Scénarios et expérimentation : L'internet dans le téléviseur

Scenarios and Experimentation: Internet in the Television

Vincent Meyer et Jacques Walter

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7090>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7090

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2002

Pagination : 159-172

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Vincent Meyer et Jacques Walter, « Scénarios et expérimentation : L'internet dans le téléviseur », *Questions de communication* [En ligne], 2 | 2002, mis en ligne le 01 décembre 2012, consulté le 03 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7090> ; DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7090

NOTES DE RECHERCHE

VINCENT MEYER

Centre de recherche sur les médias

Université de Metz

Vincent.Meyer57 @wanadoo.fr

JACQUES WALTER

Centre de recherche sur les médias

Université de Metz

walter@zeus.univ-metz.fr

SCÉNARIOS ET EXPÉRIMENTATION : L'INTERNET DANS LE TÉLÉVISEUR

Résumé. — Cet article porte sur une étude menée suite à l'expérimentation d'un dispositif « innovant », dans une ville pionnière en matière de technologies, associant un opérateur, des collectivités, des banques, un groupe de presse. Celui-ci était sous-tendu par une préoccupation marketing : greffer un dispositif sur un « corps social » non demandeur. Soixante personnes l'ont testé. Sont ici abordés les usages, les difficultés des expérimentateurs dans l'appropriation de l'Internet intégré à un récepteur de télévision. La recherche met au jour les conditions de reprise des *topoi* sur les contraintes techniques et les modalités de diffusion d'une innovation. Elle fait apparaître les raisons d'un jugement plutôt négatif sur le dispositif. L'analyse révèle comment les enquêtés agencent ces orientations pour valoriser leur position d'expérimentateurs. Si ces résultats peuvent être lus à la lumière d'une anthropologie de la technique, la réception par les commanditaires amène à s'interroger sur les stratégies des industriels voulant composer avec les pratiques des usagers. L'étude, venant en complément d'une autre à dominante quantitative, pose la question de l'articulation d'approches souvent distinguées dans l'analyse des usages (macro vs micro). On a opté pour la méthode des scénarios qui les rapproche. On soumet à des volontaires des récits sur lesquels ils débattent. Ceci cristallise des rapports sociaux et révèle les représentations des agents s'investissant dans le maniement d'un objet technique. Ceci permet encore de cerner les confrontations de logiques argumentatives, de catégories de jugement auxquelles requièrent les agents pour donner sens à leur action.

Mots clés. — Scénarios, expérimentation, Internet, téléviseur, innovation, sociologie des usages, méthodologie.

L'étude traite de l'utilisation de l'Internet sur des postes de télévision, équipés d'un boîtier *ad hoc* de raccordement au réseau câblé, d'un clavier sans fil, d'une télécommande. Ce qui aujourd'hui peut sembler caduc, mais qui, en fait, favorise une prise de recul pour l'analyse des usages. L'étude a été réalisée en 1999, à la suite de l'expérimentation d'un dispositif « innovant » en zone urbaine à Metz, ville dont la municipalité s'est voulue pionnière en matière d'introduction de « nouvelles technologies ». Ce dispositif associait un opérateur, des collectivités territoriales, des banques, un groupe de presse, et il était sous-tendu par une préoccupation relevant du marketing, certes économique mais aussi social et politique. En effet, l'opération consistait à greffer un dispositif technique sur un « corps social » qui n'était ni receveur, ni *a priori* demandeur. Une soixantaine d'expérimentateurs volontaires (« clients pilotes » dans le langage des promoteurs), à 89 % non internautes, l'ont testé pendant six mois en 1998. Pour rendre compte des enjeux de cette opération sur un plan scientifique visant à dépasser des considérations empiriques à court terme, le propos est organisé selon deux axes.

Le premier porte sur une dimension méthodologique faisant l'objet de discussions dans la recherche sur les technologies de l'information et de la communication (TIC). L'étude a été réalisée dans le cadre d'une convention associant des promoteurs et des laboratoires universitaires, appariement fréquent depuis les années quatre-vingt-dix. De fait, dans le sillage de la confrontation des études issues des modèles arrimés à de grandes théories comme celles de la diffusion, de la traduction ou de l'innovation, elle a posé aux chercheurs la question de l'articulation de deux types d'approches – macro vs micro – fréquemment distinguées, si ce n'est opposées, dans l'approche des usages. En pratique, et sans prétendre résoudre toutes les difficultés, l'équipe a opté pour la méthode dite des scénarios qui, dans une certaine mesure, favorise leur rapprochement.

Le second axe a trait à la présentation de l'expérimentation, de l'étude et de ses principaux résultats. En particulier, sont abordés les différents usages, les difficultés rencontrées par les expérimentateurs dans l'appropriation d'Internet intégré à un récepteur de télévision. Sous une forme schématique, on peut avancer que la recherche met au jour les modalités de reprise – de traduction – des *topoi* sur les contraintes techniques et les modalités de diffusion d'une innovation. Mais, plus surprenant, elle fait aussi apparaître les raisons expliquant un jugement plutôt négatif sur le dispositif proposé. L'analyse révèle enfin comment les enquêtés agencent ces orientations contradictoires pour valoriser leur position d'expérimentateurs technologiques.

Quelle méthode pour une sociologie des usages des TIC ?

