situé face à elle a les yeux levés. Il les baisse (avant que leurs regards ne se croisent) et regarde en direction du sac, posé à ses pieds, dans lequel il range son quotidien.				
11.38.19			Elle regarde devant elle...			
11.39.23		L'homme ferme le sac dans lequel il vient de ranger le quotidien.	... puis baisse les yeux.	L'écran entre dans son champ de vision (cf. photo 87). La série « Fame » est toujours en cours de		






11.41.01 11.41.17	Le RER redémarre.			lecture.	88
11.42.13			Elle se décale légèrement sur sa gauche.	Elle fait passer son téléphone de sa main droite à sa main gauche. Elle décale son téléphone vers sa gauche (cf. photo 88)	
11.46.22		L'homme situé face à elle sort son téléphone de la poche intérieure de sa veste.			
11.50.09		Il colle le combiné à son oreille (cf. photo 89).	La participante conserve sa position.	L'écran de son téléphone est au centre de son champ de vision.	89
11.52.08 12.02.17		L'homme regarde en direction du sol. Il débute sa conversation, le regard orienté vers le sol.			
12.11.17		Il regarde son téléphone. Son appel vient d'être interrompu.			
12.21.09			La participante lève légèrement la tête et se décale légèrement sur sa droite (cf. photo 90).	Le programme est toujours en cours de lecture.	90
12.33.13			Elle baisse légèrement la tête.	L'écran est dans la zone inférieure de son champ de vision.	
12.44.05			Elle décale sa tête vers la gauche (cf. photo 91).	Elle baisse légèrement son téléphone.	
12.47.12	Le RER commence à longer La Seine.				
12.51.08		L'homme manipule son téléphone portable.	Elle reprend sa position en tournant sa tête vers la droite (cf. photo 92).	Elle maintient son téléphone davantage vers le bas.	91
13.07.28		L'homme lève la tête.			
					92
					


13.08.10	Il regarde en direction de la participante (cf. photo 93) tout en continuant de lever la tête, puis en commençant à la tourner vers sa droite.			
13.10.02	Il cligne des yeux			
13.10.07	Puis les ouvre en regardant sur sa droite, vers l'extérieur (cf. photo 94).			
13.13.28	Il baisse les yeux en regardant toujours sur sa droite, en direction du sol extérieur.			
13.14.13	Et amorce un léger mouvement de regard sur sa gauche, en direction de la participante.			
13.15.07		Elle lève son téléphone et le décale légèrement sur sa droite (cf. photo 95).		
13.15.27	L'homme baisse les yeux tout en faisant pivoter sa tête vers sa gauche en direction de son téléphone.			
13.16.20	Il regarde son téléphone et le manipule (cf. photo 96).			
13.18.19	Puis il tourne sa tête vers la droite, en direction de l'extérieur, en conservant le regard vers le baissé.			
13.19.05	Il clôt son mouvement et regarde sur sa droite.	La participante lève son téléphone,		
13.19.12	L'écran masque le regard de l'homme (cf. photo 97).	Elle le décale vers la droite et le rapproche de ses yeux tout en tournant sa tête légèrement vers la gauche (cf. photo 97).	La série « <i>Fame</i> » est toujours en cours de lecture.	

13.22.02		L'écran ne masque plus le regard de l'homme.	Puis elle lève légèrement la tête et baisse légèrement son téléphone (cf. photo 98)		
13.23.19			Elle prolonge ce mouvement et se stabilise ainsi en ayant son téléphone en bas de son champ de vision (cf. photo 99).		
13.26.13		L'homme conserve son orientation de regard vers la droite, vers l'extérieur, mais décale progressivement sa tête et son regard vers la gauche, en direction de la participante, tout en conservant son regard levé.			
13.28.02			Elle commence à lever son téléphone tout en le rapprochant de ses yeux.		
13.29.10		Les yeux de l'homme sont masqués par l'écran (cf. photo 100)	Puis le maintient au centre de son champ de vision. (cf. photo 100), plus proche de ses yeux.		
13.30.27		Le visage de l'homme est orienté vers la participante (cf. photo 101).			
13.34.20		Il tourne sa tête vers la droite, vers l'extérieur.			
13.44.24		Puis il tourne sa tête vers la gauche en la baissant.			
13.45.03		Il a la tête baissée (en direction de son téléphone) (cf. photo 102).			






