

# Moi Jane, toi micro!



Princesses enfermées dans des donjons ou belles qui se donnent au plus fort, corps féminin dévoilé pour vanter un nouvel ordinateur, la libération de la femme ne semble pas avoir atteint le petit monde de la micro. Qu'en est-il réellement? Nathalie Meistermann enquête....

Qu'est-il arrivé à la micro-informatique familiale pour qu'elle se mue irrésistiblement en micro-informatique masculine? Dans ce petit monde, comme le remarque Plantu en politique, ça manque de femmes. « C'est un problème dépassé. Il y a cinq ans on pouvait s'en inquiéter mais maintenant tout a changé », affirment certains. Que nenni. Les études ponctuelles les plus récentes concordent pour démontrer l'absence des femmes dans le

domaine (voir encadré p. 98). Il suffit de jeter un coup d'œil aux joueurs des salles d'arcade, aux clients des magasins de micro-informatique et aux visiteurs des expositions pour réaliser l'ampleur de la désertion. Bien sûr en micro-informatique comme partout il existe des passionnés des deux sexes, mais force est de constater qu'il y en a beaucoup plus du côté masculin que féminin. Surtout si l'on s'attache à l'utilisation personnelle de l'informatique et

au jeu sur ordinateur. Car des femmes programmeurs, des chercheurs féminins, des étudiantes en informatique il y en a, même si elles sont encore minoritaires par rapport aux hommes. La profession se féminise. Mais peu de femmes jouent ou programment dans un but personnel, très peu de filles s'achament des nuits entières, les yeux pochés par le manque de sommeil, pour pulvériser les scores de Goldrunner ou percer le secret d'Ultima 4.

Or, de nombreux psychologues, particulièrement aux Etats-Unis, ont étudié l'apport de la pratique des jeux informatiques qui permet d'aborder cette discipline sous un jour gratifiant. Ainsi Mr Loftus, professeur de psychologie à l'université de Washington déclare-t-il « si comme je le crois les jeux aiguïsent l'envie d'apprendre plus au sujet des ordinateurs et que cet avantage est en train d'être pris par les garçons de façon quasi exclusive, alors de nouveau les femmes vont être reléguées dans la situation d'infériorité des siècles passés. C'est pourquoi les parents qui s'inquiètent de voir leur fils passer trop de temps sur les jeux vidéo devraient plutôt se soucier d'y intéresser leurs filles ». (Témoignage cité par Claire Terlon, chercheur à l'INRP, dans un article de la revue *Enfance*.) Comme le souligne Yvette Roudy « on a toujours tort d'avoir un train technologique de retard ». Il est donc urgent de se poser la question. Pourquoi les femmes s'intéressent-elles si peu à un micro-informatique ?

## Pourquoi ?

Les explications fournies à l'appui de cette désertion sont légion. On navigue alors entre les raisonnements les plus loufoques, « les différences de capacités visuo-spatiales entre les hommes et les femmes entraîneraient une moins bonne coordination main/œil chez ces dernières et donc une plus grande difficulté face aux ordinateurs » (imaginez le désastre lorsque l'on sait que 96 % des opérateurs de saisie sont des femmes d'après une étude menée par le mensuel *Heures Claires* en 1985), les clichés les plus ravageurs : « les femmes sont moins douées pour la technique, elles ont moins l'esprit de compétition, elles sont moins joueuses » et les explications de fond qui s'attachent au contexte culturel dans lequel évolue la micro-informatique pensée et conçue comme masculine et à la répartition des rôles selon les sexes dans notre société.

## La parole aux lectrices

Le questionnaire paru dans *Tilt* et sur le serveur du journal rassemble toutes les réflexions couramment entendues sur le sujet. Lorsque les femmes ne jouent pas c'est d'abord parce que les jeux ne correspondent pas à leur attente ou parce qu'elles n'en ont pas eu l'occasion. Bizarrement 86 % d'entre elles ne considèrent pas la micro-informatique comme un domaine culturellement masculin. A la question : « pourquoi, à votre avis, les femmes s'intéressent-elles moins à la micro-informatique que les hommes ? », une réponse arrive en tête : le manque de temps : « les femmes ont un emploi du temps plus chargé que les hommes » ou encore « qui fait le ménage après sa journée de travail pendant que Monsieur copie ses disquettes ? ». Beaucoup évoquent le manque d'information dans un domaine traditionnellement réservé aux hommes. « Il faut dire que tout ce qui entoure l'informatique est volontairement rendu obscur et technique, faisant croire à tous qu'il faut être informaticien pour s'en sortir. » Sur le jeu proprement dit, beaucoup regrettent l'absence d'héroïnes et de jeux « fémi-

nins ». Plus pragmatiques que les hommes elles verraient « moins d'attrait pour une occupation fondée sur des situations imaginaires qui a priori ne servent à rien » et n'auraient pas « besoin de s'affirmer comme la meilleure, la plus forte à travers un héros imaginaire ». Quant aux discriminations culturelles subies par les femmes en micro-informatique, outre les remarques du type : « elles sont écartées » ou « la chaise de l'ordinateur n'est jamais libre », les deux témoignages suivants sont éloquentes : ainsi, une commerçante de vingt-cinq ans nous dit « quand je vais dans un magasin d'informatique et que je demande quelque chose, la plupart du temps le vendeur interroge « c'est pour vous » avec un léger sourire (idiot !). Alors je ne pose pas de questions aux vendeurs, je lis et j'achète en fonction de ce que j'apprends dans les livres. Je



pense également que la publicité y est pour quelque chose, les hommes programment et les femmes font du traitement de texte ». Et cette étudiante en sciences politiques de dix-neuf ans : « il n'y a qu'à voir la tête excédée des vendeurs quand une femme demande des renseignements sur la carte 3 Xtel compatible. »

## Le torchon brûle



Les organisations féministes, notamment dans les pays anglo-saxons se sont toutes interrogées sur le couple femmes/nouvelles technologies. Elles abordent la question en militantes, sans toujours éviter les excès du genre.

