

BRABET Julienne : "A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du médium", *Bulletin de l'IDATE n° 14*, La Documentation Française, juillet 1984.

A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du medium

Julienne Brabet

Il est devenu fort banal d'évoquer le développement des activités à distance au cours des prochaines décennies; tous les ouvrages consacrés au "futur proche" décrivent le télétravail, le téléachat, la télésurveillance...

Les téléconférences, servant à mettre en relation des individus ou des groupes éloignés, occupent une place de choix dans la panoplie des nouveaux outils de télécommunication qui sous-tendent l'émergence de la société informationnelle et communicationnelle.

Parmi les téléconférences, celles qui ne transmettent pas l'image des participants – audioconférence (1) et télé réunion (2) – sont déjà utilisées depuis plusieurs années; avec elles ont bien entendu fleuri, dans la littérature spécialisée, les conseils sur le thème "Comment participer à une réunion médiatée, comment la préparer et l'animer".

Mais les guides que nous présenterons brièvement risquent, à notre avis, d'être un frein à la pratique des téléconférences plus qu'une aide aux téléconférenciers; ils limitent en effet, peut-être arbitrairement, les possibilités d'utilisation de ces services; ils s'inspirent pour ce faire du concept de **présence sociale du medium**, que nous exposerons puis critiquerons dans cet article, avant de proposer un autre modèle permettant d'interpréter les effets de la médiation: celui de **l'effet renforçateur du medium**.

Nous essaierons ainsi de tracer les voies d'une meilleure compréhension et d'une meilleure "maîtrise"

du fonctionnement des communications médiatées de groupe.

Des conseils d'utilisation classiques

S'il n'existe guère de textes en langue française pour guider les utilisateurs, des livres, des fascicules, et même un film, ont été édités récemment en anglais. Ils ont pour objectif d'indiquer aux téléconférenciers (3) les modes de participation et d'animation efficaces. Il s'agit principalement de:

- "Electronic meetings: technical alternatives and social choices" [12] (4), ouvrage très dense produit par "L'Institut du Futur" qui propose, outre une bibliographie commentée des études sur la communication médiatée, une série de cas opposant les bonnes et les mauvaises utilisations des différents types de téléconférences, en particulier celles de l'audioconférence (document A).

- "Conducting Business Meeting by teleconference" [17], article qui décrit une méthode pour conduire une audioconférence; celle-ci sera reprise dans un film et un fascicule. L'auteur est le directeur de la "DAROME Connection", service privé de téléconférence proche de la télé réunion (document B).

A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du medium

- "Procedures for conducting a successful telemeeting" [19-4] et "The audio-teleconference", respectivement une communication à un colloque international et un guide d'utilisation des laboratoires BELL (documents C et D).

Les conseils donnés par les principaux guides

On conseille essentiellement aux futurs utilisateurs :

- de limiter le champ des utilisations du service aux tâches d'information et de résolution de problèmes simples ;

- de structurer la réunion de manière rigoureuse pour compenser les difficultés liées à la disparition des régulations non verbales spontanées ;

- de réintroduire un "minimum vital" affectif en favorisant quelques mécanismes d'explicitation positive et en ménageant des moments de conversation informelle ;

- de maintenir l'attention en restreignant les temps de parole, en variant et en stimulant les interventions, en soulignant les points forts et en évitant les bruits perturbateurs ;

- de compenser l'absence de possibilité d'échange matériel en envoyant les documents à l'avance.

Le champ des utilisations doit être restreint

- On choisira des problèmes simples à résoudre.

"The key here seems to be this : audio is very effective for simple tasks but becomes less desirable as tasks become more complex". Document A.

"On the other hand, the ineffective scenario involved fullscale negotiation which, we expect, will not be effective by audio". Document A.

"Generally speaking, the discussion of facts, ideas schedules or problem solving are more suitable for a telemeeting than are negotiation, position bargaining or conflict resolution". Document C.

"Areas in which teleconferences was found to be not as strong were : sensitive bargaining and getting to know someone". Document D.

- Il est préférable que les participants se soient déjà rencontrés en face-à-face auparavant.

"It is not surprising then to learn that audio works best when participants have met face-to-face before they begin to teleconference". Document A.

"Telemeetings will be more successful if the participants have previously met face-to-face".

- Il est souhaitable de tenir plutôt des réunions routinières et courtes.

"Bill Owens made a wise choice in the effective scenario, scheduling regular, short meetings". Document A.

"The maximum productive time for a meeting is between forty minutes and one hour". Document B.

"It is advisable not to plan a telemeeting to last more than one or two hours". Document D.

"Teleconferences which are the non repeating type are most difficult to arrange". Document C.

La réunion doit être très structurée par l'animateur

"In summary... in the effective scenario, Bill Owens was a strong, organized leader; the meeting was "formal and efficient". Document A.

"Therefore, the secret to conducting a good meeting is good preparation. And the key to good preparation is developing an on line agenda for the meeting". Document B.

"Each type of meeting requires :

1) a succinct clear agenda.

A propos de l'animation des téléconférences: critique du concept de présence sociale du medium

2) a strong chair person". Document C.

"If many people are to participate, establish a predetermined order for speaking, with everyone addressing the chair person". Document D.

On doit réintroduire un minimum vital affectif

En favorisant quelques mécanismes d'explicitation positive et en ménageant des moments de conversation informelle.

"A group has to become a group before it can be productive or creative. The roll call has this as its function. It takes the place of handshake in a face-to-face meeting". Document B.

"The chairman should exaggerate social niceties and give equal attention to remote participants". Document C.

"This (an open conference bridge prior to the meeting) allow people to chat socially and to relax as they would, were they assembling in a conference room". Document C.

"Smile" into the telephone. Address people by name". Document D.

Il faut encore maintenir l'attention

En restreignant le temps de parole de chacun, en stimulant et en variant les interventions, en favorisant le feed-back, en soulignant les points forts, en évitant les bruits perturbateurs.

