



HAL
open science

La méthode d'intervention sociologique appliquée à l'étude des usages

Francis Jauréguiberry

► **To cite this version:**

Francis Jauréguiberry. La méthode d'intervention sociologique appliquée à l'étude des usages. *Penser les usages*, May 1997, Arcachon, France. pp.259-264. hal-02321167

HAL Id: hal-02321167

<https://hal.science/hal-02321167>

Submitted on 16 Apr 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 méthode d'intervention sociologique appliquée à l'étude des usages

Francis Jauréguiberry

SET - Société Environnement Territoire - CNRS (UMR 5603)
Université de Pau et des Pays de l'Adour
64 000 Pau

tél. : 05 59 92 33 07 - fax : 05 59 80 83 39
e-mail : francis.jaureguiberry@univ-pau.fr

1- Généalogie d'une méthode

Une méthode n'est pas une recette. Même si, en aval, elle consiste à appliquer plus ou moins mécaniquement un ensemble de procédures, elle est, en amont, dépendante de l'idée que l'analyste se fait de son objet et de ce qu'il espère trouver. C'est en ce sens que l'on peut écrire qu'une méthode est avant tout la pratique d'une théorie. Pour le concepteur de la méthode d'intervention sociologique, Alain Touraine, cette théorie est, précisément, celle de l'action et des mouvements sociaux. Derrière les situations, les pratiques et les organisations, Alain Touraine a toujours cherché à comprendre comment les sociétés se produisent. Sa réponse est connue : par le conflit entre acteurs dont l'enjeu est la structuration de la société et la mise en forme de ses relations avec son environnement.

Au départ, la méthode d'intervention sociologique fut donc conçue pour étudier des luttes et mobilisations collectives afin de modéliser la production conflictuelle de nos sociétés. Elle repose sur le principe que le sens d'une action ne saurait résider entièrement dans la situation qui l'enveloppe. Autrement dit, l'analyse — si fine et si précieuse soit-elle — des "déterminants objectifs" de l'action (données économiques, niveaux statutaires, événements historiques) ne saurait en épuiser le sens. Car, entre situation et action, réside toujours la représentation de ceux qui les vivent. La méthode d'intervention sociologique a la prétention de rendre compte de cette représentation sans tomber dans le piège d'en être le simple rapporteur. Elle consiste à réunir plusieurs groupes d'acteurs afin de les amener, au-delà du témoignage de leur engagement, à faire l'auto analyse de leur action. Mais cette auto analyse a ses limites : aucun acteur ne peut se dégager complètement de son idéologie, de ses intérêts et de ses aspirations. C'est pour cela que le sociologue intervient : il doit, à un moment donné, leur proposer ses propres hypothèses.

Celles-ci sont construites en mobilisant un arsenal sociologique classique (modèle théorique, données statistiques, éléments de comparaison, informations historiques) et en exploitant au mieux l'auto analyse des acteurs. C'est en ce sens qu'une intervention sociologique peut être décrite comme l'analyse de l'auto analyse des acteurs. Mais son aspect le plus original réside dans le fait qu'elle ne se contente pas de cette analyse : elle cherche aussi à en évaluer la vraisemblance. Les hypothèses et l'analyse du sociologue doivent pouvoir trouver écho chez les acteurs. La connaissance dégagée lors d'une intervention sociologique n'est jamais que la mesure argumentée de cet écho, autrement dit celle de la distance entre l'analyse du sociologue et l'auto analyse des acteurs.

Pratiquement — et primitivement — la méthode consiste à réunir, une quinzaine de fois, plusieurs groupes d'acteurs impliqués dans une mobilisation lors de rencontres de deux à trois heures chacune. En un premier temps, ces groupes sont confrontés à des interlocuteurs qui, extérieurs au groupe, représentent ou incarnent une position importante dans le problème étudié. Les réactions du groupe face à ces interlocuteurs constituent une grande partie du matériau sur lequel l'auto analyse des acteurs portera. A cette fin, toutes les séances sont enregistrées et leur retranscription dactylographique distribuée aux membres des groupes. Le second temps est celui de l'auto analyse des acteurs. Les séances sont alors fermées, et un des sociologues (il y a toujours au moins deux sociologues par groupe) aide le plus possible à cette auto analyse tandis que le second, plus silencieux, adopte une distance critique. Le troisième temps est celui où les sociologues, et plus particulièrement le second, présentent au groupe leurs hypothèses afin de les faire valider ou contester de façon constructive. Un débat s'instaure alors entre sociologues intervenants et acteurs analysants.