ISIS, le centre de documentation du Mouvement féministe international, ouvrirait ainsi un dossier consacré aux femmes et à l'informatique : « les nouvelles technologies, ordinateurs, machines de traitement de texte, calculateurs électroniques, sont-elles un instrument de la libération des femmes ou de leur oppression ? »

Le ton est donné, et repris, entre autre par le mensuel *Scarlet Women* dans son numéro de janvier 1982 qui énonce : « la technologie des ordinateurs n'est pas cette machinerie brillante et mythique créée par les hommes. Les hommes veulent la contrôler et nous contrôler, c'est pourquoi ils ont créé ce mythe. La technologie n'est pas neutre mais reflète une série de valeurs des différentes patriarchies. » L'article poursuit par cette interrogation dramatique : « les féministes peuvent-elles utiliser la technologie telle qu'elle existe ou le seul fait de l'utiliser entraîne-t-il une collusion fatale avec les forces de la patriarchie. »

Des forces apparemment très structurées comme le révèle l'inquiétude d'une intervenante devant la constitution d'une banque de données féministes : « n'est-il pas dangereux d'accumuler tant d'informations sur notre mouvement en un seul endroit ? Cette information ne pourrait-elle être utilisée par ceux qui s'opposent à notre cause ? ». Ce type de raisonnement, qui frôle la paranoïa, a de quoi plonger dans des abîmes de perplexité.

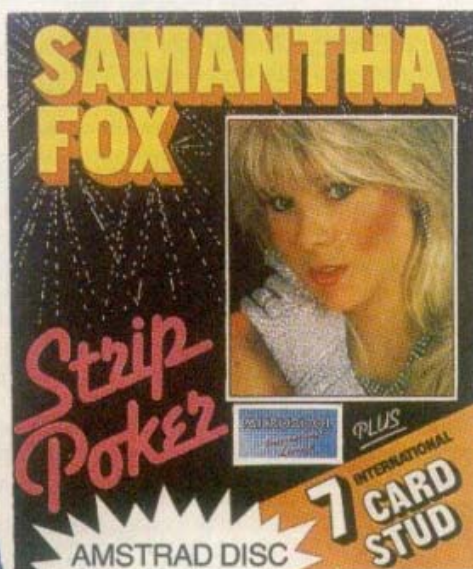
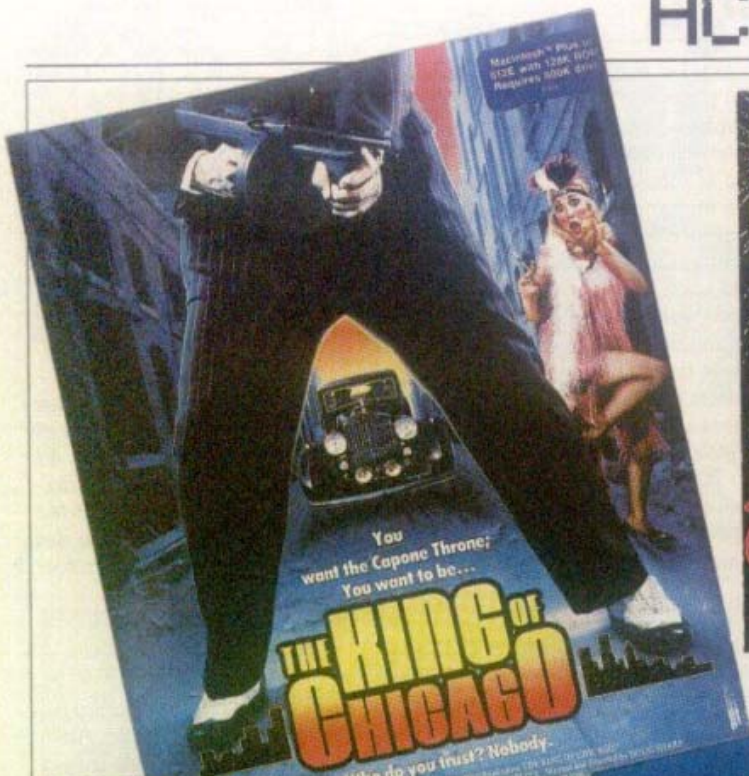
Le combat pour l'égalité des femmes et des hommes a encore de beaux jours devant lui mais de là à croire en des groupes obscurs, une patriarchie organisée dont le seul but

serait de saper l'action des féministes, il y a un grand pas que je garderai de franchir. Au-delà de ces prises de position parfois franchement extrémistes, ces groupes ont eu le mérite de dénoncer l'aura de complexité savamment entretenue autour de la matière et de dénoncer l'élitisme du « monde informatique, en grande majorité des hommes, qui a tendance à traiter les ordinateurs comme des jouets compliqués que seul un petit nombre d'initiés, eux-mêmes, peuvent comprendre. »