"In order to hold your listeners for more than 3-5 minutes, you must have :

- 1) changing speakers (voices),
- 2) interaction or dialogue,
- 3) involvement of group members". Document B.

"Select a telephone in a quiet place from which to conduct the meeting". Document B.

"Each type of meeting requires freedom from noise and distraction... the chair person should advise everyone to speak briefly with frequent pauses, so that they can hear other participants attempting to interrupt or comment on what they have just said". Document C.

"When you are spoken to, say often "yes", "I see", "Fine"..."

"When speaking pause now and then for a few seconds to allow others to comment".

"Pause... Vary your voice and say : "and the punchline is...". Document D.

On doit enfin envoyer à l'avance des documents facilement identifiables

"Send to people ahead of time-agenda... papers... Number visuals, so everyone has them in correct orders".

Les autres conseils sont plus techniques et varient en fonction du matériel d'audioconférence utilisé; ils visent à garantir une bonne audition.

Des conseils aux fondements critiquables

Nous montrerons que la validité de ces conseils est douteuse, même s'ils ont "l'avantage" de bien concorder avec le cadre de référence des récepteurs. Dans le vide des références concernant les procédures d'animation et de participation, ils sécurisent les usagers qui sont demandeurs de recettes d'utilisation, mais peut-être en sacrifiant le développement d'autres utilisations satisfaisantes pour les bénéficiaires du service.

Pour produire ces conseils restrictifs (5), les auteurs des guides s'appuient sur le concept de présence sociale du medium; or, ce concept nous paraît critiquable, c'est pourquoi, après l'avoir analysé, nous proposerons une autre modélisation des effets de la médiation qui remet en question les classiques guides du téléconférencier.

La présence sociale du medium

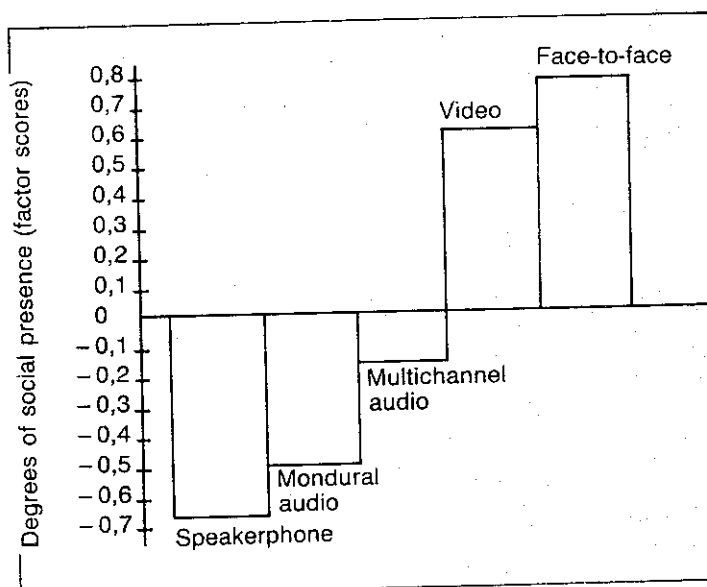
L'hypothèse selon laquelle la communication médiatée serait globalement moins efficace que le face-à-face – quel que soit le type de tâche à effectuer – a été rapidement écartée par les chercheurs. D'une part, l'efficacité était fort difficile à mesurer aussitôt qu'on abordait des tâches autres que la transmission d'information ou la résolution de problèmes logiques. Même dans ce cadre restreint, il était déjà nécessaire de tenir compte de la satisfaction des interlocuteurs ; or, comment la pondérer ? Il paraît impossible d'évaluer l'efficacité d'une négociation par exemple ; elle sera perçue très différemment selon que l'on s'adresse à l'un ou l'autre négociateur pour lui demander son avis. Non seulement donc, l'efficacité était difficile à déterminer mais, lorsqu'on y parvenait, on s'apercevait que, contrairement à tous les pronostics tenant compte de leur incapacité à transmettre des communications non verbales, considérées comme utiles, les communications médiatées étaient loin d'être toujours inférieures au face-à-face. On ne pouvait donc présenter la communication médiatée comme une simple communication mutilée.

C'est dans ce contexte que Short, Christie et Williams introduisirent le concept très flou, à notre avis, de présence sociale du medium ; on n'en trouve pas de définition synthétique dans leur ouvrage "The social psychology of telecommunications" (18), bien qu'il en soit la pièce centrale. Il est présenté comme une qualité du medium liée à la quantité de communications non verbales qu'il autorise et perçue par les interlocuteurs comme permettant plus ou moins de s'exprimer sur un plan personnel, affectif, relationnel et pas seulement rationnel.

"La présence sociale est une variable phénoménologique plus complexe que la simple variation de la quantité de, disons, regards échangeables. Elle est

affectée non seulement par la transmission d'indices non verbaux particuliers, mais par la configuration complète des indices qui affectent la "distance apparente" de l'autre". Christie et Cie.

Figure 1 : The relative social presence of five communications media.



Tiré de "The social psychology of telecommunications" [18].

Deux types de démarches sont engagées pour étayer ce concept :

- la première consiste à utiliser le différenciateur sémantique d'Osgood, puis l'analyse factorielle des résultats obtenus pour distinguer les media entre eux ; elle s'intéresse à la représentation du medium après son utilisation dans une tâche concrète ;

- la seconde approche vise à analyser les résultats des interactions en comparant ceux que l'on obtient après utilisation de différents media.

Peu d'études portent sur le déroulement même des communications médiatées (17).

Représentation de la médiation

Nous illustrerons la première approche en résumant les travaux de Christie (1973) : 36 hommes d'affaires, fonctionnant par groupes de 6, utilisent tour à tour 5 media pour discuter sur le thème "Problèmes majeurs rencontrés dans le domaine des affaires à New-York et dans le Connecticut".

