

Si la technologie fait aujourd'hui pleinement partie de notre quotidien au point de prolonger nos organes des sens, l'histoire nous rappelle que son apparition à l'ère moderne n'est pas allée sans débats, controverses et résistances. Technophobes et technophiles s'affrontent régulièrement à l'avènement d'une technique ou d'un média responsable de bouleverser notre perception du monde et nos repères cognitifs. Or, les affrontements sur la nécessité du progrès social reposent systématiquement sur un socle idéologique qui confère une lecture genrée des rapports entre nature et culture. En étudiant les discours, les pratiques et les représentations qui accompagnent l'arrivée d'un artefact, on s'avise en effet que la technologie est très souvent appréhendée en termes sexués, qu'elle soit référée à la féminité ou, plus rarement, à la masculinité. Partant de ce constat, nous proposons de parcourir une série d'exemples qui cristallisent cette association implicite entre technique et genre, tels le train, le cinéma, la télévision, la haute fidélité (hi-fi) audio et le téléphone portable.

Les interprétations technophobes s'inscrivent dans un cadre idéologique plus large qui, depuis la première révolution industrielle, oppose nature (liée à la masculinité) et culture (associée à la féminité). Cette dissension se trouve retravaillée au sein de son corollaire qui met dos à dos les arts nobles traditionnels (peinture, sculpture, littérature, etc.) et loisirs de masse nés avec la modernité technologique et sociale (cinéma, jeux vidéo, télévision, etc.). L'historien Andreas Huyssen^[1] et d'autres théoriciens et théoriciennes féministes comme Geneviève Sellier, ont montré comment, depuis le XIX^e siècle, la culture occidentale « s'est construite [...] sur une hiérarchie proclamée entre culture d'élite et culture de masse »^[2], la première étant référée à des valeurs masculines de création, d'autonomie, d'authenticité, la seconde concernant l'univers féminin d'une culture inférieure et populaire vouée à la répétitivité, à la sensiblerie et au mélodrame. Responsable de cette dichotomie culturellement genrée, l'exclusion des femmes de la sphère des arts légitimés se charge à cette époque de nouvelles connotations liées à l'essor des mouvements qui revendiquent une place pour les ouvriers et les femmes sur la scène sociale, politique et économique. Cette culture de masse redoutée par les classes aisées et intellectuelles, c'est aussi, politiquement parlant, la culture qui appartient à la masse des classes dominées.

Selon Andreas Huyssen,

«À l'âge du socialisme naissant et du premier important mouvement des femmes en Europe, les masses qui frappaient à la porte étaient aussi les femmes, elles frappaient à la porte d'une culture dominée par les hommes. Il est effectivement frappant de voir la manière dont le discours politique, psychologique et esthétique au début du XX^e siècle attribue systématiquement, obsessionnellement, le genre féminin aux masses et à la culture de masse, tandis que la culture noble, qu'elle soit traditionnelle ou moderne, demeure très clairement un domaine d'activité masculine.»^[3]

Cette «inscription du féminin dans la culture de masse»^[4] date de la fin du XIX^e siècle et perdure tout au long du XX^e siècle dans le monde occidental, comme le prouvent nombre de documents qui attribuent sans cesse des traits féminins péjoratifs à la foule^[5] et à certains médias. La culture d'élite stigmatise notamment les artefacts culturels jugés faciles, mimétiques et reproductifs (comme la femme et son rapport inné à la procréation répétitive), au lieu d'être originaux et producteurs comme l'homme générant des œuvres uniques, individuelles, expérimentales, dégagées de toute contingence quotidienne, émancipées du primat du réalisme, et préservées d'autres formes culturelles subalternes. La culture d'élite se définit alors en tous points par opposition à la culture de masse par rapport à laquelle elle veut garder ses distances afin de maintenir intactes les frontières du Moi étayé sur le modèle masculin de créativité. Par suite, la technologie est souvent mise en lien avec la culture de masse et ses effets dévirilisants, les craintes engendrées par la modernité techniciste étant codifiées à l'intérieur d'une matrice symboliquement féminine.