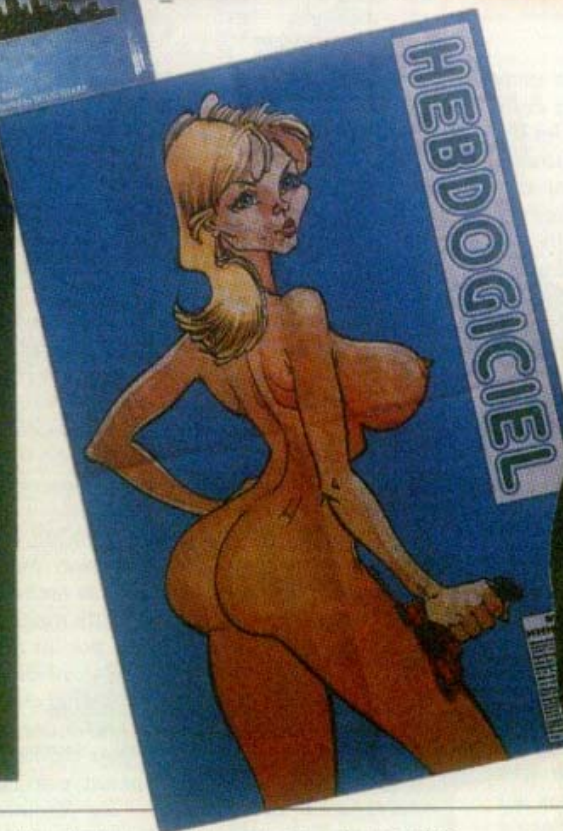
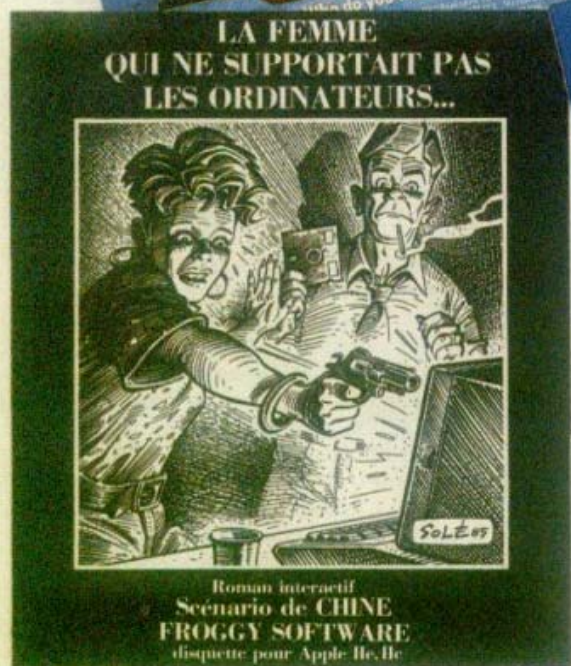
Concrètement les féministes ont très tôt mis l'accent sur les conséquences de l'informatisation dans le travail des femmes. Elles ont ainsi abondamment dénoncé les risques du travail sur écran, brûlures des yeux, maux de tête, stress mental, sans parler de possibles malformations génétiques. Ces risques ont conduit la multinationale ATT à muter les femmes enceintes travaillant dans des chaînes de fabrication de circuits intégrés car le pourcentage de fausses couches était deux fois plus important que la moyenne nationale. Que ce soit l'association canadienne, « Les puces qui nous piquent nos jobs », la puissante « Working women association » aux États-Unis ou encore le réseau Femmes-informatisation-bureau, toutes sont unanimes pour décrire l'augmentation des cadences en bureautique, la saisie au kilomètre et le manque de formation. D'où la création de centres informatiques pour les femmes.

Le groupe *Microsystem*, créé en 1981 à Londres, encourage les femmes à utiliser l'informatique et se bat pour une plus grande représentation des femmes dans les filières informatiques à l'université. Elle informe régulièrement ses adhérentes sur les dernières nouveautés dans sa lettre mensuelle « Women computing letter ». (*Microsystem* : Wesley House, Wild court, off Kingsway, London WC 2).





Palme d'or du sexisme décernée à l'unanimité par la rédaction à la publicité du XIS baby (ci-dessous). La pin up offerte par Hebdogiciel à ses lecteurs arrive immédiatement derrière avec je cite : « son coprocesseur érotique 690069, son clavier condensé à trois touches hyper sensibles et les deux lecteurs devant et derrière ». Dans les jeux, la femme est « pot de fleur » ou « repos du guerrier » suivant les titres. Exception faite de « la femme qui ne supportait pas les ordinateurs » et de la couverture de l'Alce dessinée par Moebius.



Quand on fait de la micro on aime en parler, échanger des trucs. Les garçons parlent entre eux, il est impossible de s'intégrer. Les filles font donc de l'informatique en douce ». Enfin citons ces deux réflexions qui renvoient dos à dos culture et nature. Pour une des lectrices, le manque d'intérêt des femmes tient « à la différence fondamentale entre les deux sexes. Les filles sont plus enclines à la rêverie, aux activités moins rationnelles, aux contacts humains. La relation avec une machine me paraît totalement inutile et infructueuse ». Alors que pour une autre c'est une question culturelle amenée à évoluer : « on peut donner des tas de raisons expliquant le fait qu'il y a peu de femmes mécaniciennes, pilotes de course ou soudeuses... Pour l'informatique comme pour le reste cela viendra ! Inévitablement ».

En attendant, une chose est sûre, le marché cible les hommes à l'instar des jeux dans le domaine familial et des publicités dans le champ professionnel. L'un comme l'autre volent au ras des clichés sexistes. On retrouve toute la gamme des préjugés-fossiles qui mettront du baume au cœur des nostalgiques de la misogynie pur jus. Consternant ou drôle selon votre sensibilité.

