
Connexion et communication :

le plaisir ou l'envers de la peur du vide

Cathia PAPI

CURAPP UMR 7913

Université de Picardie Jules Verne

71^{ème} section (Sciences de l'information et de la communication)

DEP 10, rue Frédéric Petit 80048 Amiens cedex 1

cathia.papi@u-picardie.fr

MOTS-CLES :

Communication, divertissement, génération Y, plaisir, TIC

RESUME :

Propos généraux tout comme études scientifiques sur les moins de 30 ans mettent en relief l'attachement des jeunes aux TIC et, plus particulièrement, à la connexion internet et au téléphone portable. Notre recherche sur les étudiants de première année universitaire nous permet de préciser ce constat et d'interroger les goûts et pratiques déclarés sous l'angle du plaisir lié à la connexion et à la communication. Différentes approches (philosophique, psychologique, marketing) du plaisir sont convoquées afin d'éclairer quelque peu ce phénomène. Nous verrons ainsi que les TIC peuvent éventuellement faire office d'objet transitionnel et, plus sûrement, de moyens de divertissement face à l'horreur du vide.

INTRODUCTION

L'ensemble des enquêtes portant sur les jeunes et les technologies met en relief un taux d'équipement et une fréquence d'usage élevés notamment dans les pratiques impliquant internet. D'où l'idée de génération dite « numérique », « internet » ou « Y » avancée par plusieurs auteurs tels que Tapscott (1998) et Prensky (2001), idée désormais fortement répandue selon laquelle les personnes nées à partir des années 1980 s'adapteraient rapidement aux évolutions technologiques, seraient multitâches, dépendantes des technologies pour maintenir leurs liens sociaux et ouvertes concernant le partage de contenu. Ces étiquettes, posées sans réelles études empiriques, ont soulevé de nombreuses critiques et suscité des recherches qui remettent en cause le critère d'âge, c'est-à-dire de génération, en ce sens où ces pratiques ne se limitent pas à une tranche d'âge et ne sont pas uniformes à l'intérieure de celle-ci (Papi, 2012b). Cependant, ces études ne nient pas l'importance du taux d'équipement et d'usage des TIC par les jeunes, tout particulièrement en ce qui concerne la communication (Kennedy et al., 2008; Eynon, 2009 ; Bennett et Marton, 2010 ; Corrin et al. 2010, etc.).

Alors que ces travaux, majoritairement anglo-saxons, mettent ainsi en avant l'importance que les adolescents ou jeunes adultes accordent à la communication, il semble pertinent de se demander dans quelle mesure communication et plaisir sont liés c'est-à-dire d'interroger la possibilité pour la communication d'être source du plaisir.

En effet, en France également, analysant l'enquête loisirs des 6-14 ans d'octobre 2004, Octobre (2008 : p. 33) note :

Toutes les pratiques culturelles, exceptée la lecture, sont des pratiques de sociabilité et toutes génèrent des échanges discursifs : les consommations solitaires ou ne donnant lieu à aucun échange verbal sont rares [...] et dénotent une marginalisation identitaire de la pratique. La montée en puissance des compétences relationnelles (Granjon & Lelong, 2006), notamment à travers des pratiques explicitement relationnelles (échanges de pair à pair, les chats, les forums, les « blogs », etc.) provoque une mutation du triptyque capital scolaire/culturel/social et des modes de conversion des différents capitaux.

Tandis que, comme dans cet exemple, la majorité des recherches sur les jeunes et les TIC prend en compte les adolescents, il paraît intéressant, d'une part, de voir ce qu'il en est, c'est-à-dire aussi ce qui se conserve de ces pratiques, lorsqu'ils sont devenus de jeunes adultes. D'autre part, il semble opportun d'interroger de telles pratiques afin de mieux cerner le(s) rapport(s) des jeunes aux TIC. L'accroissement des pratiques en ligne, et notamment de communications médiatisées nous amène à poser l'hypothèse selon laquelle ces dernières sont source de plaisir et à vouloir comprendre pourquoi. Aussi proposons-nous tout d'abord de passer en revue quelques approches théoriques du plaisir puis d'étudier les représentations et goûts des jeunes en termes de communication afin de voir dans quelle mesure il est possible de penser les pratiques de communication en termes de plaisir.

