

L'usage de la télévision sur le téléphone mobile et des plateformes de partage de vidéos en France.

Résultats d'une enquête qualitative.

Résumé.

Cet article présente le cadre général (position épistémologique, démarche méthodologique, échantillonnage, description des entretiens et questionnaire) et les résultats d'une recherche sur la télévision sur le téléphone portable et les plates-formes de partage de vidéos, en France, auprès de jeunes de 15 à 25 ans. Nous considérons une telle étude nécessaire car pour le moment les « mobspectateurs » semblent encore mal connus et les nouveaux usages - mal identifiés. Quels seront alors les modes de consommation dominants, la nature des contenus et des services attendus, les contextes d'usage dominants ?

MOTS CLEFS : ENQUÊTE QUALITATIVE, VIDÉO SUR MOBILE, CONTEXTES D'USAGE

ABSTRACT.

This paper presents the general framework (epistemological principles, methodological approach, sampling, description of the interviews and questionnaire) and the results of a survey on the mobile TV and the video-sharing platforms in France near young people, from 15 to 25 years old. We consider that it is necessary to conduct this study because nowadays the "mobile-spectators" seem still unknown and the new uses-poorly identified. What will be the dominant consumption patterns, the nature of the content and services expected, the dominant usage contexts?

KEY WORDS: VIDEO ON MOBILE, CONTEXT OF USE, QUALITATIVE STUDY.

Marcela Patrascu.

Cersic/ PREFics - UMR 8143,
M@rsouin-Université de
Rennes 2

Marcela.Patrascu@gmail.com

<http://www.marsouin.org>

Cet article est issu du mémoire de Master 2 Recherche en Science de l'Information et de la communication, soutenu à l'Université Rennes 2 en juin 2007.

Il se poursuit dans un travail de doctorat soutenu par le Conseil Général de Bretagne.

INTRODUCTION.

Cet article présente les résultats d'une enquête qualitative réalisée en France entre décembre 2006 et février 2007 auprès de jeunes âgés de 15 et 25 ans sur **leurs usages de la télévision mobile**. Quelles sont les pratiques des mobispectateurs ? Comment s'exprime l'hétérogénéité des usages ? Quelles sont les stratégies d'usage ? Quels sont les contextes d'usage dominants ?

Nous nous sommes particulièrement intéressés aux plates-formes de partage de vidéos car nous inscrivons notre recherche dans la perspective de la télévision mobile personnelle de demain, lorsque les mobispectateurs pourront devenir des producteurs de contenus diffusables. Car, selon plusieurs chercheurs, le succès de la TMP viendra justement de cette possibilité d'auto-production. Ainsi, Missika (2003) est persuadé que « ce sera comme pour les SMS, les opérateurs misaient sur les SMS d'information, et finalement ce sont les messages de communication interpersonnelle qui ont dominé le marché »¹. « Pour la TMP, l'essentiel du chiffre d'affaires sera généré, non pas par des oeuvres audiovisuelles produites pour le mobile, mais plus probablement par des contenus auto-produits, que des individus enverront à d'autres individus de leur entourage et de leur famille ».

Dans une première partie de cet article nous allons rendre compte de notre position épistémologique et expliciter notre démarche méthodologique. Ensuite, dans une deuxième partie, nous présenterons notre corpus, et nous mettrons en évidence notre méthode d'analyse. La partie suivante comporte la présentation des résultats de notre enquête. Nous présenterons, en conclusion, les perspectives qu'ouvre cette recherche.

¹Dreidemy, Patricia. « Quel modèle économique pour la TV mobile personnelle ? », 30 mars 2007. Disponible en ligne sur : « <http://www.businessmobile.fr/actualites/analyses/0,39044174,39368299,00.htm> » [Dernière consultation 22/05/07]

1 CADRAGE ÉPISTÉMOLOGIQUE ET MÉTHODOLOGIQUE.

Notre recherche a été profondément influencée par l'épistémologie constructiviste et le paradigme de la complexité. Ainsi nous inscrivons notre démarche dans une vision constructiviste de l'objet de recherche qui doit se construire scientifiquement car il n'existe pas en soi. Autrement dit « les objets scientifiques » sont des « construits intellectuels », ils ne sont pas des vérités qui existeraient de manière évidente. « *Chaque théorie est comme un filet jeté sur les phénomènes et elle ne peut ramener que ce que les mailles du filet lui permettent de ramener* »² et nous ne pouvons pas TOUT ramener dans les mailles de notre filet. La connaissance est toujours inachevée.

Conjointement à l'épistémologie constructiviste, nous inscrivons notre travail dans le paradigme de la complexité insufflé par Edgar Morin. Par une vision complexe de la situation, nous ne prétendons pas à la compréhension exhaustive de la situation mais bien à sortir de la vision déterministe et dualiste en quête de la vérité, du « bon modèle » et de la « bonne méthode ».

1.1 Démarche méthodologique générale.

Notre recherche s'inscrit dans une démarche qualitative ; elle est basée sur des enquêtes et entretiens approfondis avec des usagers de la télévision sur téléphone portable et des usagers d'Internet qui se connectent souvent sur les sites de partage des vidéos. Nous avons choisi comme cible, un fragment de la population, plus précisément les jeunes entre 15 et 25 ans.

La relation privilégiée entre les jeunes et le téléphone portable a été confirmée par de nombreuses recherches³ dans les domaines de la sociologie et des sciences de l'information et de la

² Mucchielli, Alex. *Le développement des méthodes qualitatives et l'approche constructiviste des phénomènes humains*. p.5 Disponible en ligne : <http://www.recherchequalitative.qc.ca/Actes%20ARQ/texte%20Mucchielli%20actes.pdf> [Dernière consultation : 17/04/07]

communication. Ces recherches ont mis en évidence que les jeunes ont non seulement adopté cette technologie, mais surtout, qu'ils en ont exploité tous les atouts, en les intégrant aux dimensions constitutives de leur quotidien, en étant extrêmement novateurs et créatifs. Dans le domaine de la téléphonie mobile, le choix des jeunes comme sujet de recherche a donc un avantage analytique primordial : « *comme l'exception qui dans certaines conditions révèle la règle, l'extrême rend visible ce dont il est, justement l'expression paroxystique. Nuancée et critique, l'analyse de l'excès est un bon raccourci pour mettre au jour ce qui, dans la norme, demeure modéré, et donc moins visible* »⁴.

1.1.1 Le choix d'une méthode qualitative.

Les méthodologies qualitatives nous semblent être plus appropriées que d'autres à ce type d'enquête, essentiellement exploratoire. En effet, dans les méthodes qualitatives, ce qui caractérise les techniques de recueil, est essentiellement l'implication du chercheur dans le maniement de la technique qu'il utilise, et donc la flexibilité de la technique, qui s'adapte au terrain, inconnu a priori.