13.45.16		Le visage de l'homme est masqué par l'écran	La participante décale son téléphone sur sa droite (cf. photo 103).		
13.52.02		L'écran ne masque plus le visage de l'homme. Il manipule son téléphone (cf. photo 104).	Elle décale son téléphone légèrement à gauche (cf. photo 104).		
13.56.02	Une passagère se lève.				
13.58.03		Le visage de l'homme est masqué par l'écran.	Puis elle se décale vers la droite.		
14.02.03	Des passagers se lèvent et s'engagent vers la sortie Le RER arrive à une station.				
14.04.08			Elle tourne la tête légèrement à gauche...		
14.05.17		Des passagers évoluant sur le quai de la station entrent dans son champ de vision. Le visage de l'homme n'est plus masqué par l'écran.	... puis elle baisse son téléphone (cf. photo 105).	L'écran du téléphone sort de son champ de vision.	
14.05.27			Elle tourne la tête davantage vers la gauche.		
14.06.05			Un panneau indiquant « CHOISY LE ROI » entre dans son champ de vision.		
14.06.25			Il est désormais au centre de son champ de vision (cf. photo 106).		
14.09.14			Elle conserve cette position.		
14.09.17			Un second panneau indiquant « CHOISY LE ROI » passe au centre de son champ de vision.		
14.10.07		La tête de l'homme entre dans son champ de vision. Il est en train de manipuler son téléphone, tête baissée.	Elle tourne la tête vers la droite en la baissant.		
			Elle prolonge son mouvement en regardant devant elle (cf. photo 107).		
			Elle prolonge son mouvement en continuant de baisser la tête tout en levant son téléphone et en le rapprochant de ses yeux.		

14.11.01		Le visage de l'homme est masqué par l'écran.	Elle clôt son mouvement (cf. photo 108).	L'écran du téléphone est au centre de son champ de vision.	
14.18.12		Le visage de l'homme traverse son champ de vision. Il manipule toujours son mobile.	Elle décale son téléphone vers la droite et commence à tourner la tête vers la gauche (cf. photo 109). Elle prolonge son mouvement de tête vers la gauche puis...	L'écran du téléphone sort de son champ de vision.	
14.19.27			... elle clôt ce mouvement (cf. photo 110).		
14.20.17			Elle initie le mouvement retour vers la droite.		
14.21.06	Les passagers attendent l'ouverture des portes.	L'homme assis face à elle regarde vers sa gauche (cf. photo 111).	Elle lève l'écran et regarde devant elle (cf. photo 111).	L'écran est en bas de son champ de vision.	
14.22.10		Puis il se penche, attrape le sac positionné à ses pieds			
14.24.01		et le pose sur le siège situé à sa gauche. Il regarde dans cette direction (cf. photo 112).			
14.24.14		Il commence à tourner la tête vers sa droite tout en s'adossant à son siège.			
14.24.29			La participante commence à lever l'écran de son téléphone.		
14.25.09	Les passagers ouvrent les portes de la rame et descendent.				
					