1 LE PLAISIR, UNE MULTITUDE D'APPROCHES

Diverses approches du plaisir ont été proposées dans trois champs principaux que sont, du plus ancien au plus récent, la philosophie, la psychanalyse et le marketing. Nous proposons ainsi tout d'abord d'appréhender brièvement les grandes lignes de ces différentes conceptions du plaisir.

1.1 Approche philosophique

Le plaisir, en tant qu'affect, est difficile à définir et ne cesse d'être source de questionnements et appréhensions variées. Le fait de parler de plaisir au pluriel ou au singulier semble, à lui seul, déjà marquer des orientations différentes.

Quelques heures avant sa mort, tandis qu'on lui a enlevé ses fers et qu'il peut alors se gratter la jambe, Socrate évoque en ces termes le plaisir :

Quelle chose étrange, mes amis, paraît être ce qu'on appelle le plaisir ! Et quel singulier rapport il a naturellement avec ce qui passe pour être son contraire, la douleur ! Ils refusent de se rencontrer ensemble chez l'homme ; mais qu'on poursuive l'un et qu'on l'attrape, on est presque toujours contraint d'attraper l'autre aussi, comme si, en dépit de leur dualité, ils étaient attachés à une seule tête. (Platon, 1965 : p.107)

Ainsi, dans le *Phédon*, Platon présente le plaisir dans un rapport d'opposition à la douleur, le plaisir pouvant alors être compris comme l'absence de douleur. A l'instar de la douleur, le plaisir est lié au corps et fait donc partie de ce qui trouble le raisonnement de l'âme en quête de vérité.

L'idée qu'Aristote se fait du plaisir est, quant à elle, tout autre. En effet, pour ce dernier le plaisir advient dans l'acte en tant qu'activité et résultat de cette dernière. Dès lors, les plaisirs diffèrent selon les activités comme il l'explique dans l'*Ethique à Nicomaque*. Bien que de façon différente, Husserl, s'opposant à l'hédonisme kantien et à l'idée d'unicité du plaisir, développe également une conception du plaisir au pluriel, la variété des objets sources de plaisir induisant des différences dans le plaisir lui-même. Il distingue effectivement le plaisir sensible de la joie et de l'agrément. Quitté (2011: p.91-93) illustre cette distinction en convoquant l'exemple du plaisir husserlien pris à fumer un cigare :

À un premier niveau, ce qui me plaît quand je déguste un cigare, ce sont ses qualités gustatives, olfactives, son arôme, sa texture, etc. Cela relève du plaisir sensible (Lust). Mais ce qui me plaît également et qui est indéfectiblement attaché à ce moment, c'est la situation.

La situation me procure de la joie (Freude), cette joie qui procède de l'ambiance (Stimmung) créée par cette dégustation. Cette joie a ceci de particulier qu'elle est communicative et a tendance à se diffuser : lorsque je suis de très bonne humeur, je « vois la vie en rose », tout m'apparaît recouvert d'un voile de joie et de gaieté suscitée par l'attribution d'une valeur. Ce faisant, lorsque je fume un cigare, je procède aussi à une troisième opération : j'attribue une valeur au cigare. Le sentiment de plaisir que m'inspire le cigare, dans cette dernière dimension, peut donc s'entendre comme une attribution de valeur s'enracinant dans l'affectivité, pour un objet considéré comme porteur d'une certaine positivité.

Ainsi, non seulement Husserl ne conçoit pas le plaisir comme n'ayant qu'une forme mais aussi pense-t-il ces différentes formes comme successives, emboîtées, susceptibles de caractériser la variation des relations à un même objet.

