



HAL
open science

La société d'ubiquité: riche en informations, pauvre en communications

Francis Jauréguiberry

► **To cite this version:**

Francis Jauréguiberry. La société d'ubiquité: riche en informations, pauvre en communications. Communication & langages, 1995, 104, pp. 72-79. 10.3406/colan.1995.2592 . hal-01671114

HAL Id: hal-01671114

<https://hal.science/hal-01671114>

Submitted on 17 Jun 2021

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.

La société d'ubiquité : riche en informations, pauvre en communication

Francis Jauréguiberry

Résumé

Certains se satisfont de se renseigner, d'apprendre, d'échanger avec des machines, du téléphone devenu banal au réseau mondial électronique Internet. D'autres ont besoin de se voir, les machines ne leur servent qu'à fixer un rendez-vous, une réunion, un déjeuner. Les premiers privilégient l'information, les seconds la communication, Francis Jauréguiberry analyse les enjeux et les comportements dans la société d'ubiquité qu'est devenue la nôtre grâce aux machines à communiquer.

Citer ce document / Cite this document :

Jauréguiberry Francis. La société d'ubiquité : riche en informations, pauvre en communication. In: Communication et langages, n°104, 2ème trimestre 1995. pp. 72-79.

doi : 10.3406/colan.1995.2592

http://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_1995_num_104_1_2592

Document généré le 23/09/2015

La société d'ubiquité : riche en informations, pauvre en communication

Francis Jauréguiberry

Certains se satisfont de se renseigner, d'apprendre, d'échanger avec des machines, du téléphone devenu banal au réseau mondial électronique Internet. D'autres ont besoin de se voir, les machines ne leur servent qu'à fixer un rendez-vous, une réunion, un

déjeuner. Les premiers privilégient l'information, les seconds la communication. Francis Jauréguiberry analyse les enjeux et les comportements dans la société d'ubiquité qu'est devenue la nôtre grâce aux machines à communiquer.

« La quatrième dimension, vivez tout l'espace en même temps », « La quatrième dimension, c'est une nouvelle vision du monde. Vous êtes ici et ailleurs. Vous êtes plus près de tous. Simultanément. Vous vivez tout l'espace en même temps », « À l'ère de la communication, vous êtes présent partout instantanément ». Ces messages publicitaires de France Télécom, associant télécommunication et don d'ubiquité, ne font qu'exploiter un vieux désir de l'humanité : s'affranchir des contraintes spatiales. Pour ce qui est des simples échanges d'informations, tout porte à les croire. En rendant médiatiquement proche ce qui est géographiquement lointain, les télécommunications permettent en effet de rompre la relation de dépendance qui liait jusqu'alors distance et temps. À la place, apparaît une nouvelle dimension dans laquelle se déploie un type inédit d'échanges qui, se déclinant sous le mode de l'instantanéité, se moquent de la distance. Une interprétation par trop optimiste de cette situation conduit à penser que les individus peuvent désormais maintenir une multitude de relations sans autre limite que leur propre volonté. Ces relations, portées par des flux médiatiques quasi immatériels, remplaceraient progressivement celles qui étaient imposées par leur inscription socio-spatiale. Il en résulterait des groupes non territoriaux au sein desquels les identifications se feraient désormais moins à partir d'un espace physique de référence que d'intérêts ou passions communes. Un des principaux obstacles à la communication généralisée serait ainsi levé. Plus il y aurait

d'outils de télécommunication, et plus il y aurait de communications. Plus il y aurait de télécommunications, et plus nous serions proches du village mondial cher à McLuhan.

Mon travail auprès de gros utilisateurs d'outils de télécommunication ne permet pas de vérifier cette interprétation. La réalité est bien plus complexe¹. On observe que plus il y a de télécommunications, et plus il y a effectivement d'échanges d'informations. Mais cela ne veut pas dire qu'il y a davantage de communications. Si l'on accepte de définir la communication entre deux interlocuteurs comme un échange d'informations et une relation intersubjective productrice d'une expérience partagée, on peut même dire que le pourcentage de télécommunications assimilables à de la communication est assez faible. Seule la confusion entre ces deux concepts permet l'interprétation optimiste signalée plus haut. Par contre, la distinction entre échange d'informations et communication (dans l'acception qui vient d'être donnée) permet d'avancer quelques hypothèses à propos d'un phénomène à ma connaissance non encore problématisé : la survaleur du face à face communicationnel dans un environnement d'ubiquité médiatique.