Dans cette opération, il était intéressant de mettre au jour, avec une dimension qualitative, les diverses traductions que le « corps social » donne du dispositif et les façons dont il se l'approprie. Ceci en veillant, d'une part, à ne pas présupposer pour l'objet technique et ses utilisations une centralité qu'ils n'ont pas forcément pour les personnes qui pourraient en être les bénéficiaires et,

d'autre part, à être attentif aux formes de détournement susceptibles de l'affecter¹. C'est pourquoi, dans la phase exploratoire, l'accent a été mis sur la dimension comportementale des utilisateurs face à une innovation technologique, ainsi que sur les représentations des relations supposées entre la télévision et l'Internet. L'enquête a été proposée comme un complément d'étude post-expérimental succédant à une analyse quantitative réalisée, à la demande des promoteurs, par un institut indépendant².

L'investigation auprès de plusieurs clients pilotes volontaires a duré quatre mois et s'est fondée sur la méthode des scénarios (Meyer, Walter, 2002). Faute d'une légitimité scientifique suffisante, cette méthode qualitative est encore pensée comme complémentaire à d'autres, lors même que sa mise en œuvre requiert déjà une articulation de techniques diversifiées. Quoi qu'il en soit, de notre point de vue, elle s'associe aussi bien aux démarches inductives qu'à celles davantage hypothético-déductives. Elle s'est progressivement coconstruite, comme toutes les méthodologies, à partir d'une conjugaison de travaux et d'expériences de recherche, comportant assez souvent une dimension opérationnelle pour les commanditaires. En l'espèce, les recherches avaient comme dénominateur commun le souci d'identifier et de recueillir des représentations et des valeurs de « premier plan » – comme des lieux communs, à haut degré de généralité – et/ou « d'arrière plan », c'est-à-dire celles qui jaillissent lors de situations posant des problèmes, qui sont autant d'« épreuves ». Les unes et les autres sont ordinairement mobilisées par des individus pour une prendre une décision, marquer une opposition, élaborer une solution, trouver un accord. La méthode oblige, de surcroît, une implication progressive et soutenue des participants qui se traduit par l'écriture individuelle de scénarios et une négociation lors d'un débat. Mais auparavant, il faut bien connaître le terrain. Ce qui occupe deux phases initiales, sur les quatre que comporte l'ensemble.

Une étude en quatre phases

La première phase consistait à contacter téléphoniquement les clients pilotes de l'opération. Le fichier transmis par les promoteurs comprenait 42 lieux d'installation. En fait, un échantillon de 38 foyers a été retenu pour débiter l'étude. Les contacts ont été relativement malaisés à établir et à mener pour plusieurs raisons : l'absence et/ou l'indisponibilité des clients pilotes ; pour certains, le refus « d'entendre parler ou de reparler de l'opération » ; pour d'autres, le sentiment qu'on allait leur proposer « au bout du compte » d'expérimenter un nouveau dispositif (e.g. l'enquête ne serait qu'un paravent et

¹ Sur la sociologie des usages, voir la mise au point de J. Jouët (2000).

² L'étude quantitative a été réalisée à partir d'un effectif de quatre-vingt-quatre personnes réparties en quarante-trois foyers (soit environ 2 utilisateurs par foyer ; le rapport d'enquête précise en substance qu'il s'agit d'une moyenne proche de ce que l'on rencontre auprès de l'ensemble des internautes). Il s'agit d'une enquête de type sondage menée suite à la période d'expérimentation. Les chiffres explicatifs sont mis en relation (comparaison par la moyenne) avec une étude on line déjà effectuée par cet institut. L'échantillon regroupe l'ensemble des volontaires expérimentateurs. Le questionnaire a été administré en face à face en juillet/août 1998. Le rapport d'enquête a été présenté et diffusé uniquement aux promoteurs de l'opération.

le chercheur qu'un « re-vendeur »). Après plusieurs tentatives, 39,5% ont accepté de participer aux entretiens (26% n'ont pas pu être joints par téléphone ; 13% ont catégoriquement refusé toute participation ; 21,5% étaient indisponibles).

Dans une deuxième phase, les entretiens semi-directifs ont été menés avec ces clients. Quinze ont accepté de recevoir un chercheur à leur domicile. Douze entretiens ont effectivement été réalisés, soit 31,5% de l'échantillon. Ils devaient principalement servir à préparer des scénarios et comprenaient trois thématiques : la motivation du client pilote à participer à l'expérimentation, l'appropriation et l'utilisation au jour le jour des accessoires, l'utilisation et le développement des TIC dans la sphère domestique.