1.2 Approche psychanalytique

La question du plaisir dans la psychanalyse est fondamentale. Elle est liée à une conception du sexuel distinct de la conception commune du sexe et de la sexualité. Ainsi, Roussillon (2010 : p. 22) évoque la psychanalyse en précisant :

D'une part, elle disjoint sexuel et sexualité, elle reconnaît une part de sexuel en dehors de la sexualité, en dehors des manifestations de la sexualité, mais inversement elle peut aussi souligner la présence d'enjeux non-sexuels dans la sexualité elle-même.

Mais d'autre part, en introduisant la notion d'une sexualité prégénitale, elle disjoint aussi la sexualité du sexe lui-même, [...] elle admet une polymorphie des formes d'expression du sexuel, elle nous apprend à lire le sexuel dans des formations, des fantasmes et des processus dans lesquels il n'apparaissait pas de manière manifeste.

Chez Freud, le plaisir correspond à la diminution de l'excitation, de la tension, que cet abaissement relève d'une évacuation vers l'extérieur ou vers l'intérieur. Mais cet affect ne relève pas seulement de la sphère biologique, il n'est tel que parce qu'il est associé à une

« représentance » psychique de la relation de soi comme sujet à l'objet. Ainsi, dans *Au-delà du principe de plaisir* (1920/2010) Freud interprète les réactions de son petit fils jouant à faire disparaître puis réapparaître une bobine comme une symbolisation de la succession des moments de présence et d'absence de la mère, le jeu est alors relatif à la maîtrise des absences de la mère. Rinaudo (2001: p.26) commente ce jeu reposant sur la perte en rappelant qu' « *il faut que l'objet qui autrefois avait provoqué une réelle satisfaction soit perdu pour que se mettent en place la représentation et l'examen de la réalité* » et fait le parallèle avec les significations symboliques de la ficelle dans les travaux de Winnicott (1975), ficelle qui, tout à la fois, lie et sépare, répondant ainsi aux pulsions de vie (liaison) et de mort (dé liaison) développées par Freud. Dès lors, les TIC semblent susceptibles de participer au jeu de la bobine ou de la ficelle en ce sens où elles permettent de lier et délier, faire apparaître et disparaître. Ainsi, les TIC et les espaces virtuels qu'elles ouvrent, peuvent être mobilisés par les sujets, au niveau psychique, comme des espaces potentiels ou transitionnels au sens de Winnicott. Cette idée peut être illustrée par le jeu des rencontres sur internet mis en évidence par Tisseron (2005: p.119) :

Les rencontres virtuelles sur Internet offrent à l'adolescent un espace de jeu dans lequel il peut gérer, à l'écart des risques de la vie réelle, les désirs, les angoisses et les frustrations dont se tisse toute rencontre. Comme dans le cas de l'espace transitionnel, ce sont également les manipulations et les transformations que le jeune impose à certains objets, et la manière dont celles-ci transforment en retour son monde intérieur, qui sont la clé de son efficacité. Enfin, comme dans le cas de l'espace transitionnel, la réussite de cet usage est inséparable de la mise en place d'un rapport privilégié à l'espace et à la durée de la symbolisation. Du point de vue de l'espace psychique, en obligeant à passer par la matière des mots pour communiquer, l'ordinateur fait transition entre les sensations, les émotions et les états du corps d'un côté, et le langage pour en parler de l'autre. Du point de vue de la durée, les rencontres sur Internet peuvent également être qualifiées de « transitionnelles » dans la mesure où elles sont souvent provisoires et inaugurent des rencontres réelles qui s'avèrent alors avoir été préparées, plus que différées, sur le web. On peut dire alors que l'usage d'Internet a accompagné un travail psychique pendant un temps déterminé ; la preuve est qu'il est abandonné – ou, plus précisément, que son usage change – lorsqu'il a fini de jouer ce rôle.

