

## Retour sur l'image : le cas de réunions visiophoniques

par IBANEZ BUENO Jacques , CHABERT Ghislaine, "jacques.ibanez-bueno@univ-savoie.fr", "ghislaine.chabert@univ-savoie.fr "

G-SICA (Groupe de recherche inter-laboratoires Sur l'Image, la Communication et les Arts numériques), Laboratoire Iregé - Université de Savoie, France

Cette recherche porte sur les rituels apparaissant autour des technologies à distance et notamment sur les modalités corporelles lorsqu'il y a communication organisationnelle à distance avec un dispositif permettant la diffusion d'images représentant les salariés. Cette dimension corporelle demeure encore peu traitée dans les recherches francophones en communication des entreprises malgré les positions (peu nombreuses) prises par certains chercheurs du domaine (Bernard, 2007). La « lecture » de ces postures corporelles a été facilitée par une méthodologie qui emprunte à l'anthropologie visuelle et hypermédia (Pink, 2006) et aux théories de l'interaction (Goffman). Le travail mené s'insère également dans un questionnement général des sciences sociales sur le statut de l'image au sein de méthodologies appliquées aux usages de technologies en communication organisationnelle. Un court extrait d'un montage issu du corpus de captation (séquence de visiophonie professionnelle sur internet) sera montré lors de la présentation orale de la recherche. Cette démarche foncièrement réflexive « rend visible » pour la recherche en sciences sociales et pour les organisations demandeuses, un certain « invisible » des usages en entreprise. De plus, le document iconique de recherche, s'il est diffusé dans l'organisation où ont été captées les images, donne du sens et rend "intelligible" (Delcambre, 2007) certaines pratiques émergentes et déstabilisantes pour les salariés. L'apparition de nouveaux objets et de pratiques nouvelles autour de la Télé-Présence avec Images et Sons s'accompagne d'un questionnement dans les sciences sociales. L'émergence de ces interrogations dans la communauté des anthropologues visuels est une opportunité pour les sciences de l'information et de la communication qui ont intérêt aujourd'hui à profiter de leurs réflexions pour faire évoluer elles-mêmes leurs pratiques interdisciplinaires autour de la question de l'image dans nos formes de communication.

*Mots-clés* : visio-réunions, entreprise industrielle, interactions, anthropologie visuelle

The topic of this work is video-meetings in companies. In informatics, scientific articles are numerous but it isn't the case in social sciences. The researchers have chosen the bodily dimensions in this type of communication. The interaction theory (Goffman) is used to analyse a real situation in a french company. The researchers have filmed with five cameras. In this article, the main methodology is visual anthropology. First results and a discussion about visual methodologies are presented.

*Keywords* : video-meeting, industrial company, interactions, visual anthropology

L'image dans la communication produits (exemple : spot publicitaire) représente une part importante des recherches en communication. De manière moins importante, les images de la communication institutionnelle (image de l'organisation) retiennent l'attention des chercheurs. L'objet « les relations de travail et de communication au sein de l'organisation » saisies par des images grâce au travail de chercheur demeure par contre très peu traité. Quant

à l'objet de notre recherche, il s'insère dans « l'autoproduction d'images dans le cadre communicationnel au sein de relations de travail d'une entreprise industrielle » avec une méthodologie centrée sur l'image, via la captation audiovisuelle coordonnée par les chercheurs.