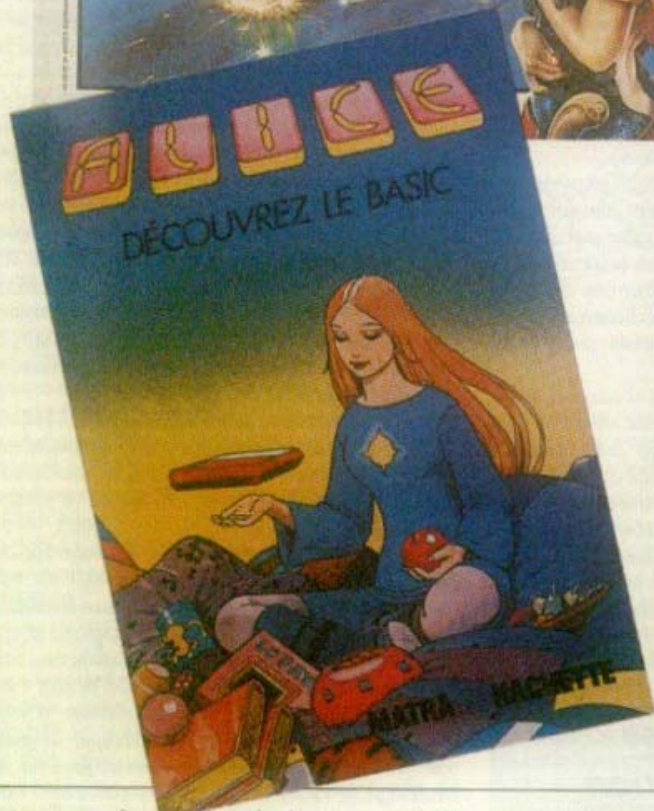
### À joueurs masculins, jeux sexistes ?

Quelle est la représentation des femmes dans les jeux informatique ? C'est simple, elle n'est pas. Rambo, Cobra, Rocky, Crash Garrett, Billy la Banlieue, Indiana Jones, Bob Morane, Bill Palmer, Blueberry, peu importe le type de jeu, le protagoniste est toujours un homme. Les femmes, lorsqu'il y en a, sont reléguées au rôle passif de la

loriciels

"tant qu'il y aura des héros..."

CATALOGUE 87 ★ 88



princesse enfermée dans le donjon ou de la belle qui se donne au plus fort quand elles n'incarnent pas les personnages négatifs de la vamp capricieuse, de l'espionne vénéneuse, voire de la sorcière. Les jeux sur ordinateurs véhiculent les mêmes clichés que la bande dessinée des années soixante. A une époque où l'on porte la plus grande attention à l'image de la femme et de l'homme qui est donnée aux enfants, que ce soit dans les manuels scolaires, les livres pour la jeunesse ou les jouets, les jeux informatiques en sont restés aux vieux schémas sexistes. Et cet imaginaire est tellement ancré dans l'univers de la micro-informatique que le seul fait d'en parler vous fait passer pour une féministe acharnée. J'exagère? A peine! Dans la plupart des jeux, la femme est capricieuse, dépendante, roublarde ou inexistante dans son rôle de pot de fleur,

repos du guerrier, voire de carotte qui vient récompenser la quête du héros. Dans *Harry et Harry*, Marthe Harry est de votre côté si vous vous conduisez en parfait goujat. Il est alors de bon ton de lui envoyer votre fumée au visage. Dans *King of Chicago*, Pinky Callaghan mène sa maîtresse Lola à la baguette pour éviter qu'elle ne le mène à la ruine. Dans les jeux d'aventure cela tourne à l'obsession, la femme est toujours prisonnière. Est-ce un délire maniaque de la part des programmeurs qui fantasment sur la femme enchaînée ou un manque d'inspiration? Dans *Dungeon Maker* de Ubi Soft il y a bien des personnages féminins mais pour elles ce sont les points de beauté qui comptent. « Méfiez-vous des femmes » met en garde la notice de *Iznogoud* chez Infogrames.

Rares sont les jeux qui proposent une version féminine de leur scénario comme le fait *Alter Ego* d'Activision, superbe aventure interactive qui guide le joueur à travers les choix fondamentaux de l'existence. Parmi la trentaine de *Strip Poker* existants, seul *Artworx* propose une version féminine. Et si une *Samantha Fox* digitalisée se déshabille sur bandes magnétiques, les filles ont encore échappé aux charmes mammaires d'un Arnold Schwarzeneger pixelisé. Maria Withaker, une des pin-up révélées par le *Sun*, l'équivalent de *France Soir* en Grande-Bretagne, s'affiche poitrine en avant sur la jaquette de *Barbarian* de Palace Software. Cette présentation



ET UN JEU SPÉCIAL NANA GENRE "VAISSELLE DE LA MORT" OU "L'ASPIRATEUR DIABOLIQUE" ÇA VOUS BRANCHE?...



Mais Froggy Software occupe une place à part dans l'édition de jeux avec un catalogue fait exclusivement de logiciels d'aventure et des ventes qui restent marginales face aux milliers de programmes d'arcade vendus par ailleurs. Au-delà de l'aspect machiste des scénarios, on peut se demander si les types de jeux proposés ; jeux de guerre, courses de voitures, invasions spatio-galactiques, ne sont pas plus masculins que féminins. Les femmes seraient plus naturellement portées sur les jeux d'aventure ou de découverte. Ainsi, bien souvent les femmes interrogées sur l'absence de joueuses informatiques parlent de la pauvreté de l'offre.

« Les jeux sont idiots et simplistes, il est donc normal que les femmes ne s'y intéressent pas. » De même les programmeuses ou scénaristes féminines travaillent plus souvent sur des jeux d'aventure. Ainsi Anita Sinclair dirige la marque Magnetic Scroll connue pour ses somptueuses aventures, *The Pawn, Guild of Thieves et Jinxter*. Béatrice Langlois a été primée pour *Morteville manor*, Clothilde Marion a écrit le scénario de « *Même les pommes de terre ont des yeux* ».