Les cinq media sont : le face-à-face, le circuit de télévision fermé, le téléphone (on peut dire qu'il s'agit d'une télé-réunion), un téléphone "haute fidélité" et un système audiographique plus complexe où chaque participant dispose de plusieurs haut-parleurs, chacun représentant un individu particulier.

Après l'expérience, les sujets remplissent un différenciateur sémantique de 30 échelles. L'analyse factorielle de ces cotations produit 6 facteurs orthogonaux. Le premier facteur est clairement identifiable comme facteur de présence sociale, les variables qui y contribuent le plus étant passif-actif, insensible-sensible, sociable-non sociable. Les scores factoriels moyens sont représentés sur la figure 1.

Notons qu'aucune différence entre les media n'est statistiquement significative, mais que la manière dont ils s'ordonnent semble bien vérifier les thèses des auteurs.

Une seconde expérience de Christie, menée cette fois avec des "Civil servants" britanniques et incluant la lettre dans les media, fournit des résultats comparables ; voir figure 1 : le facteur "présence sociale du medium" émerge clairement, caractérisé par les dimensions :

personnel - impersonnel
chaud - froid

déshumanisant - humanisant
sensible - insensible

Nous avons voulu décrire ces expériences : elles nous permettront par la suite de nous demander si les résultats reflètent une qualité du medium ou un stéréotype (partagé par les chercheurs) du medium qui découlerait plus du mythe d'une communication non médiatée que d'une analyse de la médiation.

Effets de la médiation

Pour analyser les effets de la médiation et non plus leurs représentations, les auteurs commencent une longue série d'expériences que des disciples poursuivront et dont la littérature aujourd'hui regorge. Il s'agit de différencier les effets du medium en fonction des tâches à accomplir ; au concept de présence sociale du medium répond alors celui de présence sociale (ou de relation interpersonnelle) nécessitée par la tâche.

Les auteurs reprennent la distinction introduite par Douglas (1957) [6] et utilisée par Morley et Stephenson [15] entre les relations interparties et les relations interpersonnelles ; on pourrait en rapprocher les catégories de Bales [2] et sa distinction entre l'aire de relations affectives et l'aire des relations centrées sur la tâche. Short et Cie, quant à eux, présentent cette opposition dans la conclusion de leur ouvrage en comparant les tâches qui pourraient être assumées par des ordinateurs et celles qui peuvent seulement être réalisées par des hommes (6).

En tous cas, même si la différenciation reste floue, elle va être utilisée pour distinguer deux types de tâches :

- celles où la relation interpersonnelle ne joue pas,
- celles qui sont plus centrées sur la relation interpersonnelle et l'affectivité.

A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du medium

Les premières ne seraient que peu affectées par la médiation tandis que, dans les secondes, l'effet du medium est d'autant plus important que son degré de présence sociale est faible, c'est-à-dire qu'il est perçu par les interlocuteurs comme véhiculant moins les communications non verbales.

On donnera ici quelques exemples des résultats des expériences en laboratoire concernant les tâches impliquant :

- la transmission de l'information,
- la résolution de problèmes,
- la résolution des conflits,
- la coopération et la compétition,
- les relations interpersonnelles,
- la dynamique des groupes.

Dans les cas où il s'agit de se transmettre de l'information, ou dans les tâches de résolution de problèmes simples, on ne constate pas de différences de résultats en fonction de l'utilisation de tel ou tel medium.

Dans les tâches de résolution de conflit, par contre, ces différences apparaissent nettement. Morley et Stephenson [15] insistent sur le fait que, plus le moyen de communication est "formel" (7), plus la négociation devient une affaire interparties et s'éloigne de la relation interpersonnelle ; la personne qui a le meilleur cas a plus de chances de l'emporter avec un medium "formalisant" qu'en face-à-face.

L'utilisation du jeu connu sous le nom de "dilemme du prisonnier" avec et sans media a permis d'étudier certains impacts de ceux-ci sur les comportements de coopération et de compétition ; les résultats montrent que la coopération est plus élevée lorsque les joueurs peuvent se voir (en vidéo ou en face-à-face). Dans ce même dilemme du prisonnier, quand les sujets ont pour consigne de s'envoyer des messages amicaux ou inamicaux, on s'aperçoit que le contenu des messa-

ges a plus d'impact lorsque la présence sociale du medium est plus élevée.

Un autre résultat a surpris les chercheurs qui montre plus de changements d'attitudes après une discussion à controverses, en situation de télécommunication, qu'en face-à-face. L'explication avancée, qui ne paraît guère satisfaisante aux chercheurs eux-mêmes, est que les interlocuteurs ne sont pas distraits de leurs conversations par des "bruits" visuels.

Certaines études se sont centrées surtout sur les perceptions interpersonnelles ; il apparaît chez les sujets une faible tendance à évaluer plus positivement les interlocuteurs qu'ils rencontrent en face-à-face, mais la représentation de ces interlocuteurs et de leurs "caractéristiques communicationnelles" varie très peu en fonction de la médiation. La seule conclusion vraiment ferme est que les sujets semblent préférer se rencontrer directement.

Si l'on s'intéresse maintenant à la dynamique des groupes en téléconférence, on s'aperçoit que les participants divisés entre deux localisations ont tendance à former deux clans. Si les individus sont répartis en autant de localisations qu'il y a de participants (ce qui est le cas dans la télé réunion sans main-libre), il s'opère une moins grande différenciation entre participants, elle est moins stable et les leaders émergent moins facilement que lorsque les participants sont réunis dans le même lieu. Les auteurs interprètent ces résultats soit en terme de démocratie plus grande de la situation médiatée, soit en terme de désorganisation du groupe. Krueger a montré, en étudiant des communications de groupe par machine à écrire, canal audio et canal visuel, que les participations évaluées en nombre de messages émis étaient à peu près égales avec la machine à écrire, un peu plus différenciées en audiocommunication, atteignaient leur différence maximum en face-à-face. Curieusement, on semble à notre connaissance s'être peu préoccupé de la disparition des phénomènes d'apartés ; ceux-ci sont

rendus impossibles entre les différentes localisations et cette disparition est renforcée par celle des discussions de couloir.