De nouveau face à l'émergence d'un nouvel usage que constitue ce que nous nommons T-PIS soit technologies de Télé-Présence avec Images et Sons (Chabert & Ibanez Bueno, 2006 : 83-84) et qui comprennent l'usage de la visiophonie en entreprise qui permet une communication visuelle et sonore à distance, « l'approche communicationnelle », démarche interdisciplinaire propre aux sciences de l'information et de la communication, est revendiquée aisément du fait de l'appartenance à la communauté des chercheurs en SIC. Cependant cette affirmation ne peut suffire. Il est important de reprendre une position marquante de Bernard Miège (1989) dans l'histoire francophone des sciences de l'information et de la communication : « Nous postulons donc que le progrès des connaissances viendra surtout de réflexions et de travaux fondés sur des problématiques inter-sciences, et traversant les champs couvrant la communication sans prétendre envisager celle-ci dans sa totalité. Dans cette perspective, l'élaboration théorique, alliée avec et fondée sur des observations empiriques menées aussi rigoureusement que possible, doit amener à dégager des "règles de fonctionnement" ayant une suffisante stabilité temporelle et qui aide à expliquer, dans un champ spécifique, les relations qui s'établissent entre les acteurs sociaux concernés, relations qui nous apparaissent souvent totalement erratiques, car nous ne pouvons les "référer" à des éléments structurels ». Comme pour des usages plus anciens dans leur phase d'émergence, il s'agit dans les nouveaux usages choisis ici de la visiocommunication, d'une communication qui « est une construction sociale en cours » et que les emprunts disciplinaires combinés dans une approche communicationnelle n'ont de sens que pour des « problématiques transversales et partielles ». Dans les « faits de communication » relatifs à l'usage de caméras miniaturisées qui doivent être saisis, il faut retenir particulièrement la partie « signification pour l'acteur » (Mucchielli, 2005) de ces faits et la développer.

Le laboratoire d'appartenance des chercheurs impliqués est un laboratoire en sciences de gestion. Les chercheurs en sciences de l'information et de la communication au sein de G-SICA (Groupe inter-laboratoires Sur l'Image, la Communication et les Arts numériques) ont, dès le début de leur intégration, produit un CDROM dans le cadre d'un contrat de recherche sur les usages des images dans les entreprises de la région environnante, frontalière avec la Suisse et l'Italie (Ibanez Bueno, 2004). Cette production interactive était destinée à un public intéressé par les usages et les concepts relatifs aux technologies de l'image utilisées dans les entreprises. Le résultat fut présenté devant un syndicat patronal et suscita des volontés de collaboration entre entreprises et laboratoire sur les pratiques communicationnelles émergeant dans les organisations. Cette réaction fut considérée comme les prémisses d'une recherche-action intégrant les caractéristiques précisées par Alain Laramée (1991). Ce choix en tant que « modalité de recherche qui fait de l'acteur un chercheur et du chercheur un acteur, qui oriente la recherche vers l'action et qui ramène l'action vers des considérations de recherche » (Gauthier, 1984 *in* Laramée, 1991 : 306) a permis de clarifier les attentes de chaque acteur impliqué. La première étape imposait notamment un corpus d'entreprises autorisant les chercheurs à filmer les pratiques iconiques et leur environnement immédiat de communication organisationnelle. Cette étape fut possible grâce à une convention générale de recherche entre le laboratoire et un club d'entreprises associé à une composante

universitaire. Par rapport à une recherche *classique* en sciences de l'information et de la communication, les relations entre chercheurs et entreprises sont particulières sensibles, surtout lorsqu'elles concernent les images captées au sein des organisations. Elles nécessitent des allers et retours réguliers, proches de la négociation, sur les règles de captation audiovisuelle et sur les conditions de toute diffusion ou édition d'images (à titre d'exemple, toutes les images présentes dans cet article ont été soumises avant validation au groupe industriel ainsi qu'aux salariés filmés). Les difficultés sont ainsi nombreuses et indépendantes de la situation hiérarchique des personnes contactées.

## Du corps à l'image

Plus particulièrement, la recherche porte sur les rituels apparaissant autour des technologies à distance et notamment sur les modalités corporelles lorsqu'il y a communication organisationnelle à distance avec un dispositif permettant la diffusion d'images représentant les salariés (exemple : visio-réunion). Cette dimension corporelle demeure encore peu traitée dans les recherches francophones en communication des entreprises malgré les positions (peu nombreuses) prises par certains chercheurs du domaine : « l'importance du corps comme primat de la relation » (Bernard, 2007). La nécessité de pointer des travaux précis et récents sur l'association corps-entreprise s'est par conséquent imposée rapidement :

*“the organization is an embodied practice including the importance ascribed to its presence in practices of organization and the effects that this ascription produces”*,

« L'organisation doit être traitée sous l'angle des pratiques corporelles au regard de l'importance qu'on peut attribuer à sa présence dans les pratiques des organisations et les effets que cette attribution produit » (Body & Organization, 2000).