Mais tout n'est pas aussi simple, l'expérience prouve que les femmes qui jouent aiment aussi les jeux d'action. Le questionnaire paru dans *Tilt* montre, en effet, que si les jeux d'aventure arrivent en tête des préférences des lectrices avec 55%, ils sont immédiatement suivis par les jeux d'action choisis par 47% d'entre elles.

De même, si 56% sont plutôt d'accord avec l'affirmation suivante : « Les jeux micro-informatique répondent davantage aux attentes masculines », 43% ne le sont pas du tout. Stéphanie, douze ans, une passionnée, considère que « les jeux sont faits pour tout le monde, même les jeux de combats sont amusants. Toutes mes amies aiment les jeux, je ne sais vraiment pas pourquoi il y a plus de garçons que de filles, il n'y a pas de raison. » Dont acte. La balle est dans le camp des éditeurs et scénaris-

tes pour créer un nouveau type d'héroïnes positives. De même que les jeux sont sexistes, les publicités renvoient à une image de la femme qui n'est guère plus reluisante.

## La publicité est sexiste

La publicité est un excellent miroir de l'utilisateur type puisqu'elle ne met en scène, de façon quasi exclusive, que des hommes. Lorsque les femmes apparaissent c'est en tant que spectatrice, secrétaire ou simple faire-valoir et faire-vendre. La campagne d'Yvette Roudy contre les discriminations sexistes, notamment dans la publicité, qui a abouti à la loi du 25 juillet 1985 n'a apparemment pas laissé beaucoup de traces. Comme pour les tracteurs, le corps féminin fait merveille dans la vente des circuits imprimés, à l'instar de cette délicate publicité « découvrez le *XIS Baby*, le *PC/XT portable* » où l'on voit le mannequin découvrir son corps partiellement masqué par le portable élégamment placé entre ses jambes (voir en page 76). Une pure merveille sexiste tant par sa qualité visuelle que par les clichés qu'elle véhicule.

Tout aussi innocente, une des annonces passée par Victor dans la presse exhibe certes une femme appuyée sur un ordinateur mais cette petite photo est surmontée d'un grand cliché montrant une sensuelle bouche féminine qui nous dit : « *Oui j'aime l'argent. Et à puissance égale, j'adore l'énorme écart de prix entre Victor et* ».

L'imprimante *Brother HR 35* ou encore le *PC XT hongrois Szamszov* reprennent le mythe, tout aussi valorisant, de la tentation avec le trio classique, Eve, la pomme et le serpent.

Sexistes, les publicités ? Allons donc ! Hewlett Packard dans sa campagne bureautique intitulée « le plus court chemin d'un cerveau à l'autre » place des acteurs sur la ligne symbolisant le chiffre d'affaires croissant d'une société. La femme est en bas. Gaëtan Sauveboeuf de l'agence Grey se défend de tout racisme lié au sexe en arguant que la courbe symbolise les échanges d'informations et que la femme est à la source de ce dialogue. Soit. Mais que dire de la campagne de Wang « surpassez-vous, essayez un ordinateur Wang » analysée comme suit par « *Médias*, le guide de la création 1986 » : « une femme de ménage se lance inopinément dans une nouvelle carrière en époussetant le bureau du patron. Manière d'illustrer la vocation professionnelle de Wang et la simplicité d'utilisation des PC. » Pensez donc si même une femme, qui plus est, vieille et affectée au nettoyage des bureaux, peut s'en servir, alors tout le monde devrait pouvoir faire de même. Bien sûr, la publicité n'est que le reflet des mentalités et elle se défend d'avoir à les changer, de même elle vise les marchés existants et non pas les marchés potentiels. Il n'empêche. L'agence Alice, en charge du budget Victor, reconnaît que ce sont uniquement des hommes qui sont représentés parce



## Les chiffres de la désertion

98, 30 % des lecteurs de *Tilt* sont des hommes d'après l'enquête lecteurs de juillet/août 1987. Les mêmes pourcentages apparaissent dans toute la presse informatique qu'elle soit professionnelle ou familiale. Les hommes représentent 82,5 % des visiteurs du dernier Sicob, 88,2 % des acheteurs de micro-informatique à la Fnac (étude menée en 1985/1986 et mise à jour en 1987, 97 % des acheteurs de logiciels chez le distributeur Innelec d'après un questionnaire placé dans ses logiciels, 72, 74 % des dix mille adhérents des clubs Microtel. Trois fois plus de garçons que de filles fréquentaient le Centre mondial informatique disparu en 1987. Et l'on pourrait décliner à l'infini les études qui démontrent l'écrasante majorité masculine en informatique.

jugée trop accrocheuse a d'ailleurs été refusée par la chaîne anglaise de distribution Booth. A deux reprises en Grande-Bretagne et aux États-Unis des associations de femmes se sont mobilisées pour dénoncer le sexisme de certains jeux.

En mars 1983 l'association des femmes contre la pornographie proteste contre le logiciel *Custer Revengé* sur console Atari où l'on voit le perdant héroïque de la bataille de Little Big Horn gagner une Indienne en récompense de ses exploits. Plus récemment une association anglaise a protesté contre une scène de viol dans les *Passagers du vent*.

