

L'intégration de techniques d'information et de communication dans les modes de vie

Le cas du magnétoscope et de Télétel 3V

Philippe Mallein, Yves Toussaint

EN règle générale, dans l'analyse ou le suivi des nouvelles techniques d'information et de communication, on assigne au sociologue l'étude de l'impact de ces techniques sur les modes de vie. Implicitement, on suppose donc une passivité des modes de vie par rapport à ce qui est censé les atteindre : il suffirait d'analyser et de comprendre les effets favorables ou néfastes de ces atteintes pour permettre une meilleure diffusion de ces techniques.

Dans cette optique, les inadéquations entre l'usage et le système technique sont analysées en termes de résistance ou d'adaptation des publics à ce que devrait être la modernité.

A notre avis, cette position est un piège. Elle enferme le sociologue dans l'alternative d'être soit le porte-parole social de la rationalité technicienne, soit le défenseur des populations opprimées et passives. On entre alors dans le débat manichéen de l'optimisme et du pessimisme, si répandu dans les discours sur les nouvelles techniques d'information et de communication, débat qui permet de ne prendre au sérieux ni les techniques ni les populations concernées, dans la mesure où c'est la Modernité (avec un grand M) et elle seule qui est en cause. On évacue ainsi les « petits » problèmes de l'insertion sociale de ces systèmes techniques dans la quotidienneté, qui sont ceux de la place que peuvent (ou ne peuvent pas) venir occuper un système et ses objets dans les significations explicites ou latentes des usagers,

rapportées à l'évolution des modes de vie.

Plutôt que d'étudier l'impact de ces techniques sur les modes de vie, nous proposons de renverser la proposition et d'analyser la place que ces systèmes peuvent venir prendre dans l'ensemble des significations, des contraintes, des enjeux dans lesquels se situent et sont situés les usagers eux-mêmes. La socialisation d'une technique dépend moins de ses prétendues caractéristiques intrinsèques ou de sa sophistication technique que des possibilités qu'elle offre à une intégration dans l'ensemble des significations sociales, culturelles et imaginaires des modes de vie. Or, l'évolution de ceux-ci est très largement dépendante de variables qui débordent de toute part le cadre de la pensée technique dans lequel cette technique a été nécessairement conçue.

L'évolution des formes familiales, des relations du couple, des relations parents-enfants, l'évolution des modèles de représentation à l'égard de la famille et du travail, l'évolution des formes de la socialité relationnelle, des représentations et des attentes sociales latentes à l'égard de la technique, l'évolution des sentiments à l'égard de la légitimité des pouvoirs constituent les cadres sociaux dans lesquels il est possible qu'un système technique trouve une certaine place, devenant par là un enjeu significatif dans le mode de vie quotidien des usagers.

C'est à partir de recherches « de terrain » sur les usages et les usagers de nouvelles techniques d'information et de communication, que nous avons été amenés à formuler de telles hypothèses : d'une part à partir d'une étude achevée sur le « Magnétoscope au quotidien¹ », d'autre part à partir d'une étude en voie d'achèvement sur l'expérience de vidéotex grand public de Vélizy, Versailles, Val de Bièvre, connue sous le sigle Télétel 3V².

Les enquêtes auprès d'usagers de ces deux systèmes ont révélé des comportements et des significations d'usages nettement différents.

Dans le premier cas, on a constaté que l'insertion dans la quotidienneté s'effectuait sur un mode quasi naturel, comme si la place du magnétoscope était déjà prête, préparée d'avance. Dans le second cas, nos enquêtes nous permettent de noter une insertion très problématique dans la vie quotidienne du foyer, avec des discours d'usagers adultes et adolescents combinant l'idéalisation, la déception, l'indifférence, et parfois l'agressivité.

Ayant abordé ces deux terrains d'étude avec le même mode d'approche, il nous semble intéressant de mettre en comparaison les résultats interprétatifs que nous avons pu élaborer à partir de nos enquêtes. Car ils illustrent en contrepoint, en face à face, le rôle essentiel des cadres sociaux indiqués plus haut dans l'insertion de nouvelles machines d'information et de communication à la vie quotidienne³.

Dans le cadre de cet article nécessairement réduit, nous ne développerons pas l'ensemble de nos interprétations. Nous nous limiterons donc volontairement à illustrer notre approche en privilégiant cinq thèmes qui, nous l'espérons, montreront bien l'esprit de notre travail et qui sont :

— la position du système par rapport aux autres dispositifs existants ;

— l'image de la technique ;

— la socialité familiale ;

— la socialité extra-familiale ;

— l'imaginaire relationnel avec la machine.

Comme notre étude sur le magnétoscope a déjà été publiée, nous nous limiterons pour cette partie à rappeler nos principaux résultats et nous développerons plus nos interprétations concernant Télétel 3V.

I. LE MAGNÉTOSCOPE

A. Position du système

Après de nombreux tâtonnements et des tentatives centrées sur la production vidéo dans les années 70, la vidéo s'intègre à une grande échelle dans le vécu du foyer domestique avec le magnétoscope utilisé comme une sorte de magnétophone à images. Le magnétophone devient ainsi un objet second, appendice de la télévision. Il se greffe sur les pratiques culturelles préexistantes les plus répandues : la consommation de télévision et de films de cinéma. C'est donc un système qui vient en prolongement des pratiques traditionnelles audiovisuelles en inscrivant ses significations à la marge de ces pratiques.