Cette approche qualitative apparaît alors comme un prolongement du chercheur-même, qui est partie prenante de l'instrument (l'enquête par interviews et observations). Les catégorisations « standard » sont rejetées pour laisser place à des techniques d'analyse modulables, suffisamment souples pour pouvoir s'adapter en permanence. Le chercheur peut créer une nouvelle rubrique ou catégorie, il peut modifier au cours du recueil un questionnaire.

Enfin, un certain nombre de résultats obtenus réclament une approbation, une validation en situation. Ainsi, par exemple, la synthèse d'une interview de groupe, doit être reconnue par le groupe en question. Dans notre cas, dans les deux entretiens de groupe que nous avons réali-

sé, nous nous sommes attachés en premier lieu à bien expliquer aux participants l'objet de notre recherche, les objectifs des entretiens et nous avons discuté ensemble des résultats obtenus.

Notre projet porte sur les usages individuels et à l'analyse de cas singuliers. Les individus pris en compte ne sont pas « des personnalités exceptionnelles », ni des individus « représentatifs », et comme dans toute enquête ethnographique « ils ne valent pas à la place d'autres, ils ne valent que pour eux-mêmes, ils ne sont pas interchangeables »⁵

Bruno Latour dans son essai *Nous n'avons jamais été moderne*⁶ développe le concept d'« hybride socio-technique ». L'époque moderne se caractérise, selon Latour par la production d'objets techniques dont la nature n'est pas exclusivement scientifique ou technique, mais aussi politique, culturelle, et économique. Par la notion d'hybrides socio-techniques, Latour rend compte de l'hétérogénéité des objets techniques actuels et de leur triple dimension : sociale, technique et discursive (et également politique).

Dans le cas de la télévision sur téléphone mobile, le concept de Latour permet de prendre en compte des caractéristiques techniques qui sont à la base de son fonctionnement, des usages sociaux (prescrits mais également des détournements, pratiques singulières) et des discours associés (appartenant aux acteurs économiques et politiques mais également aux sociologues, philosophes, chercheurs, etc.)

En effet, nous avons appréhendé ici les objets en tant que « médiateurs », ou « révélateurs » dans la perspective des démarches ethnographiques. Cette approche considère que les objets en eux-mêmes ou à travers leurs usages « parlent de leurs usagers », autrement dit, ils permettent de mieux comprendre les individus qui les manipulent.

⁵ Beaud, Stéphane et Weber, Florence. *Guide de l'enquête de terrain*. Paris : La Découverte, 2003, p. 304

⁶ Latour, Bruno. *Nous n'avons jamais été modernes: Essai d'anthropologie symétrique*. Paris : La Découverte, 1991

³ voir les travaux de : F. Jauréguiberry, M. Riguidel, A. Caron, etc

⁴ Caron, André et Caronia, Letizia, idem p. 11

Pour cette étude nous avons donc mis en place deux entretiens approfondis et un questionnaire.

1.2 Constitution de l'échantillon d'enquêtés.

La notion d'échantillon est habituellement utilisée au cours des enquêtes quantitatives; Les grandes enquêtes de ce type parlent alors d'« échantillon représentatif ». Pour notre recherche nous n'avons pas visé la constitution de ce type d'échantillon mais la constitution de ce que Pires appelle : « un échantillon par choix raisonné »⁷. En effet, même dans le cadre d'une enquête qualitative il est nécessaire de faire des choix entre des informateurs possibles et finalement, de matérialiser ce choix par la constitution du groupe d'entretien. Nous comprenons donc par échantillon - le « résultat d'une démarche visant à prélever une partie d'un tout bien déterminé »⁸ et le processus d'échantillonnage comme ce qui « désigne le résultat de n'importe quelle opération visant à constituer le corpus empirique d'une recherche »⁹. Dans cette perspective, notre recherche ne prétend pas à la généralisation des résultats obtenus à la suite de nos entretiens.

Nous avons réalisé plusieurs entrevues durant les mois de décembre 2006 et janvier 2007 auprès des jeunes de 15 à 25 ans afin de constituer notre échantillon d'« informateurs ».

Quatre critères ont été pris en compte dans la constitution de l'échantillon :

- le genre (critère secondaire),
- l'âge,

⁷ Pires, A. P. « Échantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique ». In J. Poupard, J.-P. Deslauriers, L.-H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, A. P. Pires (Eds.), *La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques* (pp. 113-169). Montréal : Gaëtan Morin Éditeur, 1997

⁸Idem, p 113.

⁹ Ibid.

- le type d'usage développé¹⁰ (faible, moyen ou fort) concernant la TV sur téléphone portable et les plates-formes de partage des vidéos,
- le type d'usage concernant les plates-formes de partage de vidéos.

L'échantillon constitué se compose de 9 jeunes, âgés de 21 à 25 ans dont sept hommes et 2 femmes. À l'intérieur de ces groupes, nous avons choisi 3 usagers dont l'usage de la Tv sur mobile était de type « fort », et un usager avec un usage « faible ». Le type d'usage a constitué notre principal critère dans la construction de l'échantillon d'enquête au détriment d'autres critères (comme le genre par exemple). Ainsi nous avons seulement choisi des « informateurs » ayant un usage « moyen » ou « fort » des plates-formes de partage de vidéos.

Il convient de préciser ce que nous comprenons par « usage fort », « usage moyen » et « usage faible ».

L'usage «fort» renvoie à un usage régulier (des sites de partage ou de la TV mobile) qui a une fréquence quotidienne et qui se caractérise par une période de temps relativement importante. Pour les sites de partage des vidéos, nous avons considéré comme usage fort, toute connexion quotidienne et supérieure à une heure. Pour la TV Mobile, nous avons considéré comme usage « fort » toute utilisation de ce service quotidiennement et supérieure à 30 minutes.

L'usage de type «moyen» renvoie dans notre acception à un usage régulier, quotidien ou non. La période de temps accordée aux usages est inférieure à celle d'un usage fort. Pour les usages des sites de partage de vidéos ainsi que de la TV mobile, nous avons inclus dans ce type d'usage, principalement les usagers qui se connectent ou utilisent la Tv mobile plus de 2 fois par semaine.

L'usage de type « faible » renvoie à un usage ponctuel (moins de deux fois par semaine).

¹⁰ Nous allons expliquer par la suite ce que nous comprenons par usage « fort », « moyen » et « faible » dans le chapitre suivant

Tableau 1. L'échantillon d'informateurs.

