

CHABERT Ghislaine
VEYRAT Marc
IAE Savoie Mont Blanc, Université de Savoie
4, Chemin de Bellevue / BP 80439
74944 Annecy le Vieux CEDEX
ghislaine.chabert@univ-savoie.fr
marc.veyrat@univ-savoie.fr

eMOTION

[Pour une identité i-Mobile]



CHABERT Ghislaine
VEYRAT Marc
Pôle Image & Information / laboratoire IREGÉ

[Résumé] **1000 signes environ**

Entre Sciences de la Communication et Sciences de l'Art nous proposons dans cette communication un regard interdisciplinaire et croisé sur l'*objet nomade*, associé à nos mobilités, que nous offre le téléphone portable, entre tablette d'écriture et objet de transfert de données textuelles,

sonores et visuelles. En plus de ces particularités techniques, comment s'accorder pour définir cet objet scientifique ? Pour y répondre, les usages privilégiés, revisités ou engendrés par les formes de communication *i-Mobile* sont identifiés. Les mises en scènes et expressivités de soi qui y sont affiliées et les chorégraphies spatiales orchestrées dans ces rituels de la mobilité sont tour à tour discutées.

Les entrées par le *sensoriel*, par *l'imprégnation aux images* et par la question d'un *identitaire bousculé par ces déplacements* entre espace virtuel et réel sur lesquelles convergent les deux auteurs, sont particulièrement observées dans la réflexion critique et la trajectoire de recherche issue de leur échange.

Mots clefs : sensoriel – mobilité – émotion – gri-gri

SOMMAIRE (automatique, pour le réaliser faire : « insertion »-
« références »-« tables et index » - « tables des matières »)

“Je prévois aujourd’hui, pour l’avenir, que la réelle manière de visiter l’espace, plus loin, infiniment plus loin que notre univers solaire et autre univers, sera non pas des fusées, rockets, ou des spoutniks, mais par imprégnation”.

Yves Klein,

Le dépassement de la problématique de l’art et autres écrits,
École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, Paris, 2003, p. 384

1. Introduction

1959 : Yves Klein fait imprimer un chéquier de reçus qui seront délivrés à tout acquéreur volontaire d’un *volume* ou d’une *zone de sensibilité picturale immatérielle*, contre vingt grammes d’or. Mais le montant en or change selon la série, l’acquéreur doit brûler son reçu et jeter la moitié de cet or dans la mer, dans une rivière ou dans un endroit quelconque dans la nature, où cet or ne puisse être récupéré par personne, en présence d’un directeur de musée, d’un marchand d’art connu ou d’un critique et deux témoins. Si la question de *l’immatériel* est au centre de l’œuvre de Yves Klein, alors pourquoi insister autant sur la notion *d’imprégnation* ? Ce mot, si l’on se réfère au *dictionnaire historique de la langue française* (écrit sous la direction d’Alain Rey, 2004) est emprunté “au dérivé latin *impraegnatio*, action de concevoir. [...] Il est employé (fin XVe siècle) pour *fécondation*”¹ puis il désigne “la pénétration d’une substance dans une autre et la pénétration d’un fluide dans un corps quelconque”². Alors pourquoi de *l’immatériel* revenir *au corps*, à une chair *sens/cible* ? Bien évidemment Yves Klein ne pouvait tout prévoir et certainement pas le succès inconditionnel du téléphone portable, puis désormais de cet objet hybride, entre ordinateur et téléphone que nous nommons le Smartphone.

¹ / ² Alain Rey (sous la direction de), *Le Robert, dictionnaire historique de la langue française*, Paris, réimpression mise à jour, 2004, tome 2, p.1797.

Ainsi, avec cet *objet magique* qui délibérément nous ouvre un espace insondable et infini, la grande question serait celle du corps, le NOTRE. Comment chacun réagit-il devant ce talisman, ce “gri-gri” (Chabert et Veyrat, 2012 : 96) apparemment indispensable, qui possède non seulement une technologie incroyable, capable d'enregistrer, de restituer ou de transmettre une combinaison multimédia de textes, de sons, d'images fixes et de vidéos, mais qui nous offre aussi la possibilité de naviguer de manière tactile et intuitive entre information et jeu, entre espace public et privé ?

Entre Sciences de la Communication et Sciences de l'Art nous proposons dans cette communication un regard interdisciplinaire et croisé sur cet *objet nomade*, confronté aux déplacements que nous offre l'écran de nos téléphones portables, entre tablette d'écriture et objet de transfert de données sonores et visuelles. Car comment définir cet objet scientifique ? Quels usages sont privilégiés, revisités ou engendrés par ces formes de communication *i-Mobile*, c'est-à-dire liées à un *Je sujet* continuellement sollicité et omniprésent dans ce processus d'échanges d'informations ? Quels sont les ancrages aux pratiques rituelles et corporelles qui les ont précédées ? Quelles mises en spectacle et représentations de soi y sont associées ? Les entrées par le sensoriel, par *l'imprégnation aux images* et la question d'un *identitaire bousculé par ses propres déplacements* dans/entre espace virtuel et réel, seront particulièrement observées dans la réflexion et la trajectoire de recherche issue de cet échange.

2. Prothèse *sens/cible*

2.1. L'objet multisensoriel

Quelles modalités d'immersion dans les images ? Quels rôles joués par l'expérience de tous les sens pris dans leur globalité et dans leurs interactivités (le toucher ou l'effleurement, le visuel contre le regard, le sonore et l'ambiance, le bougé sur le flou, etc...) dans la mobilité ? Quels liens avec l'environnement ? La volonté pour le chercheur à identifier les sensorialités et spatialités du mobile permettant d'entrer dans l'objet, de s'en *imprégner* ou de circuler autour, oblige à inventer en matière de méthodologies et à penser une approche multimodale (Norris, 2004). Naturellement, l'approche anthropologique de la communication (Winkin, 1996) et des usages est convoquée pour cette expression mais

elle se double de celle du corporel (Andrieu 2011, Le Breton 2006, Martin Juchat 2008), d'une ethnographie sensorielle des pratiques (Pink, 2009) et du sensible, approche communicationnelle résolument inter-sciences (Miège, 1989). Les *corps émus* dans la mobilité sont au cœur de *l'intercompréhension et de la construction du sens* et du vécu social de l'écran car les émotions sont avant tout des *phénomènes sociaux* (Martin Juchat, 2008) et par là même identitaires. Les méthodes visuelles issues du courant anglo-saxon des *Visual Studies* (Pink, 2007) permettent notamment d'identifier les parcours des utilisateurs, ces perpétuelles mises en réseau et en mouvement, les sensorialités et les émotions communiquées dans les lieux de la mobilité et des écrans (curiosité, expérience esthétique, expérience ludique, distraction, immersion...).