TÉLÉ-INFORMATION : UN MAXIMUM DE DONNÉES

Si l'on adopte une approche quantitative des télécommunications², on s'aperçoit que, pour la majorité d'entre elles (et en particulier pour celles qui sont de nature professionnelle), il y a bien exploitation de télé-ressources et échanges de biens informationnels digitalisables. Mais il n'y a pas de relation intersubjective en dehors de la pure actualisation des règles formelles permettant le bon déroulement de l'échange. Par exemple, lorsqu'il s'agit de transmettre une commande, de fournir une précision technique, d'obtenir un horaire ou de faire une réservation,

1. Ce qui suit s'appuie sur les conclusions d'une série de recherches menées auprès de gros utilisateurs de terminaux de télécommunication (visiophone, téléphone, radio-téléphone, Bi-Bop, alphanpage et fax). La méthodologie employée a été celle de l'observation participante, d'entretiens individuels et de l'intervention sociologique (réunions de plusieurs groupes d'une dizaine d'usagers chacun durant cinq à dix séances d'environ deux heures). Ces recherches ont été financées par France Télécom et menées au sein de l'unité associée 911 du CNRS.

2. Cette quantification ne se rapporte qu'aux quelques dizaines des gros usagers avec lesquels j'ai travaillé. Il n'existe pas à ma connaissance d'étude permettant d'avancer de façon statistiquement fondée des pourcentages en la matière. La valeur heuristique de mes premières recherches auprès d'utilisateurs du visiophone et du téléphone se trouve cependant confortée par celles que je mène actuellement auprès d'utilisateurs du Bi-Bop et du téléphone mobile.

l'information condense à elle seule le motif de l'appel. Le lien unissant les interlocuteurs relève d'une interdépendance fonctionnelle et formalisée. Le correspondant est appelé à cause de son statut et celui-ci suffit à définir la nature de l'échange. Ce qui est alors recherché, c'est l'efficacité de la transmission et la performance communicationnelle. Cette recherche implique, selon une logique mathématique de la communication, de réduire les « bruits » pouvant affecter l'échange. Ceci est généralement obtenu par la maîtrise des contingences et la formalisation accrue des séquences communicationnelles³.

Il s'avère que les outils de télécommunication semblent adaptés à cette recherche d'efficacité et de formalisation. Prenons l'exemple d'une personne qui désire un renseignement sur les horaires de trains. Il lui est plus facile d'avoir des relations purement formelles et utilitaires au téléphone que face à face. Dans un face à face, aussi formalisé soit-il, il y aura toujours en effet un champ laissé à l'intersubjectivité. Celle-ci peut par exemple se déployer sous la forme d'une impression favorable (pouvant aller jusqu'à la séduction) due à un regard ou à un sourire de l'agent du guichet des renseignements, ou à l'inverse défavorable (pouvant aller jusqu'à la répulsion) imputable à sa mine renfrognée ou à des pellicules sur sa veste... Autant de contingences jugées contre-performantes dans une optique de pure rentabilisation instrumentale de la communication, car productrices de bruits. Si le but recherché est l'obtention de pures informations, alors un appel téléphonique, outre l'économie de temps et la souplesse d'utilisation qu'il permet, réduira ces perturbations à la seule façon de parler, plus ou moins agréable, de l'agent. Les bruits disparaissent enfin tout à fait avec une consultation du serveur télématique de la compagnie des chemins de fer, l'échange est alors parfaitement fonctionnalisé. Il ne faut pas pour autant en déduire que la médiatisation technique des échanges se traduit *ipso facto* par leur instrumentalisation. Il n'y a en la matière aucun déterminisme techno-

3. Ce type de communications relève assez bien du *modèle d'activité instrumentale et stratégique orientée vers le succès* défini par Jürgen Habermas : « Le modèle de l'activité rationnel par rapport à une fin procède du point de vue où l'acteur est au premier chef orienté vers un objectif à atteindre à travers des fins suffisamment précisées, où il choisit les moyens qui, dans la situation donnée, lui semblent appropriées, et où il calcule, au titre des conditions annexes du succès, d'autres conséquences prévisibles de l'action. » (*Théorie de l'agir communicationnel*, trad. française, Paris, Fayard, 1987, tome I, p. 295.)

logique : un appel téléphonique peut en effet renvoyer à de la pure intersubjectivité⁴. Mais pour que l'outil soit un instrument de communication et non plus seulement de transfert d'informations, il faut que la relation liant les interlocuteurs existe *déjà* par ailleurs.