Notons que la méthodologie choisie se trouve en correspondance avec celle développée dans le cadre d'une communication privée et non professionnelle autour de l'usage du dispositif webcam-internet. Le travail mené s'insère également dans un questionnement général des sciences sociales sur le statut de l'image au sein de méthodologies appliquées aux usages de technologies en communication organisationnelle. Un numéro récent de la revue *Communications* a été consacré dernièrement à cette question du film et de son utilité pour les recherches en communication mais les méthodologies centrées sur la communication organisationnelle et qui intègrent l'image restent en revanche encore peu nombreuses (Bouzon, Meyer, 2006).

## Un exemple de visio-réunion

Dans notre cas, des images sélectionnées à partir d'une grille provenant de l'ethnographie de l'action (Piette, 1996) et des données iconiques et sonores recueillies par les chercheurs offrent la possibilité d'étudier l'ordonnement corporel. La recherche empirique présentée ici porte sur une séance de visio-réunion effectuée dans un grand groupe industriel haut-savoyard. Après accord de la direction, nous avons pu filmer cette réunion le 30 janvier 2008 dernier. L'objet de cette réunion était pour les protagonistes de l'entreprise de travailler en équipe sur la qualité-client à partir d'un document Powerpoint produit par un des assistants techniques du « service qualité business » du groupe (personne qui sera nommé HA3 par la suite).

Il y a six participants à cette séance de visio-réunion en *showroom* (pour reprendre l'expression de Saadi Lalou à l'occasion d'un séminaire sur la visiophonie et la communication à distance ayant eu lieu au CNET en 2006 à l'initiative de Christian Licoppe et de Marc Relieu).

Le plan suivant présente la disposition spatiale de la réunion sur le site A où se trouvent cinq salariés sur les six mobilisés :



Image 1 : vue d'ensemble du lieu A (caméra n°2)

Le repérage des personnes présentes est codifié de la manière suivante :

Lieux :

A : siège social du groupe industriel en haute-savoie

B : site distant de l'entreprise (uniquement à l'écran : prise de vue par les chercheurs sur le lieu A)

Membres du personnel :

F : Femme

H : Hommes

Positions spatiales (point de vue depuis la caméra) :

- HA3 (à droite au fond)

- HA2 (à droite au milieu)

- HA1 (à droite devant)
- FA (à gauche)
- HA4 (à gauche)
- HB sur écran

Les salariés ont pour fonction dans le site, le secteur France ou pour le groupe dans son ensemble :

- HA3 : 1<sup>er</sup> assistant technique du « service qualité business » du groupe
- HA2 : responsable du « service études et qualité client » pour le secteur France
- HA1 : 2<sup>ème</sup> assistant technique du « service qualité business » du groupe
- FA : responsable « service consommateurs » pour la France
- HA4 : responsable du « service qualité business » du groupe
- HB : responsable « qualité produit » sur le site de développement

Cette visio-réunion a été filmée à partir de cinq caméras et représente cinq points de vue différents comme on peut le voir dans l'image suivante :