14.26.00		Le visage de l'homme est partiellement masqué par l'écran (cf. photo 113)	Elle a levé l'écran de son téléphone et le rapproché de son regard (cf. photo 113)		
14.29.03	Les passagers circulent sur le quai.				
14.31.06		Le visage de l'homme est masqué par l'écran.	Elle décale l'écran vers sa droite et le lève tout en le rapprochant de ses yeux (cf. photo 114).		
14.37.09		L'homme initie une communication téléphonique. Puis il se décale sur sa gauche (cf. photo 115) et regarde droit devant lui.		L'écran est au centre du champ de vision de la participante. Le regard de l'homme apparaît à l'angle droit de l'écran (cf. photo 115).	
14.40.15			Elle décale l'écran légèrement vers la droite puis ...		
14.41.08		Le visage de l'homme est masqué.	Elle lève légèrement la tête (cf. photo 116).		
14.48.11		L'homme parle à voix haute.	Elle décale son téléphone sur sa gauche.		
14.50.26		Le visage de l'homme apparaît dans son champ de vision (cf. photo 117).			
14.50.29		Il regarde vers la droite de la participante, les yeux orientés à mi-hauteur.			
14.52.17		Il lève les yeux et regarde au dessus de la tête de la participante.			
14.53.02		Puis baisse son regard en direction du bas du buste de la participante.			
14.54.16		Il lève ses yeux en direction de la participante.			
14.54.24		Puis les ramène vers la position précédente, en direction du bas du buste de la participante.			
15.02.09		Puis il lève à nouveau ses yeux. Il maintient son regard orienté légèrement vers la droite de la participante.			

15.07.20			Elle décale son téléphone et sa tête vers la gauche (cf. photo 118).		118	
15.09.00	Des passagers évoluent sur le quai.			L'écran est au centre de son champ de vision (cf. photo 118).		
15.25.16			Elle lève la tête, baisse le téléphone...			
15.26.27			... et regarde sur sa gauche, vers l'extérieur (cf. photo 119).			
15.28.02		Un individu marchant sur le quai approche (cf. photo 120)				
15.28.13			Elle baisse la tête.			
15.29.05				L'écran est au centre de son champ de vision. La série « Fame » est toujours en cours de lecture.		119
15.31.07		L'individu passe sur le quai à côté d'elle (cf. photo 121).				
15.36.12			Elle baisse légèrement son téléphone.			
16.02.03	L'alerte de fermeture des portes retentit.					
16.02.14						
16.07.23	Les portes se ferment.		Elle rapproche son téléphone de ses yeux.			
16.14.13	Le RER démarre.			L'écran est au centre de son champ de vision (cf. photo 122).		
						120
						121
						122



16.16.23		L'homme poursuit sa discussion téléphonique.	Elle met l'écran au centre de son champ de vision en décalant sa tête légèrement à droite, vers l'intérieur de la rame (cf. photo 123).		
16.27.03			Elle maintient cette position. Elle maintient cette position.	L'écran est toujours au centre de son champ de vision	
18.13.25				La série « <i>Fame</i> » est temporairement interrompue par une page de publicités. L'écran est toujours au centre de son champ de vision	
19.24.07				Fin de la coupure pub. La série reprend.	
19.25.13			Elle lève les yeux.		
19.26.08			Elle lève la tête. Un panneau indiquant « LES SAULES » entre dans son champ de vision. Il est au centre de son champ de vision (cf. photo 124).		
19.26.15			Elle baisse la tête en la tournant légèrement vers la droite, dans le sens de la marche.		
19.27.06			Elle baisse la tête.		
19.29.15			Elle baisse davantage la tête.		
19.31.06					
19.36.00				L'écran est désormais au centre de son champ de vision.	
19.37.24				Elle presse la touche « Arrêt ».	
19.38.12				Un message s'affiche : « <i>Connexion partagée impossible de la terminer</i> ».	
19.40.07		L'homme situé face à elle est tourné vers l'intérieur de la rame.		L'écran de veille s'affiche (cf. photo 126).	
19.42.14			Elle range le combiné dans son sac qui est positionné sur ses genoux (cf. photo 109).		
19.47.25	Fin de l'enregistrement.				