B. Image de la technique

Dans les représentations des usagers, le magnétoscope est totalement banalisé comme technique et comme objet de consommation courante, contrairement à certaines représentations publicitaires qui associaient au magnétoscope des images futuristes de technologie de pointe.

Un des usagers résume bien une opinion générale : « *J'ai déjà un magnétophone, alors pour moi le magnétoscope c'est un peu pareil, l'un se rapportant au son, l'autre à l'image. Disons que le magnétoscope n'est pas quelque chose de phénoménal. Pour moi, il est déjà entré dans les mœurs* » (interview en mars 1981).

Banalisé dans sa fonctionnalité technique, le magnétoscope l'est aussi comme un élément qui s'inscrit naturellement dans le décor domestique moderne. Il n'apparaît pas du tout comme un signe distinctif de standing, il est comparé aux autres équipements « normaux » de la vie quotidienne : machine à laver le linge ou la vaisselle, voiture, téléphone... : « *On avait fini de payer la machine à laver, on s'est dit pourquoi pas un magnétoscope.* »

C. Socialité familiale

Le modèle de la vision familiale de la télévision, avec le nécessaire consensus ou l'exercice de l'autorité qu'il exige, devient sans doute mal adapté à l'évolution des modèles familiaux de la forme autoritaire-hiérarchique vers une forme associative-négociatrice. Le magnétoscope permet un déplacement, un décalage par rapport à la vision familiale de la télévision devenue chargée de conflits potentiels, en individualisant la réception, en annulant les confrontations, et donc en dissolvant l'exercice de l'autorité.

La place vide que l'usage de cet appareil laisse ainsi dans la socialité familiale, à savoir les échanges autour du petit écran, s'avère être occupée par des échanges qui s'effectuent autour de l'enregistrement ou des « cadeaux » de cassettes.

La régulation familiale autour de la télévision passe ainsi par la gestion des différences plutôt que par l'élaboration d'un consensus devenu problématique : fonction à double sens du magnétoscope, individualisante et socialisante, exemplaire de phénomènes plus profonds, plus généraux. D'une part, on constate une certaine déculpabilisation du plaisir égoïste, de l'autre un certain effacement des rôles familiaux traditionnels basés sur l'autorité et cause de conflits de plus en plus nombreux.

D. Socialité extra-familiale

Le magnétoscope accompagne un processus très net d'individualisation de la consommation audiovisuelle et des pratiques qui lui sont liées. Tant au niveau réel qu'imaginaire, il se nourrit d'un désir d'autonomie des individus par rapport à des formes de socialité dans lesquelles l'autorité et les règles préétablies de fonctionnement de groupe tendent à être remises en cause, à s'affaiblir, à perdre de leur légitimité. Ce phénomène

qu'on a observé dans la famille se retrouve également dans les formes associatives, et même dans l'école. Dans tous ces cas, le magnétoscope introduit un espace de jeu, d'autonomie, un temps pour soi qui contribue à déculpabiliser le plaisir et l'imaginaire de l'individu et à favoriser de nombreuses tactiques d'appropriation individuelles de l'objet.

Que ce soit dans la famille, dans les réseaux informels d'échange de cassettes, dans les associations d'amateurs, ou même à l'école, s'instaurent autour de l'usage du magnétoscope des échanges, des services d'entraide, des relations affinitaires, bref des formes de socialité qui ont toutes pour caractéristique d'être au service de l'individualité avec ses particularismes irréductibles.

E. Imaginaire relationnel avec la machine

Le magnétoscope est vécu comme apportant un pouvoir de maîtrise sur la télévision. C'est une machine qui apporte la « liberté devant la télévision ». Par rapport à la télévision fantasmée comme une nourrice toute-puissante qui assujettit à la temporalité inexorable du flot d'images, le magnétoscope libère de cette charge fantasmatique.

Par rapport à la passivité dans laquelle enfermerait la télévision, le magnétoscope deviendrait ainsi le ferment d'activité. Les représentations du magnétoscope proposées par les publicités et les industriels valorisent cette image de maîtrise, du consommateur devenu rationnel, libre et conscient. Elle dessinent, par là, un idéal social. Ce qui est en jeu, à travers cette catégorie de la maîtrise, c'est l'émergence du sujet relationnel, d'un nouveau citoyen de la république des médias, là où la télévision n'avait produit qu'un consommateur d'images banalisées.

En fait, on a constaté que si les usagers reprenaient à leur compte ce discours de la maîtrise, ils le faisaient fonctionner de manière très ambivalente. Car, paradoxalement, la déculpabilisation, la libération de la charge fantasmatique que l'usage du magnétoscope introduit dans le rapport avec la télévision laissent sa chance à cette part de rêve qui s'installe dans les moments vagues passés devant le petit écran et dont les usagers nous ont parlé sans pouvoir (ou vouloir) en dire plus.