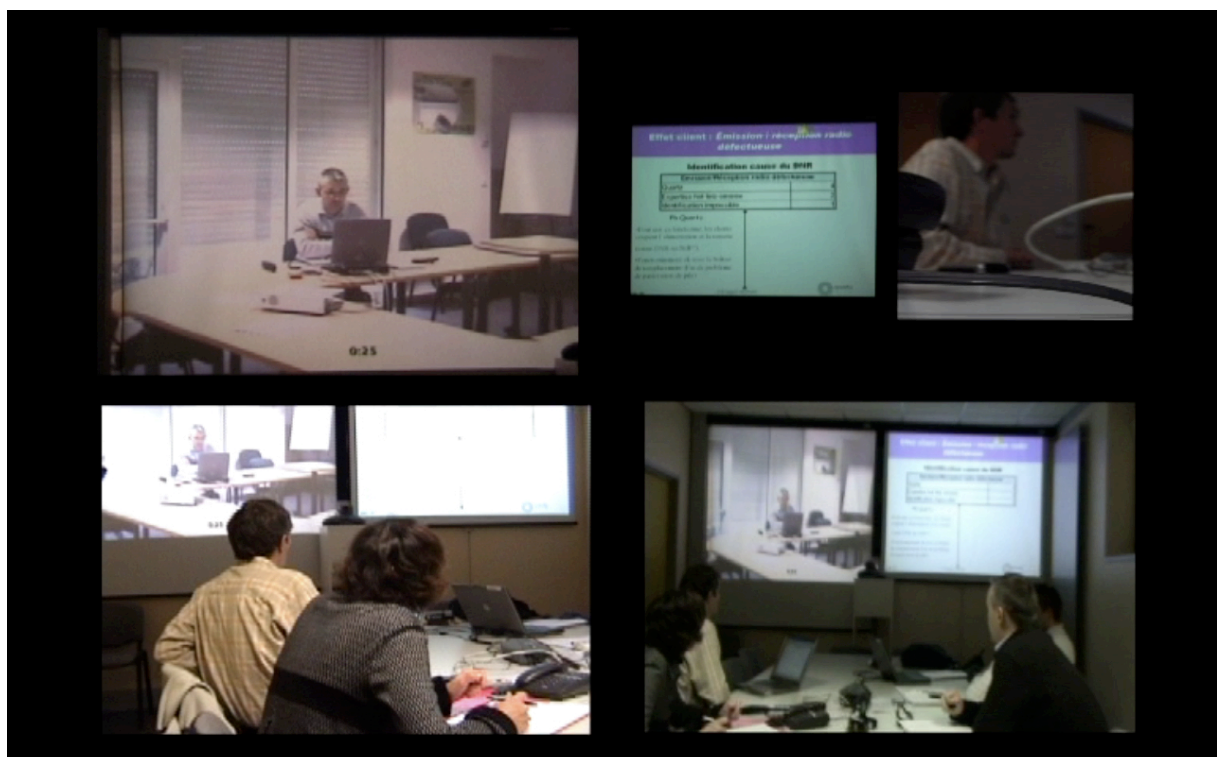
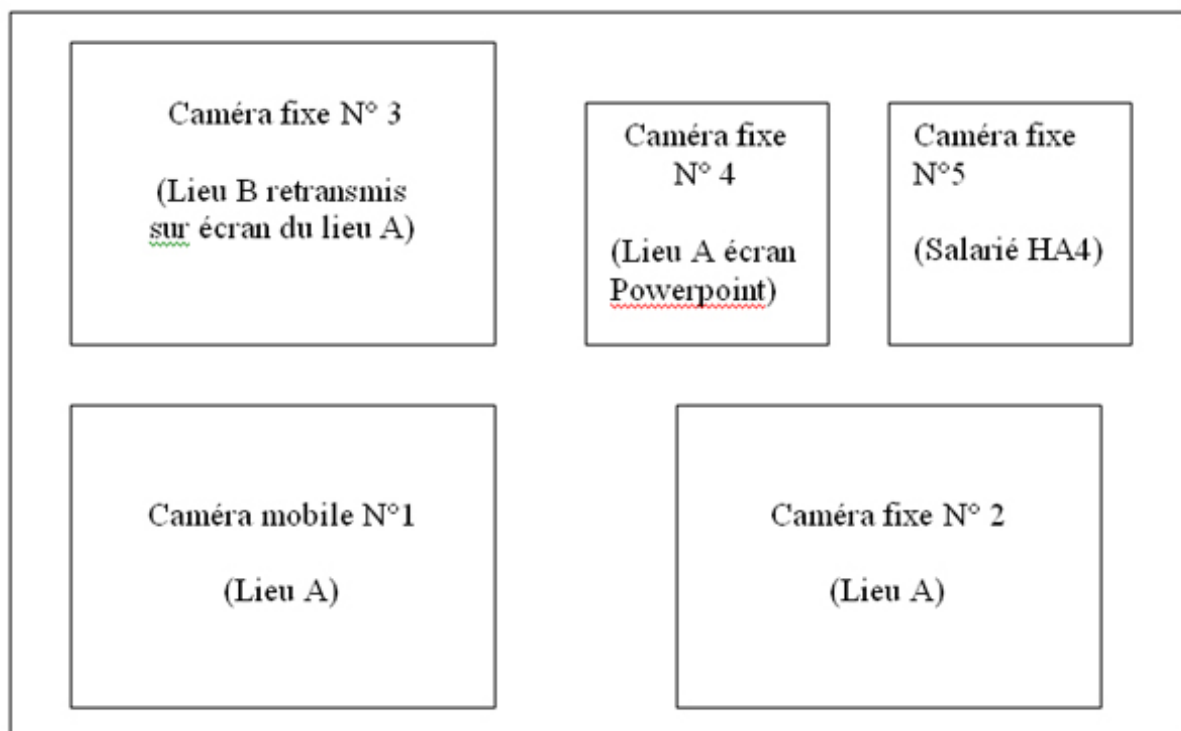