Le portable est porté avec soi voire *tout contre soi* -dans le creux de la main, dans la poche-. Il est toujours allumé puisqu'on ne l'éteint plus. Il sera parfois mis sous silence pour faire taire l'objet mais viendra vibrer sur les tables où les poches dans lesquelles il est installé. "*L'objet habite et habille l'espace de tous ses 'sens'*" (Chabert et Veyrat 2012), devenant un objet multisensoriel, interface - pour celui qui le manipule. Ces stimulations sensorielles sont diverses et interconnectées les unes aux autres, multi/médias incarnant parfaitement la possibilité de *faire et sentir plusieurs choses à la fois*. D'abord sonores, ses fonctionnalités permettent d'*écouter, de parler* et de *dialoguer* du fait de la spécificité inhérente à la fonction téléphone. Il n'est d'ailleurs pas très étonnant que cette spécificité audio propre au téléphone fasse aujourd'hui du mobile un des supports les plus adaptés à l'écoute de la radio dans la mobilité³. L'objet permet aussi de *lire* et d'*écrire* à travers l'usage dominant du texto et du SMS mais aussi de la lecture d'informations via la consultation des mails ou de sites Internet ergonomiquement adaptés à une lecture en mobilité. L'intérêt pour les journaux numériques figure d'ailleurs parmi les pratiques qui dominent sur support tactile pour les lecteurs français. Il suscite ainsi par une relecture ritualisée des SMS (et nous devrions ajouter souvent désormais associés à des sons et des images) l'histoire des nos relations, la présence de l'autre parfois même érotisée (Martin, 2007). Le portable permet également de *voir* et de *regarder* d'abord un écran pour y chercher l'indice de cette présence de l'autre à travers ses appels, ses messages, ses silences. Il est aussi un objet de vision servant à s'éclairer dans le noir, à *filmer* et *photographier*

³ Environ 1 Français sur 4 écoute la radio sur son téléphone portable d'après Médiamétrie, enquête Catch Up radio, 2010

ce qui nous entoure, à visualiser des cartes, lire des images, regarder la télévision... Le téléphone mobile change également le mode de distribution et de stockage de l'image. Incrustée dans l'écran (l'écran avec l'iPhone par exemple occupe la presque totalité d'une des surfaces du téléphone mobile), elle s'affirme en interface ondulant entre la métaphore de la fenêtre et de la surface selon la posture spectatorielle qu'elle sollicite. En vision frontale, le spectateur se trouve face à un mur sur lequel est projeté l'image qu'il '*touche avec les yeux*' (en référence au célèbre mythe de la Caverne⁴) et dans laquelle il entre alors qu'en vision 'en plongée', il regarde une surface visuelle, support *manipulable*, à portée de sa main dans laquelle il plonge et s'immerge. La fenêtre écran symbolise l'évasion et exprime le mystère d'une alchimie consistant à vivre un lieu où l'on n'est pas physiquement mais que l'on voit et perçoit sensoriellement. La surface écran prédispose au toucher et à sa manipulation.

Ce panorama des sens liés à l'objet portable serait incomplet sans l'étude de la relation tactile qui se développe aujourd'hui à travers l'écran et au rôle du *toucher* inhérent aussi à l'objet. Ce toucher allant de la vibration de l'objet contre ce Moi-Peau (Anzieu, 1995) qui me rend *sens/cible* au Monde ou plus simplement du toucher d'écran : ce doigt, cette empreinte fragile, *in/visible* (c'est-à-dire *postée au seuil du visible*), laissée pour parcourir les diverses informations. Ici les images *re-présentées* (elles ne sont pas nécessairement de la même qualité que leur version numérique conservées sur un site ou un autre téléphone émetteur) sont des *images nomades* qui peuvent être vues, touchées et *ME* toucher. Reçue quelquefois simultanément sur différents supports mobiles (sur des Smartphones ou des tablettes tactiles par exemple à travers iCloud⁵) en tous lieux et tous moments, l'information qui circule de l'un à l'autre de ses supports numériques, qui se 'synchronisent', devient de la sorte hybride. *Je touche l'objet, je le frôle, je le nettoie, je le caresse* (Chabert et Veyrat, 2012 : 97)... Je peux le sentir. A TRAVERS cette communication multimodale s'extériorisent ainsi différentes typologies d'émotions. Pour prendre comme exemple le SMS, il est évident que cet

⁴ Dans ce mythe explicité par le philosophe Platon dans *La République*, des prisonniers, pieds et poings liés dans une grotte, sont condamnés à être spectateurs des ombres de leurs propres corps ou de celles d'objets projetés sur la paroi qui les entourent. Ombres qu'ils prennent pour réelles. Il symbolise toute une habitude de visionnement des images dans lesquelles les hommes prennent l'habitude de se réfugier.

⁵ "iCloud stocke vos musiques, photos, documents et autres, et les pousse sans fil vers tous vos appareils. Automatique, sans effort et transparent. Ça fonctionne, tout simplement", consulté le 5 mai 2012 sur, <http://www.apple.com/fr/icloud/what-is.html>

OVMi (Objet Véhicule du Matériel information) “*n’est pas désincarné mais réinjecte la notion de corps par l’émotion (...). Le portable objet personnel et personnalisé fonctionne telle une extension corporelle et devient un véritable objet incorporé*” (Martin, 2007 : 108). Nous sommes ainsi de fait, *pro-jetés* avec lui dans une *réalité associée*, dans nos déplacements et dans une interdépendance face à la *prise en compte de l’espace*. Notre corporéité (consciente ou non) est *augmentée* de ses potentialités.