En introduisant l'ambivalence de l'activité et de la passivité, le magnétoscope permet de jouer avec la télévision, de l'adapter à son propre usage, de « braconner » dans la forêt des images, d'en capturer des moments avec lesquels on peut entretenir un rapport intime, pratiquement ineffable mais non plus refoulé ou culpabilisé.

II. L'EXPÉRIENCE DE VIDÉOTEX TÉLÉTEL 3V

A. Position du système

Tel qu'il a été conçu et constitué par les promoteurs de l'expérience Télétel 3V (Vélizy, Versailles, Val de Bièvre), ce système de télématique grand public se définit comme un système multiple, à la fois machine à communiquer, machine à informer, machine à distraire, machine à agir à distance, machine à s'instruire.

Dans le prospectus envoyé aux futurs usagers expérimentaux, il était indiqué : « Avec Télétel, vous pourrez à la fois vous informer, vous exprimer, agir. » Ainsi, ce système se voulait d'emblée un nouveau média différent des systèmes médiatiques et audiovisuels déjà présents à l'intérieur du foyer.

Par sa conception même, ce système se donne des objectifs très exigeants puisqu'il ne vient pas se greffer en complément ou en réparation par rapport à des insatisfactions ressenties à l'égard

des médias existants, mais qu'il se propose d'être un média radicalement nouveau, utilisant toutes les possibilités réelles et virtuelles de l'informatique et des télécommunications.

L'enquête que nous avons effectuée auprès d'usagers adolescents et parents nous a montré que cette ambition le met tout de suite en concurrence avec les différents systèmes médiatiques prenant place actuellement dans le foyer : le téléphone, les jeux électroniques vidéo, les micro-ordinateurs individuels et, curieusement, les encyclopédies, et les catalogues commerciaux de vente par correspondance.

Or, il semble bien que cette concurrence tout azimut le défavorise dans la mesure où sa place potentielle ou possible devient difficile à percevoir pour l'utilisateur.

Quand il est mis en comparaison avec d'autres machines domestiques, les usagers mettent l'accent sur ce qui manque à Télétel, plutôt que sur ce qu'il apporte.

En tant qu'outil informatique, il est comparé au micro-ordinateur et on lui reproche de ne pas permettre à l'utilisateur de programmer (d'y « mettre de soi » dedans) et d'être « soumis au logiciel des autres ». Quand on le compare aux jeux vidéo, on insiste sur le peu de possibilités qu'offre sa manipulation. Quand on le compare avec le téléphone, on insiste sur son caractère muet et impersonnel, avec le catalogue commercial ou les encyclopédies, sur son caractère incomplet et insuffisant.

D'où l'interrogation d'un adolescent de 20 ans qui résume bien une tendance générale : « *Qu'est-ce qu'ils ont voulu faire avec ça ?* »

De plus, on constate que le mélange des images ludiques, informationnelles, culturelles, informatiques et communicationnelles, introduit une sorte d'effet de brouillage. La multiplicité des images et des fonctions conférées au système empêche les usagers de le valoriser sur une fonction précise.

Par exemple, pour certains parents, la présence du ludique vient s'opposer à l'image d'une télématique sérieuse.

Pour ce père, cadre supérieur : « *il y a des jeux bêtes, primaires, pas évolués, très limités. Les jeux, il y a là un moyen à consommer énormément de consommation, c'est extrêmement évident.* »

A l'inverse, une mère de famille femme d'ouvrier, amusée par les jeux, dénigre les aspects sérieux du système : « *On choisissait un jeu, avec l'ordinateur il fallait se accrocher, c'est vrai que c'était amusant, mais par contre il y a vraiment des choses... !* »

Ces choses sont le caractère sérieux et ennuyeux du terminal qui devient pour cette femme : « *Leur Télétel, c'est jamais qu'une imprimante en fin de compte, on en a rien à foutre de ça.* »

Et pour conclure elle nous dit : « *C'est vrai que ça pourrait être chouette, mais ça l'est pas. Ils savent pas de quel côté aller. Qu'est-ce qu'ils veulent faire avec ça ?* »

B. Image de la technique

L'expérience de Vélizy s'est installée dans l'ambiance des discours qui, à la fin des années 70, inscrivait (mais faut-il employer l'imparfait ?) la télématique dans des enjeux, des espérances, des craintes qui mêlaient tout ensemble les défis de la croissance, la répartition des pouvoirs, l'indépendance, la perception de l'ordre social, du monde, de l'homme et de sa société.

La télématique, par l'ensemble des discours politiques, colloques, rapports, articles de journaux, livres... qui lui étaient consacrés, a été instituée au rang d'une grande révolution culturelle. Et l'expérience de Vélizy a été présentée comme une expérience pilote pour une population de l'an 2000 qui allait bénéficier ainsi des effets des prouesses techniques de la moder-

nité. Cette population se voyait ainsi placée au rang de « pionnier », porteuse des espoirs et des craintes de l'avenir de notre société et plus largement du monde occidental !