C'est tout particulièrement le cas du train. La diffusion du réseau de chemins de fer en Europe (dès les années 1840 environ) et aux États-Unis (dès la fin des années 1820) suscite alors des réactions ambivalentes et complexes, les discours se scindant entre une défense du progrès technologique et une réprobation technophobe navrée de la destruction du paysage et des mœurs sociales qu'elle entraîne^[6]. Tandis que d'un côté on loue les processus de démocratisation et de globalisation rendus possibles par ce moyen de transport^[7], de l'autre on fustige son impact destructif sur la santé des voyageurs et des employés de chemin de fer. Rendant caduc le modèle écologique du déplacement pédestre ou équestre, le train introduit une nouvelle façon d'appréhender l'espace et le temps et, par ricochet, la subjectivité et le corps humain. Bien des chercheurs ont signifié l'importance du nouveau paradigme perceptif introduit par le train – combinant panoramisme, vitesse, simultanéité et discontinuité – qui fonde une expérience du choc

repérable dans la désorientation à la fois spatiale, temporelle, physique et subjective subie par le voyageur^[8]. La modernité technologique du train est, en outre, conjuguée au surmenage et à la surexcitation résultant des nouveaux rythmes de vie calqués sur des cadences inédites de travail, de déplacement, de loisirs, la littérature médico-psychologique accusant le train d'avoir participé à l'émergence de nouvelles maladies nerveuses, les maux contractés autour ou dans un train représentant un véritable problème de santé publique pour les sociétés industrialisées^[9]. La réception du train et l'imaginaire qui lui est associé attestent l'ambivalence d'un dispositif vu tantôt comme une force d'intégration et de liaison, tantôt comme une force désorganisatrice.

Leo Marx a retracé l'histoire traumatique de l'arrivée du train dans la culture américaine dévolue aux valeurs édéniques de la nature, montrant que le développement des systèmes ferroviaires s'avère indissociable de la construction du train comme une technologie anxio-gène et féminisante^[10]. Les incidents divers dont la presse se fait l'écho multiplie davantage les superstitions : le train serait coupable de stériliser les vaches, d'assécher les rivières, d'empoisonner l'air. Sur le plan médical, les spécialistes se mobilisent pour inventorier les causes de nouvelles pathologies : secousses, fumées, mauvaise aération (lors de passages dans les tunnels), refroidissements, absence de lieux d'aisance, tension nerveuse avant et pendant le voyage, promiscuité physique, défilement vertigineux de paysages réduits à des traces qui excèdent les capacités de l'appareil visuel, etc. Tout cela concourt à créer un environnement spécialement nuisible pour l'organisme. Véritable obsession du XIX^e siècle, l'accident de train soutient, au surplus, un imaginaire du désastre qui est relayé par divers médias de la culture populaire, telles la photographie, la carte postale ou le cinématographe. Toutefois, le train deviendra progressivement l'objet d'un processus d'habituation : la confrontation avec d'autres machines de la modernité comme la voiture favorisant ce phénomène d'accoutumance^[11]. L'historien Wolfgang Schivelbusch interprète ce processus d'intériorisation des anxiétés en termes de sécrétion d'une carapace préservant des chocs redoutés^[12]. Mais bien que ces peurs diminuent au fur et à mesure que la sécurité s'accroît, elles refont surface lors de grandes catastrophes qui rappellent la fragilité du perfectionnement technologique.

Proposant une histoire croisée du train et du cinéma, Lynne Kirby a mis en évidence les connotations complexes du chemin de fer : tantôt il est affilié à la féminité (il hystérise les passagers en déclenchant des troubles nerveux ; il devient source d'attachement pour le mécanicien ou le conducteur) ; tantôt il est combiné à la masculinité de par ses attributs agressifs, sa forme phallique, et les dangers qu'il fait courir aux femmes voyageant seules^[13]. À l'origine, en effet, le train est ressenti comme une intrusion soudaine

dans le paysage traditionnel auquel on confère les qualités de tendresse et de soumission. Cette articulation entre train et masculinité résulte alors d'une extrapolation de la figure de l'ingénieur-conducteur qui entretient avec sa machine une relation privilégiée, que le romancier naturaliste Émile Zola mettra en scène dans *La Bête humaine* (1890). Au XIX^e siècle, les discours et les représentations sur les métiers ferroviaires, les jouets pour garçons, les feuilletons et romans attachés au thème du train, etc., s'emploient à construire ce moyen de transport comme une machine essentiellement masculine. Cependant, peu à peu, le train s'impose aussi comme un espace ambigu où règne la mixité sexuelle, sociale, raciale, un artefact qui brise les interactions traditionnelles entre l'humain et l'espace-temps, et qui plonge les voyageurs dans une passivité propice à la suggestion mentale et à la distraction. Dès lors, avec l'avènement de la culture de masse, le train devient dans l'imaginaire populaire et scientifique une technologie féminine et féminisante contribuant à la désintégration sociale et à la destruction individuelle.