La troisième phase fut celle de la mise en œuvre proprement dite de la méthode des scénarios. Lors des entretiens, onze clients pilotes ont accepté de participer à cette dernière phase. En fait, quatre ont assisté à la séance qui a été filmée par le Centre audiovisuel de l'université de Metz. On comprend que ce n'est pas la prise en compte de variables d'identification (âge, sexe, catégories socio-professionnelles, etc.) censées favoriser une contextualisation qui importe prioritairement ici. Rappelons que cette méthode a pour objectif de recueillir différentes représentations (e.g. d'un problème, d'un comportement d'utilisateur, d'une question liée aux TIC) sollicitées, admises et/ou utilisées, à l'issue de l'expérimentation, par les clients pilotes. Ces représentations sont identifiées, en soumettant à ces derniers un certain nombre de scénarios ou items sur lesquels ils sont invités à réfléchir, discuter et débattre, lors d'une séance ultérieure. Ces scénarios sont volontairement caricaturaux et/ou comportent des éléments susceptibles de produire l'étonnement, la réprobation, la réfutation. En l'occurrence, dans la quatrième phase et sur la base des entretiens exploratoires, cinq scénarios – rédigés par un chercheur – ont été soumis à un groupe restreint d'expérimentateurs :

Scénario A : *Quelque part l'idée d'utiliser Internet sur la télévision ça bloque. Ce n'est pas tant le support (la télé est un écran comme un autre) que le lieu, la pièce. Internet ça doit être dans un bureau, dans une pièce à part. Ça fait partie du boulot. L'agencement d'un salon, par exemple, ne s'y prête pas, c'est tout bête, on ne peut pas tout mélanger.*

Scénario B : *Le boîtier n'a pas marché très longtemps. C'était très long et compliqué au niveau de la manipulation et les explications techniques au départ n'étaient pas très poussées. Ils sont venus, ils ont connecté les machines et puis voilà. Comme je me suis senti obligé d'expérimenter, j'y ai passé un temps fou.*

Scénario C : *En fait, le boîtier n'est pas fiable du tout et pas du tout commercialisable. Quand ça marchait, on cherchait des heures, puis ça chargeait et chargeait et toujours rien, on attendait, on fixait la télévision et il n'y avait rien. Bref, c'est bien sans plus, c'est pas un besoin, si on m'enlevait le téléphone portable ça me manquerait beaucoup plus.*

Scénario D : *D'office, la télévision va mourir. L'avenir c'est un écran intelligent avec tout installé dedans. Internet sera à la fois un supermarché et un super musée, on va voir et choisir n'importe quel produit et on perdra beaucoup moins de temps à la caisse.*

Scénario E : *Domage que l'expérimentation se soit arrêtée, d'autant qu'au départ c'est la curiosité qui prime, sans but précis, et pas l'utilité, la rapidité ou l'efficacité. Ce n'est pas très difficile de s'approprier Internet. De toute façon, on va tous l'utiliser progressivement et puis de plus en plus, au détriment d'autre chose.*

Les scénarios des expérimentateurs

Les scénarios construits et proposés par les onze participants constituent le fondement de l'analyse qui suit. On remarquera d'emblée que les différents clients pilotes s'accordent non seulement sur les contraintes – surtout techniques – de l'expérimentation, mais aussi sur le développement et l'utilisation courante des TIC. Sur ce point, il importe de relever que leurs productions discursives cristallisent nombre de thèmes mis en valeur par les différents courants de recherche, signe de la circulation et de la banalisation des rhétoriques savantes et indigènes sur l'articulation de l'innovation technique à l'innovation sociale, comme en témoignent les exemples suivants :

Scénario 1 : *Le boîtier n'est pas fiable du tout. Les informations sont très longues à charger. Les services disponibles sur l'écran sont très difficiles d'accès et une fois chargés d'ailleurs ne donnent en général « rien ». Aucun service n'est accessible grâce au clavier, impossible donc d'appeler un service sur Internet autre que ceux qui figurent sur l'écran. C'est dommage car Internet par le câble est une bonne idée (on n'encombre pas le téléphone).*

Scénario 2 : *Sans buts précis et définis par l'utilisateur (professionnel ou autre), il est clair qu'Internet peut vite devenir le « beau jouet » dont l'intérêt décroît rapidement jusqu'à l'arrêt total de son utilisation. Internet ne doit pas être utilisé mais exploité. En soit, Internet est d'un bon rapport intérêt/prix ; cependant, son support classique, l'ordinateur, reste un investissement qui freine beaucoup d'utilisateurs potentiels. La télé, en tant que support, est dans le cadre de l'expérimentation récente, une idée exceptionnelle même si le boîtier proposé a très rapidement montré ses limites.*

Scénario 3 : *Internet est un mode de communication qui a un avenir certain. La télévision est un excellent support familial. Mais le boîtier n'est pas fiable. Ce qui a rendu l'utilisation difficile et parfois ennuyeuse (attente). De plus, le tarif (location) du boîtier reste cher pour une famille qui a un revenu modeste. Internet doit être pour tous, simple d'utilisation, fiable, pour un prix raisonnable.*

Scénario 4 : *Internet est un moyen de rapprocher les hommes de toutes les parties du monde, de n'importe quelle condition, de mieux approcher d'autres cultures et d'avoir peut-être envie de les connaître et de rencontrer les uns et les autres. Internet est un moyen de rapprochement. Internet, c'est aussi changer ses habitudes, car il est possible de faire son marché depuis la maison et, ainsi, mieux occuper son temps libre à ses hobbies, sa famille et peut-être mieux écouter son entourage.*

Scénario 5 : *Internet va révolutionner son époque comme la télé l'a fait sur la radio. Il va prendre le dessus pour faire partie entière de notre vie. Il remplacera même à terme le téléphone. Internet ouvre les portes du savoir, les portes du monde. Plus intéressant et plus amusant que la télé, il nous fera voir le monde autrement.*