## TABLE DES ILLUSTRATIONS

### Table des captures d'écran

Photo 1 : Captures d'écran des enregistrements .....	110
Photo 2 : Rubrique Sport d'Orange World .....	128
Photo 3 : Rubrique Sport de Vodafone live ! .....	128
Photo 4 : Prise de vue subjective réalisée à l'aide des lunettes caméra.....	187
Photo 5 : Prise de vue contextuelle .....	187
Photo 6 : J.C. attrape Libération .....	205
Photo 7 : Vue de J.C. en entrant dans le magasin de journaux .....	205
Photo 8 : La Une du Figaro "Enquête sur l'état de la France" .....	211
Photo 9 : B. recherche des informations sur les candidats.....	211
Photo 10 : N. change de station de radio pendant qu'elle est assise à l'arrêt de bus ..	221
Photo 11 : Pour faire face à l'intrusivité de sa conversation.....	221
Photo 12 : Le bus est bondé .....	221
Photo 13 : P.X. regarde une série.....	232
Photo 14 : ... Lorsque la Mobile TV se ferme.....	223
Photo 15 : L. récupère Matin Plus.....	239
Photo 16 : L. visionne Télématin.....	230
Photo 17 : Perte de la réceptivité.....	248
Photo 18: Réceptivité retrouvée.....	239
Photo 19 : Perte de la réceptivité .....	240
Photo 20 : L. se positionne.....	267
Photo 21 : L. s'apprête à regarder.....	258
Photo 22 : Engagement perceptif dans la lecture d'un quotidien.....	271
Photo 23 : Engagement perceptif dans la réception de la Mobile TV .....	271
Photo 24 : L. attrape ses écouteurs.....	287
Photo 25 : L. sort son téléphone.....	287
Photo 26 : Son champ de vision/réception est orienté vers l'allée centrale .....	291
Photo 27 : L. active son téléphone .....	291
Photo 28 : Saisie de la poignée de porte 1.....	307
Photo 29 : Sélection de l'étage à atteindre .....	298
Photo 30 : Franchissement de la porte vitrée.....	307
Photo 31 : Saisie de la poignée de porte 2 .....	299
Photo 32 : Interrupteur de la porte.....	308
Photo 33 : Franchissement de la dernière porte .....	300
Photo 34 : Passant n°1 (1/2).....	311
Photo 35 : Passant n°1 (2/2).....	302
Photo 36 : Passant n°2.....	312
Photo 37 : Passant n°3.....	303
Photo 38 : Passant n°4.....	313
Photo 39 : Passant n° 4 (2/2).....	304
Photo 41 : Bifurcation de BT .....	309
Photo 40 : Engagement focalisé dans une phase de micro-mobilité.....	309

Photo 42 : Phase de micro-mobilité 1/2.....	318
Photo 43 : Phase de micro-mobilité 2/2.....	309
Photo 44 : Phase de transition 1.....	318
Photo 45 : Phase de transition 2.....	310
Photo 46 : Phase de transition 3.....	319
Photo 47 : Phase de transition 4.....	310
Photo 48 : Phase de transition 5.....	319
Photo 49 : Phase de transition 6.....	311
Photo 50 : Engagement focalisé dans la réception.....	321
Photo 51 : Premier coup d'œil .....	312
Photo 52 : Un regard dirigé courtois .....	316
Photo 53 : Zoom sur des regards dirigés .....	317
Photo 54 : Mouvement de tête à gauche.....	326
Photo 55 : Mouvement de tête à droite.....	317
Photo 56 : Engagement vers le siège.....	327
Photo 57 : Collaboration du passager .....	318
Photo 58 : La sonnerie retentit.....	328
Photo 59 : Coup d'œil sur l'appel entrant.....	319
Photo 60 : Premier contact visuel.....	329
Photo 61 : Orientation du "Pardon".....	320
Photo 62 : La participante décroche.....	330
Photo 63 : Elle répond.....	321
Photo 64 : Reprise d'une activité focalisée.....	331
Photo 65 : Orientation de l' "Excusez-moi".....	322
Photo 66 : Réajustement de la position assise.....	331
Photo 67 : Résurgence du geste préparatoire.....	322
Photo 68 : Orientation vers un espace neutre 1.....	332
Photo 69 : Orientation vers un espace neutre 2 .....	323
Photo 70 : Interruption de la conversation .....	324
Photo 71 : Début de la réception.....	334
Photo 72 : Posture typique une fois .....	325
Photo 73 : Agencement d'une zone d'inattention commune.....	328
Photo 74 : Désengagement de l'activité de lecture.....	339
Photo 75 : Arrivée en gare.....	330
Photo 76 : chevauchement des "S. T." 1.....	339
Photo 77 : Publicisation d'une double justification .....	330
Photo 78 : Fin du mouvement.....	340
Photo 79 : Coup d'œil sur un repère du déplacement .....	331
Photo 80 : Réinvestissement de la zone d'attention mutuelle.....	333
Photo 81 : Regard dirigé.....	343
Photo 82 : Regard vers l'extérieur .....	334
Photo 83 : Fin du chevauchement des S.T.....	344
Photo 84 : Chevauchement des orientations.....	335
Photo 85 : Ajustement des S.T.....	344
Photo 86 : Tension dans les engagements perceptifs .....	335
Photo 87 : Tension liée au chevauchement des S.T.....	345
Photo 88 : Vigilance minimale .....	336