Cette conception genrée du train comme outil de dévirilisation perdue dans le cinéma contemporain, lequel est appréhendé par Charles-Antoine Courcoux comme un lieu où s'élabore une masculinité hégémonique garantissant une position dominante aux hommes^[14]. Bien des films du box office (*Mission: Impossible*, 1996; *Wild Wild West*, 1999; *Spider-Man 2*, 2004; *The Incredibles*, 2004; *Batman Begins*, 2005) mettent en scène les effets possiblement destructeurs de la technologie moderne par le biais de figures de super-héros ou d'enquêteurs malmenés par un train ou un métro lancé à toute vitesse, la confrontation entre l'homme et la machine contribuant à reviriliser des figures masculines défaillantes, notamment lorsqu'elles arrivent dans une métropole après avoir vécu à la campagne^[15]. Le but consiste à résoudre les contradictions entre un idéal de masculinité dévolu à la nature régénératrice et préservé des effets dissolutifs de la technologie féminisante, et une nécessité de maîtriser les aléas d'une culture aliénante qui met constamment à l'épreuve son degré de résistance physique et morale. Ces films doivent donc être situés en regard des craintes suscitées par la modernité technologique et ses éventuels dérèglements, l'homme réintégrant une masculinité authentique grâce à sa victoire sur la machine.

En examinant l'émergence du cinéma et de la télévision, on constate qu'ils ont servi de modèles aux discours actuels sur la nocivité et la globalisation des technologies numériques, à l'exemple des jeux vidéo accusés d'encourager la confusion entre l'imaginaire et la réalité. L'arrivée de chaque médium conditionne de fait un argumentaire réactionnaire qui répète le rejet, souvent irrationnel, qui se manifeste dans les interprétations relatives à des procédés plus anciens : les effets du cinéma seront comparés à ceux de la littérature et du théâtre populaires, la télévision à la radio et au cinéma, les

jeux vidéo à la télévision, etc. Tandis que les médias changent au cours du temps, les discours et leurs supports doctrinaires et fantasmatiques restent invariablement les mêmes, surtout dans leur variante technophobe. Dès son apparition en Suisse, par exemple, le dispositif télévisuel est accusé d'exercer des pouvoirs hypnotiques sur les téléspectateurs, mais aussi d'engendrer des cancers, des risques de stérilité, des pathologies de la vue et de la digestion, des déformations de la colonne vertébrale, des troubles orthodontiques. Pour le cinématographe (émergeant dans sa déclinaison payante et publique en 1895), même récriminations ou presque: il inciterait non seulement les maladies vénériennes, les maux oculaires et les crises d'épilepsie, mais également l'incivilité, les passions antisociales et la confusion du sens des réalités¹¹⁶. Car de toutes les formes culturelles existantes, les projections lumineuses représentent autour de 1900 celles qui exercent les effets suggestifs les plus puissants en raison de la luminosité de l'écran, de la vitesse de défilement des images, du bruit répétitif du projecteur, de l'obscurité de la salle, etc. La nature éminemment visuelle d'une image qui focalise l'attention sur un écran lumineux dans un espace sombre détermine en grande partie l'opinion selon laquelle le cinéma a le pouvoir d'hypnotiser son spectateur et, par voie de conséquence, d'en faire une entité privée de conscience, susceptible d'adhérer aveuglément aux messages proposés par le film. Aussi, ces déclarations ne font que traduire sur le plan d'une critique sociale du médium cette obsession d'une captation hypnotique, rappelant les énoncés qui se sont développés suite aux conséquences de la Seconde Guerre mondiale – la montée du nazisme ayant été imputée au pouvoir de la propagande exercé à travers différents canaux comme le cinéma, la radio et la publicité réduits à des instruments de diffusion des idéologies totalitaires.