2.2. Le mobile, une prothèse ?

L’individu se confond de plus en plus avec son mobile, l’individu mobile deviendrait même pour certains un *média* (Marzloff 2009). Les claviers, caméras, enceintes autrefois périphériques des écrans font aujourd’hui corps avec le mobile qui de plus en plus intègre ces différentes potentialités techniques et devient véritablement multimédia. La thèse de certains médiologues selon laquelle les techniques prolongeraient les sens humains, un peu de leur ‘chaleur’ ou ‘froideur’, n’est pas nouvelle (Mac Luhan, 1964). Comme dans le célèbre mythe de Narcisse l’homme serait, par nature anthropologique, fasciné par des extensions de lui-même. Cependant, ce qu’interroge le mobile est la question fondamentale d’une construction de l’individu - d’un sujet Je – *par* et *dans* le social, au moyen de *l’information* et du *culturel* incorporé dans l’objet : “*dans l’imagination occidentale l’écran dynamique est donc un révélateur des propriétés cognitives de la représentation tout comme de la société. Il se développe comme une prothèse, extensive et intrusive*” (Frau Meigs, 2011 : 81).

Dès que nous avons commencé à développer le projet ©box en 2006/2007 (Veyrat 2011) - conçu à l’origine par l’artiste Carole Brandon⁶ - l’idée était de développer une *prothèse numérique*, sorte de *membrane* (Rieder, 2008) quelque part *greffée comme un cocon de SOI* autour du corps du spectateur. La ©box, de taille modeste (1,00 x 1,00 x 2,50 m), démontable et transportable, peut être exposée dans n’importe

⁶ “©box est un site de diffusion et de promotion d’œuvres contemporaines créées et / ou gérées par ordinateur, qui interrogent l’image en mouvement. Dans ce registre, on peut entendre toute œuvre créée et diffusée sur Internet, les œuvres vidéographiques, photographiques, sonores, générées et retravaillées par ordinateur. Nous les appellerons dans leur ensemble *œuvres électroniques*”. <http://www.carolebrandon.com/> + premier site historique du projet ©box, encore en ligne <http://carol.brandon.free.fr/> remplacé actuellement par <http://www.cbox-office.com/>

quel lieu. Le spectateur, plongé volontairement dans un processus de mutation rhizomique rentre et s'assoit dans une capsule semblable au téléporteur⁷ de Star Trek. Devant lui un écran d'ordinateur relié à Internet lui propose un ensemble d'œuvres numériques.

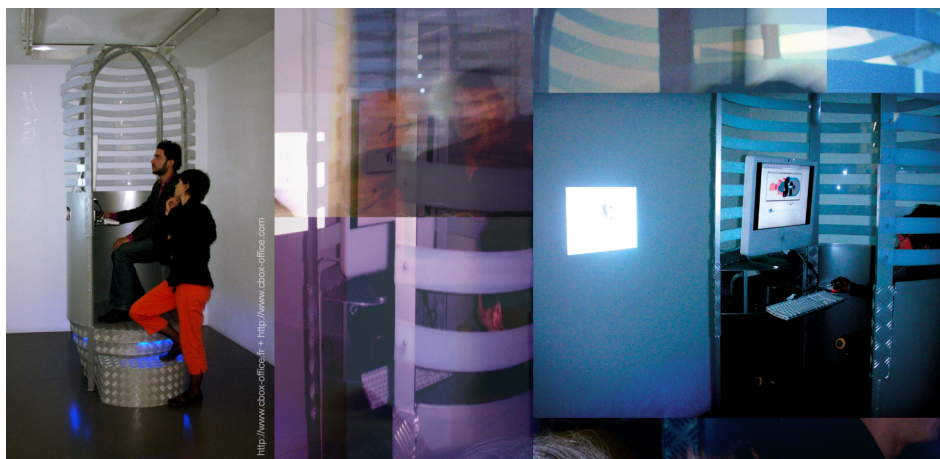


Figure 1 : ©box, galerie *Le Bleu du Ciel*, Décembre 2007

Sous licence Creative Commons⁸, chaque œuvre est téléchargeable et la plupart sont créées spécifiquement pour ce projet. Le parcours *réélise* une temporalité du réel dans lequel le spectateur se trouve par une immersion dans le virtuel, c'est-à-dire le trajet interactif choisi par le spectateur à

⁷ “Le téléporteur est probablement le gadget technologique le plus emblématique de l'univers de fiction de Star Trek. En effet, c'est la seule série à avoir fait de la téléportation un moyen de transport courant. En théorie, le téléporteur scanne un objet et enregistre sa structure dans une *mémoire tampon*, le désassemble en particules élémentaires, fait transiter ces particules le long d'un rayon d'énergie jusqu'à un endroit défini et les y rematérialise selon le schéma enregistré dans sa mémoire tampon. Les téléporteurs ont une portée limitée, et ne peuvent passer au travers d'un bouclier, même lorsque l'on en possède la fréquence. Une téléportation s'effectue normalement depuis une plate-forme de téléportation vers une position donnée, ou depuis une position donnée vers une plate-forme de téléportation. Une téléportation site-à-site s'effectue depuis une position jusqu'à une autre position sans rematérialisation intermédiaire sur une plate-forme de téléportation. Cette manœuvre est coûteuse en énergie et n'est donc utilisée qu'en de rares occasions. Il est intéressant de noter que cette technologie, qui est devenue l'emblème de la série, ne doit son existence qu'à une question de budget : la série n'avait pas les moyens de financer l'effet spécial consistant à faire atterrir puis redécoller une navette à chaque épisode. L'idée du téléporteur qui, du point de vue des effets spéciaux, n'est qu'un simple collage, est donc née. Mais comme souvent dans Star Trek, quand une bonne idée est lancée, elle est largement exploitée. Ainsi, ce qui n'était au début qu'un simple raccourci budgétaire est rapidement devenu le centre de plusieurs épisodes : accidents de téléporteurs qui dédoublent un personnage, ou qui l'envoient dans un univers parallèle, etc”. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Téléporteur>

⁸ <http://creativecommons.fr/>

l'intérieur de chaque œuvre et entre les œuvres. Mais, puisque ce qu'il désire découvrir sur son écran à l'intérieur de la ©box est simultanément vidéo-projeté en grand écran sur un mur adjacent, *ce corps que nous voyons*, associé à ce qu'il produit dans la ©box se retrouve confronté à la projection, *au processus anthropologique de ce parcours* (dans tout ses mouvements et ses arrêts, ses hésitations ou ses repentirs...) *qui NOUS regarde*. Comme Narcisse, tout spectateur qui s'attache à ce *dispositif interMade* risque d'être séduit par sa propre image sur le mur, non pas cette fois avec *l'image de lui-même*, mais finalement par *l'image de son propre corps parlant pour lui-même*. Car c'est bien ici la séparation qui fait office de lien. *L'inter-Made*, que nous pourrions peut-être traduire par *l'inter>fait* (l'interstice Deleuzien) entre tous les spectateurs et le spect-acteur (Weissberg, 1999) du dispositif placé dans la ©box devant la projection sur le mur, fabrique *l'ensemble des connexions signifiantes*. Notons ici que de récents développements en téléphonie mobile portent précisément sur cette possibilité de vidéo-projeter sur une des surfaces planes de l'environnement (horizontales ou verticales) l'image holographique de l'écran de son mobile assurant ainsi une sorte de 'présence augmentée'.

