

**QUESTIONS ANTHROPOLOGIQUES SUR LA COMMUNICATION DANS
L'ESPACE DOMESTIQUE**

COMMENT SE DIFFUSENT OU ECHOUEMENT LES INNOVATIONS DANS LE LOGEMENT

Dominique Desjeux

Professeur d'anthropologie sociale et culturelle à la Sorbonne,

(Université René Descartes, Paris 5)

Directeur scientifique d'Argonautes

Directeur du Magistère de sciences sociales appliquées à l'interculturel

dans les organisations, la consommation et l'environnement

(Paris 5)

Professeur invité à l'Université de South Florida (Tampa, USA)

à l'Université des Etudes Etrangères du Guangdong (Guangzhou, Chine)

Responsable de l'axe consommation au Centre de Recherche sur les Liens Sociaux

(CERLIS, CNRS, Sorbonne)

Palaiseau, 26 avril 2001

« La maison communicante du XXIème siècle »

Organisé dans le cadre de l'association Aristote et du collège de Polytechnique par

David Menga (EDF/DR&D)

Thierry Goldman (CNRS-IDRIS)

RAPPELS DE QUELQUES POSTULATS METHODOLOGIQUES

Pour **comprendre la diffusion d'un objet technique**

- Il est **peut pertinent de partir des seules potentialités techniques de l'objet** pour prévoir ses usages probables

- Il ne faut **pas se fixer sur l'observation d'Un objet technique** mais élargir sa vision au **système matériel d'objets** dans lequel il s'inscrit et qui forme une **chaîne logistique** qui conditionne son acquisition et son usage :
 - ❖ ex : le téléphone mobile, le meuble où le poser, la prise de courant pour le recharger sans l'oublier, les post it, le stylo, le compte en banque, les tiroirs pour ranger les factures, les vêtements ou accessoires pour permettre sa mobilité, la place dans la voiture, etc.

- Cette chaîne produit elle-même une **dynamique d'usages** dont la combinatoire va petit à petit **produire un nouvel usage de fait imprévisible** à l'avance :
 - ❖ cf. l'exemple donné par Peter Drucker dans Atlantic Monthly d'octobre 1999, sur le lien imprévisible entre invention de l'imprimerie, multiplication des livres, développement du protestantisme et les débuts du capitalisme

POSTULATS METHODOLOGIQUES 2

- Ces potentialités ne seront **utilisées que partiellement**, soit par **sélection**, soit par **ré interprétation** des usages en fonction des coûts en temps ou financiers
 - ❖ Ex : ré interprétation de l'usage du Minitel en faveur des messageries roses ou du téléphone mobile pour se donner des informations de proximité qui ont surtout une valeur d'entretiens du lien social entre jeunes
 - ❖ Ex : introduction des ânes à Mutampa au Congo, dans les années soixante dix, pour libérer les femmes du portage et qui ont été ré interprétés comme objet pour faire peur aux enfants (ou qui ont été mangés).

POSTULATS METHODOLOGIQUES 3

- Les objets techniques vont s'intégrer dans un espace du logement qui est déjà structuré en espaces **publics, privés et intimes**.
- Le critère de **catégorisation est associé aux usages de ces espaces** : plus l'accès est limité, et le plus souvent à des personnes proches affectivement, plus l'espace est classé intime.
- La présence, l'importance et la place des frontières de ces **catégorisations varient en fonction de l'histoire et des cultures**.
- Dans une culture donnée, la **place des frontières varie** en fonction de **l'appartenance sociale**, des positions des acteurs dans les étapes du **cycle de vie**, et de la **division sexuelle et générationnelle des tâches ou de l'espace** :
 - ❖ Ex : En France (quand ces pièces existent)
 - l'entrée, le couloir, la salle à manger, le salon, sont plutôt des espaces publics
 - La cuisine, le bureau sont plutôt des espaces privés
 - La chambre à coucher, les toilettes, la salle de bain sont plutôt des espaces intimes
 - Le garage, le grenier, le balcon sont en partie des espaces de « renvoi » pour des objets « en trop ». Ils peuvent être publics ou privés.