La télévision, précisément, suscitera le même type de sursauts conservateurs: au milieu des jubilations de ceux qui déchiffrent les avancées technologiques comme un élan vers le progrès social, surgissent rapidement d'autres réactions qui questionnent l'influence supposée néfaste du nouveau médium. Certains travaux établissent, par exemple, que le scintillement trop élevé de certaines images télévisuelles peut provoquer des crises d'épilepsie photosensible chez des sujets fragiles¹¹⁷, ou alors induire un état d'hypnose. On rejoint les débats liés à la dangerosité de l'hypnose filmique, et plus largement des technologies audiovisuelles qui auraient une emprise excessive sur le sujet privé de libre arbitre. Les rapports entre la télévision et l'hypnose ont fait l'objet d'études dès les premiers développements technologiques des postes de télévision, notamment aux États-Unis où le terme de «*brainwashing*» aurait été utilisé la première fois de façon systématique par les ingénieurs de la compagnie General Electric. Lors de la mise sur le marché des premiers téléviseurs de la firme, la direction lance un bureau de recherche travaillant sur l'impact de cette nouvelle invention sur le cer-

veau, d'où l'expression qui sera ensuite reprise dans les années 1960-1970 par le sociologue Marshall Mac Luhan, professeur de communications à l'université de Toronto^[18]. En 1967 et 1968, il entreprend des expériences – *The Fordham Experiments* – destinées à observer les répercussions de la télévision, avec comme point de comparaison le cinéma. À cet effet, il projette le même film à deux publics différents, l'un placé devant un écran de télévision, l'autre face à écran de cinéma, puis il leur soumet un questionnaire afin de sonder comment le film a été perçu. En fonction de l'analyse des réponses, Mac Luhan constate que les personnes ayant vu le film sur le poste de télévision s'investissent davantage émotionnellement dans les images qui sont ressenties sur un mode intériorisé et engagent davantage l'imagination et le vécu du spectateur. Émettant une lumière directe qui dérive du bombardement d'électrons sur un écran luminescent, le poste de télévision produit des effets enveloppants et haptiques qui transpercent et englobent le corps, faisant de l'image un prolongement de celui-ci. Le spectateur de cinéma, au contraire, envisage l'image projetée comme appartenant à une réalité extérieure à laquelle il ne participe pas. Moins investi affectivement, il préfère décrire l'image de manière objective, raconter le récit, donner son point de vue critique, sans évoquer ses sentiments intimes. Partant, le faisceau lumineux du projecteur de cinéma n'induit pas le même type d'investissement dans la réception filmique, laquelle est sous-tendue par un certain recul physique et psychique. Mac Luhan explique cette différence en assurant que la télévision et le cinéma ne font pas fonctionner les mêmes zones du cerveau : tandis que le cinéma sollicite à parts égales le cerveau droit (les émotions, les images) et le cerveau gauche (la logique, la raison), il semblerait que la télévision mobilise en priorité le cerveau droit, siège de l'affect et de l'irrationnel. La télévision, à l'instar des ordinateurs, provoquerait une relaxation du système nerveux central productrice d'ondes alpha, à savoir les oscillations électriques du cerveau qui coïncident avec les états de repos, de silence intérieur, de méditation et des premiers stades du sommeil. Ces mêmes ondes seraient également activées lors des états de conscience modifiés par des drogues chimiques ou des techniques de lavage de cerveau. La télévision agirait donc comme une sorte de tranquillisant, faisant dire à Marshall Mac Luhan que le cerveau réagit plus au médium qu'au contenu du médium (« *The Medium is the Message* »).

Or, il est intéressant de noter que, dès les années 1950, la télévision est marquée de manière significative par un ensemble de connotations féminines péjoratives qui la réfèrent à la passivité, à l'inactivité, à la désintégration psychique, à la frivolité, à la crédulité et à la trivialité^[19]. Les élites cultivées lui reprochent de se livrer à des excès mélodramatiques, à l'émotionnel, à l'irrationnel, à l'impudeur et à l'exhibitionnisme, comme ceux qui critiquent de nos jours les programmes de télé-réalité. Ce point de vue qui

stigmatise autant le dispositif télévisuel que ses programmes s'insère dans l'héritage de conceptions qui considèrent les médias de masse comme un danger pour le corps et l'esprit de l'individu. En Suisse, par exemple, la télévision est perçue en 1955 comme cumulant les désavantages de la radio et du cinéma, la peur d'une contagion mentale à large échelle alimentant des propos relatifs à la passivité des téléspectateurs hypnotisés par le dispositif télévisuel :