Bien sûr la question d'échelle entre la ©box et un téléphone portable est importante. On pourrait croire que ce sont deux systèmes d'information différents, pourtant dans les deux cas *l'écran dynamise, rend intelligible, sensibilise l'espace* dans lequel se trouve l'acteur de ce réseau comme le spectateur, et ceci par le biais du *virtuel*. City Fireflies imaginé par Victor Diaz et Serge Galan est un jeu vidéo qui se pratique la nuit devant la façade du Médialab Prado à Madrid. Les joueurs se déplaçant autour du mur avec leur Smartphone s'éliminent entre eux en s'éjectant hors de l'écran. "Le téléphone est un peu le prolongement du bras des joueurs. Une sorte de console Wii en terrain ouvert. Pour se retrouver sur l'écran rien de plus simple, leur présence est signalée par la lumière de l'écran de leur Smartphone qui se projette sur le mur via une connexion. Aucune application n'est à installer. La rétroaction visuelle instantanée est claire : le téléphone devient votre outil pour la capture et l'élimination des avatars numériques à l'écran"⁹. Avec cette véritable œuvre d'art publique numérique le spectateur est *stimulé* par un dispositif virtuel interconnecté à son propre corps, qui l'entraîne dans un espace de *réalité augmentée*.

⁹ Consulté sur les sites web http://cityfireflies.com/index_en.html et http://www.gentside.com/insolite/ils-participent-a-un-jeu-video-projete-sur-le-mur-d-039-un-immeuble_art32765.html

Cette opération de contamination entre deux espaces *remet en jeu* son identité 'historique' : avec le téléphone mobile ou dans la ©box, *Je se* découvre en Autre.

3. Identités numériques

Le mobile est un miroir de soi... Au sens propre comme au sens figuré. Désormais les nouvelles générations de Smartphones¹⁰ avec écrans haute technologie permettent un détournement de l'objet (De Certeau, 1980) notamment de la surface en verre de l'écran pour l'utiliser comme miroir, surface réfléchissante d'un visage Narcisse, d'un corps reflété. D'autres usages aujourd'hui bien stabilisés ont préalablement dévié l'objet de ces orientations initiales. L'appareil photo est par exemple souvent utilisé pour scanner des documents. L'ancien briquet allumé durant un concert a été remplacé par l'écran allumé du téléphone portable (figure 2). Certains chercheurs en sciences sociales utilisent aujourd'hui aussi leur téléphone comme enregistreur de données de terrain saisies dans la mobilité (films, photos, interviews, notes d'observation, etc...). La figure 2 ci-dessous en est une illustration.

Le téléphone mobile est reflet d'identités. Il est fortement impliquant, *imprégnant* pour l'utilisateur qui s'y engage par ses cinq sens non isolés. Des recherches ont montré que les objets n'avaient pas seulement une fonctionnalité technique mais signifiaient par un processus plus symbolique des informations concernant le statut social de leur porteur. Jean Baudrillard a par exemple été un des premiers à exposer cette fonctionnalité signe des objets y compris voire a fortiori d'objets de communication. Le pouvoir de l'image consiste par conséquent à entretenir les mythes. Dès que les objets, les décors, les vêtements, les accessoires sont représentés, ils perdent leur statut d'objet réel pour fonctionner comme des signes communicants à destination d'un imaginaire. L'accroche publicitaire galvaudée par la marque Apple "*si vous n'avez pas un iPhone, nous n'avez pas un iPhone*" repose exactement sur les ressorts de ce processus identitaire.

¹⁰ Un utilisateur de mobile sur 4 possède aujourd'hui un Smartphone et l'iPhone est le plus répandu en 2010 (Mobile Consumer Insight, Médiamétrie, 2010).

Chacun est libre d'utiliser son téléphone mobile comme bon lui semble mais l'usage des individus est souvent révélateur de certains traits de personnalité. Les utilisateurs n'hésitent pas en effet à "*rendre visible à tous des traits de leur identité dont on supposait qu'ils auraient préféré en réserver la publicité à un cercle fermé de proches*" (Cardon, 2008). Historiquement objet protecteur, témoignant de certaines angoisses anthropologiques telles que la peur de l'abandon, de l'isolement de l'autre, de la perte de contact et de socialisation, il accentuerait, comme Internet, le désir de branchement permanent entre les hommes et une manière de se positionner face à l'absence et peut-être la perte de l'autre. Aujourd'hui on s'envoie un texto pour dire que l'on est en attente d'un signe de l'autre et laisser une trace de soi à travers l'autre. Il est un objet rassurant et paradoxalement aussi anxiogène, devenu indispensable pour son porteur à tel point qu'il fait demi-tour pour aller le chercher en cas d'oubli, qu'il va vérifier mille fois sa joignabilité en cas d'appel important, qu'il préférera feindre d'entendre certains messages de prévention...

Le mobile est profilé comme un outil identitaire : miroir de soi dans les pratiques de personnalisation (sons, fonds d'écrans) et de productions (albums photos, musiques, projets) ; mais aussi de mise en scène et d'expressivité par un procédé de *simulation de soi* (Cardon, 2008 : 101), indices d'une *trans-apparence* (Virilio, 1989) recherchée : "*elle transforme peu à peu les objets véritables pour en faire une sorte de fond sur lequel se détacherait une autre désignation de sens*" (idem : 43).