Dans les interviews que nous avons effectuées, on constate que le message est passé et qu'il s'est largement répandu dans la population expérimentale. Les attentes à l'égard de Télétel 3V ont été attachées à une grande croyance dans la toute-puissance informatique mise à la disposition privée de 2 500 familles pionnières.

Citons quelques phrases entendues ici et là lors de nos interviews :

« Refuser d'avoir quelque chose qui va dans le sens du progrès de l'informatisation, c'est idiot » (père cadre supérieur).

« Avec quelque chose comme ça, on peut faire des choses énormes » (adolescent 19 ans).

« Au début on allait vers Télétel dans un élan de découverte. Je suis parti en me disant voilà quelque chose de bien de fait » (adolescent 20 ans).

« Quand on l'a eu, je pensais que c'était un miracle. Je ne pensais pas qu'ils mettraient ça dans les familles ouvrières » (femme d'ouvrier).

« Pour les enfants, c'est une façon de s'exprimer qui s'ouvre en quelque sorte vers quelque chose de plus grand » (père cadre supérieur).

« [Grâce à l'informatique] tout va changer, tout ce qui est travail idiot, bête, tout ce qui ennuie les gens n'existera plus » (adolescent 20 ans).

Au début de l'expérience, les usagers avaient donc de fortes attentes auprès d'un système déjà préalablement idéalisé, porteur de la croyance, auquel on adhérerait dans un grand élan de conversion religieuse à la modernité.

On doit noter toutefois que ces attentes étaient surtout le fait des pères et des garçons adolescents. Sauf exceptions revendicatrices (on s'expliquera plus loin sur cet adjectif), les mères, pour des raisons qui restent encore obscures pour nous (mais l'attribution du Télétel sur la base de la notion de chef de famille a pu jouer un rôle important), s'étaient d'elles-mêmes mises à distance et les filles ont, semble-t-il, échappé à ce flot général de croyance et d'idéalisation.

Ces attentes quasiment mystiques n'étaient certainement pas un facteur favorable à une intégration simple dans la vie quotidienne du foyer. Elles aboutissaient à faire entrer dans la vie domestique une machine chargée d'une puissance magique, futuriste, porteuse des espoirs et des craintes sur l'avenir auxquels on associait les enfants.

L'expérience de Télétel 3V exposait ainsi les usagers à ne pas être à la hauteur des idéaux qu'elle avait réveillés et à subir les contrecoups de l'épreuve de réalité.

C. Socialité familiale

Comme pour le magnétoscope, on constate que l'usage de Télétel se centre sur l'individu. Mais cette pratique individuelle ne s'inscrit pas dans la socialité sur le mode de la gestion des différences. En effet, dans les familles, nous avons constaté qu'il y a toujours un leader d'usage désigné. Et, le plus souvent, celui-ci produit insidieusement un discours de dévalorisation de l'usage des autres.

La concurrence, la compétition entre enfants, entre père et fils, et parfois entre membres du couple, s'installe avec Télétel. Il s'agit d'être celui qui s'en sert le mieux.

Un fils de 11 ans dit : « Mon père, il ne sait pas tellement, c'est moi qui tiens le clavier [les adultes] ils ont vu que ça n'allait pas très loin, mais moi j'ai réussi quand même. »

Durant l'interview d'un jeune couple de fiancés de 18 et

20 ans, à l'occasion d'un petit jeu projectif, la jeune fille, utilisatrice de Télétel, le compare à un cactus en disant à son fiancé : « Comme ça tu n'y toucherais pas. »

Une femme déclare : « Quand mon mari s'en servait, je m'éclipsais. »

Un jeune homme de 20 ans dit : « Mes frères, ils cherchaient moins les services, quand on a 15 ans ! »

Un père parlant de son fils dit : « Les enfants ont plus d'instinct, mais enfin il n'a pas encore découvert des choses intéressantes dedans, j'en suis sûr. Il sait l'utiliser mécaniquement. »

Le fils de 13 ans réplique : « C'est quand même moi qui t'ai indiqué plusieurs démarches essentielles. »

C'est sans doute parce qu'il s'est inscrit dans ce climat général d'attente de la puissance qu'il y a cette concurrence. Elle a pour effet de renvoyer au statut de perdant celui qui s'en sert le moins, et donc de moins en moins.

Les femmes, en règle générale, se mettent à distance de Télétel renvoyant l'usage sur les enfants ou le mari. Une interviewée résume bien une position assez générale : « Moi je suis allergique à tout ça de toute façon. »

Pour les cas exceptionnels où les femmes s'y sont intéressées, elles revendiquent un objet pour elles et regrettent qu'il ne leur soit pas plus clairement destiné : « Moi je croyais que c'était pour nous, les femmes qui sont à l'intérieur de la maison. »

Cette mise à distance, ou cette revendication d'objet exclusif, peut provenir des modalités selon lesquelles on a sélectionné les usagers expérimentaux. La sélection sur la base de la profession de l'homme présumé « chef de famille » réintroduit une image de pater familias traditionnel qui ne correspond plus, ou pas nécessairement, au fonctionnement et au modèle idéologique acutel de la famille.