2- Une approche dynamique des usages

Introduite en 1976, cette méthode fut pendant une dizaine d'années mise en oeuvre par Alain Touraine et son équipe (au sein du Centre d'Analyse et d'Intervention Sociologiques) pour étudier diverses luttes et mobilisations collectives¹. De cette première période (à laquelle je n'ai participé que ponctuellement), j'ai surtout retenu une posture sociologique : le sens d'une action ne saurait être défini en pure extériorité de la représentation de celui qui la porte.

Appliquer cette posture au moment d'étudier les usages de nouveaux outils de télécommunication relevait presque, il y a dix ans, de la gageure. En effet, la plupart des études sociologiques réalisées sur ce même sujet se structuraient alors autour de deux grandes approches s'interdisant *de facto* de penser les usagers comme des acteurs.

La première approche, la plus courante peut-être, cherche à évaluer les effets des nouvelles technologies de communication sur l'organisation et le changement social. Il s'agit de savoir comment la technique influe sur le socioculturel, l'économique et éventuellement le politique. La quasi-totalité des études dites "d'impact" réalisées en France à la fin des années 70 et au début des années 80 relève de ce type d'approche. Leurs conclusions varient de l'utopie d'un monde transparent où une démocratie réellement participative et une convivialité authentique seraient enfin obtenues grâce à l'interactivité médiatique, aux techniques *soft* et aux réseaux décentralisés, jusqu'à la vision éminemment pessimiste de sociétés décomposées où le spectacle de l'hédonisme et la mise en scène du narcissisme cacheront mal la détresse de masses anonymes et solitaires, faites d'individus aliénés, récepteurs muets de messages et de programmes conçus ailleurs.

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

reproduction des formes sociales qui conditionne le développement technologique.

Il n'y a pas de raison de rejeter en bloc ces deux approches, mais il faut se démarquer des positions extrêmes auxquelles elles ont trop souvent conduit. En ce qui concerne la première, les dangers résident : d'une part, dans une lecture déterministe des conduites sociales comme simples réactions à des situations matériellement définies (lecture qui exclue les dimensions symboliques, imaginaires et subjectives de l'action sociale) et, d'autre part, dans une célébration de la toute-puissance de la technique à déterminer l'avenir (célébration qui oublie la dimension fondamentale d'auto production et d'auto-institutionnalisation du social). Pour la seconde, ces dangers sont : d'une part, un sociologisme hautain faisant tout découler de l'organisation sociale et se révélant de ce fait incapable de penser l'innovation technologique comme stimulation du changement social et, d'autre part, une vision purement fonctionnaliste réduisant la société à un quasi-organisme incapable d'appréhender le réel autrement qu'en termes de reproduction, d'inclusion et d'exclusion, de normal et de pathologique, d'acceptation ou de rejet.

La seule façon d'échapper à ces dangers est de rappeler qu'il n'y a ni déterminisme technologique intrinsèque, ni reproduction sociale totale, mais toujours un travail d'appropriation et de production. Il convient dès lors de changer de niveau d'analyse et d'aborder les nouvelles technologies de communication non plus seulement comme des sortes d'arrosoirs comportementaux dont l'eau serait puisée en dehors du social, ou comme de simples objets de consommation qui seraient acceptés ou refusés suivant les modes de fonctionnement des sociétés réceptrices ou les habitus des consommateurs, mais aussi comme des outils de production d'usages, de représentations et de comportements sociaux.