De nombreuses attitudes rituelles et corporelles liées à l'usage du téléphone dans un lieu public peuvent être observées notamment le fait que les personnes téléphonant se mettent à bouger et à marcher, décrochant des regards alentour. L'objet est d'ailleurs parfois utilisé comme paravent de l'interaction avec autrui, processus d'évitement de l'autre à qui je manifeste mon indisponibilité lorsque je suis en train de téléphoner ou que je simule de téléphoner ou de consulter un message, à qui je refuse de répondre lorsque son numéro s'affiche... Il peut aussi être un objet donnant lieu à des scénarisations domestiques diverses et variées : le portable sous la douche, au bar, dans la piscine, dans la voiture, sur la plage, le portable à qui je m'adresse comme aide-mémoire et dans lequel je glisse des messages personnels vocaux ou textuels. Nouveau post-it permettant de stocker des codes secrets, des liens entre correspondants... Objets d'attachement, dernières générations d'"androids", ce sont des machines qui nous accompagnent, nous suivent et nous ressemblent, avatars de langage aux compétences

conversationnelles de plus en plus développées. Le mobile produit un effet sur le social également en tant qu'objet de discours. On en parle énormément lui prêtant des caractéristiques aussi contradictoires que polémiques. Des fonctions identitaires et affectives sont en jeu avec le téléphone portable car on "s'entend" plus ou moins bien avec son mobile. On lui en veut de ne pas sonner ou au contraire de sonner de façon impromptue, de manifester exagérément notre présence aux autres nous faisant parfois 'perdre la face' (Goffman, 1974).

L'utilisateur peut personnaliser l'objet à sa convenance (fonds d'écran personnels, sonneries préférées affiliées à des interlocuteurs, design et couleur choisis, motifs et textures de la coque,...). Il "*substitue à notre regard un monde qui s'accorde à nos désirs*"¹¹, qui simule et stimule nos projections identitaires. Les publics ajoutent et téléchargent des applications de personnalisation gratuites. Ils choisissent les outils qu'ils installent. Ils produisent des images, des sons, des musiques leur appartenant et les 'signifiant'. Plusieurs études mettent l'accent sur cette explosion de pratiques d'autoproduction de contenus (Donnat, 2009, Pink 2009). Le mobile permet par exemple la captation puis la monstration d'un événement situé dans l'environnement (figure 2).



Figure 2 : Concert, juin 2011

Au delà de la monstration utilitaire à distance (montrer les détails d'objets que l'on compte acquérir, de nouveaux produits dans les entreprises, les lieux que l'on traverse, les événements en cours...

¹¹ Jean Luc Godard, "Le cinéma, disait André Bazin, substitue à notre regard un monde qui s'accorde à notre désir, *le Mépris* est l'histoire de ce monde", Générique du film *le Mépris*, 1963.

comme autant d'événements reportés), la démarche d'autoproduction d'images, de sons est relativement proche de celle de l'anthropologue visuel produisant des films documents restituant l'ambiance, l'événement et proposant un regard sur un lieu. Le filmeur peut à son tour être vu par les autres dans cet environnement. Les Autres peuvent alors également jouer un rôle important de médiation (Chabert et Bouillot, 2010).

Le téléphone mobile devient de la sorte l'emblème d'une société devenue extrêmement expressive, expression de l'individu dans ses pratiques numériques mais aussi *imprégnation* de ses identités de réseau qui ont la propriété d'être partagées avec un collectif. Le mobile miroir de soi est aussi miroir du social, révélateur d'une certaine culture contemporaine (Carey, 2004), de la construction d'histoires et d'identités. Avec ce petit objet, lové, posté tout contre Moi, nécessairement tabou pour l'Autre mais pourtant destiné ainsi à rester à portée de la main, *Je* sujet 'à l'écoute' s'invente en (auto)projection sur le monde. Il se distribue, s'échange, s'éparpille, se multiplie... Il s'identifie à travers la fabrique d'un répertoire, une *tribu* associée à une collection. Véhicule de nouvelles façons de bouger, de se déplacer, si le téléphone mobile est l'emblème des générations actuelles il révèle aussi dans cette culture contemporaine des rites plus anciens en matière de relations individuelles et collectives aux images et aux écrans. Il réinvente de "*nouveaux habits pour de vieilles cérémonies*" (Moatti 2007). Les recherches en sciences sociales ont maintes fois démontré par le passé que les usages et les identités se construisaient dans la filiation aux pratiques qui les précédaient (Certeau 1980, Frau Meigs 2011, Moatti 2007, Turkle 1997). Le mobile n'émane pas de rien. Objet de vision et de présence, il est profondément enraciné dans les rituels culturels et corporels de la communication, de l'interaction à distance et des expressions visuelles qui lui ont préexisté. Ainsi en est-il par exemple des tablettes numériques qui rejouent dans le geste tactile le feuilletage des pages d'un livre, de la visiophonie qui s'ancre sur des modes de mise en images picturaux, de l'envoi de SMS qui réinvente le mode direct d'une communication textuelle 'télégraphique', de l'écoute de musique podcastée se réappropriant l'usage d'une playlist radio, du visionnement d'un film associée à une posture spectatorielle. Les formats de l'écran évoquent le mode paysage et portrait en référence à des genres picturaux, ancêtres des formes visuelles et spectatorielles actuelles (Manovich, 1995)... La liste pourrait être longue. Les usages identitaires se construisent dans la relation aux contextes qui les entourent (réseaux professionnels, sociaux,

culturels) mais aussi dans la parenté aux pratiques des médias qui les encadrent.