Genre	Âge	Type d'usage (TV sur mobile)	Type d'usage (sites de partage de vidéos)
Hommes (sept)	21 à 25 ans	2 – usage « fort »	7 – usage « moyen » à « fort »
		1 – usage « moyen »	
		4 – « non-usage » ou usage « ponctuel »	
Femmes (deux)	23 ans	1 – usage « fort »	2 – usage « moyen »
		1 – « non-usage »	

Nous les avons ensuite repartis en deux groupes : un groupe de 6 personnes (4 hommes et 2 femmes) et un autre groupe formé de trois hommes. Cette répartition en groupe s'est faite en fonction du type d'usage de la Tv sur mobile et des plateformes de partage, de leur disponibilité et des éventuelles relations interpersonnelles existantes entre les usagers. Ainsi les trois hommes qui forme le deuxième groupe d'entretien, avaient tous un usage fort des plateformes de partage de vidéos et ils se connaissaient entre eux. Pour le premier groupe, la discussion visait l'usage de la TV mobile et l'usage des sites de partage de vidéos ; pour le deuxième groupe il s'agit d'une discussion portant surtout sur l'usage des sites de partage de vidéos et sur la future Tv sur mobile en mode « broadcast ».

Quant aux questionnaires, l'âge a constitué le seul critère d'échantillonnage. Notre objectif était de rendre compte des usages des adolescents âgés de 15 à 16. En effet, il nous a paru difficile de mettre en place des entretiens approfondis avec des personnes si jeunes. La perspective d'une discussion qui durerait plus de 30 minutes (voire une heure) semblait peu motivante pour ces jeunes.

1.3 Les entretiens approfondis.

Dans le cadre de notre enquête nous avons réalisé deux entretiens de groupe. Les entretiens ont été réalisés selon une méthode ethnographique et ils ont tous été enregistrés. Nous avons privilégié ce type d'approche partant de la considération qu'un entretien enregistré, approfondi, avec plusieurs enquêtés qui s'expriment librement et à leur rythme, qui s'interrogent sur eux-mêmes

et sur leurs usages, aboutit à des avancées. Ce type d'entretien nous semble donc plus approprié pour une recherche portant sur les usages que les entretiens non-enregistrés, conduits de façon neutre et impersonnelle avec un « panel » d'usagers ou avec des usagers « représentatifs ». En effet, délibérément, nous n'avons pas choisi de réaliser un grand nombre d'entretiens ni de prendre en compte la notion de « représentativité ». *« Les entretiens approfondis ne visent pas à produire des données quantifiées et n'ont donc pas besoin d'être nombreux. Ils n'ont pas pour vocation d'être « représentatifs »¹¹.*

Avant la mise en place des entretiens approfondis, nous avons au préalable organisé une entrevue avec le premier groupe (formé de 4 jeunes hommes âgés de 21 à 25 ans et deux filles de 23 ans) ainsi qu'avec le deuxième groupe (formé de trois jeunes hommes 23 à 25 ans). Cette première entrevue nous a permis d'expliquer les objectifs et les conditions de la recherche auprès de chacun des participants, de fixer le moment et le lieu de l'entretien et de demander leur accord pour l'enregistrement audio et la retranscription de l'entrevue par écrit, la citation (dans le respect de leur anonymat) des réponses obtenues ou des gestes observés.

Le recueil de données a exigé la participation des enquêtés durant 1 heure et demie pour le premier groupe, 1h pour le deuxième groupe. Les entretiens et les observations se sont déroulés entièrement au domicile de l'un des participants. Il nous a semblé en effet important que les rencontres aient lieu sur le site même de l'usage (d'au moins un des participants).

1.3.1 Entretiens semi dirigés.

Nous avons choisi de nous situer au mi-chemin entre les deux approches que sont l'entretien dirigé, (dans laquelle l'enquêteur dirige l'entretien en adressant aux participants une série de questions exactes) et l'entretien complètement « ouvert » (dans lequel l'enquêteur propose seulement quelques sujets de discussion et laisse ensuite l'enquêté développer le sujet, ou ouvrir librement le sujet vers d'autres thèmes). En ef-

¹¹ Beaud, Stéphane et Weber, Florence. *Guide de l'enquête de terrain*. Paris : la Découverte, 2003, p.177

fet, depuis les entrevues préliminaires, nous avons déjà annoncé aux participants les thèmes des entretiens ainsi que le temps approximatif nécessaire pour ceci. Cela nous a obligé ensuite à organiser des entretiens relativement structurés. Malgré cette structuration pré-établie, les participants ont pu s'exprimer librement et de façon personnelle, développer certaines questions ou en minimiser d'autres.

Concrètement, nous avons procédé essentiellement par questions ouvertes. En suivant le conseil méthodologique d'Howard Becker, notre objectif était de susciter la mise à jour des « comment » (des processus, des « façons de faire ») plutôt que des « pourquoi » (les causes). Un guide d'entretien relativement structuré selon les thèmes à aborder et des objectifs a été élaboré. Notre souci était aussi d'assurer une certaine continuité de la discussion. Certaines questions ont eu ainsi le rôle de relancer la discussion à partir des énoncés des participants. Nous avons essayé de laisser aux enquêteurs la possibilité de s'exprimer librement mais en même temps nous nous sommes assurés qu'ils répondent aux questions qui nous intéressaient.

1.3.2 Guide de l'entretien.

Les entretiens approfondis ont été construits autour de trois thèmes principaux (voir le guide d'entretien en annexe) :

1. retracer l'historique de la pratique (des sites de partage des vidéos et en suite de la TV sur téléphone portable) ;
2. décrire les usages effectifs ;
3. rapporter les évolutions et changements associés.

1.4 Nos questionnaires.

L'un des premiers objectifs de notre travail a été de rendre compte des usages de la télévision sur mobile et des vidéos autoproduites disponibles sur le Web chez les jeunes âgés de 15 à 25 ans.

En manque de temps et des moyens pour organiser un nombre plus important d'entretiens approfondis (surtout avec les jeunes de 15 à 16

ans) nous avons eu finalement recours aussi aux questionnaires. Ces questionnaires ont été volontairement diffusés auprès de jeunes adolescents d'environ 15 ans, car nous n'avons pas pu organiser d'entretiens avec des informateurs de cet âge.

Notre volonté était de ne pas « tomber » dans une démarche quantitative et d'essayer de construire des questionnaires « qualitatifs », dans lesquels les enquêtés puissent s'exprimer librement. Nous avons donc rejeté les données de type sociographique ainsi que les questions « fermés ». Notre questionnaire a été diffusé de manière directe aux élèves des classes de 3^{ème} dans deux établissements du département de Loire Atlantique (Pornichet et la Baule). Avant de parcourir à la diffusion des questionnaires, nous avons expliqué aux élèves le sujet et les objectifs de notre recherche et du questionnaire mis en place. Nous avons expliqué aux adolescents le caractère non obligatoire de la participation au questionnaire ainsi que l'importance de leur engagement. Délibérément nous avons construit un questionnaire assez court (5 questions), forme que nous avons considérée plus appropriée pour des participants si jeunes. À travers ces questions (toutes ouvertes) nous avons demandé aux élèves de nous raconter en plusieurs lignes :

- l'histoire de leur « utilisation » des sites de partage de vidéos (contexte dans lequel ils les ont découvert. S'il y a eu des personnes ou des circonstances particulières),
- la fréquence de leur connexion sur les sites de partage de vidéos ,
- leur pratique effective (ce qu'ils y font, pourquoi ils s'y connectent),
- leur connaissance sur la télévision sur portable (s'ils en ont déjà entendu parler, ce qu'ils en pensent),
- leur pratique de la télévision sur portable (fréquence, contenus).