Tel fut en tout cas le point de départ d'une série de recherches que j'ai menée avec des usagers : du visiophone à Biarritz, du Bi-Bop à Paris et à Strasbourg, du service Top-Message et du téléphone portable à Toulouse². Au départ prioritairement ouvertes à l'observation et au repérage des nouvelles formes d'action, de sociabilité, d'organisation et de pouvoir nées, provoquées ou révélées par l'usage de nouveaux outils de télécommunication, ces recherches se sont peu à peu soumises à une problématique

¹ Voir bibliographie, Alain Touraine *et al.* : *Lutte étudiante, Le pays contre l'Etat, La prophétie antinucléaire, Solidarité, Le mouvement ouvrier.*

² Voir bibliographie, Francis Jauréguiberry : *Un goût d'ubiquité, Une expérience d'ubiquité, Proximité médiatique et prise de distance.* Ces recherches ont été financées par le CNET et le CNRS, et menées au sein du SET (Société Environnement Territoire, unité mixte de recherche 5603 du CNRS - Université de Pau et des Pays de l'Adour).

sans doute plus originale : au-delà des outils qui la permettent, au-delà de l'individualité des utilisateurs et de la singularité de leurs usages, est-il possible de dégager une figure de l'expérience d'ubiquité médiatique ?

3- L'expérience d'ubiquité médiatique

Par expérience, je n'entends ni une situation commune (qui serait ici platement définie par la possession d'outils de télécommunication), ni un type d'usage commun (téléphoner en public par exemple), mais le fait d'être renvoyé à de mêmes émotions, sentiments, tensions ou questionnements lorsque les moments d'ubiquité médiatiques se multiplient. L'expérience dont il est ici question renvoie donc à la subjectivité spécifique de l'acteur "branché". Cette subjectivité est certes bien individuelle, mais elle se construit en regard de logiques qui, elles, sont sociales. Logique d'intégration et de distinction dans un système d'appartenance et de hiérarchie sociale ; logique utilitariste, de gain et de puissance dans un système de concurrence et de compétition ; logique de prise de distance et d'autonomie dans un système de subjectivation. Si la façon de se situer et d'articuler ces logiques est chaque fois particulière et unique (chacun les expérimente individuellement) ce n'est que dans la mesure où le matériau de cette "façon" est social qu'elle devient objet de sociologie. Sinon, il s'agirait de psychologie.

Je ne fais ici que reprendre l'approche que François Dubet fait de l'expérience sociale lorsqu'il la définit comme "la combinaison subjective, réalisée par les individus, de plusieurs types d'action" et lorsqu'il précise que ces types d'action renvoient à des systèmes sociaux qui préexistent à l'individu : "les expériences sociales sont des combinaisons subjectives d'éléments objectifs"³. L'expérience sociale désigne "les conduites individuelles et collectives dominées par l'hétérogénéité de leurs principes constitutifs, et par l'activité des individus qui doivent construire le sens de leurs pratiques au sein même de cette hétérogénéité"⁴.

L'expérience d'ubiquité médiatique renvoie à un vieux rêve de l'homme : celui d'être ici et ailleurs à la fois. Ce désir d'ubiquité n'avait jusqu'alors trouvé d'autre réalisation que mythique ou littéraire au niveau collectif (la science-fiction remplaçant en la matière les récits utopiques classiques) et imaginaire au niveau individuel (chacun portant en soi la faculté de s'abstraire mentalement de l'ici-présent pour se plonger dans des ailleurs). Les nouveaux outils de télécommunication introduisent un véritable

bouleversement dans la façon de vivre la réalisation de ce désir. Ils permettent en effet une ubiquité non plus seulement mentale (par l'imagination, le rêve ou la construction intellectuelle), mais aussi sensitive (par le prolongement artificiel de l'ouïe et de la vue) et verbale (par le transport en temps réel de la voix et de l'écrit). De nécessairement successifs et spatialement exclusifs l'un de l'autre, l'ici et l'ailleurs se muent en "possibles" qu'il s'agit d'activer et de gérer.

Cette "activation" et cette gestion peuvent être rapportées à trois grands éléments du système social global⁵. Le premier est celui de l'intégration. L'ubiquité médiatique permet par exemple d'appartenir à des réseaux pourvoyeurs de reconnaissance et d'attachement, de garder contact avec sa "tribu" à distance, mais aussi d'appartenir au cercle des "branchés". Il s'agit d'une logique identitaire. Le second est celui de la stratégie. La rapidité et l'agilité médiatique sont ici synonymes de gain, de puissance et d'opportunité. L'utilitarisme est la logique qui guide alors le plus souvent l'action. Enfin, le troisième est celui de la subjectivation. L'ubiquité est ici alliée lorsqu'elle permet à l'individu de se dégager d'un lieu ou d'une temporalité imposés pour se penser dans son autonomie. Elle peut être ennemie lorsqu'elle contraint au contraire l'individu, et ce où qu'il soit, à une mise en synchronie organisationnelle. La logique est critique et de mise à distance.