## Jeux d'action vs jeux d'aventure

Les éditeurs sont les premiers à reconnaître la misogynie des jeux. « *Oui les jeux sont sexistes, car l'informatique est un domaine masculin, comme l'automobile* », remarque Frédéric Pinlet de Jawx. « *C'est vrai certains scénarios ou certaines publicités sont sexistes mais il ne faut pas généraliser* », tempore Emmanuel Viau d'Ere Informatique. Pour d'autres les femmes sont plus absentes que dénigrées comme le pensent Christine Quémond de Ubi Soft ou Albert Loridan de US Gold. Pour Francis Blot (Free Game Blot) « *ce n'est pas les jeux qui sont sexistes mais la clientèle qui l'est et nous mettons donc sur le marché des jeux adaptés à cette clientèle* ». A l'appui de cet argument, il faut reconnaître que les quelques tentatives mises en œuvre pour toucher la clientèle féminine n'ont pas toujours été couronnées de succès. *Amazone Women* de US Gold a été un flop commercial total, même constat pour *La poupée Barbie* d'Epyx ou encore *Sérénade*, développé par Jawx, qui plaisait surtout aux filles. En revanche *Mimi la Fourmi*, un des meilleurs jeux éducatifs du marché développé par une québécoise, a eu un certain succès dans son domaine, par nature ouvert à un public plus large. Citons encore *La femme qui ne supportait pas les ordinateurs*, un roman interactif écrit par Chine Lanzmann et édité par Froggy Software. Jean-Louis le Breton, directeur de la société, affirme d'ailleurs avoir une clientèle féminine à 40 %.

ques sont des hommes, il n'est pas judicieux pour eux d'aller plus loin. Même réaction de la part d'Isabelle Neuhouse qui s'occupe de la communication pour Amstrad : « La culture informatique est masculinisée, la publicité exploite les leviers existants, elle ne fait qu'accélérer les phénomènes mais ne les crée pas. La femme n'a pas le crédit initial alors pourquoi les annonceurs affaibliraient-ils leur image ? (sic !). Ce n'est pas notre rôle de faire avancer les choses. »

Heureusement il y a Thomson qui apporte une bouffée d'air frais avec sa dernière campagne pour le TO 8 D « conçu pour tous les mordus ». Face à l'ordinateur, l'agence Polaris a aligné une brochette de personnages de tous horizons. Petits et grands, jeunes et moins jeunes, filles et garçons, matheux, sportifs, danseuses ou graphistes. Tous sont des utilisateurs potentiels du TO 8 D. Une publicité colorée, gaie et ouverte qui va à l'encontre de tous les stéréotypes et mériterait un prix à l'instar de la campagne « United Colors » de Benneton. Dans l'ensemble, constructeurs de machines ou éditeurs de logiciels ne s'adressent pas aux femmes, la micro-informatique reste un monde d'hommes. Il est alors difficile d'échapper au paradoxe de l'œuf et de la poule : les femmes ne s'intéressent pas à la micro-informatique parce que celle-ci les ignore ou le marché est-il avant tout masculin parce que les femmes ne se sentent pas attirées naturellement par la micro-informatique. Cette interrogation nous renvoie, d'une part, à l'étiquette collée à la micro-informatique qui en fait dès l'origine un domaine masculin et, d'autre part, aux penchants naturels des hommes et des femmes.

## L'imaginaire social

La micro-informatique est associée dans l'imaginaire social aux matières techniques ou mathématiques voire au bricolage traditionnellement réservés aux hommes. Les micro-ordinateurs, c'est bien connu, sont nés du bidouillage de jeunes génies dans les garages californiens. Tous les stéréotypes concernant la technologie sont visiblement beaucoup moins dépassés que l'on pourrait le croire. Les garçons bricolent, les filles jouent à la poupée. Dès le plus jeune âge, les garçons sont orientés vers des matières plus scientifiques et ils trouvent plus facilement des modèles d'identification dans les métiers qui touchent aux nouvelles technologies. De façon significative, sur six filles de douze à quatorze ans interrogées sur leur métier futur, trois envisageaient de se lancer dans le journalisme. Christine Ockrent ou Anne Sinclair ne sont pas étrangères à ces choix. Il est, en revanche, beaucoup plus difficile de trouver un Philippe Khan, directeur de Borland International, ou un Steve Jobs, fondateur avec Wozniack de la marque Apple, féminin. Pour elles, l'informa-

tique « c'est comme les mathématiques, il y a plein de calculs dedans, c'est très compliqué ». Ou encore « les garçons c'est plus matheux que les filles ». Dans la même veine, 76% des lectrices de Tilt, qui ont répondu au questionnaire, sont plutôt d'accord pour dire que l'informatique est un domaine technique, compliqué. Autant de préjugés encore vivants dans les mentalités et qui contribuent à écarter les femmes de l'informatique. Beaucoup n'osent pas s'approcher de l'ordinateur, et lorsqu'elles le font, elles sont rarement encouragées dans cette voie. Combien de fois remarque-t-on que, lorsqu'une femme pose une question

tation féminine attribuée à la machine, d'où un rapport de pénétration, de défloration typiquement masculin... Sans aller aussi loin, Jean-François Barbier Bouvet, sociologue au service des études et recherche du Centre Georges-Pompidou, décrit « la force des rapports sexuels face aux outils technologiques, les femmes s'investissent moins affectivement face à un ordinateur car la prévisibilité de l'informatique est trop grande. Un homme va se passionner pour la notion de limite qui aura un intérêt en soi. Cet aspect étroit est au contraire rédhitoire pour les femmes ». De plus, s'il reconnaît que le goût de la compétition avec les autres est autant féminin que masculin, la compétition avec soi-même lui semble

beaucoup plus du ressort masculin. Pierre Berloquin, spécialiste de jeux de toutes sortes, inventeur et directeur de Créalude, évoque à son tour le rapport amoureux entre le programmeur et sa machine.