Les questionnaires ont été remplis par les élèves volontaires chez eux, pour éviter ainsi toute

contrainte temporelle. Finalement nous avons recueilli 31 questionnaires remplis par les élèves.

Nous rappelons que cette enquête, a été réalisée dans le cadre du mémoire de Master 2, dans une période de temps très limitée (3 mois).

Pour des recherches prochaines il serait intéressant de mettre en place des questionnaires auprès d'un échantillon plus large d'utilisateurs appartenant à différents groupes d'âge.

1.5 Limites méthodologiques.

Comme toute approche méthodologique, la notre s'inscrit dans un paradigme théorique déterminé et possède des limites. Dans notre recherche, nous avons choisi de ne pas utiliser des concepts comme « catégorie sociale » ou « revenu économique » pour expliquer certains usages et non-usages. Cette omission relève d'une des hypothèses fondamentales de l'approche ethnographique : « le chercheur n'est pas strictement intéressé à expliquer les événements à travers des concepts qu'il a forgés, il est surtout concerné par les catégories à partir desquelles les acteurs eux-mêmes interprètent leurs propres pratiques. »¹²

Délibérément, nous n'avons pas choisi l'observation des utilisateurs en situation car nous manquions de temps et de moyens pour la mener à bien. De plus, le regard d'autrui risque de biaiser les pratiques des utilisateurs observés, et il nous paraissait difficile d'observer les utilisateurs de la télévision sur portable sans qu'ils se rendent compte (vue la taille de l'écran du portable).

2 UN CORPUS HÉTÉROGÈNE À RE-SITUER À UNE DIMENSION THÉORIQUE.

Il convient dans une première étape de préciser la nature des données brutes que nous avons recueillies : des transcriptions d'entrevues préliminaires ; des enregistrements audio des deux entretiens approfondis (au total approximative-

ment 2h30 d'enregistrements), des notes d'observations regroupant, entre autres, des données concernant l'environnement, la place des objets médiatiques, des opinions exprimées une fois l'enregistrement fini, etc. ; 31 questionnaires remplis par des adolescents d'environ 15 ans.

Il convient également de préciser le but de notre analyse : produire une interprétation, une description et une analyse approfondies du phénomène qui nous intéresse (l'usage de la télévision mobile, y compris des contenus télévisuels autoproduits). Il s'agissait donc d'interroger ces données et de rendre compte de leur utilité, autrement dit de leur capacité à fournir des réponses à notre questionnement.

Avant de parcourir les résultats de notre analyse, il nous semble également important d'explicitier l'activité d'analyse en elle-même. Si dans le cas des questionnaires, le travail des données brutes est évidemment plus facile, et les méthodes d'analyse plus simples, une démarche explicative de notre méthode d'analyse qualitative nous semble nécessaire. Et ceci d'autant plus que, pendant une certaine période de temps, la méthode dite « ethnographique » a été considérée comme une manière de faire personnelle qui tenait des capacités analytiques du chercheur¹³.

Dans notre travail de déchiffrement des données recueillies, nous nous sommes inspirés en grande partie de la méthode d'analyse par « théorisation ancrée » proposée par Pierre Paillé¹⁴ et développée par Françoise Millerand dans sa thèse portant sur l'analyse des usages du courrier électronique chez les enseignants-chercheurs universitaires. Nous nous sommes également servi de l'ouvrage de Stéphane Beaud et Weber Florence, *Guide de l'enquête de terrain*.

¹² Caron, André et Caronia, Letizia, idem p. 12

¹³ Beaud, Stéphane et Weber, Florence. *Guide de l'enquête de terrain* Paris : La découverte, 2003, p. 301

¹⁴ Paillé, Pierre. « L'analyse par théorisation ancrée ». In *Cahiers de recherche sociologique*, 23, 1994, p.147-181.

2.1 L'analyse par théorisation ancrée.

Cette théorie est dérivée de la *Grounded theory* (Glaser, Strauss, 1967¹⁵). Sa spécificité est d'être ancré (« *grounded* ») solidement dans les données empiriques recueillies. En effet, elle vise à produire une description et une analyse minutieuses d'un phénomène profondément questionné, puis de dégager les propriétés essentielles de l'objet analysé selon un angle spécifique¹⁶.

Ainsi, à la différence d'une théorie qui serait d'abord élaborée puis vérifiée, « la théorie ancrée est construite et validée simultanément par comparaison constante entre la réalité observée et l'analyse en émergence »¹⁷.

Cette approche demande six étapes¹⁸ :

1. la codification initiale (consiste à étiqueter l'ensemble des éléments présents dans le corpus initial) ;
2. la catégorisation (où les aspects les plus importants du phénomène à l'étude commencent à être nommés) ;
3. la mise en relation (étape où l'analyse débute véritablement) ;
4. l'intégration (moment central où l'essentiel du propos doit être cerné) ;
5. la modélisation (où l'on tente de reproduire la dynamique du phénomène utilisé) ;
6. la théorisation (consiste en une tentative de construction minutieuse de la « multidimensionnalité » et de la « multicausalité » du phénomène étudié).

Cette démarche rejette la séparation entre la théorie et la pratique et voit dans le processus de

¹⁵ Glaser, G.G. et Strauss, A.L. *The discovery of grounded theory : strategies for qualitative research*. Hawthorne, NY. : Aldine Publishing Company, 1967

¹⁶ Paillé, Pierre. Op. cit., p.150

¹⁷ Millerand, F. op. cit., p. 148

¹⁸ Paillé Pierre. Op. cit., p. 153

théorisation une pratique. Elle renoue avec une conception qui considère l'analyse qualitative conduite par le chercheur – un processus dans lequel celui-ci met constamment en liaison ses propres percepts et concepts avec ceux des participants à l'enquête. Autrement dit, il mobilise ses connaissances théoriques, les concepts de « sa boîte à outils » pour resituer l'expérience des participants à une dimension théorique.

La complexité de cette méthode, dérive à notre avis justement de cette mise en relation, car les chercheurs ont souvent tendance à donner plus d'importance aux concepts des participants (à leur expérience) qui deviennent ainsi compréhensibles seulement dans le contexte dans lequel ils ont été étudiés.