Les technologies de la communication sont donc susceptibles d'engendrer du plaisir en tant qu'objet transitionnel. Toutefois, ces technologies ne deviennent des objets transitionnels que si le sujet et, généralement, son entourage, lui attribuent cette valeur transitionnelle.

1.3 L'approche marketing

Le marketing prend de plus en plus en compte les affects liés à l'utilisation des technologies, le but étant de provoquer le plaisir ou le désir du consommateur lors d'une première expérience avec le produit, afin qu'il décide d'en faire l'acquisition. Ce faisant, les chercheurs dans ce domaine mettent en avant différents degrés de plaisir allant du « *simple plaisir ressenti dans une expérience ordinaire* » à « *la jouissance issue d'une expérience extraordinaire qui représente pour eux l'objectif à atteindre* » (Cova et Deruelle, 2010, p.16). Ces auteurs distinguent ainsi le « plaisir simple » provoqué par la stimulation des sens, la « *petite conquête* » survenant lors d'une micro-immersion dans l'expérience amenant à un moment fort traduit par « *un sentiment de bien-être, de développement et de gratification* » et le « flux » survenant lors d'une immersion totale c'est-à-dire d'une « *concentration des activités* »

de l'individu autour d'une unique expérience » conduisant au plus grand niveau de jouissance et pouvant faire perdre la notion du temps tant l'immersion est complète. Ainsi, une étude menée par Orange, sur différents types de produits allant du jeu à des produits simplement fonctionnels, met en relief que seul un peu plus d'un quart des expériences sont de l'ordre de la petite conquête ou du flux, la majorité relevant du simple plaisir. Et Cova et Deruelle (2010 : p. 25-26) de noter :

Dans les récits des consommateurs qui ont eu accès à l'état de jouissance, on retrouve souvent l'idée de puissance infinie dépassant largement les capacités d'usage des consommateurs donnant ainsi au site un sens (« infini », « sans limite ») qui mérite d'être mis en rapport avec les derniers développements socioanthropologiques et philosophiques sur la vie contemporaine (Zizek, 2004). [...] Dans le concept de « puissance infinie », au contraire, on doit penser à une absence de limites qui augmente les possibilités du consommateur mais qui est toujours caractérisée par une simplicité d'accès qui facilite la nidification du consommateur et son exploration de l'offre.

Toutefois, au-delà des catégorisations théoriques, l'étude des différentes formes de plaisir est très délicate, aucune des méthodes de recherche proposées n'est sans lacune (Cova et Deruelle, 2010 ; Février *et al.*, 2011) et la focalisation sur les affects positifs au détriment des affects négatifs peut être remise en cause (Février *et al.*, 2011).

De ces différentes approches nous pouvons retenir qu'il existe potentiellement plusieurs formes ou degrés de plaisir et que le plaisir est un affect ne résultant pas d'une simple satisfaction biologique mais survenant dans le rapport du sujet à l'objet et à la représentation qu'il se fait de ce dernier. Dès lors, quelles sont les formes prises par le plaisir lié à la connexion ? Dans quelle mesure les TIC jouent-elles le rôle d'objet transitionnel chez les jeunes ?

2 DES JEUNES ET DES TECHNOLOGIES : APPROCHE EMPIRIQUE

2.1 Méthodologie

Nous proposons d'interroger les pratiques et représentations des jeunes concernant les TIC via une étude empirique par questionnaires à laquelle ont répondu plus de 1600 étudiants (pour les 2/3 des étudiantes), ayant majoritairement entre 17 et 22 ans et étant inscrits dans diverses filières de l'université de Picardie Jules Verne en 2011-2012. Il s'agit d'étudier leurs réponses en termes de goûts, fréquences et types d'usages des TIC à l'aide de tris simples et croisés pour les questions fermées, ainsi que via l'analyse de contenu pour les questions ouvertes.