«La télévision va probablement provoquer au cours des années à venir un changement de mœurs plus considérable que celui entraîné par la radio et le cinéma ; elle a en effet le débit de la radio en même temps que le pouvoir fascinateur du cinéma, elle se déroule sans qu'il soit possible de s'arracher à son charme, de trouver le temps de la réflexion.»^[20]

De fait, la télévision souffre depuis ses débuts d'une série de préjugés liés à son statut populaire et domestique, alors même que les premiers programmeurs nourrissent l'ambition d'en faire un média favorisant la culture générale du peuple (notamment grâce à l'adaptation de pièces de théâtre)^[21]. Sous l'angle téléphobe, le dispositif abrutirait les masses hypnotisées par son flux ininterrompu d'images et de sons, et priverait les téléspectateurs de leur raison, à l'instar de n'importe quel outil de propagande^[22]. Par ailleurs, la télévision est vue comme un médium féminin car une grande partie des programmes (ceux du matin et de l'après-midi) sont pensés en fonction de la présence des femmes à la maison – celles-ci étant invitées, après la Seconde Guerre mondiale, à regagner leur foyer et à renoncer à toute ambition professionnelle pour le bien-être social et familial^[23]. Les travaux de l'école de Francfort vont beaucoup contribuer à ancrer cette image négative de la télévision et de la culture de masse en général^[24]. Dans leur critique sociale des industries culturelles, les philosophes Adorno et Horkheimer utilisent le terme de «masse» dans deux sens distincts mais complémentaires : d'une part, il fait référence à la production considérée comme industrielle et massive d'objets culturels et, d'autre part, il définit le nombre toujours croissant de destinataires de ces mêmes produits, puisque l'augmentation du temps de loisir permet aux salariés de se consacrer plus souvent aux médias (radio, cinéma, presse, etc.). Selon Adorno et Horkheimer, les individus seraient des consommateurs dupés par les industries culturelles qui vendent des rêves standardisés correspondant à l'idéologie des classes dominantes. Dès les années 1950 cependant, une série de chercheurs aux États-Unis et en Grande-Bretagne vont contester cette vision pessimiste de la culture de masse, en valorisant les habitudes culturelles des classes inférieures capables d'opposer une résistance au capitalisme^[25].

Quoi qu'il en soit, les préjugés contre la télévision perdurent de nos jours *via* la stigmatisation des séries télévisées par les élites sociales et intellectuelles. Alors que le public des séries télévisées se composerait en majorité de femmes, les chaînes à péage américaines ont trouvé une parade pour masculiniser (donc valoriser intellectuellement) le médium et son audience. La chaîne américaine HBO (suivie par Showtime, Fox, Netflix, etc.) se réclame de la *Quality TV*^[26], terme caractérisant des fictions sérielles d'excellente facture qui rivalisent avec les films de cinéma et s'opposent à la télévision classique. Grâce à l'émancipation vis-à-vis de la *Federal Communications Commission* (FCC) qui veille au respect de la décence sur les chaînes hertziennes, et à la diffusion par câble permettant l'absence de coupures publicitaires, les chaînes à péage proposent des séries originales à destination d'un public riche, urbain, éduqué et exigeant en matière de fictions télévisuelles. L'enjeu consiste à attirer un nouveau public cinéphile et intellectuel qui boude les productions hollywoodiennes à gros budget. Fondées sur une réalisation très cinématographique, des décors soignés, un langage cru, des scènes souvent violentes, ces séries contiennent de nombreuses références et citations empruntées à la littérature, au cinéma, au théâtre, à la philosophie. Des travaux comme l'ouvrage dirigé par Janet McCabe et Kim Akass, *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*^[27] ont joué un rôle central dans l'élaboration de la théorie selon laquelle la télévision américaine s'est transformée pour offrir des fictions télévisuelles comparables au cinéma d'auteur. Forgé dans les années 1950 pour définir les dramatiques télévisées tournées en direct et tirées de pièces de théâtre reconnues, le terme de *Quality TV* a été utilisé différemment selon les époques et les communautés interprétatives qui s'emparent de ce concept pour construire la singularité d'un produit. Dans les années 1970, il vient à définir des fictions plurielles destinées à combattre la mauvaise réputation de la télévision annexée à la culture de masse, à la féminité et au consumérisme dégradant. Les chaînes indépendantes comme MTM Enterprises se lancent alors dans la production de sitcoms ancrés dans la réalité sociale des mouvements luttant pour l'égalité sociale, sexuelle et raciale^[28]. À l'époque, le terme de *Quality TV* s'applique donc à des fictions sérielles esthétiquement soignées, réflexives et sensibles aux droits des minorités, le but étant de contrer les idées préconçues des élites sociales envers un médium supposément féminin. Aujourd'hui le terme de *Quality TV* s'applique en général à des séries télévisées qui veulent à tout prix se distinguer des programmes télévisés standards et qui se revendiquent comme non télévisuelles («*It's Not TV, It's HBO*»), marquant ainsi clairement leurs distances avec le féminin.