À partir des transcriptions des entrevues préliminaires, nous avons constaté que certaines catégories (aspects du phénomène) n'étaient pas pertinentes pour notre recherche (par exemple le type d'abonnement pour la télévision sur mobile, ou le nom de la plate-forme de partage des vidéos) ; d'autres catégories ont évolué (la perspective du développement de la Tv « broadcastée » sur le téléphone mobile).

3 RÉSULTATS DE NOTRE ENQUÊTE.

Nous avons décidé d'organiser le compte-rendu de cette enquête en fonction des catégories suivantes :

- *l'historique de l'appropriation,*
- *le type d'usage (faible, moyen ou fort),*
- *les formes d'usage.*

3.1 L'historique de l'appropriation.

Cette catégorie nous a semblé importante pour essayer de rendre compte de l'ancienneté de la pratique. Nous avons pris en compte cette catégorisation afin de tracer l'historique de l'usage. Nous nous sommes aperçus que dans tous les cas d'utilisation de la TV sur mobile, cette pratique est postérieure à celle des sites de partage de vidéos. Tous les utilisateurs de la TV mobile

participant à notre enquête sont également consommateurs des vidéos via ces sites. (il s'agit de quatre personnes participantes aux entretiens de groupe et 14 adolescents sur les 31 ayant répondu à notre questionnaire).

Plus de la moitié des participants ont connu les plateformes de partage de vidéos par l'intermédiaire d'amis (5 parmi les 9 participants aux entretiens et 16 parmi les participants au questionnaire).

Trois personnes avec lesquelles nous nous sommes entretenus et six participants au questionnaire déclarent avoir connu ces sites par l'intermédiaire d'autres sites Web.

Ce sont les seuls « intermédiaires » cités par les personnes ayant pris part aux entretiens. À travers le questionnaire mis en place, 3 adolescents ont cité d'autres « points de départ » : « en recherchant une vidéo ». Nous précisons également le fait que 6 participants au questionnaire ne se sont jamais connectés sur ces sites ; 4 d'entre eux en ont déjà entendu parler.

3.2 Type d'usage.

Nous avons établi trois catégories en ce qui concerne l'usage des sites de partage des vidéos : « faible », « moyen » et « fort ». Rappelons que lors de la sélection des participants aux entretiens, nous avons pris en compte le type d'usage. Nous avons délibérément choisi des personnes ayant un usage « fort » ou « moyen ».

Ces trois catégories renvoient à des usages différenciés essentiellement en termes de fréquence d'utilisation et de période de temps passée pour visualiser des vidéos sur les sites de partage, ou des programmes télévisés sur l'écran du téléphone portable.

Lors de notre enquête, nous avons pu observer une séparation mal définie entre les différents types d'usage : « fort », « moyen » et « faible ». Nous nous sommes aperçus que les usages sont fortement irréguliers et qu'ils dépendent de plusieurs facteurs : emploi du temps, contexte, etc.

Précisons que nous avons cherché dans le cadre de nos entretiens à déclencher chez les partici-

pants un processus d'auto-réflexion et d'auto-estimation de leur type d'usage. Cet effort d'auto-estimation s'est révélé assez simple chez les adolescents, qui ont des pratiques dans des tranches horaires régulières, voire imposées, et plus difficile chez les jeunes participants aux entretiens (prise de conscience et parfois refus de reconnaître un usage fort).

Un des participants aux questionnaires répond clairement « je me connecte sur ces sites 3 fois par semaine, le mercredi, le vendredi soir et le samedi matin. (les autres jours je n'ai pas le droit) ».

Pour deux jeunes ayant participé aux entretiens, il leur paraît difficile de reconnaître qu'ils ont un « usage fort » de ce type de sites. Julien déclare : « je me connecte tous les jours, mais bon, pas trop... parfois une demi-heure. Le problème est que chaque vidéo renvoie à une autre, donc parfois je reste des heures. Mais je dirais que j'ai plutôt un usage modéré. J'en connais d'autres qui restent des heures sur Youtube ».

Les participants aux questionnaires nous ont révélé la forte utilisation de ce genre de sites chez ces adolescents (sans tomber dans la généralisation). Ainsi 16 participants déclarent se connecter tous les jours aux sites de partage de vidéos ; pour 15 d'entre eux, cet usage se fait le soir et un participant se connecte l'après-midi, en revenant de l'école.

Quant à l'usage de la TV sur mobile, tous les utilisateurs de ce service ayant participé à nos entretiens déclarent regarder tous les jours la télévision sur leur portable.

Seulement trois utilisateurs de la Tv sur mobile, ayant répondu à notre questionnaire, déclarent l'utiliser quasi-quotidiennement. Les onze autres déclarent l'utiliser de façon ponctuelle (le plus souvent il s'agit du portable d'un membre de la famille).

3.3 Formes d'usage.

Dans cette partie nous répondrons aux deux questions suivantes : quels sont les *usages* de la Tv mobile et de sites de partage de vidéos ? En

quoi ces usages modifient-ils les rapports au contenu « télévisuel »?

Nous chercherons d'abord à décrire les grandes formes d'usage de la TV sur mobile et des sites de partage de vidéos pour nous intéresser ensuite aux usages fins des nouveaux dispositifs, c'est-à-dire aux « micro-usages », aux usages singuliers.

Nous chercherons à comprendre :

- quels sont les usages effectifs de la Télévision sur mobile et de plates-formes de sites de partage de vidéos,
- comment se manifestent les usages « personnalisés » de ces outils ; autrement dit comment se manifestent les détournements d'usage, les diverses « manières de faire » dont parle Michel de Certeau.

Les usages de la TV sur mobile ainsi que les divers usages des plates-formes de partage de vidéos peuvent être regroupés en grandes catégories, plus précisément en fonction de grandes formes d'usage. Nous commencerons par présenter les principales formes d'usage des sites de partage de vidéos et de la Tv sur mobile. Pour ceci, nous chercherons à mettre en rapport les formes d'usage repérées chez les jeunes participants aux entretiens avec les formes d'usage repérées chez les adolescents participants au questionnaire. Nous exposerons ensuite quelques exemples de situations et de contexte d'usage.

Il convient de rappeler que nous nous sommes intéressés aux plates-formes de partage de vidéos afin d'essayer d'anticiper les modifications des usages actuels de la Tv sur mobile provoquées, dans le futur proche, par la nouvelle norme « multipoint » de diffusion de la Tv sur mobile – DVB-H .

Nous avons organisé la présentation de principaux modes d'usage en fonction de degré d'appropriation et « raisons » d'usage.

3.3.1 « Rester Informé » ou « être à la recherche d'une information ».

La télévision sur mobile comme outil d'information.