2.2 Quelques constats

La quasi-totalité des étudiants possède un téléphone portable et une connexion internet, environ 90% déclarent s'en servir quotidiennement, fréquence qui semble susceptible de s'expliquer par leurs goûts en termes de médias et moyens de communication comme le mettent en relief les tableaux 1 et 2.

Médias	Goûts				
	J'adore	J'aime beaucoup	J'aime bien	Sans plus	Je n'aime pas
Radio	14	20	36	24	6
Télévision	22	30	31	12	5
Internet	39	39	19	3	0
Livre	24	20	27	19	10
Presse	9	23	34	25	9
Cinéma	39	30	22	8	1

Tableau 1 : Attrait de différents média

Force est de constater qu'internet est le média préféré des jeunes, suivi par le cinéma puis la télévision, tandis que la presse, les livres ou la radio n'attirent qu'un nombre plus restreint d'étudiants. Ces résultats n'ont rien de surprenant, d'autres enquêtes telles que celle de Octobre (2008) citée en introduction, le mettent en avant depuis longtemps et cela semble se vérifier aussi bien chez les adolescents que les jeunes adultes. Les étudiants justifient leur goût prononcé pour internet par le fait qu'il regroupe l'ensemble des possibilités offertes par les médias, qu'il est peu coûteux et permet d'être actif, notamment par distinction de la passivité reprochée par certains au cinéma, à la télévision ou à la radio davantage perçus comme relevant du loisir collectif ou du fond sonore. De plus, les réponses ouvertes soulignent qu'internet possède une dimension particulière que les autres médias n'ont pas et qui lui confère un attrait particulier : il constitue la porte d'accès à différents moyens de communication. L'idée d'un ordinateur non connecté semble ainsi exclue de la représentation que se font une bonne partie des jeunes. En effet, lorsqu'ils sont interrogés sur leur appétence quant à l'utilisation d'un ordinateur en précisant « non connecté » les réponses obtenues sont du type : « *Je me sers surtout de l'ordinateur pour aller sur internet ...* »

Sur plus de 1600 étudiants, seuls 4 disent ne pas aimer se connecter à internet et un quart déclare se connecter en cas de besoin sans plaisir particulier. Par contre, la majorité (57%) déclare apprécier l'usage d'internet et certains (18%) disent même être connectés dès que possible et ne pas pouvoir s'en passer. Loin de la technique ou du geste anodin de l'utilisateur, l'usage d'internet semble donc lié à un véritable plaisir. Mais quel est-il ? Les raisons évoquées par les étudiants relèvent principalement de trois registres décomposables en six sous registres comme nous pouvons l'illustrer avec les propos tenus par certains étudiants :

- **Informationnel** : « *j'aime savoir que je peux rapidement avoir accès aux informations que je cherche.* »
 - **Thématique** : « *Me connecter sur internet me permet de trouver des informations sur mes passions comme la musique par exemple.* »
 - **Actualités** : « *J'aime me tenir au courant dans tous les domaines et internet permet cela d'une façon très simple.* »
- **Relationnel** : « *Dans des moments de solitudes. Ca ramène à la vie sociale.* »
 - **Maintien du contact** : « *L'intérêt c'est de garder contact constamment avec mes amis et mes proches.* »
 - **Rencontres virtuelles** : « *C'est de pouvoir partager des expériences de jeu avec des joueurs se trouvant à des milliers de kilomètres de nous que l'on ne pourrait pas forcément rencontrer dans la vie réelle.* »

- **Ludique** : « *Quand on est devant l'ordinateur, on se sent en sécurité je suppose. On peut oublier tous nos soucis en passant du temps sur l'ordinateur et en s'occupant dessus de façon diverse et variée.* »
 - **Jeux** : « *Jeux avec des personnes physiques = expérience différente à chaque partie* ». 4% déclarent se servir de l'ordinateur connecté ou non, principalement pour jouer.
 - **Passé temps** : « *Je me connecte pour regarder des choses dites à la radio, ou des informations. Mais j'y vais surtout pour surfer, sans idée de ce que je vais faire et m'amuser de certaines choses. Je me détends, notamment en regardant des vidéos drôles, qui n'ont pas grand intérêt mais cela permet de faire passer le temps quand je n'ai rien de prévu :)*»