Lorsque les interlocuteurs ne se connaissent pas ou ne ressentent pas l'intérêt de se connaître intersubjectivement, cet ailleurs ne peut être que formel. Le recours à tel ou tel moyen technique de transmission se fait alors sans état d'âme, pourvu que ce moyen soit le mieux adapté à la nature des informations à transmettre (pour celles qui nécessitent une réponse immédiate et un échange interactif, le téléphone ; pour les autres, la télécopie ou la transmission électronique de fichiers). Dans ce cas, ce n'est donc pas l'outil qui agit sur le type de communication, mais bien l'inverse : c'est la nature de l'échange qui détermine le recours à tel ou tel terminal. La question du déplacement physique ne se pose alors même pas : les télécommunications sont toujours plus rapides, économiques et efficaces. Ce type d'échange instrumental ou stratégique orienté vers une fin et médiatisé par des outils de communication à distance sera ici appelé *télé-information*.

TÉLÉ-COMMUNICATION : UN SUPPLÉMENT D'ÂME

Il en va bien différemment lorsque la télécommunication est entendue non plus seulement comme simple échange d'informations mais aussi comme *relation* renvoyant à une communauté intersubjective. Ici, la communication vise tout autant (et souvent plus) à instituer, confirmer ou réactualiser par l'échange la nature de la relation interpersonnelle liant les interlocuteurs qu'à transmettre de purs constats, données ou énoncés fonctionnels. Le vécu intersubjectif de l'échange est central en ce qu'il est producteur d'éléments faisant effectivement sens pour les interlocuteurs. Au-delà même de ce qui est dit, c'est ce qui est donné à entendre de la relation qui importe⁵. Lorsque, pour vivre cet échange, il y a

4. Certaines communications s'accommodent même mieux du téléphone que du face à face : celles qui, bien que très intersubjectives, impliquent une certaine distance et même une certaine opacité (absence du regard de l'autre) entre les interlocuteurs. Distance qui permet de dire des choses « embêtantes », « difficiles », « très intimes » ou encore « fausses » (je reprends ici les adjectifs de mes informateurs).

5. Ce type de communications relève assez bien du *modèle d'activité communicationnelle orientée vers l'intercompréhension* défini par Jürgen Habermas : « Je parle d'actions communicationnelles lorsque les plans d'action des acteurs participants ne sont pas coordonnés par des calculs de succès égocentriques, mais par des actes

recours à une médiatisation électronique, nous parlerons de *télécommunication* (acception restreinte). C'est pour ce dernier type d'échanges que la question du choix entre déplacement physique et ubiquité médiatique se pose avec le plus d'acuité.

Bien souvent, une télécommunication s'avère plus pratique et plus économique qu'un déplacement physique. Mais, dans le même temps, tout le monde s'accorde spontanément (et seule cette spontanéité importe ici, car c'est elle qui est concrètement vécue) pour signaler que, pour les communications intersubjectives, rien ne remplace la présence physique pour bien se comprendre. Le face à face permet en effet un très subtil échange d'impressions entre les interlocuteurs grâce au partage d'un même espace-temps et à l'usage de l'ensemble de leurs sens⁶. Au cours d'une télécommunication, les impressions non codifiables dans un message manquent toujours, et ceci d'autant plus que les interlocuteurs ne se connaissent pas bien ou ne se sont pas vus depuis longtemps. En particulier, font défaut les repères visuels qui permettent de se faire une idée sur la prédisposition à communiquer ou la sincérité de son interlocuteur.