L'aboutissement de ces travaux, centrés sur les effets des télécommunications, est la conviction partagée par la majorité des chercheurs que les téléconférences (et la médiation en général) sont mal adaptées aux tâches impliquant l'affectivité, la relation interpersonnelle. On glisse ainsi sans grande explicitation du constat d'une différenciation des effets en fonction de la médiation à une évaluation négative de ces effets.

Parallèlement, dans les études sur la représentation des télécommunications, on observe que celles-ci sont perçues comme gommant la dimension affective de la relation ; les auteurs en concluent très vite, et à notre avis abusivement, qu'elles la gomment effectivement.

Ainsi se développe, dans la littérature consacrée à la médiation, dans les préconisations d'utilisation, dans les livrets de formation comme dans les ouvrages de prévision sur le développement des télécommunications, la thèse que la médiation doit être et sera réservée à des activités d'information et de résolution de problèmes (logiques) simples parce qu'elle ampute la communication de sa dimension affective.

Remise en question du concept de présence sociale du medium

Mais les chercheurs qui ont recensé les multiples études concernant la médiation remettent parfois en cause le concept de présence sociale du medium, sans pourtant apporter de nouvelles perspectives.

Hsia's, dans son résumé des travaux qui ont été menés, suggère : "The one conclusion that can be drawn from nearly a thousand studies surveyed is : no generally conclusive statement can be made" [11].

Et, en 1977, Williams, qui est l'un des co-auteurs de "Social psychology of Telecommunications", affirme : "Although common sense would say that face to face and mediated communication differ in many psychologically significant ways, evidence for such a viewpoint is hard to glean from either the literature on human factors in telecommunications or more generalized speculation on media differences... a unitary theoretical explanation for these differences has yet to emerge" [20].

Il nous semble, d'autre part, que l'étude des conversations téléphoniques et des communications des groupes de téléconvives invalide totalement le modèle de distance sociale du medium.

Le téléphone

Une recherche de la sociologue Laurence Bardin, "Images et usages du téléphone" [3] montre que le téléphone remplit aussi des fonctions affectives.

"Pour la grosse majorité (83,3 %), le téléphone favorise les relations interpersonnelles :

- près de la moitié des interviewés expriment leur besoin général de contacts sociaux (8), de communication et leur satisfaction à l'égard du téléphone à ce propos...

- plus du quart considère que la communication par téléphone est aussi bien ou même mieux que la relation de face-à-face ...

- et la moitié utilise le téléphone comme un instrument sentimental ou sensuel, où l'émotivité et la sensibilité ont leur place. Quoi qu'on en dise parfois

pour reprocher à celui-ci sa limitation fonctionnelle et désincarnée, l'amour passe par le fil téléphonique".

L'"analyse sociologique des messages" [14] menée par l'IDATE, montre que le téléphone rural est instrumental, utilitaire, tandis que la sociabilité urbaine investit le téléphone comme support des relations interpersonnelles; parallèlement, le téléphone "masculin" est plus instrumental, le téléphone "féminin" plus "expressif".

On connaît toutes les représentations stéréotypées des inlassables "papotages" des femmes ou des adolescents au téléphone.

Plus récente, une étude de la DACT [9] oppose, en matière d'utilisation du téléphone, les "hédonistes" aux "utilitaristes", d'après un compte-rendu :

(Le téléphone) : "Il présente des avantages d'ordre social et affectif. Il devient dispensateur de plaisir... pour la grande majorité des personnes qui l'utilisent beaucoup, le téléphone favorise la sociabilité ("on peut discuter avec les gens, parler, entendre leur voix..." "ça vous amène ce que vous aimez à domicile..."). Il permet un dialogue parfois plus facile que le face-à-face...".

Nous n'insisterons pas sur le développement de SOS Amitié qui semble bien incompatible avec un vécu du téléphone qui gomme l'affectivité.

En irait-il autrement lorsque la communication n'est plus une communication duelle mais une communication de groupe?

La téléconvivialité

Les études sur la téléconvivialité nous intéresseront d'autant plus qu'elle utilise le même dispositif technique, on pourrait dire le même medium, que la télé-réunion (9)..., avec des effets apparemment bien différents.

"En conclusion, nous pouvons dire des conversations qui se tiennent sur le réseau qu'elles sont l'expression d'une parole singulière... Parole **affective**, car l'oralité est liée à l'apprentissage du langage dans la socialisation... parole populaire... parole triviale... parole libre... parole égalitaire", diront Alain Briole et coll. [5] à la fin d'un chapitre sur la communication téléconviviale. Les motivations d'appel sont attribuées aux traits suivants : attrait pour la palabre, développement d'une hyperrelationnalité, difficulté de trouver des confidents dans l'environnement proche.

On est loin de l'image d'une téléconférence gommant les phénomènes affectifs, comme en est loin la CB (Citizen Band) que les cibistes ont défendue au point de tourner la loi.

Dans un article récent, "Les voix de la radio" [7], on retrouve la description du même type de réaction à la médiation : "De Zitrone à Kriss, d'Albert Simon à Pierre Bellemare, les voix radiophoniques créent une relation entre les auditeurs et les journalistes ou animateurs".

Le journaliste analyse le courrier très passionné que reçoivent les présentateurs radio et leur attachement à cette relation vocale avec ceux qui les écoutent.

On pourrait accumuler les exemples et les études qui soulignent l'affectivité au travers de la médiation.

Vers un autre modèle de la médiation

Il nous semble qu'il est temps de réviser le concept de distance sociale du medium; aussi proposerons-nous un autre modèle de la médiation qui rend, à notre avis, mieux compte du phénomène paradoxal observé :

A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du medium

- dans les situations professionnelles, en laboratoire, lorsqu'il s'agit de négociation... la médiation semble gommer l'expression de l'affectivité;

- dans les situations hors travail, dans la vie quotidienne, la médiation permet l'expression de l'affectivité et parfois même semble la renforcer.