Image 2 : cinq images synchronisées au cours de la séquence L2 de 1 mn 26 à 2 mn 11 (voir ci-dessous)

Les cinq fenêtres de la mosaïque précédente reprennent la captation d'images et de sons des cinq caméras utilisées en fonction des cinq points de vue représentés par le croquis suivant :



Caméra fixe N° 3

(Lieu B retransmis

sur écran du lieu A)

Caméra fixe N° 4

(Lieu A écran Powerpoint)

Caméra fixe N° 5

(Salarié HA4)

Caméra mobile N° 1

(Lieu A)

Caméra fixe N° 2

(Lieu A)

Schéma 1 : disposition des cinq caméras durant la séquence filmée

## Création d'un lieu unique ?

Dans l'usage de la visio-réunion dans l'entreprise industrielle sélectionnée, l'observation montre qu'à certains moments du temps de travail (durée 45 minutes), un nouvel espace est créé. Celui-ci est rendu possible par l'ajout de l'écran représentant le site B. Un véritable nouvel espace est créé par la fusion ressentie de l'espace réel A et de la représentation de l'espace distant B sur écran. L'illusion est donnée de l'absence d'une discontinuité entre la table A et l'écran et donc du site B. La taille importante de l'écran A et le fait que cet écran soit en hauteur donne un « réalisme » à la représentation de la présence de HB. Le seul facteur taille n'explique pas ce résultat. Le positionnement de la caméra visiophonique sur le site B (face à HB et en légère plongée) renforce le résultat occasionné. Le dispositif permet que le regard de HB repose sur un faisceau unique regroupant deux axes : l'axe HB => « ordinateur portable de HB » posé sur la table du site B et l'axe HB => « centre géométrique table A ». L'extrémité de cet axe sur la table A donne ainsi l'illusion aux cinq membres du site A d'être regardé par HB et de leur retourner ce regard. La réunion contiguë des deux lieux offre la construction d'une salle aux dimensions de la salle prestigieuse de type « salle des conseils » dans les organisations.

Le ressenti par les participants à la visio-réunion rompt avec la communication de type visiophonique trop souvent associée à la communication téléphonique dans ses modalités. La très rapide phase phatique du démarrage de la communication, lorsque la transmission

bidirectionnelle d'images fonctionne, témoigne dans ce cas que les apartés préliminaires se font avant la visio-réunion sur le site ou lors des contacts sonores préalables à l'établissement audio-visuel complet de la connexion. Dans le cas observé ici, l'entrée dans l'ordre du jour se fait très peu de temps après cette connexion audiovisuelle techniquement aboutie.

Les interactions observées dans la séquence L2 ci-dessous confirment que les usagers, pour interagir, doivent maîtriser les contraintes techniques relatives à l'outil visiophonique.