Nous avons repéré que certains usagers utilisent la TV sur mobile de manière à rester informé. Cette forme d'usage se distingue par une appropriation de la TV sur portable comme un simple outil d'information, par sa faible intégration dans les pratiques quotidiennes des usagers, par des modes d'utilisation rudimentaires et par des représentations et attitudes peu favorables vis-à-vis de son utilisation.

Chez les participants à notre enquête qui utilisent la TV sur mobile comme un outil de réception d'information, l'usage reste peu développé. Anne participante à notre entretien nous dévoile qu'elle utilise la Tv sur mobile seulement pour rester informée : « je travaille tous les soirs et je n'arrive jamais à voir le JT sur la vrai télé ; alors surtout pendant les élections je pouvais regarder les infos sur mon portable ». Plus tard elle ajoute : « regarder un film sur un si petit écran ? ... J'ai même pas envie d'essayer ».

Ce modèle d'usage apparaît minoritaire dans notre enquête (seulement 2 participants à l'enquête déclarent avoir ce type d'usage). Les représentations et attitudes développées par ces personnes sont assez homogènes comparées aux représentations de leurs collègues qui ont développé d'autres formes d'usage (comme outil de divertissement). Même dans le cas de plusieurs non-usagers les jugements négatifs sont forts. Par exemple, à notre quatrième question du questionnaire : « est-ce que vous avez déjà entendu parler de la Tv qu'on peut regarder sur l'écran d'un téléphone portable ? Si oui, quel en est votre avis ? », un adolescent du collège de La Baule nous a répondu : « ça sert à rien, une télé, ça suffit déjà, ça va être quoi leur prochain truc ??? C'est complètement débile ; on va pas regarder la télé 24h/24 ».

Il faut préciser qu'entre les 31 adolescents ayant répondu à notre questionnaire, 26 ont entendu parler de la TV sur mobile et 9 d'entre eux en ont une opinion négative. Entre les aspects né-

gatifs, ces usagers soulignent surtout son faible degré d'utilité, les défauts de format (petite taille de l'écran), le prix assez élevé pour les terminaux ainsi que pour l'abonnement et les dangers que présente la généralisation de son usage en terme de détérioration de la qualité des relations interpersonnelles. Un autre adolescent a répondu à cette même question : « Oui, mais je trouve ce procédé pas intéressant car renferme les jeunes sur eux-mêmes ; ils passent leur temps à regarder la télé encore plus et cela empêche le dialogue (...) ». Pour Fred, un autre participant à notre entretien approfondi, la TV sur mobile est vue plutôt comme un « gadget ».

Sur le plan des avantages perçus de la Tv mobile, seul lui est reconnu le nomadisme, la possibilité de recevoir des informations dans différents endroits.

L'utilisation des plates-formes de vidéos dans la recherche d'information.

Cette forme d'usage se distingue par une appropriation des sites de partage de vidéos comme un outil de recherche. Plusieurs participants à notre enquête (5 participants aux entretiens et 11 répondants au questionnaire) nous ont déclaré se connecter à ce type des sites Web afin de rechercher une vidéo. Autrement dit, ils les utilisent en tant qu'outil de recherche. Si la majorité des adolescents ayant ce type d'usage recherche des clips musicaux (7 d'entre eux), les participants aux entretiens recherchent des vidéos diverses : vidéos insolites, des clips, les bandes-annonces des films, des vidéos des tutoriaux, etc.

Par rapport aux usagers qui utilisent la TV Mobile en tant qu'outil d'information, ceux qui utilisent les sites de partage de vidéos en tant qu'outil de recherche n'ont pas exprimé de jugements négatifs par rapport à ce mode d'usage. Les avis négatifs ont été développés surtout par rapport à d'autres modes d'usage – en tant qu'outil de divertissement. Ainsi Maelwenn, participant à un de nos entretiens, souligne le côté « voyeurisme » de cette pratique. Un des adolescents ayant répondu à notre questionnaire critique également cette « intrusion » dans l'intimité des autres : « je ne vais jamais sur ce genre de site ; les vidéos des vies de personnes ne

m'intéressent pas et j'y mets encore moins des vidéos de moi ».

3.3.2 Se divertir ou « faire passer le temps » en regardant la TV sur son téléphone mobile ou des vidéos sur des plates-formes de partage.

L'usage quotidien, intégré dans la pratique journalière peut prendre la forme d'une manière de se divertir, de s'amuser. Ce type d'usage est majoritaire pour les participants à notre enquête, qu'il s'agit de la TV sur mobile ou de vidéos regardées via les sites de partage. Les quatre usagers de la TV mobile avec lesquels nous sommes entretenus reconnaissent l'utilisation de cet outil dans le but de se détendre.

Quant aux usagers des sites de partage de vidéos, 19 utilisateurs citent comme premières « raisons » de leur connexion à ces sites : s'amuser, faire passer le temps, regarder des clips.

Les jugements des utilisateurs qui ont ce type d'usage sont en général positifs. Nous avons pu constater des représentations et des attitudes enthousiastes mais contrastées. À la différence des usagers qui se sont appropriés ces outils dans le but de rester informés ou de recherche, ceux qui les utilisent essentiellement dans un objectif de divertissement sont plutôt enthousiastes vis-à-vis de ces « nouveaux outils de communication ».

La TV sur mobile est considérée comme un outil utile qui donne la possibilité de se détendre ou de faire passer le temps dans des divers contextes d'utilisation. Plusieurs réponses à notre questionnaire illustrent cette conception : « Oui, pour moi, c'est très bien car quand on s'ennuie (...) et qu'on a pas de télé sous la main, on prend son portable ! » ; « je trouve ça génial d'avoir la télé sur son écran de portable car avec cela on pourrait regarder la télé dans les salles d'attente ou encore regarder chacun la chaîne que l'on veut dans la famille à partir de son portable ». Cette dernière remarque souligne la grande différence perçue par les utilisateurs entre la télévision de salon et la TV sur le téléphone portable : l'une appartient à toute la famille, l'autre est personnelle.

Plusieurs défauts sont reprochés à la TV sur mobile par les usagers qui utilisent ce service dans le but de se divertir ou de faire passer le temps. Entre ces défauts nous citons : la mauvaise qualité de l'image, la difficulté de se « concentrer » sur un écran si petit. La perspective du développement de la Tv sur mobile en mode « broadcast » et d'une qualité d'image supérieure semble les encourager encore plus : « bah, quand il y aura cette nouvelle norme dont tu parles, je vais m'y abonner aussi », nous déclare Benjamin lors de notre entretien.

Quant aux plates-formes de partage de vidéos, plusieurs utilisateurs mettent en évidence que cette pratique perturbe et bouscule leur rythme de travail et de vie. Ils sont conscients du fait qu'une fois connectés à ce genre de sites, ils peuvent « perdre » plusieurs heures dessus.