"... que l'on écrive ou que l'on parle, que ce soit dans telle ou telle situation (10) : la **règle de la relation sociale détermine le répertoire des signes à employer**, le cadre physique intervenant uniquement en tant qu'il reçoit une signification dans cette relation", affirment Moscovici et Plon en analysant les résultats de leurs expériences sur les situations colloques [16]. Cette proposition servira de base à notre tentative de brosser le tableau des mécanismes qui provoquent les effets apparemment contradictoires que l'on peut observer, tant sur le plan des représentations de la médiation que sur celui des comportements médiatés.

Nous pensons que l'on a trop oublié, dans les textes classiques sur la télécommunication, que la communication implique une perception sélective et projective du message et qu'elle fonctionne comme un système et non comme une série d'éléments isolés les uns des autres.

Trois points essentiels pour comprendre les communications médiatées

Nous aimerions souligner trois points qui nous apparaissent comme essentiels pour la suite de notre exposé parce que, même s'ils les connaissent, les chercheurs qui ont théorisé les médiations les prennent rarement en compte :

- il n'existe pas de communication naturelle et directe;

- le langage et le paralangage structurent, expriment et déclenchent des manifestations affectives;

- la communication est un système à l'intérieur duquel s'effectuent des compensations, des substitutions, des innovations.

En ce qui concerne le premier point, nous notons que les théories et les images de la médiation se fondent fréquemment sur une représentation de la communication non verbale comme phénomène direct, naturel, corporisé, tandis que le langage se rapprocherait, lui, d'un pôle abstrait, culturel, désincarné, arbitraire. La persistance de ces connotations nous paraît fort liée à un désir profond de communication fusionnelle, "authentique".

De nombreux auteurs ont insisté sur le caractère fallacieux de ces modèles : "Le propos de cette étude était de démontrer qu'il n'y a pas de communication directe, mais que **toute communication est médiatée...** (11), écrivent Laurent Gille et Adam Tyar dans la conclusion de MEST (Méthodes d'Evaluation des Systèmes de Télécommunication [8]).

"En un mot, ce livre a pour objet de démontrer qu'en dépit de tous ses efforts, l'homme ne peut échapper à l'emprise de sa propre culture, qui atteint jusqu'aux racines mêmes de son système nerveux et façonne sa perception du monde... il nous est impossible d'avoir un comportement signifiant sans passer par la médiation de la culture", affirme Hall [10] pour synthétiser ses travaux sur l'utilisation de l'espace.

Relevons encore que seule la perception des caractéristiques du comportement et de l'environnement du locuteur, va avoir une influence sur le comportement de l'auditeur. Or, cette perception est sélective et projective et non "directe".

De plus, ce qui nous conduit à aborder le second point, si la communication non verbale n'est pas directe, **le langage n'est pas désincarné**; on oublie

curieusement son ancrage corporel, le fait qu'il est d'abord cri et lallation : manifestation de la frustration et du manque (avant de devenir appel), jeu et plaisir du corps. On pourrait analyser le langage en disant qu'il oscille entre ce langage jeu et cri encore tout inscrit dans la fusion avec le monde et le langage le plus abstrait, le moins analogique, qui est celui des ordinateurs mais que le cerveau humain a encore créé. Même l'écrit peut être poème ou lettre d'amour ; dans l'oral, il reste tout le paralinguistique que l'on commence à explorer.

Or, le paralinguistique, le langage et la communication non verbale (dans laquelle les auteurs classent ou non la première dimension) ne fonctionnent pas indépendamment ; **la communication est un système** et non une juxtaposition d'informations. Le modèle de l'équilibre de l'intimité de Dean et Argyle [1] illustre bien cette caractéristique essentielle : selon cette théorie, il y a toujours, dans les relations entre deux (ou plusieurs) personnes, des forces d'attraction et de rejet dont la résultante est le degré d'intimité entre les individus ; Argyle et Dean pensent qu'il s'exprime par différentes composantes du comportement : le contact visuel, la distance, l'intimité du sujet traité, la quantité de sourires... Si l'un des constituants évolue, l'équilibre se trouve rompu et se rétablit par une évolution compensatoire d'un ou plusieurs autres constituants ; par exemple, si le thème de la conversation devient plus intime, le sujet observé peut se reculer, éviter le regard de l'autre...

Ce modèle a été vérifié par un grand nombre d'expériences. Il montre bien que les dimensions de la communication non verbale et verbale sont en interaction dynamique et que les deux types de signaux sont largement intriqués. Quand la médiation intervient, des phénomènes complexes de substitution et de compensation prennent place. Il est même fort probable qu'au-delà d'un rétablissement de l'équilibre perdu, ce soit une nouvelle forme de communication

qui s'enclenche, la communication médiatée n'étant plus alors considérée comme ersatz de la communication de face-à-face, mais comme une communication à part entière.

Les théoriciens de la médiation ne semblent guère avoir tenu compte de ces aspects du problème et leurs explications s'en trouvent à notre avis moins pertinentes.

Pour remédier à ce qui nous apparaît comme une lacune, nous allons d'abord proposer un schéma très simpliste qui prend en compte ces dimensions de la médiation, mais qui suppose que "l'essence" de la communication peut ne pas évoluer avec l'intervention du medium.

Nous nous placerons tour à tour dans l'optique de l'émetteur et dans celle du récepteur pour aboutir à une analyse de la dynamique des émetteurs/récepteurs puisque chaque acteur est en même temps l'un et l'autre.

L'émetteur

Que se passe-t-il lorsque l'émetteur est privé d'une partie de ses possibilités d'émission, dans le cas qui nous intéresse quand il est limité au canal audio-acoustique pour la transmission de son message ? S'il veut transmettre l'information même qu'il transmettrait en face-à-face, il compense, c'est-à-dire qu'il utilise différemment la parole dans ses dimensions linguistiques et/ou paralinguistiques (12).