On pourrait penser que le visiophone comble cette lacune. Il ne le fait que partiellement et introduit d'autres biais qui peuvent à leur tour tronquer la communication. Le face à face visiophonique ressemble à un face à face, mais n'en est pas un. Lorsque deux personnes discutent en face à face non médiatisé, elles partagent non seulement un même champ conversationnel (intersubjectivité, références et sujets communs), mais aussi un même environnement physique qu'elles vivent et maîtrisent en même temps. Si un élément extérieur (tierce personne entrant dans la pièce dans laquelle a lieu la conversation, chute d'un objet, etc.) intervient dans l'environnement commun des interlocuteurs, ceux-ci en sont simultanément avertis et peuvent conjointement réagir, le comportement de l'un étant immédiatement perçu par l'autre comme réaction à l'élément extérieur.

d'intercompréhension. Dans l'activité communicationnelle, les participants ne sont pas primordialement orientés vers le succès propre ; ils poursuivent leurs objectifs individuels avec la condition qu'ils puissent accorder mutuellement leurs plans d'action sur le fondement de définitions communes des situations » (*Théorie de l'agir communicationnel*, trad. française, Paris, Fayard, 1987, tome I, p. 295).

6. Le face à face implique que l'on soit « tout à son interlocuteur », presque obligatoirement attentif (au moins à son comportement), alors que par téléphone, on peut très bien faire plusieurs choses à la fois. Avec les téléphones domestiques sans fil, ce comportement devient la règle ; avec les radio-téléphones et les Bi-Bops, il est magnifié.

Avec le visiophone, malgré l'apparence d'un face à face, il y a deux environnements distincts. Si un élément extérieur intervient dans l'environnement d'un des interlocuteurs en dehors du champ de sa caméra, l'autre n'en sera informé qu'indirectement et non automatiquement par la réaction perceptible sur le visage du premier interlocuteur. Celui-ci doit alors expliquer cette réaction ou, en l'absence d'explication, le second interlocuteur doit interpréter cette réaction. Il y a donc toujours une attention flottante mutuelle semi-inconsciente, faite d'interrogations et de projections psychologiques : mon interlocuteur est bien là, je le vois, mais qu'en est-il réellement ⁷ ?

Ce « supplément communicationnel » qu'apporte le face à face en regard des télécommunications, est par exemple bien repérable dans l'équation empiriquement vérifiable : plus il y a de télécommunications (dans le sens restreint défini plus haut), et plus les déplacements physiques pour « concrétiser », « préciser », « vérifier *de visu* » ou « vivre » l'échange sont fréquents. Mais, à cette valeur référentielle « classique » du face à face, un nouvel élément s'ajoute désormais, de façon sans doute paradoxale pour ceux qui prévoient le remplacement de la spatio-socialité par la télé-convivialité : la survaleur du face à face comme choix communicationnel dans un environnement d'ubiquité médiatique.

LA SURVALEUR DU FACE À FACE : UNE TOTALITÉ COMMUNICATIONNELLE

Cette survaleur n'apparaît *que dans la mesure* où, pour entreprendre une communication, un réel choix existe entre la médiation électronique (téléphone, visiophone, télécopie ou téléconférence) et le face à face. *Ne sont donc ici prises en compte que les communications pouvant être, aux yeux de l'appelant, remplacées par des télécommunications.* Les activités communicationnelles requérant une présence physique autre que celle du type face à face conversationnel ne relèvent pas de ce choix : il ne s'agit pas de déplorer le fait que l'on ne puisse pas embrasser son interlocuteur ou le serrer dans ses bras par téléphone. L'essentiel doit pouvoir être digitalisé et donc médiatiquement transmis. La position ici défendue est que si, *dans ces*

7. Sur ce thème, voir JAURÉGUIBERRY Francis, *Un goût d'ubiquité. Usages sociaux du visiophone*, Pau, CNRS URA 911, 1989.

conditions, le choix du déplacement physique est fait, alors il investit l'échange d'une importance intrinsèque inédite.