Séquence L extrait 2 (L2) avec exemples de mouvements significatifs avec changements de position du regard :

**(01 :26)** Et derrière, tu peux « réapérer » tes télécommandes sur le boîtier électronique.

(Toussolement)

**(01 : 33) HB** : « Réapérer » ?

**HA4 FB**

**HA2**

**HA1 HA3**

**(01 : 34) HA3** : Ouais

(Silence)

**(01 : 38) HA2** : Là, y a une perte de télécommandes

**(01 : 39) HB** : Parce que le Quartz, c'est pas un problème « d'apérage », c'est un problème de ... Que ça marche ou que ça marche pas, quoi... Bon les clients « réapèrent » ok, mais c'est parce qu'ils « réapèrent » que ... Que ça va fonctionner. Sinon ils ont besoin de « réapérer » pour que ça re-fonctionne, c'est pas un problème de Quartz !

(Silence)

**(01 :59) HA4** : Ouais, tu peux répéter s'il te plaît ?

(Léger brouhaha : ouais non voilà)

**FB**

**(02 :04) HA2** : Tu peux répéter s'il te plait ?

**(02 :04) HB** : Parce que le fait de ouais ...Voilà ... Ouais ... Hum

**(02 :05) HA3** : Sinon ils coupent la ligne ... Si tu veux

**(02 :06) HA2** : Ouais

**(02 :07) HB** ; Celle par contre c'est vachement important ce ... Cette nuance là

**(02 :11) HA4** : Ouais ...

**(02 :11) HA2** : Alors juste deux secondes parce que moi j'ai pas compris donc euh

Il n'est pas question d'une « transparence » de la technologie. Le recours aux gestes paraverbaux demeure limité dans l'ensemble de la séquence. Le salarié HB qui est le seul à distance fait preuve d'une très grande économie de mouvements et de gestes paraverbaux. La position surélevée de HB dans le lieu A par rapport à FA et H1, H2, H3 et H4 lui donne une position sacralisée dans cet échange interactionnel. « L'ordre expressif » avec ses « comportements mineurs » (Goffman), avec ses conventions, place HB dans un rôle très particulier. HB est véritablement au niveau spatial au-dessus de tous les autres. Sa taille en deux dimensions à l'écran est inférieure à la réalité mais la surface importante de la représentation du lieu B renforce sa télé-présence. Sur l'ensemble de la captation par les chercheurs, il est repéré à chaque prise de parole de HB, les autres membres se taisent très rapidement pour l'écouter parler alors qu'en termes de statut propre à l'entreprise, sa position n'est pas supérieure hiérarchiquement par rapport aux collègues. HB habite l'écran en termes phénoménologiques. L'autorité de HB dans ces échanges observés est indéniable.

Quel type d'engagement les acteurs en présence ont-ils ? Le contrôle social est aussi moins présent à distance ce qui autorise fréquemment les acteurs à faire autre chose et donc de se couper de l'interaction avec les autres pour des activités plus personnelles. Les apartés que s'autorise à plusieurs reprises un des protagonistes durant la réunion (HA4 regarde son écran et tape du texte sur son clavier) illustre ce que Goffman nomme le « pare-engagement » c'est-à-dire « toutes les stratégies que nous allons utiliser pour essayer de ne pas nous engager-en toute légitimité » (Goffman *in* Winkin, 1996 : 144). La notion de distance à l'autre telle que formulée par la proxémique (Hall, 1966) éclate en visio-réunion et devient distance plus rapprochée voire intime dans le cas de web-réunions avec webcams.

La séquence L2 illustre des arrangements de visibilité grâce aux propres positionnements spatiaux de chaque salarié, dans une coordination voulue que l'expérience de ces visio-réunions a permis avec le temps de bien s'imposer dans le respect de tous.