Une femme de cadre supérieur nous dit d'ailleurs : « On demande toujours le chef de famille, c'est grossièrement mal élevé, c'est un manque total d'éducation au niveau de la direction. »

Par ailleurs, étant donné l'ambiance idéologique dans laquelle elle a été promue, et qui dépasse largement le message explicite et latent des concepteurs, cette expérience Télétel 3V est porteuse d'une injonction paradoxale auprès des pères.

Le système est assigné au chef de famille pater familias. Il viendrait donc renforcer ses attributs de puissance, d'autorité sur les enfants et dans la famille. Or, le message selon lequel ce sont les enfants qui sont porteurs de cette nouvelle technique, ce sont eux qui montrent la voie aux adultes, met les pères en position d'élèves de leurs enfants.

On voit alors les pères déchirés entre la réactivation de l'image du pater familias et la démission parentale face à son exclusion comme dépassé par cette technique du futur. Comment faire pour être à la fois le chef expérimentateur Télétel porteur pour l'extérieur de l'usage familial et le père démissionné, mis à la retraite, devant l'usage de ses enfants ?

On voit ainsi, dans le discours des pères, se développer cette contradiction. D'un côté, on tient le discours de la croyance sur les enfants porteurs de cette technique, de l'autre on tient le discours de la désimplication, de la rivalité parfois, voire de la retraite face à l'usage des enfants.

« Au début on avait pris ça pour les enfants, mais pour moi jusqu'à la fin de mes jours, je peux me passer de Télétel, ça ne changera rien à mon existence... J'ai eu du mal à comprendre. Mon esprit ne va pas aussi vite que celui d'autres gens. »

D. Socialité extra-familiale

Pour les jeunes, le prosélytisme entre copains est limité à l'apprentissage éventuel. En fait, il s'agit plutôt d'une sorte de démonstration de fierté, limitée au démarrage de l'expérience.

Nous n'avons pas constaté d'échanges verbaux, de trucs, de « combines », de jeux entre adolescents usagers de Télétel. Les jeux en lieux publics sont les seules occasions d'une socialité de jeunes autour de Télétel.

Télétel devient alors une sorte de jeu d'arcade gratuit. Mais, sauf au bureau de poste de Vélizy proche du centre Télétel 3V et donc porteur de l'expérience, on a constaté que dans les autres lieux publics, les terminaux Télétel étaient mis en panne, ou cachés, ou rendus inaccessibles pour éviter la présence des enfants : les lieux publics administratifs ou para-administratifs ne devant sans doute pas se transformer en salle de jeux pour enfants.

Pour l'ensemble de nos interviewés, la messagerie ne suscite pas un grand intérêt. Ils connaissent le service, certains l'ont utilisé par curiosité au début, d'autres se sont plus impliqués mais « l'ont progressivement laissé tomber ». Notre échantillon est trop faible (42 adolescents et préadolescents et une quinzaine de parents) pour qu'on puisse en tirer une conclusion générale. Mais on sait par d'autres études que la messagerie concerne un petit nombre d'utilisateurs qui s'en servent beaucoup.

Ces adolescents nous ont indiqué soit que l'utilisation de la messagerie était « compliquée, et mal expliquée », soit qu'ils n'avaient pas de copains qui avaient Télétel, soit qu'ils voyaient très souvent leurs copains et que l'intérêt d'envoyer des messages, sauf une ou deux fois au début par curiosité, à des amis qu'on voit tous les jours n'était pas évident. De plus, pour la communication interpersonnelle le téléphone est l'instrument privilégié de la socialité des adolescents.

Mais il y a sans doute des raisons plus profondes à ce manque d'intérêt pour la messagerie. D'une part, pour certains jeunes préadolescents, il peut y avoir un interdit parental à la communication avec des groupes de messagerie : « *Je n'aimerais pas tellement que mon fils communique avec des groupes dont je ne sais pas très bien, voyez...* » D'autre part, pour les plus grands adolescents qui cherchent à se construire leur autonomie par rapport à la famille, la boîte aux lettres familiale, à laquelle chaque membre de la famille peut avoir accès et prendre connaissance de messages personnels, va à l'encontre du secret.

Et, on sait bien l'importance du secret et des petites complicités à cet âge de la vie, d'où la remarque suivante : « *Ce n'est plus secret comme message, tout le monde peut en prendre connaissance. Ce n'est pas un message noir. Papa, maman, les frères peuvent en prendre connaissance même s'il n'est qu'à moi. Le secret n'est pas garde* » (adolescent 18 ans).

Par ailleurs, la messagerie de groupe, telle qu'elle a été conçue à Vélizy, privilégie des formes de socialité visibles, où l'on se présente avec une identité bien définie en s'inscrivant sur des projets par rapport auxquels il faut se situer clairement et manifester un désir, une envie explicite de participer à ce projet. Elle suppose une participation engagée des usagers comme porteurs du projet. Elle valorise la réduction des particularismes individuels au profit des groupes. Elle s'oppose à une socialité autorisant à chacun le jeu du visible et de l'invisible, de l'identité et du pseudonyme, du public et du privé, de l'engagement et du retrait. Elle impose une socialité du « vouloir », une socialité du code contre la socialité de l'autonome, de l'autoconstruction ou déconstruction des règles.