De manière générale, la réception scientifique et populaire du train, de la radio, du cinéma et de la télévision s'étaye sur un réseau de connotations genrées où prédomine la vision de la technologie comme outil de féminisa-

tion. Mais, existe-t-il dans l'histoire des médias un dispositif qui échappe à l'axiome de la technologie castratrice, disruptive ou bêtifiante ? On en trouve une illustration dans le dispositif de la hi-fi qui, dans l'après-guerre aux États-Unis, devient une arme dans la lutte pour la domination de l'espace domestique^[29]. À l'heure de la vie bourgeoise en banlieue, les femmes investissent leurs foyers pour en gérer la décoration et l'aménagement intérieur, créant des lieux propices aux activités familiales. Contrairement aux maisons du passé organisées autour de pièces cloisonnées privilégiant l'individualisme, les villas des banlieues reposent sur le concept d'intégration et de jonction des espaces. Une série de discours apparaissent alors dans la presse populaire pour mettre en évidence la difficulté des hommes à trouver un peu d'intimité face à une femme et des enfants décrits comme des oppresseurs. Basé sur des valeurs de liberté, de hardiesse et d'exotisme, l'idéal de masculinité de l'époque s'avère de fait peu compatible avec la promiscuité et la perméabilité de l'espace domestique, lequel se transforme en un terrain d'affrontement régulier entre l'homme et la femme. Alors que le travail devient une échappatoire pour le père de famille qui trouve dans l'espace public l'indépendance dont il se sent privé chez lui, la technologie de transmission du son va lui offrir la possibilité de renégocier l'occupation du territoire domestique. La revue américaine *High Fidelity* présente les enceintes audio comme un moyen de fuir les cris des enfants et le bavardage incessant de l'épouse, sans avoir à désertier le foyer. Connotée en termes d'immersion et de transport dans un son authentique et puissant (impliquant un volume élevé), la hi-fi non seulement s'oppose au flux superficiel des images télévisées (la télévision étant le médium de masse féminin par excellence), mais encore accorde à l'homme une liberté virtuelle dans laquelle il peut se réfugier, à défaut d'avoir une pièce échappant à la mainmise féminine. Dans les publicités pour la technologie haute fidélité se multiplient les représentations qui dépeignent le mariage comme un piège, la musique écoutée à haut volume offrant une riposte possible aux «caquètements» de la femme. Aussi, si la télévision féminise ses téléspectateurs, la hi-fi présente la vertu de (re)masculiniser des auditeurs qui vivent, grâce à la musique écoutée avec ou sans casque, des aventures excitantes et revigorantes. Autour de ce médium se développe, en outre, une idéologie du passe-temps de l'amateur hi-fi qui construit sa propre chaîne à partir d'éléments vendus séparément, redonnant à l'homme le privilège d'un hobby individuel et bien viril. L'écoute de la musique haute définition n'est donc pas seule en jeu dans ce processus de masculinisation, le fantasme du self-made-man bricoleur qui se réapproprie une habitation régentée par la femme jouant un rôle déterminant. Le point de discordance entre homme et femme porte principalement sur la question du réglage du volume, les femmes priant constamment leurs maris de baisser la musique alors ressentie comme une agression. Usant du son élevé afin de

neutraliser la loquacité de leurs conjointes, les maris cherchent quant à eux à affirmer leur prééminence, autant qu'à ménager une bulle sonore bénéfique à l'évasion dans l'imaginaire. Psychologues et psychanalystes interviennent parfois pour pointer les plaisirs sadiques procurés par la hi-fi chez certains amateurs devenus dépendants de cette technologie, cherchant à échapper à leurs responsabilités face à la double pression familiale et professionnelle. Vue comme une briseuse de ménage, la hi-fi devient la rivale encombrante des épouses qui se sentent méprisées par leurs maris, lesquels déclarent, en guise de justification, qu'ils se sentent incapables d'écouter simultanément la musique et suivre la conversation. *Via* cette étude de cas, on constate à quel point la technologie audiovisuelle contribue à dessiner des lignes de partage entre le féminin et le masculin, ces tensions étant révélatrices de hiérarchies imprégnées d'une misogynie diffuse.