Scénario 6 : *La télévision sert pour la détente familiale. Internet, c'est un écran intelligent avec tout installé dedans. Possibilité surtout de surfer plus vite grâce au câble, d'enregistrer sur disque dur et d'imprimer, ce qui n'est pas réalisable avec la télévision. Internet se passe dans une pièce spéciale car on se relie au monde et pour cela il ne faut pas être dérangé comme dans un salon. Il ne faut surtout pas « loucher » Internet, car, bien ciblé, il peut être un outil formidable.*

Scénario 7 : *L'expérience eut été beaucoup plus intéressante si la télé avait été couplée à un ordinateur avec la possibilité, de ce fait, de télécharger et d'imprimer certaines données. Par ailleurs, le phénomène lié à la télévision, actuellement élément important dans une maison, est assez bloquant pour une utilisation d'Internet. En effet, cette utilisation (contrairement à la télévision) se fait beaucoup plus en solitaire et peut empêcher le reste de la famille de regarder un film ou une émission. Ceci dit, Internet est une boîte aux lettres pratique, une bonne interface avec le monde.*

Scénario 8 : *L'installation et la manipulation ne sont pas abordables de suite. Cela demande de l'entraînement. Internet est un progrès, un nouveau moyen de communiquer. Il s'utilise comme un livre, la multitude en plus, les distances en moins. Internet est ce qu'on en fait. La curiosité nous pousse à consulter nos centres d'intérêt, à en découvrir d'autres. Reste son prix : par la télévision ou par ordinateur, l'installation et l'utilisation sont onéreuses.*

L'analyse de ces scénarios renforce et complète celle amorcée lors des entretiens exploratoires. Globalement, on voit apparaître trois grandes tendances. La première est que l'expérience est jugée plutôt négative. Ceci pour plusieurs raisons. Il y a eu démotivation importante et rapide des expérimentateurs, notamment parce que le boîtier et les accessoires étaient peu fiables. Ensuite, il y a eu peu d'instructions techniques au moment de l'installation : « Les techniciens sont venus, ont installé le matériel ils nous ont dit ça marche, au revoir [...] puis c'était le dépatouillage ». Enfin, l'accès, l'appropriation et l'utilisation du dispositif « Surf TV », pour reprendre l'expression d'un client pilote, se sont révélés relativement ardues pour certaines personnes. La deuxième tendance a trait à la variabilité des usages, en fonction du lieu. En effet, les personnes n'utilisent pas de la même façon Internet selon l'endroit de domiciliation ou d'implantation de l'objet technique permettant l'accès au réseau. De surcroît, il semble que chez certaines personnes il y ait vraiment eu un blocage du fait du support télévision. Pour elles, la télévision est « située » dans la salle à manger, dans la chambre à coucher, dans la cuisine, alors qu'Internet est généralement associé au lieu de travail, au bureau. Ainsi Internet est-il avant tout un équipement pour le travail, et non pas encore un objet de loisir domestique, même – et surtout – par le truchement de la télévision. La troisième tendance porte sur l'utilisation d'Internet en solo, en famille ou dans le cadre d'un groupe restreint. En fait, la télévision est essentiellement perçue comme un support de divertissement familial, rassemblant des individus dans un cadre privé et convivial autour d'un même objet technique. Internet est plutôt utilisé individuellement, au détriment d'un temps passé à autre chose (sommeil, programmes de télévision, autres activités de loisir, etc.).

Ces tendances ont été présentées aux participants du débat qui, jusqu'alors, n'avaient jamais eu l'occasion de partager leurs expériences. Signalons cependant que le début de la séance a porté sur la méthodologie elle-même. Dans l'ensemble les participants ont trouvé les scénarios bien construits : « Ils ont bien été étudiés [...]. C'est vrai, y a à peu près tous les cas de figure, quoi. Les gens qui ont participé à l'expérimentation sont tombés sur un cas de figure par rapport aux scénarios, quoi. Ça n'a pas plu ou ça a complètement accroché, mais bon les scénarios y a le choix, c'est vrai que... j'aurais tendance peut-être à mélanger un ou deux scénarios ensemble ». Du reste, cette dernière démarche, consistant à s'inspirer des scénarios produits par un chercheur, a été majoritairement adoptée par les participants pour rédiger leurs propres scénarios.

Les traductions des usages par des expérimentateurs

Dans le débat, plusieurs traductions de l'expérimentation ont été révélées et stabilisées. Voici les principales d'entre elles. Pour une part, elles s'inscrivent dans une rhétorique enchantée sur les TIC, dont la version scientifique se thématise notamment sur le mode de la découverte technologique et du renforcement, si ce n'est de la création, du lien social. Pour une autre part, dans ces traductions, apparaissent des prises de position lisibles en termes de bricolage lorsque l'objet résiste. Et lorsque sont exposés les modes d'apprentissage, on pourrait encore les rapprocher d'une vulgate analytique, héritée des travaux de Michel de Certeau sur l'invention du quotidien. Mais, sur ce point, le discours des clients pilotes amène à percevoir les limites d'un tel rapprochement. En définitive, ces tensions entre plusieurs aspects du dispositif se subsument dans l'exaltation de la qualité d'expérimentateur, ce à quoi notre propre étude contribue vraisemblablement à certains égards.