N'est-ce pas là finalement qu'il faut chercher la raison du manque d'intérêt pour la messagerie chez nos interviewés ?

E. Imaginaire relationnel avec l'objet

Au moment de notre enquête, après un usage relationnel de Télétel pendant près de deux ans, l'impression globale qui émerge chez les usagers est la déception.

Il convient toutefois de distinguer les réactions selon la façon dont les divers membres de la famille se sont investis dans l'expérience compte tenu des grandes croyances qu'elle (et qu'ils) pouvait véhiculer.

1. Les mères

Sauf exceptions notoires liées à une position revendicatrice de la femme comme chef de famille, les mères se sont d'elles-mêmes mises à distance de Télétel. Aussi ont-elles un discours qui renvoie sur les autres membres de la famille les formes d'intérêt qu'il est censé susciter.

Lorsque les mères ont une position revendicatrice, la déception, l'agressivité et le rejet s'expriment de manière particulièrement forte. Se vivant elles-mêmes comme chef de famille, elles ont essayé d'établir avec le système une relation privilégiée, mais porteuse de significations tellement chargées socialement et fantasmatiquement qu'elles, ces femmes, ne pouvaient qu'être déçues par la machine. Télétel s'est montré incapable de satisfaire aux idéaux de puissance qu'elles avaient projetés sur lui.

Une de ces femmes nous indique : « *Mon mari l'avait pris pour moi. Ça avait été fait un peu pour nous, les femmes... On l'a rendu, on ne l'utilisait plus. Ça m'agaçait, trop de recherches à faire, je m'énervais après l'appareil... Parfois il fallait attendre que Monsieur l'ordinateur veuille bien nous laisser la place... Ça me faisait un nid à poussière supplémentaire. Je me suis dit, si on peut se débarrasser de ce truc-là, ça fera ça de moins à nettoyer.* »

Une autre déclare : « *J'aimerais avoir quelqu'un au bout, comme ça, faire des demandes et des réponses... On peut jouer avec l'ordinateur du Télétel, ça il fallait le coincer, ça c'était un plaisir, il y a une espèce de réponse, il y a de la bagarre, il y a du plaisir. Mais combien de fois ils nous ont coupé au cours du jeu, du coup on les a laissé tomber... Je ne sais pas ce qui s'est passé, mais on l'a carrément laissé tomber... C'est jamais qu'une machine, c'est jamais qu'un électronique de plus... En fin de compte c'est trop neutre... Il y a des fois, hein, par la fenêtre.* »

2. Les pères et les garçons

Pour les pères et les garçons, l'épreuve de réalité introduit une blessure d'amour-propre en proportion avec les idéaux qu'ils avaient placés sur Télétel.

Tout en disant la déception, ils cherchent alors à réparer la blessure par divers mécanismes de défense contre la chute des idéaux dans lesquels ils se reconnaissaient.

Ceux-ci vont du dénigrement à l'indifférence polie, voire bienveillante, avec parfois des refus de jugement (« *c'est pas à nous de juger* », père ouvrier), avec divers déplacements de Télétel vers l'ailleurs, les autres, ou l'avenir. Nos interviewés ne semblent pas avoir trouvé de place pour eux dans ce système.

a. les figures de la déception

La colère : « *On a attrapé des rages, des colères comme on en attrape rarement* » (père cadre supérieur).

L'indifférence : « *C'est un loisir qu'on peut bien remplacer par autre chose, qui est bien en lui-même mais qui est remplaçable facilement* » (garçon 18 ans)

Le dénigrement : « *Ça ressemble étrangement au produit grand public mal conçu... Ça ne me paraît pas répondre à ce que les gens en attendaient* » (garçon 20 ans).

Le dénigrement : « *On ne comprend pas très bien le fonctionnement de cet appareil et, arrivant très vite à la limite de*

ses possibilités, on en a déduit qu'il n'était pas si bien que ça » (père cadre supérieur).

L'indifférence : « Télécel, c'est un loisir bouche-trou. On est tout seul, plutôt que de s'embêter, on fait ça » (garçon 16 ans).

L'indifférence molle : « Non je ne l'ai pas rendu, moi je l'ai gardé, ça me sert un peu de quéquette » (père militaire).

Le dénigrement : « C'est toujours les mêmes ordres qu'il faut répéter comme si on n'était plus maître des machines, pour moi c'est pas un objet culturel, loin de là » (garçon 18 ans).

Le dénigrement : « Télécel c'est un peu bête, ça nous apprend pas à réfléchir » (garçon 17 ans).

b. les déplacements de Télécel

L'ailleurs : « Moi, je vois ça pour la province » (père cadre moyen).

Les autres : « C'est assez pratique, disons oui, quand même, pour un ménage, mais en fait, c'est souvent plus pratique pour un industriel, c'est certainement mieux » (père cadre moyen).

L'avenir : « Je ne voudrais pas non plus faire le procès de Télécel. C'est un projet, c'est incomplet, il y a encore des études à faire » (garçon 20 ans).