Les différentes possibilités de communication offertes par internet apparaissent ainsi comme l'une des raisons de l'attachement à ce média. Toutefois, ces possibilités ne semblent pas toutes remporter le même succès auprès des étudiants comme le suggèrent les réponses suivantes :

Moyens de communication	%	Goûts				
		J'adore	J'aime beaucoup	J'aime bien	Sans plus	Je n'aime pas
Conversation téléphonique		21	27	29	16	6
SMS, MMS		49	27	18	4	1
e-mail		5	17	36	34	8
Chat		6	13	23	32	26
Site social		23	26	26	16	9
Courrier postal		6	11	27	39	17
Visioconférence		9	14	20	28	29

Tableau 2 : Attrait de différents moyens de communication

D'emblée, une différence notable avec les recherches portant sur des populations plus jeunes se note relativement au *chat*. Cette pratique semble peu appréciée, peut-être est-ce là une manière de se distinguer en s'écartant des pratiques plus enfantines. Les dispositifs de visioconférence étant souvent couplés avec ceux de *chat*, le fait de ne pas apprécier l'un explique peut-être également celui de ne pas apprécier l'autre, d'autant plus que l'aspect « visio » empêche le jeu sur l'identité auparavant évoqué par Tisseron (2005). Le courrier ne suscite pas d'intérêt particulier que ce soit sous forme papier ou électronique tandis que les sites sociaux, conversations téléphoniques et surtout *sms* et *mms* plaisent beaucoup. Ainsi, le moyen de communication largement préféré (*texto*) semble être celui se situant dans une temporalité particulière, plus rapide que le courrier et moins instantané que le *chat* ou la visioconférence. De plus, ce dernier est présenté comme le moyen le moins contraignant au niveau logistique car ne requérant pas de connexion internet, de même qu'au niveau financiers car, souvent inclus dans les forfaits, il semble gratuit, en termes de rapidité en ce sens où, à peine envoyé, le message parvient à son destinataire et, enfin, en termes de disponibilité du destinataire que l'on ne craint ainsi pas de déranger. Toutefois, certains préfèrent les conversations téléphoniques en ce sens où elles permettent d'entendre la voix de son interlocuteur plutôt que de lire.

Finalement, malgré cet engouement pour les moyens de communication modernes, 89% déclarent préférer la communication en face à face à la communication empruntant les voies des TIC en raison de la multidimensionalité et de la convivialité (Papi, 2012a) de cette forme

de communication. Les propos de cette étudiante résument ainsi quelque peu la situation : « *J'aime Internet et les sms mais rien ne vaut une conversation de vive voix ! Le contact n'est absolument pas le même. Je trouve qu'Internet et mon portable me sont très utiles pour rester en contact avec mes amis mais je choisirais sans hésiter de les voir plutôt que de parler avec eux sur FaceBook par exemple.* »

3 . DISCUSSION

En amont du plaisir, l'usage des TIC à des fins de communication semble tout d'abord de l'ordre d'une construction sociale comme le suggèrent les explications suivantes :

« *Aucune forme de plaisir particulière. Il s'agit juste de vivre avec notre ère, aujourd'hui vivre sans internet serait impossible sans se marginaliser de la société.* »

« *C'est une habitude que l'on prend vite, on prend l'habitude de retrouver certaines personnes sur les réseaux sociaux, ou alors on joue à des jeux, on regarde des séries ou on écoute de la musique, on va sur des sites différents etc. On peut apprendre pas mal de choses sur internet. Le plaisir de se connecter vient des habitudes qu'on prend chaque jour sur l'ordinateur.* »