4. Tribal poursuite

4.1. La présence fétichée

Le mobile est un objet fétiche... Il est un écran de la présence. Il simule et signe cette présence ou absence de l'autre par de nombreuses manifestations écraniques, SMS amoureux conservés et venant inscrire la présence de l'autre, messages textuels ou sonores manifestant les appels ou les absences d'appels, album photos tels des traces, des indices des autres, d'un "*ça a été*" des relations et des personnes (Barthes, 1980). La reconnaissance émane de tous ces signaux. L'usage du mobile dans l'interaction de téléprésence est ontologique. Ses pratiques dites de visiophonie ou vidéocommunication (applications désormais disponibles sur la plupart des marques de Smartphones) se stabilisent autour d'un cadre-écran que certains qualifient de "*têtes parlantes*" (Morel et Licoppe, 2009), autoportraits non conventionnels, souvent décadrés et aux regards flottants -en rapport aux codes du portrait- dont seule la présence phatique et indicielle est relevée (Chabert et Ibanez Bueno, 2006). L'Autre, celui à l'extérieur du lieu, s'y manifeste aussi par la matérialité même de l'objet téléphone portable qui devient tête-totem. Cette *totemkopft*, véritable *tête coupée embarquée*, qui rappelle toute l'importance du rôle joué par la vanité en peinture, signe ici un rituel d'échange ou de communication. Tenue en main, elle EST co-présence équipée (Denis et Licoppe, 2005). "*De nombreuses cultures ont attribué à la tête humaine un symbolisme guerrier. Des coupeurs de têtes de Bornéo au scalp des Indiens d'Amérique du Nord, en passant par la guillotine des révolutionnaires français, tous les continents ont connu des civilisations fascinées par cet acte violent jusqu'à l'institutionnaliser*"¹². D'ailleurs les indiens Jivaros, de terribles réducteurs de têtes qui avaient porté cette fascination à l'extrême, nous montrent que c'est *l'objet*

¹² Arte, THEMA, *Vous avez dit sauvage ?*, 12 février 2006, 20h45. Par ailleurs dans ce rite, "Les paupières sont cousues pour que le mort ne puisse voir ce qui l'entoure, la peau racornie est teinte en noir afin que l'esprit du mort soit à jamais plongé dans l'obscurité. [...]Le tsantsa est enveloppé dans une toile puis conservé et le guerrier ne ressort la tête que pour la porter autour du cou lors des fêtes". Il faut noter ici toute l'importance de la vision pour que la magie opère : chez cet Autre défunt elle doit lui être ôtée ; alors qu'elle est associée pour le guerrier qui possède celle-ci à un événement.

porteur de l'Autre (ou de l'âme) qui fait sens. C'est avec, par, à travers cet objet, que *Je se voit communiquer* et prend ainsi *pleinement conscience* de l'expérience communicante. Il peut vérifier son image projetée. Les visages de face sont orientées vers l'écran, sont vues dans leur totalité mais les regards ne parviennent pas à se fixer. Ils héritent dans cette frontalité du mode d'interaction de face à face, sorte d'écologie "œil à œil" (Goffman, 1974) mais s'accompagnent d'immobilisme et de conditions sonores souvent contraintes en mobilité. Ici, avec le téléphone portable nous sommes apparemment dans une configuration de l'esprit - *chez notre voyeur, chasseur et collectionneur de tête* - légèrement différente de celle que nous pourrions imaginer avec l'ordinateur. Alors que l'ordinateur, à travers sa *caméra embarquée*, reproduit systématiquement la tête (dé)coupée de l'Autre (la figure d'un hypothétique Saint Jean-Baptiste) ; le mythe de la tête totem est déporté par l'intermédiaire de l'objet téléphone.

Le téléphone portable devient ainsi *totemkopft sens/cible*. Il s'impose dans un instant donné non pas seulement par le temps de communication mais par la présence *in/visible* de cet Autre toujours possible car dans le répertoire *in/porté* sur Moi - ou *@-porté* de Moi - que *Je touche du doigt*. Avec la poche, la main, le téléphone portable devient le lieu physique de cette collection embarquée. D'ailleurs, curieusement l'image logo de Nokia lorsque le téléphone portable est connecté au réseau, reproduit (exorcise ?) d'une manière adoucie la pression i matériel (*iM-pressure*) de cette présence surnaturelle. L'Autre reste présent par l'intermédiaire de l'image d'un enfant, qui (re)produit un Moi en miniature. Le rituel de la tête coupée est reproduit par le biais du téléphone portable. La tête (qui peut rester ainsi virtuelle) est symptomatiquement montrée du doigt par un autre doigt. Délicatement manipulée, effleurée, celle-ci nous indique le temps de la traversée, les liens qui nous unissent à l'*@-tribu du verbe être*. Un *entre/monde* est là qui s'annonce dans notre poche ; comme avec la tête réduite, l'intermédiaire se (re)présente.

4.2. L'identité « frontière »

Le téléphone mobile accentue la porosité des frontières entre espace privé et espace public introduisant l'un dans l'autre et vice-versa et bouleversant les rapports aux espaces et aux temps. L'image et son usage à travers la mobilité est un transport dans l'espace et aussi un transport dans le temps. Les représentations associées au portable sont par nature

spatio-temporalisées et les manifestations de soi s'inscrivent dans une temporalité de l'instant. Si « *le lieu fait lien* » (Brochot et de la Soudière, 2010 : 6), « *il dit l'endroit voire le point très précis, ici et pas ailleurs, pas même à côté, où s'effectue l'acte, se développe une ambiance (...) Ephémère. A consommer sur place* » (idem : 10). L'écran révèle le temps à la manière d'un film de Léone où la durée prend tout son sens favorisant par la dilatation, 'l'arrêt sur image en mouvement', l'immersion des spectateurs dans les images et leur identification¹³. Le portable tout comme le cinéma permet au public de se mettre en scène, d'incorporer les rituels sociaux et, dans un processus doublement immersif et réflexif, de se voir et s'écouter soi-même communiquer avec les autres en différents lieux théâtralisés.

De nombreux auteurs traitent du mobile sous les traits de sa spatialité (Augé 2010, Chabert 2012, Frémont 2010) et considèrent qu'avec la mobilité d'autres formes de relations aux lieux se créent : « *plus fréquentés, plus familiers aussi mais plus anonymes et plus solitaires ... Ainsi les avions, les compartiments de train, les voitures individuelles, nouvelles formes de « chez soi », vecteurs de la mobilité* » (Frémont, 2010 : 167). Lieux flottants, de transition ou de passage, 'temps morts' qu'appellent les contraintes du travail ou les aspirations au voyage, « *vertiges des lieux présents* » pour certains (idem), « *non-lieux des espaces de circulation, de consommation et de communication* » pour d'autres (Augé, 2010 : 172). Cette relation phénoménologique (Introna 2004, Merleau Ponty 1964, Weissberg 1999), les histoires et narrations entremêlées de mémoire et d'onirisme qu'on lui associe, font du mobile un « *espace vécu* » (Frémont, 2010 : 166), un lieu d'identité et de sensorialités. Espace public protégé d'où *la pression du corps social sur le corps individuel est écartée, mon « chez soi » (...) un lieu de corps et un lieu de vie* (De Certeau, Giard et Mayol, 1980 : 207). Le mobile dans cette perspective est comme « *habité* » (idem : 206) par toute une chorégraphie d'objets, de décors, de visages et d'usages imprégnant un récit identitaire des personnes.