Finalement, après l'épreuve de réalité, le système est globalement désinvesti de sa charge fantasmagique puissante. Il ne suscite plus d'image de futurisme triomphant. D'après un petit jeu projectif que nous avons utilisé dans nos interviews d'adolescents, on remarque que Télécel est maintenant référé à un modernisme déjà là, installé, banal et familier. Dans ce sens, il ne suscite pour eux ni l'admiration ni la crainte. C'est une image familière, d'un modernisme presque traditionnel, d'un savoir-pouvoir reconnu comme tel mais qui laisse un peu indifférent. Télécel figure une modernité passée, en voie d'être dépassée.

3. Les filles

Sans qu'on puisse vraiment l'expliquer, mais peut-être simplement à cause de leur statut de fille, celles-ci ont, semble-t-il, échappé aux grandes croyances et idéalizations de la télématique. Elles n'avaient sans doute aucune attente à l'égard de Télécel, qui, pour la plupart d'entre elles, est arrivé sans qu'elles sachent très bien pourquoi dans la famille.

Dans ces conditions, Télécel n'était ni dramatisé ni à dédramatiser. Et, on ne constate, de leur part, aucune agressivité, aucune déception, aucun mécanisme de défense contre la perte des idéaux. Elles ont à l'égard de Télécel un rapport sans tension ni passion. Ce rapport détendu avec Télécel se combine avec l'image d'un robot assez affectueux, à leur service, qu'on peut prendre et laisser quand on veut, toujours disponible, toujours présent, un peu lent, un peu pataud mais qui, de ce fait, n'inquiète pas parce qu'il n'est pas trop fort.

C'est un robot qui accompagne les moments vagues, les moments de solitude. Il rassure par sa seule présence et ne suscite chez elles aucune volonté de maîtrise du monde. Elles ne lui associent pas d'images d'invention, de pouvoir et de savoir, mais plutôt des images d'objet d'intérieur.

« Ça reste en place. Comme c'est un ordinateur, ça n'a pas d'intelligence. On lui dit de faire ça, il fait ça, ça traîne » (fille 13 ans).

« Télécel ça m'intéresse, j'aime les jeux. Quand on a bon, on a des couleurs, quand on a faux, le jeu diminue » (fille 14 ans).

« Télécel ça fait longtemps que je ne l'ai pas regardé, oui, c'était bien » (fille 12 ans).

« Télécel c'est un moyen de m'occuper quand je n'ai rien à faire. Je le fais quand je m'ennuie, c'est bien » (fille 13 ans).

« J'aime bien, c'est amusant, c'est vivant, un Télécel. J'ai plus confiance dans Télécel que dans l'opératrice. J'ai plus confiance dans l'ordinateur que dans la personne » (fille 22 ans).

Et, à la différence des garçons qui, dans l'ensemble, vivent mal la passivité qu'impose à leur avis la forme du système (et qui de ce fait valorisent le micro-ordinateur comme une machine où l'on peut être actif), les filles paraissent s'en accommoder assez facilement et même apprécier cette position décrite comme passive par les garçons.

Finalement, ce sont elles qui ont, à l'égard de Télécel, la relation la plus simple et sans doute la plus affectueuse en l'imaginant comme une sorte de gros nounours technologique à leur service.

CONCLUSION

La comparaison magnétoscope Télécel 3V nous donne quelques précisions sur le problème de l'intégration des techniques d'information et de communication aux modes de vie.

Notre étude sur le magnétoscope nous avait fourni quelques clefs d'interprétation sur les raisons pour lesquelles cet objet technique s'était si facilement inséré dans les modes de vie actuels. On peut à nouveau les résumer ici.

Cette technique ne suscite pas d'attente démesurée. Le magnétoscope, par sa banalité et sa secondarité, est intégré immédiatement à des usages préexistants des médias. Il n'est l'objet d'aucune idéalisation préalable. Il n'est pas le démiurge d'une quotidienneté en mal de transcendance. Sa banalité même le range d'emblée au rang de l'ordinaire.

Sa pertinence sociale, il la trouve dans son adéquation à une évolution générale des formes familiales et des formes de la vie relationnelle. Il s'inscrit très fonctionnellement dans une socialité fondée sur une prise de distance à l'égard de toute transcendance, si minime soit-elle, une socialité de la gestion des irréductibles particularismes individuels qui refusent leur réduction à un « vouloir » collectif de groupe, y compris familial.

Sa pertinence fantasmagique, il la trouve dans un imaginaire relationnel avec l'objet qui libère la télévision de sa charge fantasmagique. Par la déculpabilisation, par le déplacement du refoulement que procure cette sorte de prothèse, est autorisé un jeu d'ambivalence possible sur l'activité et la passivité. L'utilisateur peut ainsi ruser avec la morale sociale de l'action en mettant en avant les signes de l'activité pour mieux cacher (et se cacher) son plaisir de la passivité, de la régression, du retrait.

Télécel 3V nous fournit un tout autre paysage, et, avec la même grille d'interprétation, nous pouvons comprendre pourquoi son intégration dans la vie quotidienne est si problématique.