Pour conclure, quelques mots encore sur lesdites nouvelles technologies numériques dont la réception génère régulièrement des discours qui réactivent des peurs anciennes relatives à l'aliénation de l'humain par la machine. Depuis sa démocratisation, le téléphone portable, par exemple, inspire des enquêtes scientifiques affectées à mesurer son degré de nocivité : il est soupçonné d'endommager la fertilité masculine, la mémoire, ou d'encourager les cancers du cerveau et de l'oreille interne. Les experts recommandent alors aux hommes d'éviter de porter leurs appareils dans la poche ou près de la ceinture afin d'éviter le contact avec les organes reproducteurs. Toutes les machines dégageant des ondes électromagnétiques participeraient de près ou de loin à la baisse de fécondité masculine, bien qu'aucune étude ne puisse encore l'affirmer de manière définitive et univoque. Connotés comme féminins, les effets « castrateurs » de ces ondes rappellent les propos sur le caractère nuisible des flux invisibles mais omniprésents qui circulent dans la ville moderne à travers ses nouveaux moyens de transport, ses médias de masse et ses loisirs électrifiés. La technophobie escorte également tout ce qui se dit aujourd'hui à propos des médias numériques ou des jeux vidéo qui abolissent la capacité à raisonner et diminuent la concentration. L'analyse historique permet justement de comprendre les enjeux cachés de ces énoncés, les peurs d'aujourd'hui correspondant à celles d'hier. Loin d'être anecdotique, la question du genre annexée à tel ou tel dispositif est plus largement symptomatique de conflits entre majorité dominante et minorités dominées dans un espace-temps donné. Aussi, à travers l'étude des valeurs symbolisant soit la féminité soit la masculinité, la technologie façonne des usages, des représentations et des discours qui en disent long sur la manière dont un milieu et une époque construisent les identités sociales de genre.