Mais cette catégorisation peut évoluer en fonction :

- des **occasions** par exemple (quand les personnes viennent de déménager, il est possible de montrer toutes les pièces) ou pour un usage très ponctuel comme la salle de bain ou les toilettes. Il faudra demander la permission
- de la **surface du logement** : quand le logement est petit, cette distinction ne fonctionne pas. A la limite tout est public
- de la **culture** : l'usage du réfrigérateur est plutôt privé en France, alors qu'il est entre privé et public aux USA : se servir dans le réfrigérateur de son invité est possible aux USA

POSTULATS METHODOLOGIQUES 4

- Les occasions d'usage et les places du rangement de l'objet s'inscrivent dans un système de normes sociales basées sur ce qu'il est **prescrit, permis ou interdit de faire**. Ces normes à la fois préexistent à l'objet mais peuvent aussi évoluer en fonction de l'évolution des usages :
 - ❖ Ex : dans nos premières enquêtes sur les **emails**, en France, il y a 5 ans :
 - L'usage professionnel était prescrit
 - L'usage privé était possible
 - L'usage intime, comme la lettre d'amour, était quasiment interdit
 - Aujourd'hui il n'y a plus beaucoup d'interdit sur les usages des emails

 - ❖ Ex : En Chine le **papier toilette** peut être rangé en évidence dans le salon parce qu'il a été réinterprété comme un papier à usage multiple : mouchoir, papier toilette, papier pour nettoyer, etc.

POSTULATS METHODOLOGIQUES 4

- Une **innovation technique** se développe suivant un **processus** plus ou moins complexe qui **mobilise tour à tour du rationnel et de l'imaginaire** :
 - ❖ **Au départ de sa diffusion**, quand elle évoque un enjeu important et que les frontières de ses usages sont encore incertaines, comme pour la diligence au 17 et au 18ème, le train au 19ème, l'ordinateur dans les années soixante dix ou Internet aujourd'hui (pour reprendre une partie des exemples du livre de Shivelbusch sur les trains, *The Railway Journey*, 1977, 1986), l'expression de **l'imaginaire peut être très forte et prend deux formes** :
 - Un **enchantement optimiste** : tout sera possible avec cette nouvelle technologie (les « techno-optimistes »), ce que Georges Balandier nomme le « techno-messianisme » dans *Le grand système*, 2001
 - Un **enchantement pessimiste** : tout ira mal ou presque (cf. D. Wolton et P. Breton, les « techno-pessimistes »)
 - ❖ La **mobilisation de l'imaginaire** est une phase indispensable qui **permet le passage à l'action**, pour favoriser ou s'opposer à « l'invention » puis à « l'innovation » (Norbert Alter, *L'innovation ordinaire*, 2000), là où la seule rationalité serait insuffisante pour permettre le déclenchement de l'adoption en situation forte d'inconnu.
 - ❖ Elle est suivie d'une **phase de diffusion sous contrainte** du jeu social, des contraintes logistiques

POSTULATS METHODOLOGIQUES 5

- Paradoxalement, une innovation se développe dans un milieu **socialement structuré** bien que le **résultat concret** de son développement soit en **grande partie contingent**.
 - ❖ Une **innovation suit les courbes de niveau de la vie sociale** dont la dimension conflictuelle ou le sentiment d'appartenance varie en fonction des périodes historiques :
 - Appartenance **sociale** (ou classes sociales)
 - Clivages **sexuels** hétéro ou homo
 - Clivages d'**âges** (ou générationnels)
 - Clivages **culturels** ou ethniques
 - ❖ Une innovation technique ne se développe pas de façon aléatoire socialement, elle **début le plus souvent, mais de façon imprévisible, sur la base de l'un de ces clivages** :
 - Ex : Le téléphone mobile a semble-t-il « explosé » grâce au marché de la « pauvreté », qu'il soit structurel pour les groupes sociaux les moins favorisés ou provisoire comme c'est le cas des jeunes, avec le développement du forfait. Le forfait est une technique de gestion de la pénurie. Ce qui compte c'est l'enveloppe à dépenser plus que le prix unitaire.
- L'usage d'un objet technique relève **de trois instances mobilisées simultanément ou successivement** en fonction du jeu social et de la courbe de développement de l'innovation :
 - ❖ **Matériel**
 - ❖ **Social**
 - ❖ **Symbolique** ou imaginaire