Une intervention sociologique portant sur l'expérience d'ubiquité médiatique consistera donc à partir des modalités individuelles à travers lesquelles elle se donne à vivre, pour les décomposer ensuite analytiquement selon les trois principes d'intégration, de stratégie et de subjectivation, afin, en un dernier temps, de voir comment elles se combinent et de dégager les significations les plus porteuses d'enjeux du point de vue de la société globale.

4- L'adaptation de la méthode à l'étude des usages

Considérer les usages du visiophone, du Bi-Bop ou du radiotéléphone non seulement comme des actes épars de consommation d'un service mais aussi comme une expérience sociale inédite implique que l'on prenne les usagers au sérieux, que l'on soit attentif à leurs pratiques, à leurs représentations et à leurs questionnements. Il est dès lors impossible d'appréhender ces usagers avec une problématique de type "impacts" et avec la méthodologie qui s'y applique : l'enquête quantitative au cours de laquelle les usagers interrogés doivent répondre aux

³ Voir bibliographie, François Dubet, *Sociologie de l'expérience*, pp. 135-136.

⁴ *Idem*, p. 15.

⁵ Ou, si l'on préfère à trois "sous-systèmes" : voir François Dubet, *op. cit.*, pp. 150-152.

questions que se posent les commanditaires de l'étude, et dont rien ne permet de penser *a priori* qu'elles recourent les préoccupations des personnes interrogées et qu'elles constituent de bons indicateurs de l'innovation.

Le fait de choisir la méthode d'intervention sociologique pour étudier des usages posait plusieurs problèmes.

- Contrairement aux premières interventions, nous n'avions pas affaire à des militants. Les personnes que nous sollicitons n'étaient pas portées par un engagement, une idéologie ou un projet historique. Il était par ailleurs délicat de leur demander de dégager du temps pour participer à notre recherche alors qu'une de leurs caractéristiques était précisément d'en manquer et d'être constamment pressés. Il nous a donc fallu intervenir pour faire émerger une demande. Pour ce faire, nous avons adopté une attitude transparente se révélant valorisante pour nos interlocuteurs : nous n'allions pas nous contenter de les écouter et d'analyser leur témoignage, mais que nous leur demanderions aussi de s'associer à la production d'une connaissance, autrement dit d'être producteurs d'un savoir. C'est peut-être cette perspective de se retrouver avec des personnes vivant la même expérience d'ubiquité médiatique pour discuter des problèmes qu'elle pose, cette perspective de dégagement potentiel de sens, qui rend le mieux compte de la motivation des usagers à participer à nos interventions.

Rétrospectivement, nous pouvons apporter une réponse plus précise à cette question de la participation : beaucoup ont accepté de partager ce lieu de témoignage, de réflexion et d'analyse, de donner de leur temps, parce que l'usage de ces "outils de l'ubiquité" les renvoyait à des problèmes inédits, à des questionnements pour lesquels ils n'avaient pas de réponse. Ils sentaient, souvent confusément, que ces problèmes n'étaient pas spécifiquement personnels, qu'ils renvoyaient sans doute à des problèmes plus sociaux, mais leur expérience même et son caractère inédit, ne leur permettaient guère d'aller plus loin dans cette voie. La recherche leur offrait précisément la possibilité de traiter ces problèmes non pas de façon individuelle, mais collective.