Par exemple, il peut utiliser la dimension paralinguistique pour émettre un cri là où il aurait en face-à-face levé les mains au ciel et/ou encore, il peut verbaliser une réaction qui, en face-à-face, serait restée non verbale.

Mais opérer cette compensation/substitution peut impliquer trois ordres de problèmes pour le locuteur.

La nouvelle émission (c'est-à-dire celle qui se substitue à la réaction de face-à-face), surtout si la compensation est d'ordre linguistique, risque d'être plus explicite que le comportement non verbal auquel elle se substitue.

La nouvelle émission risque aussi d'être plus outrée puisque le canal acoustico-auditif seul est disponible ; c'est en utilisant soit différemment, soit de manière renforcée les dimensions linguistiques et paralinguistiques que l'émetteur pourra (re)structurer son message.

La nouvelle émission risque de ne pas appartenir au registre habituel du locuteur (soit parce qu'il utilise des dimensions jusque là inexplorées, soit parce qu'il outre les dimensions familières).

Pour que ces événements (explicitation, outrance, innovation parolière) puissent se reproduire, il faut qu'un certain nombre de conditions soient réunies :

- que la compensation/substitution soit autorisée par les règles qui régissent les relations sociales, les normes informelles et/ou formelles du groupe (13) : imaginons simplement un responsable financier geignant au cours d'une réunion au lieu d'adopter "l'air douloureux" de rigueur lorsque les services du personnel envisagent des augmentations de salaire...

- que la compensation/substitution soit réalisable, que l'individu puisse traduire son message dans un autre code : il est parfois difficile d'explicitement une réaction en la verbalisant ;

- que le locuteur soit suffisamment peu rigide, suffisamment ouvert pour innover au moins dans certaines circonstances communicationnelles ;

- que le dévoilement corresponde aux intentions du locuteur. Par exemple, l'ambiguïté peut être une défense et l'explicitation peut être un risque (et même un risque solitaire) ; l'ambiguïté peut être une stratégie de pouvoir et le dévoilement une contrainte ;

- que le climat des relations, enfin, soit suffisamment positif pour ne pas entraîner la perception de toute transgression, mauvaise expression, innovation, dévoilement, comme nuisible et dangereuse.

Le récepteur

Mais abandonnons un moment l'émetteur pour nous centrer sur le récepteur. Que se passe-t-il lorsque celui-ci est privé d'une partie des informations dont il dispose en face-à-face : ou bien il se désimplique en même temps que la stimulation sensorielle diminue (14), ou bien les phénomènes de projection constamment présents dans les communications s'amplifient ; c'est le principe même des tests projectifs d'offrir un matériel peu structuré, peu "informé" au sujet, de manière à stimuler les mécanismes projectifs. Nous formulons l'hypothèse (cohérente, nous semble-t-il, avec l'actuelle conceptualisation des phénomènes de projection) que, dans un climat défensif ou, plus largement, vécu comme négatif, la médiation et le renforcement des processus projectifs renforcent la dimension négative dans la représentation de la situation ; dans un climat vécu comme positif, au contraire, la médiation et le renforcement des processus projectifs renforceraient la dimension positive de la représentation de la situation.

Dans le cas d'une désimplification, comme dans celui d'une inhibition défensive, on aboutirait à une utilisation restreinte du medium sur le plan qualitatif et/ou quantitatif. Elle serait liée à la limitation des répertoires perçus comme adéquats, à une sélection des communications médiatisables et à une résistance à l'utilisation du medium.

Dans le cas contraire, où les projections positives seraient renforcées, l'attention, la production langagière et paralangagière, la motivation à la communication seraient stimulées.

On voit bien ainsi comment la réception et l'émission peuvent s'articuler pour aboutir à des formes de communication gommant à la fois l'expression de l'affectivité et les capacités de production des interlocuteurs ou, au contraire, les stimulant.

Le groupe

Le phénomène se complique bien sûr au niveau groupal où même le langage perd dans la médiation une de ses potentialités : l'aparté, où donc la solidarité et le rejet implicites deviennent difficiles. L'explicitation est ici renforcée pour le destinataire du message, elle est aussi renforcée parce qu'elle s'expose publiquement. Ceci contribue, peut-être, à rendre compte de la labilité des relations dans les groupes médiatisés où les rôles ne sont pas déterminés et de la prégnance des rôles officiels dans les autres situations.

Nous pensons aussi que, lorsqu'il y a plusieurs participants, effets de groupe et effets de médiation se cumulent et se conjuguent pour créer des stimulations et des inhibitions, ce qui explique que la télé-réunion soit perçue comme plus "contraignante" que le téléphone à deux et la téléconvivialité comme plus permissive que le téléphone à deux.

Dans ce cadre de référence, il serait important encore de mieux observer l'effet de la "double relation", celle qui existe dans l'audioconférence par exemple où l'on est relié à une série d'individus ou à un groupe seulement par le canal acoustico-auditif, tandis que l'on fonctionne en face-à-face avec les participants du même studio : la règle du face-à-face ne risque-t-elle pas alors d'être plus prégnante et d'interdire le recours à la compensation/substitution dans la communication avec les interlocuteurs éloignés, favorisant l'apparition d'une représentation de deux clans, celui de ceux qui sont ici et celui de ceux qui sont là-bas.

Pour nous en tenir à la comparaison télé-réunion/téléconvivialité, il nous faut constater que si ces media techniquement identiques déclenchent des réactions différentes, c'est qu'ils sélectionnent des participants, porteurs d'attentes différentes par rapport à leur utilisation et dont les relations sont structurées par des modèles différents.

La téléconférence semble donc exclure l'affectivité, non parce que le medium en interdit l'expression, mais à cause de l'impact d'un contexte professionnel vécu comme contraignant sur les projections et les substitutions.

Le medium n'a pas d'effet direct sur la communication ; son effet est médiaté par l'ensemble des éléments qui structurent la situation de communication.