# Théorie de l'interaction et anthropologie visuelle

La « lecture » de ces postures corporelles a été facilitée par une méthodologie qui emprunte à l'anthropologie visuelle et hypermédia (Pink, 2006). Ainsi, « l'image permet d'accompagner le mouvement des corps et l'expression des visages dans toute leur continuité, dans leur temps propre » (Fiéloux, Lombard, 2006 : 26). La multiplicité de points de vue nous permet de filmer de façon continue les cinq protagonistes dans la salle dédiée ainsi que la personne à distance (Image 2 « mosaïque »), de focaliser sur certains acteurs par des gros plans (caméra n°5) et d'avoir une caméra « mobile » durant la séance (caméra n°1). Cette dernière nous a permis de cadrer les situations jugées pertinentes ainsi que de rendre compte par le déplacement dans l'espace d'une certaine atmosphère se dégageant du lieu. Sur ce point, la technique proposée par l'anthropologue visuelle Sarah Pink dans un article intitulé *Walking with video* (Marcher en filmant) nous a été d'une grande utilité. Elle insiste en effet dans cet article, d'une part sur l'intérêt que représente la marche et le déplacement physique pour que le chercheur anthropologue s'immerge « sensoriellement » dans les lieux étudiés, et d'autre part puisse utiliser la caméra pour filmer « à la volée » les situations se présentant spontanément à lui :

*“Walking with video provides ways of (to paraphrase Feld and Basso, 1996 : 91) sensing place, placing senses, sensorially making place and making sense of place”,*

« Marcher en filmant permet (pour reprendre Feld et Basso, 1996 : 91) de sentir les lieux, localiser les sens et donner un sens aux lieux », (Pink, 2007 : 243).

Par ailleurs cette question du lieu et le rapport de chaque co-interlocuteur avec son environnement immédiat sont pris en compte par les multiples caméras qui filment simultanément la scène de visio-réunion. Ainsi, la gestion du hors champ est rendu possible contrairement à la situation de face à face où le lieu est commun et partagé.

Cette démarche foncièrement réflexive rend *visible* pour la recherche en sciences sociales et pour les organisations demandeuses, un certain *invisible* des usages en entreprise. De plus, le document iconique de recherche, s'il est diffusé dans l'organisation où ont été captées les images, donne du sens et rend « intelligible » (Delcambre, 2007) certaines pratiques émergentes et déstabilisantes pour les salariés. En reprenant les constats d'autres anthropologues visuels, nous considérons que cette démarche avec sons et images « qui approche des individus, qui ouvre sur l'intime de l'autre par le biais de son expression sociale, permet [...] de construire des faits nouveaux, des espaces inédits d'intelligibilité » (Fiéloux, Lombard, 2006 : 25). « Le corps ne peut être dit que parce qu'il est pris dans la fiction (au sens du verbe latin : façonner pour représenter). Il ne peut décoller de l'indicible qu'à condition qu'il soit fait images » (Legendre, 1994 in Péquignot, 2006 : 41). Les pratiques en images rendent visibles ce qui advient, change et échappe souvent à la vue en situation de face à face, notamment tous les rituels apparaissant autour des technologies à distance (rites d'interaction corporels) et de façon plus générale les manières d'être et de communiquer au

travail à notre époque. Le déplacement de chercheurs dans les lieux de travail avec un « laboratoire mobile » et autres matériels peut aussi jouer un rôle valorisant auprès des personnes filmées par rapport à leurs collègues. Enfin, un statut de médiateur-prescripteur d'usages émergents vis à vis de collègues en posture de résistance peut leur être donné.

L'introduction de la captation vidéo dans l'approche anthropologique de la communication sert de « révélateur » à un double niveau :

*"as a catalyst for creating ethnographic understandings of other people's experiences and representing these experiences to a wider audience"*

« comme un catalyseur permettant de créer les conditions favorables à la compréhension ethnographique de l'expérience des autres ainsi que la représentation de ces expériences vers un large public » (Pink, 2007 : 240).

Elle permet aux chercheurs d'en apprendre plus sur les objets et pratiques étudiés et surtout de les voir différemment. Elle permet aux spectateurs du film hypermédia produit de voir et de sentir de façon « empathique » les pratiques communicationnelles observées.

L'apparition de nouveaux objets et de pratiques nouvelles autour de la Télé-Présence avec Images et Sons s'accompagne d'un questionnement dans les sciences sociales. L'émergence de ces interrogations dans la communauté des anthropologues visuels est une opportunité pour les sciences de l'information et de la communication qui ont intérêt aujourd'hui à profiter de leurs réflexions pour faire évoluer elles-mêmes leurs pratiques interdisciplinaires autour de la question de l'image dans nos formes de communication.