« *J'utilise plus mon téléphone (conversation téléphonique, sms, mms, et email puisque j'ai un iphone) car je l'ai constamment sur moi, pour utiliser les autres moyens de communication je dois rentrer chez moi, ce qui fait que je les utilise moins.* »

Cette inscription de l'usage des TIC dans les pratiques quotidiennes peut aller jusqu'au réflexe dans la recherche de connexion, l'attente et l'émission de message ainsi que le note Lardelier (2006, p. 63) en précisant : « *là sont bien les automatismes qui traduisent un syndrome communicationnel fort, celui d'une société où la circulation des informations en temps réel et le lien permanent sont les injonctions douces imposées par la technologie et l'air du temps.* »

Si la connexion peut-être source de plaisir, c'est donc au-delà de l'habitude, principalement en tant qu'ouverture d'une porte sur un espace social à la fois ancré dans un espace-temps contemporain et offrant apparemment un accès à « tout » : « *On peut tout faire, tout savoir grâce à internet !* » écrit un étudiant, probablement au stade maximum du plaisir dans l'utilisation d'internet (celui du « flux » dans l'approche marketing) mettant ainsi en évidence un certain sentiment d'omnipotence dans l'usage d'internet. En dehors de la rubrique informationnelle, les domaines relationnels et ludiques, qui constituent les principaux usages d'internet par les jeunes, semblent sources d'un plaisir qu'il est tentant d'analyser dans une approche mêlant psychologie et philosophie. En effet, à l'instar de ce que développait Husserl, il semble qu'au-delà du premier plaisir sensible lié à l'utilisation de l'objet, c'est surtout l'ambiance qu'il est susceptible de créer qui est source de plaisir intense, ambiance liée à l'attente du message qui se fait davantage ressentir dans les échanges de *textos* que dans les pratiques de communication synchrones. Ainsi, les aspects relationnels et ludiques ramènent à l'idée d'objet transitionnel. En effet, alors que l'échange en présentiel reste le moyen de communication préféré, il est fort probable qu'une partie des usagers avide de communication, que ce soit via *sms* ou sur les sites sociaux, joue en fait au jeu de la bobine en envoyant un message et attendant impatientement de recevoir un message en retour. Qu'il s'agisse de l'attente du message d'un proche ou d'un inconnu avec lequel on joue, le plaisir allant de pair avec la représentation voire la symbolisation des moyens de communication que

constituent le téléphone portable ou les sites sociaux semble pouvoir être considéré comme lié au relâchement de la tension lors de la réception du message retour conformément à l'approche psychologique. L'espace transitionnel susceptible d'être créé dans une telle pratique peut favoriser le bien-être psychique du jeune en quête d'autonomie et se rapprocher ainsi quelque peu de la conception platonicienne du plaisir comme antonyme de la douleur qui n'est ici autre que celle liée à l'absence de l'autre. Cependant, force est de constater que l'ensemble des jeunes n'attribue pas une telle valeur transitionnelle aux TIC, certains se contentant effectivement de leur attribuer une valeur fonctionnelle.