Par sa conception même, Télécel 3V refuse la banalité. Il se présente d'emblée comme se voulant un nouveau média, refusant toute assignation à une place secondaire. S'appuyant sur les résultats des prouesses techniques de l'informatique et des télécommunications, il se veut un système multiple venant concurrencer sur leurs terrains les médias existants.

Se donnant des objectifs très exigeants, s'appuyant sur l'image d'une technique futuriste et sur les idéologies qui l'accompagnent, il se veut le nouveau démiurge de la quotidienneté inscrivant ses significations dans des promesses réparatrices, proposant de nouveaux idéaux à une population en mal d'idéalité, suscitant des attentes à la démesure des enjeux qu'il se donne (et qu'on lui donne).

À des formes familiales déstabilisées, en mal d'identité, où les figures de l'autorité ne font plus recette, il propose une

reconstruction autour de la puissance magique de l'objet. On restaure l'image du chef par les attributs de puissance. En introduisant dans la famille une nouvelle transcendance, on veut redonner vie à l'image d'une famille unifiée autour de la figure du chef porteur des attributs de puissance. Or, dans les formes familiales actuelles, il n'est pas sûr qu'un seul individu puisse disposer de la légitimité à incarner cette figure de l'autorité. On voit alors se mettre en place dans les familles des rivalités, des conflits visant à l'accaparement de l'objet-symbole.

A une socialité en mal de projets, de figures d'adhésion, de solidarité groupale forte et stable, on propose un nouveau « vouloir », un nouveau projet, une convergence d'adhésion vers des formes groupales, structurées, identifiées par un leader, aux règles de fonctionnement bien codées et spécifiées.

Contre la socialité de l'autonomie, de la continuelle reconstruction des règles, on valorise le renouveau d'une socialité participative, politique, citoyenne et responsable. En faisant cela, on s'impose à réduire le social au « socioculturel⁴ » et à refuser le droit à l'existence des formes moins visibles du social.

Enfin, il reste à parler des attentes. Etant donné les attentes démesurées sur le système, l'imaginaire relationnel à l'objet dans la quotidienneté est encombré de toutes les charges fantasmatisques de puissance, d'hyperactivité, de participation au progrès de l'informatisation qui avaient préalablement été projetées sur lui.

L'usage quotidien devient alors une épreuve de réalité des idéalizations initiales. Cet usage est sous l'emprise des grandes attentes fantasmatisques. Dès lors, le jeu avec la machine, le jeu sur les ambivalences est impossible, en particulier celui sur l'ambivalence activité/passivité. Etant donné ces images de participation à la modernité conquérante, d'activité, d'entreprise qu'il avait suscitées, toute déviation par rapport à ces images est une remise en cause des idéaux. A l'horizon de la désidéalisation pointe le spectre de la passivité, vécue comme soumission, et comme perte.

Et si les filles ne ressentent pas de cette façon leur relation à Télétel, ce n'est pas à cause de leur féminité qui les conduirait « naturellement » à la passivité (les femmes que nous avons appelées revendicatrices sont là pour nous prouver le contraire), c'est parce qu'elles ont échappé aux grandes attentes sur la télématique. Dans leur imaginaire relationnel à l'objet, elles peuvent alors inscrire l'ambivalence et apprécier la machine comme un robot à leur service.

Telles sont donc les principales conclusions que nous pouvons présenter à partir de la comparaison à laquelle nous venons de nous livrer.

comparer le marché et le hors marché, le public et le privé. D'ailleurs, avant d'arriver à la forme magnétoscope, la vidéo grand public a connu de nombreux tâtonnements. De nombreuses tentatives ont avorté et n'ont connu qu'un faible développement. Il y a plus de quinze ans que ces techniques ont émergé, elles ont mis un temps long à trouver leur place sous la forme de la machine à cassette demi-pouce. Le vidéotex en est à ses débuts, l'expérience de Vélizy doit être considérée comme ce qu'elle est, un tâtonnement, une tentative dans la conception d'un nouveau système. La comparaison que nous proposons a pour but de mieux comprendre certains aspects du problème de l'adéquation d'une société à ses techniques, et c'est un problème suffisamment important, et pas seulement pour la balance commerciale, pour qu'on évite les anathèmes, les procès d'intention, les pseudo-débats d'idées.

4. Sur la signification et les effets de cette réduction, voir C. Gilbert et G. Saez, *l'Etat sans qualités*, PUF, Collection l'Economie en liberté, 1983.

Notes

1. Etude réalisée dans le cadre de l'INA, qui a conduit à la publication d'un livre *le Magnétoscope au quotidien*, J.-C. Baboulin, J.-P. Gaudin, Ph. Mallein, Aubier Montaigne, RES/Babel 1983, 176 p.

Voir aussi l'article dans la revue *Culture Technique*, mars 1983, intitulé « le Magnétoscope, la télévision fantasmée, et l'intimité familiale », Ph. Mallein, 10 p.

2. Etude en cours avec la collaboration de Monique Bidlowsky, chargée de recherche à l'INSERM.

3. Qu'on nous comprenne bien ! Il ne s'agit pas, en faisant cette comparaison, de porter des jugements sur la compétence des promoteurs, de