3.3.3 Autres formes d'usage.

Les plates-formes de partage de vidéos sont également perçues comme des outils qui facilitent les processus de communication en favorisant la mise en relation des personnes et des groupes. Si aucun des participants à nos entretiens n'utilise ces sites dans le but d'une mise en relation, plusieurs des adolescents ayant répondu à notre questionnaire (au nombre de 8) déclarent utiliser ces plates-formes afin de mettre en ligne leurs propres vidéos, ou de regarder des vidéos mises en ligne par leurs amis. Plusieurs utilisateurs les utilisent également afin de mettre le lien d'une vidéo existante sur une plate-forme de partage sur leur blog: « (...) Je me connecte tous les jours sur ce genre de sites pour (...) mettre des vidéos sur un sujet particulier sur mon blog ».

Les jugements des utilisateurs ayant ce type d'usage sont partagés. Les adolescents qui mettent en ligne leurs vidéos ont une vision positive de ce « partage ». Les définitions recueillies auprès des ces adolescents considèrent les sites de partage de vidéos à la fois comme « un moyen de communication », « forme de partage » ou comme « une manière d'échanger ».

Les jeunes avec lesquels nous nous sommes entretenus ont une position plus critique ; ils parlent de la « superficialité » de cette forme de

partage, du côté « voyeurisme » de cette pratique ou de la recherche arriviste d'une certaine célébrité.

3.3.4 « Micro-usages » et détournements d'usages.

L'observation approfondie des modes d'utilisation singulières, met en évidence des détournements d'usage ou de fonctionnalités, des manières propres d'utilisation. Ainsi l'usage devient un processus d'appropriation individuel dans lequel le mode d'emploi ou les fonctionnalités « prescrits » sont détournés. L'appropriation devient ainsi un processus latent de construction et de redéfinition des modes d'utilisation pour chaque utilisateur, un processus au cours duquel l'utilisateur cherche à « personnaliser » le dispositif technique à ses besoins et attentes. L'usage donnerait ainsi lieu à une confrontation permanente entre des modes de faire et le « script » du dispositif technique entendu au sens de la sociologie de la traduction (Madeleine Akrich) comme un programme d'action inscrit dans le dispositif, incluant une certaine définition de l'utilisateur, de ses compétences, de ses actions, etc.

Michel de Certeau reconnaît donc la capacité des individus à l'autonomie et à la liberté. Son approche consiste à saisir les mécanismes par lesquels les individus manifestent leur autonomie et leur créativité par rapport aux usages « prescrits » par les industriels.

La question centrale que se pose Michel de Certeau, est de savoir ce que font les consommateurs avec les services et technologies qui leur sont proposés : « *Les 500.000 acheteurs d'Information-santé, les usagers du super-marché, les pratiquants de l'espace urbain, les consommateurs des récits et légendes journalistiques, que fabriquent-ils avec ce qu'ils « absorbent », reçoivent et paient ? Qu'est-ce qu'ils en font ?* »¹⁹

Selon de Certeau, les individus « ordinaires » montrent des capacités créatives ignorées par les industriels : par le biais de ruses, de bricolages

¹⁹ Certeau, Michel de. *L'invention du quotidien*. tome 1: *Arts de faire*. Paris, : Gallimard, 1990,p. 53

ou de détournements – qu’il réunira sous le terme de « *braconnage* » -, ils inventent des manières propres de faire, ils inventent de nouveaux usages et refusent d’autres imposés. L’acte de consommation ne se réduit donc pas à un processus passif dans lequel le consommateur-éponge « absorbe » des services et des produits technologiques proposés par les industriels, mais se transforme dans un processus actif de co-production symbolique où les consommateurs deviennent des sujets responsables et autonomes.

Dans le cas d’usage des plates-formes de partage des vidéos, plusieurs adolescents interrogés, ont cité comme activité première de leur connexion: « écouter de la musique ». « Je ne vais pas pour regarder des vidéos mais pour écouter de la musique ; on y trouve les derniers morceaux d’un groupe ou d’un chanteur. Même s’il n’y a pas la vidéo, je m’en fiche, ce qui m’intéresse c’est d’écouter de la musique avant tout » a répondu l’un des adolescents questionnés.

Il existe d’ailleurs, sur les plates-formes de partage, des pseudo-vidéos ; il s’agit de vidéos présentant en image fixe la jaquette du CD d’un groupe de musique ou d’un chanteur. La bande-son accompagnant cette image est l’une des chansons de ce groupe. Pour 2-3 minutes, cette image sert juste de support visuel; ce qui compte ici c’est la chanson que les intéressés peuvent ainsi écouter librement.

4 CONCLUSION ET PERSPECTIVES DE RECHERCHE.

Le but de notre recherche n’est pas d’établir une sorte de liste exhaustive des usages de la TV sur mobile en France, ni d’arriver à des vérités généralement valables. Cette présentation des résultats de notre enquête a eu comme objectif de rendre compte des multiples dimensions de l’usage de la Tv sur mobile et des sites de partage de vidéos. Cette enquête s’est efforcée de considérer l’usage de la télévision sur mobile (actuelle et future) comme objet de recherche, d’analyser son contexte d’émergence, de décrire

les usages effectifs et de rendre compte des évolutions et changements associés. En essayant d’anticiper, nous nous sommes projeté dans le futur proche de la TV mobile personnelle et de son futur mode de diffusion de type « broadcast ». La nouvelle norme DBV-H attendue pour l’été 2008 va permettre aux usagers de produire et diffuser leurs propres vidéos via le téléphone portable. En partant de cette perspective nous avons essayé de mettre ceci en liaison avec ce qui se passe déjà sur les plates-formes de partage de vidéos.

Cependant, il est nécessaire d’élargir notre réflexion sur les objets techniques. Gilbert Simondon, considère que l’objet technique, ne se définit pas par une structure donnée, ni par les usages auxquels on le destine. Pour Simondon l’usage est une catégorie « métastable », certains objets techniques connaissent une grande diversité des usages ou des formes qui peuvent convenir au même usage, et d’autres connaissent la hyperspécialisation ou la standardisation. Il nous semble intéressant d’utiliser certains concepts simondonniens afin d’élargir notre réflexion. Simondon considère que : « *c’est à partir des critères de la genèse que l’on peut définir l’individualité et la spécificité de l’objet technique* ». ²⁰ Or, l’objet technique étant « ce dont il y a genèse », celle-ci va dans le sens d’une concrétisation sans cesse accrue et selon Simondon c’est par cette concrétisation que l’objet technique peut se rattacher à la culture.