## Table des figures

Figure 1 : Portail "Orange World" .....	32
Figure 2 : Les différentes thématiques du service de VOD d'Orange.....	33
Figure 3 : Les différentes thématiques de la Mobile TV d'Orange.....	34
Figure 4 : Page du prototype de Mobile TV référençant les programmes.....	39
Figure 5 : <i>Mobile television and the public space communication environnement</i> .....	49
Figure 6 : Schémas du cheminement des entretiens .....	111
Figure 7 : Part des utilisateurs de chaque service multimédia.....	118
Figure 8 : Ancienneté de l'utilisation du WAP .....	119
Figure 9 : Audience des différents contenus consultables depuis le WAP.....	120
Figure 10 : Fréquence de l'utilisation du WAP.....	120
Figure 11 : Les lieux habituels de connexion au WAP.....	121
Figure 12 : Les lieux habituels de consultation des vidéos.....	125
Figure 13 : Fréquence des consultations de vidéos.....	126
Figure 14 : Fréquence d'écoute des programmes de divertissement.....	138
Figure 15 : Fréquence d'écoute des programmes ayant trait à l'actualité générale .....	138
Figure 16 : Répartition des pratiques observées autour de la presse .....	156
Figure 17 : Page d'accueil du site du groupe Orange.....	159
Figure 18 : Niveau d'étude des participants .....	179
Figure 19 : Age des participants .....	179
Figure 20 : Types de transports empruntés par les participants.....	180
Figure 21 : Durée quotidienne de leur temps de transport.....	181
Figure 22 : Trajet de J.C. ....	202
Figure 23 : Schéma du trajet : Domicile => Lieu d'étude.....	210
Figure 24 : Schéma du trajet : Lieu d'étude => Domicile.....	211
Figure 25 : Trajet de N. entre son domicile et son lieu de travail.....	220
Figure 26 : Trajet de L. entre son domicile et son lieu de travail .....	229
Figure 27 : Part des activités développées par L. durant ses trajets.....	250
Figure 28 : Plan du trajet retour de L. ....	256

**Table des tableaux**

Tableau 1 : Fréquence et durée d'utilisation de la Mobile TV .....	29
Tableau 2 : Grille tarifaire des offres illimitées d'Orange.....	31
Tableau 3 : Répartition de l'échantillon selon l'âge.....	115
Tableau 4 : Répartition de l'échantillon .....	116
Tableau 5 : Répartition de l'échantillon selon le niveau d'étude .....	116
Tableau 6 : Répartition de l'échantillon selon la PCS.....	116
Tableau 7 : Profil des participants .....	178
Tableau 8 : Synthèse de la base de données .....	182