- Les premières interventions sociologiques donnaient un grand rôle aux interlocuteurs. Les rencontres avec ceux-ci constituaient une étape clé dans l'histoire des groupes : en particulier parce qu'elles permettaient d'observer et d'enregistrer des comportements échappant aux discours idéologiques spontanés des acteurs. Il s'agissait, je le rappelle, d'étudier des mobilisations collectives fortes, ayant donc un discours structuré sur le sens des actions menées et sur les rapports conflictuels qui les opposaient à leurs adversaires. Le but des séances "ouvertes",

c'est-à-dire avec des interlocuteurs qui étaient souvent des adversaires, était justement de déconstruire ce discours pour y substituer une figure plus "objective" de ces rapports conflictuels. Les échanges, souvent tendus, permettaient aux acteurs de prendre une certaine distance avec la représentation "toute-faite" de leur mobilisation. Ce qui "allait de soi" pouvait être problématisé, devenir objet d'une discussion fondée en raison.

Mais il s'agissait alors d'étudier des luttes portées par des individus engagés. Rien de tel dans notre cas : ce n'était pas une mobilisation collective à laquelle nous avions affaire, mais à une expérience vécue individuellement. Il n'y avait pas d'idéologie à relativiser, de représentation organisationnelle à mettre à distance. C'était plutôt l'inverse qui constituait notre point de départ : une versatilité individuelle et subjective. Il y avait certes un "discours bavard" — inflationniste même au niveau médiatique — sur la "société de communication", mais l'expérience d'ubiquité médiatique renvoyait d'abord à un vécu individuel.

Il nous a donc fallu imaginer une façon de passer des questionnements individuels que cette expérience suscitait aux problématiques sociales auxquelles elle pouvait renvoyer. Pour cela, même si des interlocuteurs étaient présents lors de notre première intervention, nous les avons peu à peu remplacés, au cours des trois interventions suivantes, par des séances de témoignage. Le but était de créer une synergie entre les membres des groupes afin de dégager, au-delà de l'individualité de leurs témoignages, la figure sociale de ce qui leur était commun.

C'est donc — contrairement aux premières interventions sociologiques — en partant de ce qu'il y a de plus individuel, de ce qui pourrait apparaître comme étant à la frontière de la psychologie, que l'on remonte vers le social. Cette remontée se fait par un processus de mise en miroir : il faut que, lors des premières séances d'une intervention, les uns puissent reconnaître en partie la structure de leur expérience dans le témoignage des autres. C'est la multiplication de ces moments de reconnaissance qui constitue le matériau sur lequel l'auto analyse des acteurs peut ensuite porter, en un second temps.

Durant ces séances de mise en miroir, les sociologues maintiennent une attitude sans doute plus ouverte mais toute aussi ferme que lors des premières interventions. Leur démarche est surtout d'écoute et déductive : à maintes reprises nous avons en effet pu constater que, sans le témoignage de l'un des participants repris par un autre, il ne nous serait sans doute jamais venu à l'idée de poser telle ou telle question, question se révélant pourtant importante pour la compréhension du sujet. Les sociologues ont beau être imaginatifs, leurs questions ont toujours un certain décalage avec la réalité sociale. Mais il leur faut aussi et dans le même temps intervenir

comme "maîtres du jeu" en évitant les dérapages trop individualistes, les longs "tunnels" des bavards ou les mises en empathie sur des thèmes extérieurs au sujet de l'intervention.

- Les groupes d'usagers parviennent, semble-t-il, au stade de l'auto analyse beaucoup plus rapidement que les groupes de militants. L'auto analyse commence généralement dès la troisième séance, même si la "mise en miroir" continue parallèlement durant encore une ou deux séances supplémentaires. Peut-être est-ce parce que la nécessité de se dégager d'une vision trop individuelle est moins difficile que celle de prendre de la distance envers une idéologie trop forte ? Peut-être est-ce aussi parce que — mais il s'agirait là d'un biais dont il faudrait se méfier — les participants à nos interventions avaient, de par leurs formations et leurs métiers, une propension à conceptualiser supérieure à la moyenne ?

Mais nous voulons aussi y voir le fruit d'une exigence méthodologique que nous n'avons qu'exceptionnellement pas respectée : laisser au minimum trois jours aux membres des groupes pour lire la retranscription intégrale de ce qui s'est dit la fois précédente avant de se réunir de nouveau. Si cette exigence peut paraître au départ un peu fastidieuse aux membres des groupes — l'habitude est ensuite très vite prise⁶ — elle représente en contre partie pour les sociologues une très lourde contrainte organisationnelle. En l'espace de quelques jours, plus de deux heures d'enregistrement doivent être décryptées, dactylographiées, dupliquées et adressées par courrier aux participants de l'intervention... Mais nous tenons cette exigence pour essentielle : le fait de pouvoir ainsi lire ce qui s'est préalablement dit offre une indéniable opportunité de prise de distance, de réflexion et de questionnement.