Complexification du modèle

Encore ce modèle, déjà complexe, est-il basé sur le postulat fallacieux que les participants tendent à rétablir, lorsque l'opération est possible, un mode de communication proche de la "normale", c'est-à-dire du face-à-face. C'est loin d'être toujours le cas, ne serait-ce que parce qu'ils attendent au contraire, parfois, de la médiation une communication différente, par exemple plus opérationnelle ou plus affective. Cette attente, partagée ou non par l'ensemble des participants, structure l'utilisation du dispositif technique et la représentation des enjeux de son utilisation.

Dans le cas limite où la télécommunication serait simple substitut de face-à-face (ce qui est difficile à imaginer puisqu'elle a au moins cette propriété d'éviter le déplacement, qui lui confère déjà une signification particulière dans la relation), le medium n'en serait pas pour autant neutralisé car, dans le jeu des substitutions compensatoires, c'est l'ensemble du système de communication qui évolue. Alors que le schéma de Lasswell isole les différents éléments du

système de communications : émetteur (qui), message (dit quoi), medium (par quel canal), à qui (récepteur), avec quel effet (the communication of ideas, 1948), on sait maintenant qu'il ne pré-existe pas un message "dans la tête" du locuteur qui le coderait ensuite pour le rendre compatible avec un canal ; le message se structure dans la relation au canal et au récepteur.

"Le message, c'est le medium", titre Marshall Mac Luhan (1964) [13], soulignant ainsi à la fois le fait que l'usage même du medium est porteur de signification et qu'il modèle le message.

Le renforcement par le medium

Bien sûr, ce modèle que nous pourrions dénommer modèle du renforcement par le medium et qui a (15), à notre avis, le double mérite :

- d'être plus cohérent avec le cadre théorique interactionniste et systémique de notre discipline ;
- de mieux rendre compte des phénomènes que décrivent les recherches sur la médiation que nous avons étudiées ;

ce modèle, donc, devra être systématiquement testé.

Effet de groupe + effet de renforcement par le medium = polarisation ?

En particulier, il est essentiel de déterminer, en ce qui concerne les audioconférences et les téléréunions, si l'interaction entre l'effet de groupe et l'effet de renforcement par le medium n'aboutit pas à une polarisation.

Situons certaines des productions possibles (16) du groupe sur une échelle où elles s'ordonnent par rapport à un axe représentant le niveau de structuration

(formalisation) nécessaire du groupe, de ses objectifs, des règles de l'échange. On y trouvera :

- d'abord les manifestations affectives telles qu'on les observe dans certaines réunions très peu structurées : téléconvivialité mais aussi training group ;
- puis le traitement créatif de l'information tel que celui qui s'opère au cours d'un brainstorming, par exemple ;
- le traitement logique de l'information que réalisent les groupes réunis pour résoudre un problème.

Si l'hypothèse d'une polarisation se vérifiait, les groupes en téléconférence ne pourraient se situer qu'aux niveaux extrêmes de la manifestation affective ou du traitement logique de l'information ; les autres activités se révéleraient difficiles à mener, quels que soient les modes d'animation et de participation et le degré de familiarisation avec le medium.

Préconisations et conceptualisation de la médiation

Il est évident que le cadre théorique de référence n'est pas neutre pour l'élaboration de préconisations en matière de formation et d'information.

Si le concept de présence sociale du medium était valide, il s'agirait de donner des conseils qui visent :

- à restreindre le champ des utilisations du service aux tâches d'information et de résolution de problèmes simples ;
- à structurer la réunion de manière rigoureuse pour compenser les difficultés liées à la disparition des régulations non verbales spontanées ;

A propos de l'animation des téléconférences: critique du concept de présence sociale du medium

- à réintroduire un "minimum vital affectif" en stimulant quelques mécanismes d'explicitation et en ménageant des moments de conversation informelle.

C'est ce que font la majorité des auteurs comme nous l'avons montré.

Si le modèle de la polarisation est retenu, ce sont les mêmes préconisations qu'il sera utile de formuler pour les réunions professionnelles à distance.

Par contre, si la polarisation n'est pas inéluctable et si l'on valide le concept d'effet renforçateur du medium, il y aura d'autres implications en matière de formation et d'information.

Il faudra d'abord reconnaître que les organisations feront du medium des utilisations différentes, qui seront fonction de leur climat, du degré de permissivité dans les relations, des attentes face à la médiation; en ce qui concerne ce dernier point, selon qu'elles choisiront, par exemple, de tenir des télérencontres pour accroître l'efficacité de la réunion en gommant les "bruits" relationnels ou, au contraire, pour renforcer les relations interpersonnelles, le service aura probablement des caractéristiques différentes.

Il y aurait donc un véritable effet Pygmalion s'appliquant au medium et à ses impacts.

Dans ce cadre, on ne pourrait que faciliter le type d'appropriation du service qui correspond à la personnalité de l'organisation; pour un groupe tendant plutôt vers le pôle permissif - climat positif -, le style de conseils classiques visant à restreindre les champs d'utilisation et à accroître la directivité de l'animation risquerait d'être plus inhibant que stimulant. Il conviendrait peut-être, dans ce cas, au contraire, de préconiser des apprentissages hors situation contraignante pour permettre aux participants d'essayer de nouveaux comportements de communication dans un contexte détendu et plus permissif, et de formuler des consignes visant à lever d'éven-

tuelles défenses... On procéderait alors à des télérencontres d'échauffement, comme on commence par une phase d'échauffement les séances de créativité.

Il nous paraît donc bien prématuré de proposer des guides renforçant les préjugés des utilisateurs et leurs pratiques spontanées face à un nouveau medium. Il serait plus judicieux, nous semble-t-il, de tester rapidement plusieurs guides très différenciés, avec plusieurs types de groupes, pour en déterminer, empiriquement certes, l'influence et l'acceptabilité. A plus long terme, on ne saurait faire l'économie de recherches approfondies sur les communications médiatées de groupes, car dans ce domaine, le niveau de conceptualisation est encore insuffisant pour fonder les applications.