POSTULATS METHODOLOGIQUES 6

- **L'observation** des chances de réussite ou d'échec de la diffusion varie en fonction
 - ❖ des **échelles d'observation**
 - l'échelle **macro-sociale valorise le lisse** (cf. la courbe « épidémiologique » des innovations d'Henri Mendras, 1983, *Le changement social*, suite à Everett M. Rogers 1953, *Diffusion of Innovation* : pionniers, innovateurs, majorité précoce, majorité tardive, retardataires, réfractaires,
 - l'échelle **micro-sociale valorise le rugueux**, les rapports de pouvoir, les contraintes matériels, les marges de manœuvre, etc.
 - l'échelle **micro-individuelle valorise les formes cognitives** du choix
 - ❖ des **découpages suivant chaque échelle** : intérêt/sens ; identité ; mise en scène de soi, variables socio-démographiques, etc.
 - ❖ de l'**étape où se trouve l'observateur de l'innovation tout au long de l'itinéraire de la diffusion** (alliances entre acteurs, traductions, transmissions : le point central de l'un devient un point mineur dans « le nuage de points », i.e. ses préoccupations, de l'autre) :
 - création d'idée et prototype, (recherche et développement)
 - transformation en produit de masse (études, finance)
 - marque et packaging (marketing et publicité),
 - mise à disposition sur un « linéaire » (merchandising), etc.

LES OBJETS DE LA COMMUNICATION DANS L'ESPACE DOMESTIQUE

- La **répartition des objets de la communication** dans l'espace domestique suit en partie celle de la **distribution de l'énergie**, notamment électrique, dans cet espace.
 - ❖ L'énergie électrique remplit six fonctions :
 - Fonction de **chauffage** (habitat et eau)
 - Fonction **d'éclairage**
 - Fonction **culinaire** (électroménager)
 - Fonction de **nettoyage** (machines à laver, aspirateurs, fer à repasser)
 - Fonction de **bricolage**
 - Fonction de **communication** (télévision, téléphone, Internet...)

- Cette fonction conditionne en partie les **mise en scène sociale et les usages de chaque pièce et donc des objets de la communication** :
 - ❖ Ex : le **salon** peut être analysé non seulement comme un lieu de vie, un lieu où les objets de la communication sont les plus nombreux, mais aussi comme un « musée domestique » dont l'objectif est de présenter les racines de la famille, les objets des voyages, etc.
 - ❖ Ex : la **cuisine** est connue pour sa fonction culinaire. Elle peut aujourd'hui être analysée comme un lieu important de communication au sein de la famille
 - ❖ Ex : la **salle de bain** est non seulement un lieu d'hygiène aussi la loge qui permet la préparation corporelle de la mise en scène sociale publique

LES CHANCES DE DIFFUSION

D'UN NOUVEL OBJET DE LA COMMUNICATION

IMPORTANCE DES « STRUCTURES D'ATTENTE »

- A une échelle micro-sociale, les chances de diffusion dépendent à la fois
 - ❖ des structures sociales, matérielles et symboliques qui préexistent au nouvel objet, quelles que soient ses qualités techniques
 - ❖ du jeu des acteurs (rapport de pouvoir et de coopération au sein du couple, et entre génération ; cf. la guerre du feu ou la guerre des boutons)
- La maison communicante s'inscrit dans ce jeu des **structures d'attente** que l'on peut partiellement repérer « en creux » à partir des usages sociaux d'aujourd'hui
- Elle est incorporée dans le jeu de la **gestion de la distance et de la proximité** sociale au sein de la famille, des amis ou des relations plus éloignées.
 - ❖ L'usage du face à face, du téléphone, du fax, du courrier ou de l'email permet d'exprimer la distance, la neutralité ou la proximité sociale d'avec la personne à qui on s'adresse.
 - ❖ C'est le jeu de l'oral et de l'écrit dont le sens varie en fonction de l'évolution des usages sociaux
- Tout ceci concoure à montrer que la maison communicante ne relève pas uniquement de données techniques aussi performante soient-elles, mais qu'elle s'inscrit dans un **jeu social à décrypter**
- En même temps **on ne peut échapper à une logique de l'offre**, à l'incertitude qui lui est liée et à l'imaginaire qui lui est associée au moment de son lancement