5- Les limites de la méthode

L'objet d'une intervention sociologique ne saurait être, en soi, l'usage d'un appareil ou d'un service. Si ce que l'on cherche à mesurer est le degré de satisfaction des usagers, une enquête classique par questionnaire suffira sans doute. Si l'on veut repérer certains types particuliers d'usages, dans certaines situations par exemple, la mise en place d'une technique d'observation doublée d'entretiens individuels s'avérera certainement la méthode la plus adéquate. Et si

⁶ Nous retrouvons ici le biais signalé plus haut : lire trente pages de compte rendu tous les quinze jours implique une certaine prédisposition intellectuelle. Avec d'autres populations, il faudrait sans doute remplacer — ou tout au moins doubler : les sociologues restent dans tous les cas la mémoire des groupes — ce procédé par un rappel beaucoup plus détaillé, en début de chaque séance, de ce qui s'est passé lors de la précédente, ce qui nécessiterait sans doute plus de temps.

l'on veut mieux cerner l'usabilité de certains prototypes avant d'en lancer la version définitive sur le marché, des expérimentations en laboratoire ou sur des sites choisis apporteront à coup sûr des réponses précieuses. Le recours à la méthode d'intervention sociologique pour l'étude des usages n'est concevable, on l'a vu, qu'à partir du moment où les usagers débordent leur simple statut de consommateurs. Art de faire original, "braconnage" de l'appareil, détournement de services au profit de fins non prévues par leurs concepteurs, "squatts" inattendus de certaines fonctions, autant de pratiques qui réhabilitent l'acteur derrière le consommateur.

Mais ce n'est pas pour autant que toutes ces "actions d'usage" appellent une intervention sociologique. Pour que celle-ci soit possible — à défaut d'être nécessaire — il faut que ces usages renvoient à une expérience sociale. Celle-ci doit : d'une part être assez originale et isolable pour pouvoir être nommée et cernée, d'autre part être suffisamment prégnante pour ceux qui la vivent pour qu'ils aient le sentiment qu'elle informe une part importante de leurs conduites sociales. Ce n'est donc pas n'importe quel usage, très loin de là, qui peut être l'objet d'une intervention sociologique.

Notre échec à mener à bien une intervention sociologique auprès des usagers du service Top-Message à Toulouse en est la démonstration. Top Message est un service de répondeur en ligne. L'utilisateur dispose des avantages d'un répondeur classique (avec en plus la possibilité de prendre des messages alors que la ligne est occupée) sans ses inconvénients (engorgement, branchements, service après-vente). Sortant d'une intervention avec des usagers du Bi-Bop, nous pensions pouvoir approfondir certaines de ses conclusions en travaillant avec les usagers de cette "machine à différer sans rien perdre". Nous venions en effet de montrer que l'expérience d'ubiquité médiatique des usagers du Bi-Bop, au niveau de la gestion du temps, relevait d'une sorte de "dialogue tendu" entre deux logiques sociales. D'un côté, une logique de gain et de vitesse qui est celle de la connexion, de la mise en synchronie et de l'urgence. De l'autre, une logique critique qui est celle de l'aménagement d'un temps à soi, de prise de respirations temporelles individuelles visant à réintroduire l'épaisseur du temps de la maturation, de la réflexion et de la méditation là où le heurt de l'immédiat et de l'urgence oblige à réagir trop souvent sous le mode de l'impulsion. Une des façons d'échapper, au moins partiellement, au stress d'une telle tension était l'instauration de filtres visant à sauvegarder du différé là où la tyrannie de l'instant menaçait et de l'absence là où l'ubiquité médiatique imposait d'être présent. Et les répondeurs et boîtes vocales étaient précisément utilisées selon cette perspective.