L'espace ainsi 'écranisé' devient cette « *ville idéale dont tous les passants auraient visages d'aimés, dont les rues seraient familières et sûres, dont l'architecture intérieure serait modifiable presque à volonté* » (idem : 210). Il suffit de prendre le métro d'une grande cité pour se

¹³ Leone Sergio, *Il était une fois dans l'Ouest*, 1968, générique de début où trois hommes sont venus attendre dans une gare. Ce générique (diégétique) est reconnu comme étant l'un des plus longs du cinéma puisqu'il dure plus de 20 mn.

rendre compte de l'ampleur du phénomène du portable dans l'espace public. Tous les individus entrant dans les compartiments ont un écran voire plusieurs à visualiser, toucher, mettre à l'oreille, pianoter... Et se découvrent cette identité collective et partagée. L'espace public affiche également par son décor de nombreux signes visuels (campagnes d'affichages) vantant par l'image les qualités des nouveaux dispositifs portables, androïds et tactiles, comme nouvelles promesses de bien-être, parfois "nouvelles formes de vie" (Licoppe et Zouinar, 2009) en société. Le portable en tant qu'objet, image et usage foisonne dans tout l'espace social.

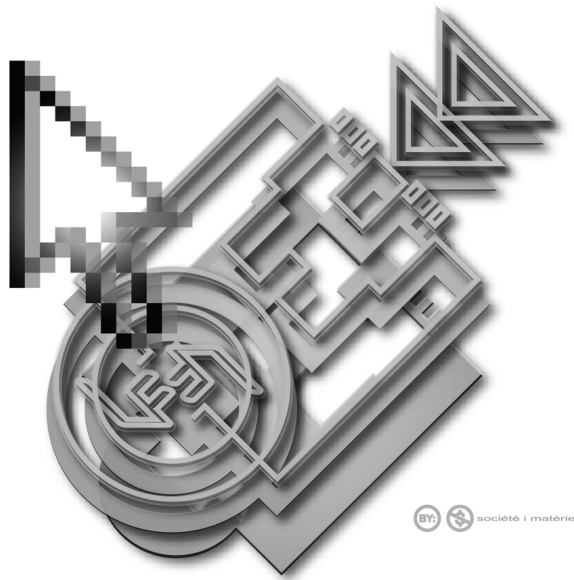


Figure 3 : Urban gaming *Sugoroku* utilisant la géolocalisation et les téléphones portables, Marc Veyrat, Biennale Internationale Design Saint-Étienne, 2008

L'écran mobile brouille les frontières des lieux et reconfigurent les règles de proxémie pour les individus (Hall, 1971). Je s'invente par/avec le téléphone mobile un lieu qui, bien que par définition géolocalisable demeure improbable et flou par l'espace qu'il occupe. Dans la circulation entre les supports mobiles s'articulent plusieurs types de relations spatialisées à l'écran, enchevêtrés entre espace géo-localisé et incorporé du Je communiquant, espace imaginé, projeté de l'autre à distance sur l'écran du Je et "*espace de l'écran*" (Chabert 2012) regardé, touché, manipulé, à l'interface de ces deux réalités. L'écran devient ainsi un lieu

frontière entre « réel » et « virtuel » (Lévy, 1998)¹⁴, ‘*that are the relationships between the physical space where the viewer is located, his /her body, and the screen space*’ (Manovich, 1995). Les échanges issus de la communication mobile “superposent à l’expérience physique du territoire le temps du jeu ; principe même de la communication” (Chabert et Veyrat, 2012). Associé à l’espace de l’expérience, le temps du jeu nous ouvre *la porte d’un univers parallèle...* La principale opération de distanciation étant de créer dans les deux cas, quelque part *en arrière plan*, un point de basculement ; Ce point de basculement associé irrémédiablement au moment de la *connexion* est lié généralement dans tous les rituels (à l’instar des mythes ou des contes) à un *objet sacrificiel*. Dans *Matrix*¹⁵, c’est bien le téléphone portable de *Neo* qui est déjà à l’œuvre. Il fait office d’*objet de transfert*, d’élément moteur permettant le lien nécessaire pour accomplir, à l’instar d’un rituel, les nombreux allers et retours hors de la matrice ; ceux-ci étant d’ailleurs engagés pourtant à partir d’un objet visiblement *low tech* par rapport aux autres moyens de communication présentés dans le film. Ce lieu d’i (un lieu qui est d’abord un carrefour de flux, d’informations) possède des dimensions élastiques. Dans ce processus, qui semble redéfinir sans cesse nos relations fluctuantes s’arrimant pourtant à des espaces différenciés, cette interface hypermobile (parce qu’elle-même en mouvement par / en-dehors du mouvement de nos corps) entre nous et les réseaux, désigne le lieu d’imprégnation ; celui de la circulation, du flux à travers les différents écrans de la mobilité dans l’espace public, qui devient LE média à observer.

Références

- ANDRIEU, B. (dir), (2011), *Le corps du chercheur : une méthodologie immersive*, Presses Universitaires de Nancy, Epistémologie du corps.
 ANZIEU, D., (1995), *Le moi-peau*, Dunod, Coll. Psychismes.
 BARTHES, R., (1980), *La chambre claire, Note sur la photographie*, Editions de l’étoile, Gallimard, Le Seuil.

¹⁴ L’opposition classique « réel » et « virtuel » est à nuancer car il y a du réel dans le virtuel passant notamment par le corps et les émotions vécues comme il y a du virtuel dans le réel (Morin, 1956, Turkle 1997), l’immersion dans un livre, l’identification à un personnage de cinéma, la rêverie... Edgar Morin a bien mis en évidence par le passé les analogies entre l’image et le rêve et les sensations d’envoûtement et de magie ressenties face au grand écran notamment (Morin 1956 : XI).

¹⁵ Larry et Andy Wachowski, *Matrix*, USA, 1999, Warner Bros (*Neo* : K. Reeves)

BAUDRILLARD, J. (1981), *Simulacres et simulations*, Galilée, Paris.