L'ordinateur est pour lui une présence très féminine qui satisfait beaucoup plus les hommes que les femmes. Et d'abord le problème mille fois évoqué de la création. « Lorsque l'on programme, on est directement créateur au lieu de l'être par personne interposée. Les femmes ont ce besoin satisfait par la maternité. » Si l'on quitte l'angle

technologique pour aborder l'aspect ludique de l'informatique, Pierre Berloquin pense que les femmes semblent en apparence moins ludiques, peut-être parce qu'elles le sont plus. Plus joueuses dans leur habillement, leur maquillage ou encore leurs relations et donc moins enclines à jouer par ailleurs. Néanmoins il est le premier à reconnaître que l'univers de la technique et du bricolage n'est pas normalement ouvert aux femmes. Il n'hésite pas alors à reprendre l'argument au ras des pâquerettes de notre société : « Les filles ne sont pas élevées pour changer une bougie ou une prise. » On le voit dans le domaine des technologies, les discriminations culturelles sont intimement liées aux affinités naturelles.

## Dans les écoles et les universités

L'entrée en masse de l'informatique dans les écoles va-t-elle enfin ouvrir ce domaine aux femmes ? Difficile à dire. Il est encore trop tôt pour tirer un bilan significatif du Plan Informatique pour Tous. Edouard Pelisset, président de l'Association Enseignement Public et Informatique, qui, dès 1973, a mis en place des ateliers d'informatique dans les écoles, remarque qu'il y a une demande comparable de la part des élèves mais non de la part des familles. Les parents continuent à acheter le micro-ordinateur en priorité aux garçons. La salle en libre-



technique, on ne lui apprend pas comment faire telle manipulation, mais on la fait à sa place. Ce type de réaction anodine, mais trop souvent rencontrée, n'encourage pas, c'est bien le moins, à aller plus loin dans l'apprentissage du domaine. Ignorées par la publicité, éloignées des machines, regardées de travers par les vendeurs, et traditionnellement écartées des matières scientifiques : la société multiplie les obstacles culturels qui interdisent aux femmes l'appropriation de l'outil informatique. Mais à ces handicaps culturels s'ajoutent malgré tout un plus grand intérêt des garçons pour la machine.

## Et Freud dans tout cela

Les hommes seront passionnés, électrisés par la machine, alors que les femmes resteront plus mesurées, plus pratiques face à l'outil. Ils ont un rapport affectif avec la machine beaucoup plus fort que les femmes. Ainsi dans le questionnaire de Tilt, 71 % des femmes sont d'accord pour dire qu'il n'y a pas de dialogue, de contact affectif, avec la machine et, si 87 % affirment utiliser un micro-ordinateur, en grande majorité elles n'y consacrent qu'une faible partie de leur temps. Et pourtant, les lectrices de Tilt ne sont pas représentatives de l'ensemble des femmes, elles ont au départ un rapport privilégié avec l'informatique (91 % ont un micro-ordinateur dans leur foyer). Robert Epguy du Centre de Communication Avancée (centre d'étude sur les modes de vie, créé par l'agence de publicité Havas) parle de la conno-



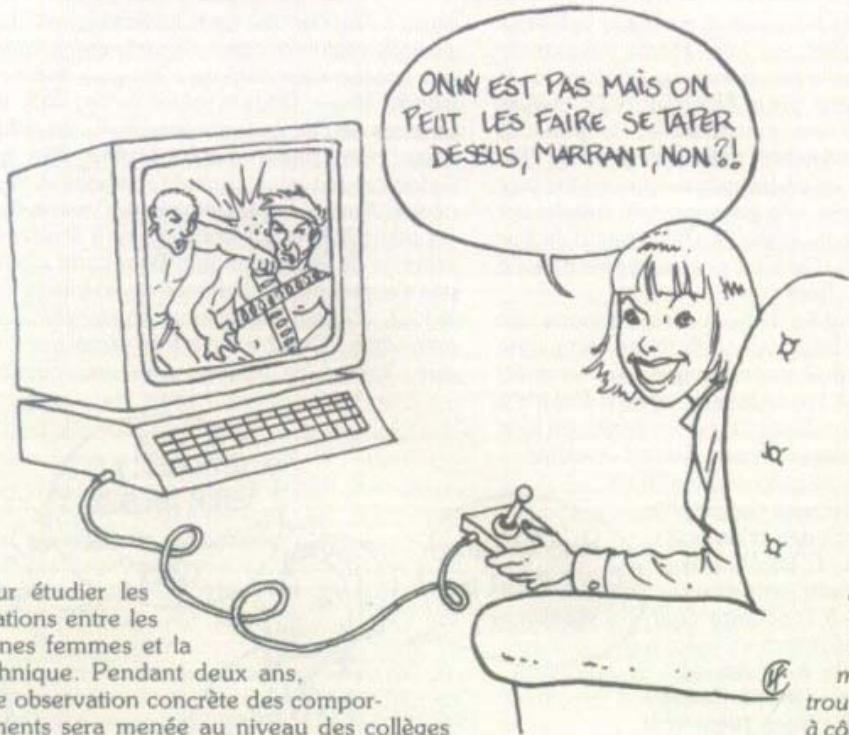
service créée au lycée Gabriel-Fauré, compte au départ autant de filles que de garçons, mais, au fil des mois, les filles disparaissent. De 1973 à 1982, la pénurie grandissante de machines conduit à des affrontements physiques entre les élèves et la pression des demandeurs garçons éjecte les filles. Un autre enseignant remarque qu'à la maternelle l'intérêt est égal entre les deux sexes mais, qu'à l'adolescence, l'écart se creuse entre filles et garçons. Avec une tendance nette des adolescents à monopoliser l'accès aux machines.