S'ouvrir à Internet

Incontestablement, par ce dispositif expérimental, l'objectif consistant à faire « goûter » Internet à un plus large public via une nouvelle forme d'accès au réseau – le câble et le support télévision – a été une réussite : « Les personnes qui ont participé, pour eux c'était vraiment le pied à l'étrier, pour aller vers Internet. Passer par la télévision, familiariser les gens à Internet par la télévision, c'est une idée tout à fait exceptionnelle [...] même si effectivement le matériel était inutilisable ». L'expérimentation a également « ouvert » des possibilités d'accès à Internet à des individus de différentes classes d'âge qui ne pensaient pas a priori utiliser cette nouvelle technologie, dans leur vie quotidienne, ou dans le cadre de leurs différentes activités ou centres d'intérêts : « Ce qu'il y a d'amusant, moi ce que j'avais pu constater à la dernière réunion qui avait eu avec l'opérateur, c'était de voir un ancien qui était là qui avait plus de soixante-dix ans. Or lui, il était radieux d'avoir eu cette expérience, d'ailleurs après il s'est acheté l'ordinateur pour pouvoir continuer avec le Centre Multimédia où on est allé pendant une visite pour voir en tant que curieux, les anciens, hein, les

anciens dès qu'ils mettent le pied dedans ça y est, terminé, on peut plus les enlever, hein. Ils sont d'abord très réfractaires au départ [...], mais bon ça c'est un peu dans le principe franchouillard d'une façon générale, hein dès qu'on révolue [sic] quelque chose ils sont toujours contre parce qu'ils ont pris certaines habitudes mais à partir du moment qu'on a commencé à mettre le pied dedans et qu'on a trouvé certains avantages ou certaines satisfactions alors là, on y va plein pot. Et là je suis un peu étonné de pas le rencontrer ce monsieur-là, parce que je crois que lui c'est quelqu'un qui serait, qui est capable de pouvoir faire la publicité de cette affaire, lui, il est vraiment capable de la faire ».

Les participants se sont accordés aussi sur la mise en relief des conséquences sociales de l'innovation technologique. Par exemple, l'Internet va bouleverser les comportements (marchands, civiques, domestiques) et chacun va « inévitablement devoir » s'adapter à cette nouvelle forme de communication, « puisqu'on doit s'orienter vers, enfin, tout est fait, y a un plan gouvernemental qui est sorti, une étude gouvernementale qui a été sortie et on doit quand même s'orienter vers le commerce électronique. Donc pour que ça marche il va falloir qu'il y ait un maximum de gens qui soit connecté quand même ». Ou encore il mettent en évidence un risque d'exclusion : « Celui qui sera pas dedans, il sera foutu quoi, c'est comme si maintenant ce soir là, y a un mec qui me dit qu'il a pas la télé, on va tous le regarder comme ça quoi – t'as pas la télé ? – mais d'où tu viens ». Par ailleurs, l'Internet est perçu comme un dispositif « multimédia » ouvrant sur différentes formes et intentions de communication (communication de masse ou interpersonnelle) : on découvre qu'on peut être en contact, à chaque heure du jour et de la nuit, avec des personnes connectées aux quatre coins du globe et que « c'est quand même un très beau jouet, personnellement quoi parce qu'en partant d'un simple mot quoi, c'est, vous allez tomber dans un site qui va vous créer des liens, dans le monde entier et là dessus ben au bout de deux heures de recherches ou de communication ; vous allez sur quelque chose qu'au départ jamais vous avez pensé quoi ». Simultanément, l'Internet est d'ores et déjà reconnu et admis comme un réseau de support de convergence. En résumé, les individus « seront obligés d'avoir un support interactif, via le Net quoi. Pour pouvoir déjà choisir ce qu'il a envie de voir. Pas obligé de nous mettre, de se coltiner ce qu'on nous met à la télé quoi ». En outre, « par le multimédia on en arrive à la domotique, la domotique en fait c'est la possibilité de l'extérieur, via le portable, via un autre PC de gérer à distance, soit le chauffage, soit tout par l'intermédiaire d'un seul organe, hein, automatiquement, on va y arriver quoi, la symbiose de la télé, de l'ordinateur, de la communication entre le four, automatiquement on y arrive ». Ce sont là autant de traces de l'incorporation de l'impératif communicationnel, abondamment relayé dans la sphère publique, médiatique en particulier. D'où aussi des déplorations sur le fait que l'Internet n'est pas encore abordable par tous.

Par exemple, sur un plan économique, on regrette que les prix des ordinateurs et les tarifs des abonnements et communications soient encore trop élevés, dissuasifs pour le grand public, alors que « d'ici dix ans, déjà tout le monde va être équipé d'ordinateurs, ça va être vraiment plus, tout le monde va être

équipé de PC, parce que les prix chutent beaucoup, ça revient pratiquement plus trop cher d'avoir un PC ». Le principal problème est celui du tarif de l'accès au réseau et de la communication : « Le seul problème qu'y a à l'heure actuelle, c'est [la] connexion quoi, mais bon, c'est la France, quoi, voilà [...], moi j'ai discuté avec des gens qui sont au Canada, tout ça quoi, le Net est vraiment pas cher. La connexion à Internet au Canada est comme aux États-Unis, elle est donnée quoi, alors en France, merci quoi ». Pour ce qui concerne plus spécifiquement l'Internet par le câble, on évoque souvent une limite : « 285 F, faudrait pas que ça augmente quoi parce qu'après ça fait mal. Si on passe à 400 F par mois, plus il faut l'abonnement du câble à payer en plus ça va faire des sommes hallucinantes [...], mais ils le savent que c'est raisonnable, c'est leur limite ». Les expérimentateurs ont effectivement intégré le calcul des opérateurs : « Ils veulent pas aller plus haut, ils savent que là ça marche encore, mais ils savent très bien que si, ils passaient la barre à 300 F, ça marcherait pas du tout ». Ceci semble montrer que le prix n'est pas l'élément allant fondamentalement déterminer « l'accroche » à l'Internet. Il intervient davantage quand le dispositif technique est maîtrisé et que les premières habitudes de communication sont prises. Dès lors, de nouveaux choix, de nouvelles rationalités deviennent possibles.