Références et notes

- [1] Andreas Huyssen, *After the Great Divide. Modernism, Mass Culture and Postmodernism*, Londres, Macmillan, 1986.
- [2] Geneviève Sellier, «Introduction», dans Geneviève Sellier et Éliane Viennot (dir.), *Culture d'élite, culture de masse et différences des sexes*, Paris, L'Harmattan, 2004 [1986], p. 9.
- [3] Andreas Huyssen, «Féminité de la culture de masse: l'autre de la modernité», dans Geneviève Sellier et Éliane Viennot (dir.), *Culture d'élite, culture de masse et différences des sexes, Ibid.*, p. 51.
- [4] *Ibid.*, p. 53.
- [5] Gustave Le Bon, *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 1947 [1895].
- [6] Voir Wolfgang Schivelbusch, *Histoire des voyages en train*, Paris, Le Promeneur, 1990 [1977]; Marc Desportes, *Paysages en mouvement. Transports et perception de l'espace XVIII^e-XX^e siècle*, Paris, Gallimard, 2005.
- [7] Wolfgang Schivelbusch, *op. cit.*, p. 75.
- [8] George Frederick Drinka, *The Birth of Neurosis: Myth, Malady and the Victorians*, New York, Simon and Schuster, 1984; Anson Rabinbach, *The Human Motor: Energy, Fatigue and the Origins of Modernity*, Berkeley, University of California Press, 1992; Wolfgang Schivelbusch, *op. cit.*; Lynne Kirby, *Parallel Tracks: the Railroad and Silent Cinema*, Exeter, University of Exeter Press, 1997; Livio Belloi, *Le regard retourné. Aspects du cinéma des premiers temps*, Québec/Paris, Nota bene/Méridiens Klincksieck, 2002; Marc Desportes, *op. cit.*
- [9] Anton Kaes, *Shell Shock Cinema. Weimar Culture and the Wounds of War*, Princeton/Oxford, Princeton University Press, 2009.
- [10] Leo Marx, *The Machine in the Garden. Technology and the Pastoral Ideal in America*, New York, Oxford University Press, 1970 [1964].
- [11] Wolfgang Schivelbusch, *op. cit.*, p. 134.
- [12] Sigmund Freud a analysé cette question à travers son concept de «pare-excitation»: «Au-delà du principe de plaisir», trad. de l'allemand par S. Jankélévitch et revue par l'auteur, dans *Essais de psychanalyse*, Paris, Payot, 1997 [1920], pp. 40-115; Sigmund Freud, Sandor Ferenczi et Karl Abraham, *Sur les névroses de guerre*, Paris, Petite Bibliothèque Payot, 2010 [1916-1919].
- [13] Lynne Kirby, *op. cit.*, p. 176.
- [14] Charles-Antoine Courcoux, «Des machines et des hommes. Masculinité hégémonique et modernité technologique dans le cinéma américain contemporain». Thèse présentée à la Faculté des Lettres de l'université de Zurich, printemps 2011, 469 pages.
- [15] Charles-Antoine Courcoux, «You Have a Train to Catch! Notes sur le spectacle d'une masculinité aux prises avec la modernité», dans *Décadrages*, n°6, 2005, pp. 48-59.
- [16] Mireille Berton, *Le Corps nerveux des spectateurs. Cinéma et sciences du psychisme autour de 1900*, Lausanne, L'Âge d'Homme, 2015.
- [17] En 1997, la diffusion d'un épisode du dessin animée *Pokemon* va provoquer des malaises chez plus de 600 enfants, une succession d'images stroboscopiques favorisant des crises d'épilepsie photosensible. Sur ce sujet, voir le film de Peter Entell, *Le Tube* (2002), coproduit par la TSR. URL: http://www.regainyourbrain.org/regain_video/the_tube.html.
- [18] Marshall Mac Luhan, *Pour comprendre les médias*, trad. de l'anglais par Jean Paré, Paris, Mame/Seuil, coll. Points, 1976 [1964].
- [19] Lynn Spigel et Denise Mann (dir.), *Private Screenings: Television and the Female Consumer*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2003; Patrice Petro, «Mass Culture and the Feminine: The "Place" of Television in Film Studies», dans *Cinema Journal*, vol. 25, n°3, 1986, pp. 5-25.

- [20] Feuille d'avis de Vevey, 11.10.1955 (SSR: Archives du département communication); Mireille Berton et Gérard Cordonier, «Une guerre des ondes autour de l'arrivée de la télévision en Suisse, entre craintes sociales et défense spirituelle du pays», dans Mireille Berton et Anne-Katrin Weber (dir.), *La Télévision du Téléphonoscope à YouTube. Pour une archéologie de l'audiovision*, Lausanne, Antipodes, 2009, pp. 181-196.
- [21] Gilles Delavaud, *L'Art de la télévision: histoire et esthétique de la dramatique télévisée (1950-1965)*, Bruxelles, De Boeck/INA, 2005.
- [22] Pour une vision contemporaine des effets négatifs de la télévision, voir Michel Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, Paris, Max Milo, 2012.
- [23] Tania Modleski, «The Rythms of Reception: Daytime Television and Women's Works», dans E. Ann Kaplan (dir.), *Regarding Television. Critical Approaches – an Anthology*, Los Angeles, The American Film Institute, 1983, pp. 67-75.
- [24] Theodor W. Adorno et Max Horkheimer, «La production industrielle des biens culturels. Raison et mystification des masses», dans *Dialectique de la raison. Fragments philosophiques*, Paris, Gallimard, 1974 [1944], pp. 126-176 [rééd. coll. Tel, n°82, 1991].
- [25] Hervé Glévarec, Eric Macé et Eric Maigret (dir.), *Cultural Studies. Anthologie*, Paris, Armand Colin, 2008.
- [26] Cara Louise Buckley, Marc Leverette et Brian Ott, *It's Not TV: Watching HBO in the Post-Television Era*, London, Routledge, 2008.
- [27] Janet McCabe et Kim Akass (dir.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, London, I.B. Tauris, 2007.
- [28] Jane Feuer, Paul Kerr et Tise Vahimagi (dir.), *MTM Quality Television*, London, BFI Publishing, 1984.
- [29] Keir Keightley, «“Turn it down!” She Shrieked: Gender, Domestic Space, and High Fidelity, 1948-1959», dans *Popular Music*, vol. 15, n°2, mai 1996, pp. 149-177.