La genèse de l’objet technique étant en quelque sorte l’« essence » de l’objet technique, selon Simondon la forme de cette genèse est double ; c’est par **différenciation** et **surdétermination** que la convergence fonctionnelle propre à l’objet technique évolué va se réaliser. Ce double processus par différenciation et par surdétermination, fait en sorte qu’un « même élément structural remplit plusieurs fonctions. » ²¹. Le téléphone mobile de nos jours remplit justement plusieurs fonctions : il sert à appeler et recevoir des appels, à échanger des messages écrits

²⁰ Simondon, Gilbert. *Du mode d’existence des objets techniques*. Paris, Aubiers, 1969, p.20

²¹ Idem, p.31

(SMS), des images (MMS). Les téléphones de dernière génération remplissent un nombre encore plus important de fonctions « empruntés » à d'autres objets techniques : radio, MP3, appareil photo numérique, capteur vidéo, télévision, carte de paiement, etc.

Les concepts simondonniens de « concrétisation », de « réalité pré-individuelle » ou de « milieu associé » ouvrent, selon nous, les perspectives d'une meilleure compréhension des rapports entre les objets techniques actuels (dont le téléphone mobile) et les milieux « socio-géo-économiques » associés. Il serait fort intéressant d'« exploiter » certains de ces concepts dans des recherches futures.

BIBLIOGRAPHIE.

- D.A. Beaud, Stéphane et Weber Florence. Guide de l'enquête de terrain .Paris : La découverte, 2003
- Becker, Howard. Outsiders, étude de sociologie de la déviance. Paris : Editions Métailés, 1985
- Certeau (de), Michel. L'invention du quotidien. Tome 1: Arts de faire. Paris: Gallimard, 1990
- Chambat, Pierre. « Usages des TIC: évolution des problématiques ». Technologies de l'information et société, 6(3),1994, p. 249-270
- Chambat, Pierre. « Sociologie des usages et politique des TIC en Europe ». In R. Delmas, F. Massit-Folléa (Eds.), Vers la société de l'information. Savoirs, pratiques, médiations. Paris : Éditions Apogées,1995, p. 115-125.
- Glaserfeld, Ernst von. « Pourquoi le constructivisme doit-il être radical? ». In P. Jonnairt et D. Masciotra (eds.) Constructivisme, Choix contemporains, Hommage à Ernst von Glasersfeld,. Sainte-Foy, Québec : Presses de l'Université de Québec. 2004. Disponible en ligne :<<http://www.univie.ac.at/constructivism/EvG/papers/162.pdf>> (Dernière consultation : 10/02/08)
- Glaser, G.G.et Strauss, A.L. The discovery of grounded theory:strategies for qualitative research. Hawthorne, NY. : Aldine Publishing Company, 1967
- Gonord, Alban et Menrath, Joëlle. Mobile Attitude. Ce que les mobiles ont changé dans nos vies. Paris : Hachette Littératures, 2005.
- Jauréguiberry, Francis. Les branchés du portable. Paris : PUF, 2003
- Jouët, Josiane. « Usages et pratiques des nouveaux outils de communication ». In L. Sfez (Ed.), Dictionnaire critique de la communication. Paris : PUF, 1993
- Latour, Bruno. Nous n'avons jamais été modernes: Essai d'anthropologie symétrique. Paris : La Découverte, 1991
- Le Moëne, Christian. « Questions et hypothèses sur les approches constructivistes et les recherches en communications organisationnelles ». Dans Centre d'étude et de recherche sur l'information et la communication (Éd.) La place du constructivisme pour l'étude des communications. Actes du colloque de Béziers (p. 9-44). Montpellier : Éd. C2M2
- Millerand, Françoise. L'appropriation du courrier électronique en tant que technologie cognitive chez les enseignants chercheurs universitaires. Vers l'émergence d'une culture numérique ? Thèse présentée à la Faculté des arts et des sciences, Université de Montréal, 2003
- Missika, Jean-Louis. La Fin de la télévision. Paris : Seuil, 2006 (La République des idées)
- Pailé, Pierre. « L'analyse par théorisation ancrée ». In Cahiers de recherche sociologique, 23, 1994, p.147-181.
- Pires, A. P. « Échantillonnage et recherche qualitative : essai théorique et méthodologique ». In J. Poupard, J.-P. Deslauriers, L.-H. Groulx, A. Laperrière, R. Mayer, A. P. Pires (Eds.), La recherche qualitative. Enjeux épistémologiques et méthodologiques. Montréal : Gaëtan Morin Éditeur, 1997, p.113-169.
- Simondon, Gilbert. Du mode d'existence des objets techniques. Paris: Aubiers, 1969
- Stiegler, Bernard. Télécratie contre démocratie. Lettre ouverte aux représentants politiques. Paris : Flammarion, octobre 2006

LES BULLETINS RÉCENTS.

Année 2008.

1-2008. Mevel O., Abgrall P. Management de l'information dans l'organisation. Une approche nouvelle de la veille informationnelle fondée sur le captage et le traitement des signaux faibles.

Année 2007.

15-2007. Jullien N., Trémembert J. Les TIC dans les TPE : un investissement sous contraintes économiques et personnelles.

14-2007. Jullien N. Développer du logiciel libre, une activité marchande !

13-2007. Ruellan D. Penser le « journalisme citoyen »

- 12-2007. Jullien N. Participer à des développements libres, embaucher des développeurs : une stratégie commerciale ?
- 11-2007. Deltour F., Sargis-Roussel C., How does knowledge integration occur during Information Systems projects. An empirical investigation of the influence of social capital.
- 10-2007. Cariou C., Lethiais V. Proximity, technology and mode of diffusion as determinants of knowledge flows.
- 9-2007. Cariou C. Les relations créatives des entreprises entre proximités et technologies : un état de l'art.
- 8-2007. Colombier N., Martin L., Pénard T. Les salariés sont-ils réellement satisfaits des TIC ?
- 7-2007. Tiemtoré W. Z. Les TIC dans l'éducation en Afrique sub-saharienne : espoir fondé de développement ou émergence d'une nouvelle utopie ?
- 6-2007. Plantard P. TICE et nouvelles formations professionnelles à l'université : approches anthropologiques.
- 5-2007. Bouder C., Charlier J.-M., Leray Y., Mével O. Enjeux et perspectives de la logistique des retours appliquée à la grande distribution : l'exemple des D3E.
- 4-2007. Le Goff M., Lethiais V. TIC, besoins de coordination et d'information et proximité géographique : une analyse sur des données bretonnes.
- 3-2007. Tréménbert J., Jullien N. L'évaluation du rapport des TPE de l'artisanat aux TIC. Le cas de la Bretagne.

Responsables de l'édition : Godefroy Dang Nguyen, Nicolas Jullien.

Contact : Nicolas Jullien

M@rsouin
GET - ENST Bretagne
CS 83818, 29238 Brest CEDEX 3

Marsouin@infini.fr
(0)229 001 245