Les difficultés et les spécificités liées au « support télé »

L'accord s'est rapidement fait autour de l'idée qu'on ne peut pas « s'improviser comme ça » utilisateur de l'Internet, même si le support est celui de la télévision. Ensuite, l'étude montre que l'introduction de la technologie de l'Internet sur un objet aussi familier et incorporé que la télévision n'a que peu modifié les usages des clients pilotes : « Ils passent leur temps soit à la télévision, soit sur Internet ». Tout s'est passé comme s'il y avait, d'un côté, l'utilisation classique de l'objet technique télévision, objet social fini et maîtrisé dans son fonctionnement selon des règles traditionnelles et, de l'autre, l'écran de la télévision comme support d'expérimentation d'un dispositif innovant.

En somme, une fois le dispositif installé sur la télévision, l'expérimentateur s'est trouvé placé devant une boîte noire qui occupe un même espace – voire le même temps ou fréquence d'utilisation –, mais dont le fonctionnement demande une (ré)appropriation et une (ré)organisation des usages, des objets et de leurs accessoires. Ainsi, « le blocage à la maison a été, était plus dur, au fait que les gens considéraient Internet comme un outil de travail ou plus parce que ça bloquait l'heure de l'émission qui allait bien... on était dessus, ça prenait un certain temps, et puis on aurait bien voulu voir son émission soit le papa, soit le fiston, soit... bloquer la télévision et puis voilà ». Un autre utilisateur déclare que « ça faisait pas mal de filasses, pas mal de matériel autour. Est-ce qu'il n'y a pas la possibilité que tout arrive par local, d'arriver à faire un modem commun qu'on puisse faire, heu, je sais pas, quelque chose, heu, un bloc unique quoi ? ». C'est là une traduction, pour les expérimentateurs, d'une télévision comme écran intelligent avec « tout installé dedans ». Cette représentation montre notamment comment ces personnes envisagent le progrès technique lié aux TIC (cf. aussi *supra* le discours sur le développement de la domotique).

Cette (ré)appropriation et cette (ré)organisation ont été largement freinées par les nombreuses difficultés techniques (inhabituables pour l'utilisateur, car avec la télévision ou sur la télévision tout se passe comme si cela doit forcément marcher) apparues lors des utilisations : « Il fallait tout éteindre... voilà, tout éteindre, il commençait à charger un site, il se bloquait, la machine devait sûrement très, très chauffer parce que des fois ça sentait vraiment franchement le brûlé, j'avais même peur des... si, si, sans déconner [...]. Les ventilateurs se mettaient en route, alors là c'était un avion vroom, vroom ; tout le temps, y avait un bruit infernal ». Autre expérience restituée : « Ben moi, elle s'est bloquée même sans surchauffe, quoi dans le processus normal, on était sur un site, on avançait dans le site alors il fallait surtout faire attention de pas faire une mauvaise manip, parce que tout de suite ça, là, ça et y a pas de retour en arrière, hein, comme sur un PC, on peut pas bloquer ou quoi, hein. Rien à faire, il fallait éteindre la machine attendre un petit peu et recommencer quand vous avez déjà eu du mal à accéder à un site, recommencer c'est casse-pieds ». Les accessoires ont eux aussi été des sources de difficultés que les utilisateurs ont essayé de réduire à partir de leur connaissance, de leur maîtrise et de leur degré d'incorporation du fonctionnement des objets techniques usuels : « Le problème, il faut bien viser, il faut être, heu, avec l'infrarouge – ce satané infrarouge – là, c'était très directif, y avait intérêt à très bien viser, s'il y avait le moindre obstacle entre les deux c'était fichu, y avait pas la possibilité de, comment dire, de réflexion avec le plafond ou quoi que ce soit pour réussir à le balancer. Ah, c'était extrêmement directif. À un moment on se dit " ben mince, mais j'appuie, ça fait rien ". C'est vrai que la souris, elle est sur la télécommande, il doit bien avoir une bonne dizaine de boutons quoi, j'appuyais sur certains, à la découverte, je dirais quoi, mais pour la plupart, j'ai pas compris à quoi ils pouvaient servir ne sachant ni l'anglais, n'ayant pas d'instruction sur la télécommande, je me disais tel bouton fait telle chose, voilà quoi on m'avait appris qu'on pouvait bouger la flèche ». Nonobstant ces désagréments techniques, les clients pilotes ont évidemment utilisé l'équipement mis à leur disposition.

Des apprentissages et des utilisations protéiformes ?