Selon une logique marchande, ce choix a en effet un prix : celui, en temps, argent et stress, du déplacement aller-retour pour rendre visite à son interlocuteur. Or, dans la plupart des cas, ce prix est supérieur à celui de la télécommunication qui aurait très bien pu remplacer le face à face. Opter pour un déplacement physique revient donc à signifier à son interlocuteur, *et ceci avant même que l'échange proprement dit ne commence*, qu'on lui accorde une importance particulière. En réaction, la position inverse se dessine déjà en filigrane d'un nombre non négligeable de communications médiatisées : si l'on ne fait « que » téléphoner ou visiophoner à son interlocuteur, celui-ci peut dans certains cas penser qu'il ne vaut pas le déplacement... C'est conscients de ce phénomène que beaucoup se croient dans l'obligation de justifier par des explications de type empirique (distance, absence de moyen de transport, emploi du temps) leur recours à la médiatisation électronique dans les cas où, justement, un déplacement physique aurait pu être envisagé.

À cette survaleur marchande de la présence physique se superpose une survaleur que l'on pourrait qualifier d'usage. Grâce aux technologies de télécommunication, il n'est plus nécessaire d'être physiquement là pour être présent. Mais cette « présence » sensitive (par le prolongement artificiel de l'ouïe et de la vue) et verbale (par la transmission de la voix et de l'écrit) n'est jamais totale. En regard de cette ubiquité médiatique, le face à face offre une totalité communicationnelle qui demeure référentielle. Totalité qui a ses avantages (valeur « classique » du face à face) et ses inconvénients (par exemple, celui d'être plus difficilement joignable pendant ce temps ou celui de se mettre dans une situation où il est beaucoup plus délicat d'écourter et à plus forte raison de couper l'échange). À ce niveau de lecture, l'échange face à face est davantage vécu comme une relation portée par une logique de don contre don que comme une nécessité ayant un prix⁸.

Les télécommunications permettent *plus* d'échanges⁹. Mais la

8. Il n'y a là aucun angélisme : la présence peut être offerte avec un but stratégique et le don s'avérer partiel (non-déconnexion de son radio-téléphone, Bi-Bop ou *beeper* durant une visite).

9. Elles contribuent même largement à la gestion des déplacements physiques eux-mêmes qui, pour la majorité d'entre eux, seraient désormais impossibles à organiser sans elles (ceci va du simple appel téléphonique pour fixer un rendez-vous à la totale dépendance au trafic aérien).

médiatisation électronique ne remplace totalement les déplacements physiques que lorsque ces derniers sont motivés par une stricte délivrance instrumentale d'informations formalisées (télé-information). Dans tous les autres cas (télécommunication), elle produit, à des degrés chaque fois divers, un *déficit* que seul un déplacement physique peut combler. D'où une conclusion, à première vue paradoxale : plus il y a de télécommunications, et plus il y a de déplacements physiques. *Mais ces derniers changent de nature*. Ils sont de moins en moins motivés par des nécessités d'ordre instrumental (les téléinformations les remplacent très économiquement dans ce cas), et de plus en plus par le désir de vivre les échanges comme création d'intersubjectivité partagée.

Ici réside peut-être un danger : la dichotomisation de l'espace communicationnel due à la trop grande compétence des acteurs à faire correspondre moyens et types de communications. D'un côté, les communications intersubjectivement « pauvres », majoritairement médiatisées, pour lesquelles de strictes règles de politesse (lorsqu'elles sont appliquées...) ne remplacent jamais un sourire permis par un face à face. L'interlocuteur est alors réduit à sa fonction, à son statut, en définitive à être un non-sujet avec lequel le fortuit, l'affect, la séduction ou la répulsion sont évacués au profit d'une pure instrumentalisation de la communication. D'un autre côté, les communications intersubjectivement « riches » dans lesquelles les interlocuteurs peuvent vivre des rapports autres qu'instrumentaux. À trop vouloir planifier ce dernier type de communications, en particulier par des déplacements physiques, on court le risque de les surcharger d'attentes irréalisables, et de délester les communications ordinaires de la « charge d'humanité » qu'elles renferment encore. Cette dichotomisation risque par ailleurs de spatialement conduire au désinvestissement de ce qui constituait jusqu'alors des lieux d'échanges, de rencontres et de hasard, au profit d'un côté de bulles subjectives, lieux programmés d'émotions et de projections affectives, et d'un autre côté d'espaces purement fonctionnels de passage et d'actions instrumentales desquels le fortuit, le spontané et l'aléatoire sont évacués.

Francis Jauréguiberry