## Bibliographie

Bernard F., 2007, "La recherche action dans les travaux consacrés à la communication d'action et d'utilité sociétale : le cas de la communication engageante et de l'environnement", *La recherche-action en communication organisationnelle*, 2<sup>èmes</sup> journées d'étude d'Org&Co, Méthodologies et techniques des recueil des données en communication organisationnelle, 25-26 janvier 2007, Celsa, Paris.

Bouzon A., Meyer V., dirs, 2006, *La communication organisationnelle en question : méthodes et méthodologies*, Paris, Éd. L'Harmattan, 210 pages.

Casey C., 2000, "Sociology Sensing the Body : Revitalizing a Dissociative Discourse" pp 52-70, in Hassard J., Holliday R., Willmott H., eds, *Body and organization*, London : Sage Publications.

Chabert G., Ibanez Bueno J., 2006, "Télé-Présence avec Images et Sons (T-PIS) et communication organisationnelle", *Pratiques et usages organisationnels des Sciences et Technologies de l'Information et de la Communication*. Colloque international Société

Française des Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Rennes 2, 7-9 septembre 2006, pp 82-87.

Disponible sur : [http://www.uhb.fr/alc/erellif/cersic/spip/article.php3?id\\_article=43](http://www.uhb.fr/alc/erellif/cersic/spip/article.php3?id_article=43)

De Fornel M., 1994, "Le cadre interactionnel de l'échange visiophonique", *Réseaux*, 64, CNET, pp 107-132.

Fiéloux M., Lombard J., 2006, "Explorer et écrire avec l'image", *Communications*, 80, pp 19-26.

Hall E.T., 1966, *La dimension cachée*, Éd. du Seuil, Points Essais, 1978, 254 p.

Huët R., Delcambre P., 2007, "La recherche sur corpus comme intervention visible dans le jeu social. Questions de méthode : l'analyse du processus de production des documents comme structuration du jeu social", *la recherche-action en communication organisationnelle*, 2<sup>èmes</sup> journées d'étude d'Org&Co, Méthodologies et techniques des recueil des données en communication organisationnelle, 25-26 janvier 2007, Celsa, Paris.

Ibanez Bueno J., 2004, "Edition d'un CD Rom destiné aux entreprises sur les dispositifs médiatiques et iconiques : approche sémiotique des ressources offertes", *L'organisation média. Dispositifs médiatiques, sémiotiques et de médiations de l'organisation*. Colloque international Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication, Université Lyon3, CD Rom édité.

Laramée A., Vallée B., 1991, *La recherche en communication*, Presses de l'Université du Québec, Éd. de Sillery, 377 p.

Morel J., Relieu M., 2007, "Le caméraphone... Pour être ensemble", *Médiamorphoses*, 21, septembre 2007, pp 107-112.

Mucchielli, A., 2005, *Pour une approche « communicationnelle » des TIC*, CERIC, Montpellier, 27 p.

Disponible sur <http://infocom.univ-montp3.fr/labo.php?f=i>.

Miège B., 1989, "Plaidoyers pour des problématiques transversales et partielles", *Médiapouvoirs*, pp 37-40.

Péquignot B., 2006, "De l'usage des images en sciences sociales", *Communication*, 80, Filmer, Chercher, pp 41-48.

Piette A., 1996, *Ethnographie de l'action- l'observation des détails*, Paris, Éd. de Métailié, Leçons de choses, 202 p.

Pink S., 2003, "Interdisciplinary agendas in visual research : re-situating visual anthropology", *Visual Studies*, 2-18, pp 179-192.

Pink S., 2007, "Walking with video ", *Visual Studies*, 22, Décembre 2007, pp 240-252.

Weissberg J.L., 1999, *Présences à distance-déplacement virtuel et réseaux numériques*, Paris, Éd. de L'harmattan, Coll Communication et civilisation, 301 p.

Winkin Y., 1996, *Anthropologie de la communication*, Éd du Seuil, Points Essais, 2001, 332 p.