Il fallait l'attrait de la nouveauté ou la curiosité – attitude souvent présentée comme la motivation de départ pour justifier la participation à l'expérimentation –, de même que l'aspect découverte d'Internet sur un équipement domestique bien connu et maîtrisé, pour « gommer » les difficultés liées à l'apprentissage du dispositif et de ses usages. Les expérimentateurs déplorent tous le manque d'information préalable sur l'utilisation et les possibilités offertes par le réseau : « Bon là-dessus on était connecté à Internet, quoi. J'avais jamais eu de PC, j'y connais rien à l'informatique, j'avais Internet à la maison, la télécommande, un clavier à infra rouge, un boîtier qu'il fallait avec un bouton " on-off " ... Voilà là-dessus à moi de me dépatouiller. Y aurait eu un bouquin, une cassette vidéo pour avoir une petite base ou au moins nous expliquer les possibilités de la machine en fait. Parce que, c'est vrai que, on nous a servi une machine sans nous expliquer les possibilités qui sont vraiment sur Internet ». Une autre personne estime

que « c'est vrai que le système est bien au départ, seulement présenté comme ça c'est pas possible. Les gens ne savent pas tout d'eux-mêmes ». On pourrait inférer de cette situation que s'était déployée une grande variété d'usages. Or, les résultats de l'enquête montrent que la variété est plus restreinte que le laisse accroire les discours des thuriféraires des TIC. Elle est tributaire de l'interaction entre l'offre des sites et l'intérêt personnel des expérimentateurs.

Si les expériences de découverte d'Internet ont toutes été différentes, les clients pilotes se sont accordés sur le fait que l'apprentissage de ces techniques passe surtout par la commutation au réseau où s'actualisent et s'échangent à la fois des modes perceptifs (qui confirment ou convertissent l'intérêt que l'on trouve dans le fait de « surfer ») et un savoir, ou une praxis, d'utilisateur. Autrement dit, on entre et on reste sur le réseau en fonction de ses centres d'intérêts immédiats (visite des sites des grandes marques, travail de recherche généalogique, découverte de sites touristiques...), ceci dès le départ sur une durée assez importante : « J'ai passé un temps fou, c'est vrai, c'est vrai. Ben souvent on tombe sur des sites qui sont bloqués, on laisse passer et ainsi de suite, et puis on apprend ». Et, progressivement, l'apprentissage se fait on line lors des utilisations et interactions, notamment durant des discussions en direct (c'est cette interactivité qui est présentée comme « l'accroche » décisive à l'Internet). On peut donc parler d'un apprentissage collectif en connexion.

Pour ce qui concerne l'utilisation, l'accès rapide et illimité par le câble (argument fort et originalité technique du dispositif lors des présentations et, qui devait aussi en faciliter l'utilisation) a été peu évoqué et mobilisé. De même pour l'utilisation des services locaux ou sites spécifiques présélectionnés et l'aspect « Infos pratiques » de proximité. Lors des premières utilisations, il semble que l'expérimentateur veuille aller « plus loin » : « Donc l'écran, c'est donc les sites sur l'écran qui apparaissent et donc c'était les sites de la vie courante. Bon ce qu'on retrouve sur le Minitel, sur le Bottin et ainsi de suite, c'est quand même plus facile à utiliser sur Internet mais c'est vrai que si les gens n'allaient pas plus loin que ça, c'est sûr qu'on n'en trouve pas l'utilité moi le premier. Si on s'arrête simplement à l'écran, à la présentation des programmes sur l'écran... ». L'expérimentation stimule et participe aussi à une sorte de valorisation de soi.

La qualité d'expérimentateur d'un dispositif innovant

Dans l'ensemble du répertoire de justification construit par les participants, particulièrement au moment des entretiens exploratoires, leur position spécifique d'expérimentateurs n'a été que peu abordée. En revanche, lors de la discussion, cette position s'est progressivement révélée. Situation inédite pour des non-utilisateurs, elle n'est pas sans conséquences sur leurs perceptions de l'innovation et les utilisations. Par un examen attentif des échanges, on peut relever qu'ils se sont rapidement présentés comme les partisans d'une innovation technique (ainsi, « ceux qui ne surfent pas encore risquent aujourd'hui de passer à côté »), innovation technique dont ils étaient

souvent consciemment ou inconsciemment insatisfaits et dont ils ne comprenaient pas vraiment le fonctionnement et les dysfonctionnements : « Elle ne savait pas pourquoi [le boîtier ne fonctionnait pas] donc c'était normal ». De même pour le coût : « À la présentation d'Internet, y avait des gens qui avaient demandé l'explication du prix de revient, ils ont dit 285 F, ils ont toujours été incapables de nous dire à quoi ça correspond ». Les séances de démonstration préalables à l'expérimentation ont été ici déterminantes. On évoque une « belle présentation » pour de bien piètres possibilités d'utilisation. Ainsi, le déclic pour dire : « D'accord on va expérimenter le système » est-il lié à une forme de séduction – « la magie d'Internet » –, mais surtout à un bon travail marketing appuyé et relayé par des partenaires lourds comme le groupe de presse et diverses grandes banques : « On nous l'a vendu quoi, on nous a pas dit que... ». Toutefois, pour certains, prime un choix stratégique individuel : « Moi, j'avais un intérêt derrière ».