BROCHOT, A., et M., DE LA SOUDIÈRE, (2010), "Pourquoi le lieu ?", *Communications*, 87, Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Centre Edgar Morin, pp 5-16.

CARDON, D., (2008), "Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0", *Réseaux* 2008/6, n°152, pp 93-137.

CHABERT, G., (2012), "Les espaces de l'écran", *MEI, Médiation et Information, Ecrans et Médias*, n° 34, pp 203-215.

CHABERT, G., et M., VEYRAT, (2012), "eMOTION, Pour une mobilité multi-sensorielle", *Revue iCCi n°1, ITACA project / LabAV – Laboratorio de Antropologia Visual, Universidade ABERTA*, pp 95-99.
<http://www.itacaproject.com/icci-revista-01>

CHABERT, G., et D., BOUILLOT, (2010), "Du réel au virtuel : la place de l'oeuvre numérique dans un espace d'exposition", *Culture et Musées*, 15, juin 2010, pp 117-135.

CHABERT, G., et J., IBANEZ BUENO, (2006), "Téléprésence avec images et sons et communication organisationnelle", Actes du Colloque International en Sciences de l'Information et de la Communication, *Pratiques et Usages Organisationnels des Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication*, Université de Rennes 2, CERSIC, 7-9 Septembre 2006, pp 82-87.

DE CERTEAU, M., (1980), *L'invention du quotidien, 1. Arts de faire*, Paris, Folio essais, Gallimard.

DE CERTEAU, M., GIARD, L., et P., MAYOL, (1980), *L'invention du quotidien, 2. Habiter, Cuisiner*, Paris, Folio Essais, Gallimard, 2è ed 1994.

DENIS, J., et C., LICOPPE, (2006), "La coprésence équipée : usages de la messagerie instantanée en entreprise", in BIDET, A., et al (dir), *Sociologie du travail et activité*, Toulouse, Octares, pp 47-65.

DONNAT, O., (2008), *Les pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique*, La Documentation Française, DEPS, Enquête 2008.

FRAU MEIGS, D., (2011), *Penser la société de l'écran, Dispositifs et usages*, Paris, Presses Sorbonne Nouvelle.

FRÉMONT, A., (2010), "Etat des lieux : A propos de l'espace vécu", *Communications*, 87, Autour du lieu, Ecole des hautes études en Sciences Sociales, Centre Edgar Morin, pp 5-16.

GOFFMAN, E., (1967), *Les rites d'interaction*. Le Sens commun, Ed de Minuit, 1974, Traduit de *Interaction Ritual : Essays on Face-to-Face Behavior*, Anchor Books, 1967.

HALL, E.T., (1971), *La dimension cachée*, Points essais.

- INTRONA, L., (2004), "The ontological screening of contemporary life: a phenomenological analysis of screens", *European Journal of Information Systems*, 13, Issue 3, pp 221-234.
- KLEIN, Y., (2003), *Le dépassement de la problématique de l'art et autres écrits*, École Nationale Supérieure des Beaux-Arts, Paris.
- LE BRETON, D., (2006), *La saveur du monde – une anthropologie des sens*, Paris, Métailié.
- LÉVY, P., (1998), *Qu'est-ce que le virtuel ?*, La Découverte Poche Essais.
- LICOPPE, C., et M., ZOUINAR, (2009), "Présentation", *Réseaux* 2009/4, n°156, pp 9-12.
- MACLUHAN, N., (1964), *Understanding media*, New York Mac Graw-Hill Book Company ; *Pour comprendre les médias*, H.M.H Ltée pour 1^{ère} édition française, 1968.
- MANOVICH, L., (1995), "An archeology of a Computer Screen", Kunstforum International. Germany, *NewMediaTopia*, Moscow, Soros Center for the Contemporary Art, consulté en ligne sur http://manovich.net/TEXT/digital_nature.html
- MARTIN, C., (2007), "Téléphone portable et relation amoureuse : les SMS, des messages vraiment désincarnés ?", *Corps* 2007/2, 3, pp 105-110.
- MARTIN JUCHAT, F., (2008), *Le corps et les médias, La chair éprouvée par les médias et les espaces sociaux*, De Boeck, Culture et Communication.
- MARZLOFF, B., (2009), *Le 5^{ème} écran, les médias urbains dans la ville 2.0*, Fyp, La fabrique des possibles.
- MERLEAU-PONTY, M., (1964), *L'oeil et l'esprit*, Gallimard.
- MIÈGE, B., (1989), "Plaidoyers pour des problématiques transversales et partielles", *Médiapouvoirs*, n° pp 37-40.
- MOATTI, M., (2007), "Nouveaux habits pour vieilles cérémonies", *Médiamorphoses* 2007, n° 19, pp 92-99.
- MOREL, J., et C., LICOPPE, (2009), "La vidéocommunication sur téléphone mobile. Quelle mobilité pour quels cadrages ?", *Réseaux* 2009/4, 156, pp 165-201.
- MORIN, E., (1956), *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Editions de Minuit.
- NORRIS, S., (2004), *Analysing Multimodal Interaction, A methodological Framework*, New York & London : Routledge.
- PINK, S., (2007), *Doing Visual Ethnography: images, media and representation in research* London: Sage, 2nd edition, 2001 pour la 1^{ère}

édition.

PINK, S., (2009), *Doing Sensory Ethnography*, London : Sage.

RIEDER, B., (2008), “*Membranes numériques : des réseaux aux écumes*”, Séminaire PHITECO, Université Technologique de Compiègne, UTC, 29 Janvier 2008.

TURCKLE, S., (1997), *Life on the screen, Identity in the Age of the Internet*, London : Weidenfeld & Nicolson.

VEYRAT, M., (2011), “©box - interMade : l’interstice comme facteur de lien social”, chapitre de l’ouvrage collectif *Rencontres entre artistes et ingénieurs autour du numérique (mobilité et glocalité)*, sous la direction de Yannick Fronda et Grégoire Courtois Paris, L’Harmattan.

VIRILIO, P., (1989), *Esthétique de la disparition*, Paris, Galilée, Coll. Biblio/essais.

WEISSBERG, J.L., (1999), *Présences à distance-déplacement virtuel et réseaux numériques*, L’Harmattan, Collection Communication et civilisation, Paris.

WINKIN, Y., (1996), *Anthropologie de la communication*, Seuil, Points Essais.