Notes

(1) L'audioconférence met en relation deux ou plusieurs groupes réunis dans des studios spécialisés.

(2) A partir de postes téléphoniques classiques, la télérencontre met en relation plusieurs individus: c'est le téléphone à plusieurs.

(3) Et surtout à ceux qui n'utilisent pas l'image, les services "vidéo" étant encore expérimentaux.

(4) Les chiffres entre crochets renvoient à la bibliographie en fin de texte.

(5) Qui catalysent ou renforcent une hyperstructuration des groupes en réunion.

(6) Notons que pour nous cette dernière distinction implique que, dans un cas, des associations, des opérations non programmées peuvent exister, dans l'autre non; dans un cas, il peut y avoir création, même dans le domaine cognitif, dans l'autre non.

(7) Mais est-ce le moyen lui-même qui est plus formel ou bien est-ce "la règle de la relation sociale qui détermine", pour ce moyen, "le répertoire des signes à employer, le

A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du medium

cadre physique intervenant uniquement en tant qu'il reçoit une signification dans cette relation?", comme l'affirment Moscovici et Plon.

(8) Souligné par L. Bardin.

(9) En appelant un numéro de téléphone qui figure dans l'annuaire, on est mis en relation avec neuf autres téléconvives. La téléconvivialité est l'institutionnalisation du fameux "réseau".

(10) Par situation, Moscovici et Plon entendent ici situation physique: dos à dos, côte à côte...

(11) C'est dire non qu'elle utilise un medium, mais qu'elle n'est pas directe, naturelle.

(12) "Toute la panoplie des variations d'intensité dans l'échange est utilisée, des chuchotements qui accompagnent les confidences, aux cris qui renforcent les insultes". (Les conversations des téléconvives) "alimentent les images négatives de la téléconvivialité en raison de la forte utilisation qu'elles font du langage du corps fortement censuré par ailleurs; or, ce sont ces images qui rendent présents ces corps, absents de la communication téléphonique". Alain Briole et coll.: "La téléconvivialité" [5].

(13) Telles que les perçoit et les intériorise le locuteur.

(14) Mais aussi que le contrôle sur son comportement diminue.

(15) Par rapport à celui de distance sociale du medium.

(16) Nous n'aborderons pas ici les influences telles qu'elles jouent dans la négociation ou les séances de motivation, d'intégration... Pour un exposé plus détaillé sur les effets de groupe: J. Brabet "Autopsie d'une étude". Thèse de sociologie. Université Paul Valéry, 1983. Ce sujet fera l'objet d'un prochain article.

(17) On doit noter deux exceptions récentes, dont la démarche est encore très exploratoire :

- "Communication interactive professionnelle et mode de transmission". Groupe communication et travail. Université Paris XIII, juin 1982.

- "Recherche sur l'éprouvé du sujet dans les groupes médiatisés". Adam Tyar. IDATE, juillet 1983.

Références bibliographiques

[1] ARGYLE M., DEAN J. Eye-contact, distance and affiliation. *Sociometry*, 1965, 28, 289-304.

[2] BALES R.F. Interaction process analysis. Cambridge (Mass.). Addison Wesley, 1951.

[3] BARDIN L. Images et usages du téléphone. DGT-SPAF/IRAP, juillet 1979.

[4] BOLSKY M.I., STOCKBRIDGE Ch. The audioteleconference (what is it... why do it... How to do it). Bell Labs, avril 1980.

[5] BRIOLE A., LE ROCH I., DE SAINT-LAURENT E. La téléconvivialité à Montpellier. IDATE, 1981.

[6] DOUGLAS A. The peaceful settlement of industrial and intergroup disputes. *J. Conflict. Resolution*, 1, 69-81, 1957.

[7] DES GAYETS N. Les voix de la radio. *Le Monde*, dimanche 15 août 1982.

[8] GILLE L., TYAR A. Transparence et opacité du medium: méthode d'évaluation des systèmes de télécommunication. IDATE, 1981.

[9] GUILLET J.P. L'image du téléphone. *Télécom 2000*, n° 16, 13-16, sept. 1981.

[10] HALL E.T. La dimension cachée. Editions du Seuil, 1971.

[11] HSIA H.J. On channel effectiveness. In *AV Communication Review* 16, 245-267, 1968.

[12] JOHANSEN R., VALEE J., SPANGLER K. Electronic meetings. Addison-Wesley Publishing Company, 1979.

[13] Mc LUHAN M. Pour comprendre les media. Editions HMH, 1968.

[14] MEALLONNIER B.P., PIERCHON M., PINAUD C., RENARD J.B. Analyse sociologique des messages. IDATE, 1979.

A propos de l'animation des téléconférences : critique du concept de présence sociale du medium

[15] MORLEY I.E., STEPHENSON G. Interpersonal and inter-party exchange: a laboratory simulation of an industrial negotiation at the plant level. *Br.J. Psychol.*, 60, 4, 543-545, 1969.

[16] MOSCOVICI S., PLON M. Les situations-colloques : observations théoriques et expérimentales. *Bulletin de Psychologie*, p. 702 à 722, janvier 1966.

[17] PEREYRA S.G. Conducting business meeting by teleconference. In LORNE A., PARKER L.A., OLGREN C. *Teleconferencing and interactive media*. University of Wisconsin, 1980.

[18] SHORT J., WILLIAMS E., CHRISTIE B. *The social psychology of telecommunications*. John Wiley and Sons, London, 1976.

[19] STODKBRIDGE Ch., BATEMAN Th. B. Procedures for conducting a successful telemeeting. Bell Laboratories, ninth symposium on human factors in Telecommunication, 1980.

[20] WILLIAMS E. Experimental comparisons of face to face and mediated communication: a review. *Psychological Bulletin*, vol. 84, n° 5, 963-976, 1977.