En définitive, on peut parler d'une implication importante en tant qu'expérimentateurs : « Nous, on a découvert Internet au début, donc on passait beaucoup d'heures, on patine, on passait beaucoup d'heures, malgré qu'il y a l'explication faut lire, faut attendre ». Cette implication peut d'ailleurs être déterminée par des mobiles financiers : « Je me suis dit, quitte à payer, il faut que je comprenne quoi. Il faut payer tous les mois et laisser la machine dans un coin. Mais quitte à payer, moi je voulais expérimenter quoi. C'est vrai que je suis resté longtemps connecté quoi. De plus après, quand j'ai appris que je pouvais communiquer, mes heures de connexion ont doublé quoi. Parce que tout de suite, on apprend, on apprend, on apprend quoi. Vu que c'est un tout nouveau produit, je n'ai jamais touché un PC, je n'ai jamais touché un clavier, jamais rien à l'informatique, j'étais un peu quand même réfractaire ». D'autres exprimaient le regret que l'expérimentation se soit arrêtée, aussi brusquement (alors qu'ils connaissaient l'échéance, d'aucuns espéraient qu'elle se pérenniserait) : « Je crois que le côté négatif c'est que ça s'est arrêté comme ça, du jour au lendemain on nous a dit : " Ben tiens c'est terminé l'expérience ", on vous enlève tout et puis voilà, sans... ça ne convenait pas commercialement, point terminé. On était un peu les..., on était... de l'expérience. Parce que je crois qu'on s'était ouvert à Internet, hein, voilà, c'est tout ».

Conclusion

De fait, cette expérience a tourné court localement. Les recherches ont été rangées au magasin des accessoires parce que les promoteurs ont estimé que le dispositif n'était ni au point, ni rentable à cette période. Du reste, technologiquement, la vague « Internet dans le téléviseur » semble remplacée depuis 1998/99 par celle de la « télévision sur Internet » et, à l'évidence, les expérimentateurs étaient de toute façon plus séduits par l'Internet en tant que tel que par son intégration à un poste de télévision. Dans ces conditions, notre enquête a-t-elle encore un sens ? Il nous semble que oui pour au moins deux catégories de raisons.

D'abord, sur un plan méthodologique, elle alimente la réflexion pour le

chercheur. Ce type d'étude concernant des usages sociaux différenciés des TIC et fondé sur le recours à des scénarios permet de faire face à plusieurs limites de certaines approches quantitatives, si rigoureusement menées soient-elles. Dans ce cas, l'explication se limite souvent à des dénombrements d'utilisations techniques du dispositif (fréquence, fonctions de l'Internet...) et d'usages ou d'intentions de communication (profil des utilisateurs, velléités d'abonnement, sensibilité au prix...). En outre, il est réducteur de fonder l'analyse de l'évolution des usages uniquement sur des entretiens individuels semi-directifs qui donnent, à l'évidence, une vision volontairement ou nécessairement parcellaire. De plus, dans la double optique d'une anthropologie (et d'une histoire) des techniques et instruments de communication et de création d'une source de réflexion sur les développements de ce genre d'équipement, la méthode permet de garder une trace filmée (autre que par exemple des émissions de télévision, magnifiant fréquemment les technologies) de l'impact des formes novatrices de communication et de certains phénomènes communicationnels – tous deux souvent a priori promus comme tels – dans notre société. Ce travail aide donc à comprendre comment le dispositif technique est interprété (collectivement, en particulier dans la phase de discussion) et manipulé par d'autres que ceux qui le fabriquent ou ceux qui veulent le promouvoir dans la sphère publique. Au demeurant, l'attention à ce processus en prise avec une circulation des discours experts et profanes (à laquelle notre étude n'échappe pas...) est une manière de prendre en charge la relation entre les niveaux « macro » et « micro », processus qui s'avère plus complexe qu'on l'imagine ordinairement.

Sur un plan davantage empirique, on peut retenir que, pour ces clients pilotes, l'intérêt et « l'accroche » à l'Internet ont largement compensé les difficultés d'utilisation et les pannes pourtant nombreuses. Les traductions que les différentes personnes ont faites de l'expérimentation et de cette technique, l'appropriation progressive d'un « Web-langage » dans leurs justifications et d'une certaine technicité liée à l'expérimentation vont en ce sens. Il convient alors de penser vraisemblablement plus en termes d'adaptation que d'innovation radicale. Perspective renforcée par le constat du faible taux d'inventivité dans les usages et du peu de résistance par détournement aux prescriptions induites par le dispositif local (le boîtier) ou global (l'Internet). D'autant que joue la position valorisatrice d'expérimentateur. Certes, « l'outil de travail Internet » n'est pas encore totalement converti en outil de loisirs pour une utilisation domestique ou commerciale courante (son utilisation nécessite d'adopter un minimum de conventions socioculturelles qui sont aujourd'hui aussi socio-techniques, voire physiques), mais il semble qu'il donne aux différents actants un équipement pour aménager une façon traditionnelle de penser la communication et leurs rapports à l'espace et au temps.

Références

- Jouët J., 2000, « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, 100, pp. 487-522.
- Meyer V., Walter J., 2002, « La méthode des scénarios : un outil de description et d'analyse des stratégies communicationnelles ou organisationnelles ? », *Communication organisante et organisation communicante : confrontations et dynamiques*, Actes des journées d'études Org & Co, Société française des sciences de l'information et de la communication, à paraître.