Dès 1981, Yvette Roudy avait fait de l'accès des femmes aux nouvelles technologies son cheval de bataille. Maintes fois, l'ancienne Ministre des Droits de la Femme a relevé « l'importance des discriminations culturelles que subissent les femmes dès la toute petite enfance qui tend à leur interdire les voies de la nouveauté, des nouvelles techniques, des conceptions créatrices » et « le rôle correcteur que doit jouer l'éducation dans ce domaine ».

Le déséquilibre profond dans l'orientation des garçons et des filles est toujours de mise. En 1984, le bac littéraire comptait 82 % de filles, et le bac de secrétariat 97 %. Les huit séries à dominante technique ou mathématique n'étaient choisies que par 11 % des lycéennes. Dans le supérieur, il y avait 68 % de filles en lettres et sciences-humaines et seulement 16 % dans les écoles d'ingénieurs. Si l'on regarde la répartition par sexe des étudiants inscrits à l'université et dans les IUT en informatique, il y avait 62 % de garçons en 1982 et 64 % en 1986. Sans en tirer des conclusions sur une désaffection croissante des filles pour la matière, on peut néanmoins remarquer l'absence totale d'évolution.

Afin de favoriser l'égalité de formation des hommes et des femmes, Yvette Roudy signe en décembre 1984 un accord avec le Ministre de l'Éducation Jean-Pierre Chevènement. Cet accord comprenait des mesures psychologiques pour sensibiliser et informer jeunes filles, parents et enseignants (on se souvient de la campagne de publicité « Orientons-nous toutes directions, les métiers n'ont pas de sexe »), mais aussi pour augmenter les capacités d'accueil dans les formations scientifiques et techniques. Une circulaire de janvier 1985 fixe comme objectif prioritaire l'augmentation du nombre de filles choisissant les enseignements technologiques et scientifiques.

Depuis son ministère a été supprimé et, en France, aucune étude de fond n'est en cours pour mesurer l'impact de ses mesures. En revanche, une expérience est lancée dans l'ensemble de la communauté européenne



pour étudier les relations entre les jeunes femmes et la technique. Pendant deux ans, une observation concrète des comportements sera menée au niveau des collèges avec tournage de films vidéo et analyse sociologique des enquêtes. La direction des lycées et collèges en France s'est associée à cette opération. Aux Etats-Unis, depuis longtemps, des enseignants soulignent l'absence des filles dans les salles d'informatique ou les stages d'été. Des campagnes « Equals in computer science » (égaux en informatique) se sont développées pour sensibiliser les enseignants aux réticences des filles vis-à-vis de l'ordinateur.

### Vers un marché grand public, et une micro-informatique asexuée

La micro est-elle condamnée à rester un domaine masculin à tout jamais? Certainement pas. Aux débuts de la micro-informatique grand public, fin 1981, tout le monde pariait sur l'utilisation familiale des micros, l'informatique allait envahir les foyers, devenir indispensable à tous. Six ans plus tard, on parle encore de micro-informatique familiale quand il serait plus juste de parler d'utilisation personnelle et masculine. « Au début, lorsque nous avons lancé le TI 99 4A chez Texas Instrument, il n'était pas du tout évident que la micro-informatique s'adresserait exclusivement aux garçons, nous pensions que les jeux et les applications seraient pour les filles et les garçons. Dans nos études du marché on prévoyait des gestions de budget familial pour le père et des programmes de diététique ou de

carnet de santé pour la mère. La micro devait trouver sa place à côté de la télévision, maintenant elle a

migré dans la chambre des garçons » explique Albert Loridan, importateur des logiciels US Gold, Ocean, Imagine, Gremlin's Graphics et Palace Software.

L'étude marketing réalisée lors du lancement de l'Alice début 1982, tablait aussi sur un public très large avec le but avoué d'ouvrir un nouveau marché, d'offrir une clef d'accès aux gens qui avaient peur de l'informatique. Foin de technique, il fallait prouver la simplicité d'utilisation. L'emballage du produit était également révélateur : tous les ordinateurs étaient gris, celui-ci sera rouge. Ils portent tous des noms bâtarde, il sera baptisé Alice. Dessinée par Moebius, Alice est humaine, chaleureuse et symbolise l'entrée dans un autre monde, le pays de merveilles. La campagne de publicité se détourne de la presse informatique pour toucher le grand public à travers Elle, Télé 7 jours ou Paris Match. Résultat des courses : 10 000 machines vendue à Noël 1983 et 3 000 de plus au cours de l'année suivante. Autant dire très peu. Certes, la machine était tout sauf performante, mais pour la première fois un constructeur rompait avec la clientèle traditionnelle des hobbyistes passionnés. Peut-être était-ce encore trop tôt?

Depuis l'informatique s'est simplifiée, l'ergonomie à la Macintosh démocratisée avec l'arrivée de l'Atari ST et surtout les capacités et l'utilité des machines se sont démultipliées. Micro édition, outils graphiques performants, programmes musicaux spectaculaires, jeux de plus en plus attrayants. L'informatique quitte peu à peu le giron des passionnés et bidouilleurs pour toucher un large public. Scénaristes, artistes, musiciens apportent leurs talents à la création de jeux. L'informatique devient un produit culturel plus riche et plus ouvert. Alors l'informatique asexuée, c'est pour quand? Demain, à n'en pas douter.

Nathalie Meistermann

Les visages convulsés des informaticiens qui illustrent cet article sont tirés de la campagne de publicité Victor.