Nous pensions donc, en intervenant auprès des usagers de Top Message, tomber sur des acteurs vivant une expérience d'ubiquité médiatique et ayant décidé d'instaurer des filtres.

A l'issue des deux premières réunions, force fut de reconnaître notre erreur. Si les membres de nos deux groupes participaient activement aux réunions, la dynamique de connaissance sociologique laissait à désirer. Malgré l'intervention des sociologues, les témoignages restaient très empiriques, et la redondance de certains d'entre eux signalait déjà leur épuisement. Il semblait qu'au moins la moitié des participants parlait de l'usage de Top-Message comme s'il s'était agi de leur four à micro-onde : l'usage ne renvoyait pas à une expérience suffisamment forte pour qu'une discussion sur cette expérience même puisse devenir l'objet d'une intervention sociologique. Dès que les témoignages sortaient d'une description purement pratique du service et de ses usages, ils devenaient très généraux : l'intervention menaçait de se convertir en aimables réunions "où l'on cause". La lecture attentive du décryptage des deux premières réunions en apportait confirmation : l'intervention n'apportait rien de plus qu'une interview. Les deux ou trois personnes qui, par groupe, allaient au-delà ne trouvaient pas écho de leurs témoignages chez les huit ou neuf autres. Il fut donc décidé de stopper cette intervention.

Cette "expérience" ne fut toutefois pas entièrement négative. Elle nous permit en effet d'établir un double enseignement méthodologique. Le premier de ces acquis est que les limites de la méthode résident en grande partie dans celles de son objet. L'expérience étudiée doit non seulement être vécue comme importante ou intense par ses acteurs, mais elle doit aussi renvoyer à des logiques d'action socialement déterminées. Or il s'est avéré que, pour la majorité des personnes présentes à nos premières réunions, l'usage de Top-Message n'était finalement qu'un élément de confort non problématique. Bien sûr, un questionnement sur l'immédiat, sur le différé, sur l'absence, etc. pouvait être développé, mais ceci ne nécessitait pas la mise en route d'une méthode aussi lourde qu'une intervention sociologique.

Le second acquis méthodologique est que, lorsqu'elle ne marche pas, une intervention sociologique se transforme très vite en une interview collective doublée d'une sorte de dynamique de groupe avec tous les travers que cela entraîne. Dans une intervention sociologique, le personnage central n'est ni un leader de groupe, ni un contre-leader, ni le plus prolixe, ni les sociologues, mais la figure de l'expérience elle-même qui apparaît peu à peu derrière les témoignages. La connaissance de cette expérience est le ressort qui motive le travail du

groupe. Dans une intervention qui ne marche pas, nous assistons très vite à l'inverse : chacun cherche plus à paraître qu'à être dans son témoignage. Pour avoir mené, parallèlement à la constitution de ces deux groupes, dix interviews individuelles, nous constatons même que celles-ci sont plus efficaces, plus "rentables" en informations qu'une interview collective.

Bibliographie

- Dubet François, *Sociologie de l'Expérience*, Paris, Seuil, 1994.
- Dubet François, *La galère : jeunes en survie*, Paris, Fayard, 1987.
- Jauréguiberry Francis, *Un goût d'ubiquité. Usages du visiophone*, Pau, 1989.
- Jauréguiberry Francis, *Une expérience d'ubiquité médiatique. Usages du Bi-Bop*, Pau, rapport CNRS, 1994.
- Jauréguiberry Francis, *Proximité médiatique et prise de distance. Usages du service expérimental Top Message et du téléphone portable*. Pau, rapport CNRS, 1997.
- Touraine Alain, *La voix et le regard*, Paris, Seuil, 1978.
- Touraine et al, *Lutte étudiante*, Paris, Seuil, 1978.
- Touraine et al, *La prophétie antinucléaire*, Paris, Seuil, 1980.
- Touraine Alain et al, *Le Pays contre l'État*, Paris, Seuil, 1981
- Touraine Alain et al, *Le mouvement ouvrier*, Paris, Fayard, 1984.
- Wieviorka Michel, *Sociétés et terrorisme*, Paris, Fayard, 1988.
- Wieviorka Michel et al, *La France raciste*, Paris, Seuil, 1992.