Par ailleurs, alors que plusieurs étudiants disent utiliser internet pour tromper leur ennui, il semble pertinent d'envisager la connexion comme rempart face à l'horreur du vide. Il s'agit là du vide métaphysique pointé par Pascal lorsqu'il met en avant l'état déplorable de l'homme dès lors qu'on le dépouillerait de tout ce qui occupe son existence, état misérable caractéristique de l'ennui éprouvé au moment où l'homme n'a rien envie de faire, s'abstrait de toutes ses occupations et s'expose ainsi au vide de son existence mais aussi de son essence. L'horreur du vide dans l'ennui est alors la sensation de l'absence de sensation, c'est-à-dire la sensation de soi-même comme néant. Si pour Kant il suffit de se dédier à des occupations, principalement le travail, pour éviter l'ennui, ce n'est en fait, selon Pascal, qu'un artifice pour occuper le vide et se détourner du vide métaphysique qui n'est pas un vide physique, spatial, mais bien un vide temporel. Cherchant à fuir son inconsistance ontologique, à se détourner de la misère qui est sa condition, l'homme trouve dans le divertissement, la poursuite d'une connaissance infinie (impossible à l'homme dont les moyens sont, même avec internet, finis) une tromperie dont il est l'acteur et la victime. C'est ainsi, qu'au-delà du plaisir de l'activité mis en avant par Aristote, tout comme par les déclarations pointant une préférence pour internet relativement à la télévision appelant à une posture passive, certains usages des TIC viennent donner du sens au moment où l'existence semble absurde et participent ainsi à l'inévitable divertissement. Enfin, si grâce à internet « *tout est possible* », c'est peut-être en ce sens que ce divertissement, tel qu'il existe notamment dans les sites sociaux, permet l'invention d'un moi, d'une image de soi-même destinée à masquer la réalité de ce qu'il est, à savoir, « un monstre incompréhensible », un néant.

L'importance de la connexion et de l'échange de propos apparemment futiles voire amusants ou dérisoires (Dagnaud, 2001), bien que ne se limitant pas à la dite génération Y, serait-elle ainsi d'autant plus grande pour une partie des jeunes que leur avenir est incertain voire angoissant, non seulement au niveau métaphysique, mais également de façon prosaïque ?

BIBLIOGRAPHIE

- Aristote, 1994, *Ethique à Nicomaque*. Paris: Librairie Philosophique J. Vrin.
- Bennett, S. & Maton, K., 2010, Beyond the 'digital natives' debate: Towards a more nuanced understanding of students' technology experiences, *Journal of Computer Assisted Learning*, 26, 321–331.
- Corrin, L.; Bennett, S.; Lockyer, L.; 2010, Digital natives: Everyday life versus academic study, Proceedings of the 7th International Conference on Networked Learning 2010, Edited by: Dirckinck-Holmfeld L, Hodgson V, Jones C, de Laat M, McConnell D & Ryberg T pp. 643-650.
- Cova, B., & Deruelle, V., 2010, A la recherche du plaisir dans les études consommateurs : le cas des Orange Labs. *Management & Avenir*(31), 14-30.
- Dagnaud, M., 2011, *Génération Y. Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*, Paris: Presses de la fondation nationale des sciences politiques.

- Eynon, R., 2009, Report for the Becta_ *Harnessing Technology: The Learner and their Context Mapping young people's uses of technology in their own contexts – a nationally representative survey*, University of Oxford.
- Février, F. et al, 2011, La prise en compte des affects dans le domaine des interactions homme-machine : quels modèles, quelles méthodes, quels bénéfices ? *Le travail humain*, 74(2), 183-201.
- Freud, S., 2010, *Au-delà du principe de plaisir*. Paris: PUF.
- Kennedy, G.; Judd, T.; Churchward, A.; Gray K.; and Krause, K.-L., 2008, First year students' experiences with technology: Are they really digital natives?, *Australasian Journal of Educational Technology*, 24(1), 108-122.
- Lardelier, P., 2006, *Le pouce et la souris: enquête sur la culture numérique des ados*. Paris: Fayard.
- Le Quitte, S., 2011, Le plaisir dans la phénoménologie de Husserl. *Philosophie*, 3(111), 77-93.
- Octobre, S., 2008, Les horizons culturels des jeunes. *Revue Française de Pédagogie*(163), 27-38.
- Papi, C., 2012a, La convivialité. De la polysémie à l'entretien de la confusion. *Interfaces numériques*, vol.1, n°3, 435-452.
- Papi, C., 2012b, Les « digital natives », un public particulier ? EUTIC 2012, 335-348.
- Pascal, B., 2004, *Les pensées*. Paris: Pocket.
- Platon, 1965, *Apologie de Socrate, Criton, Phédon*. Paris: Garnier Flammarion.
- Prensky, M., 2001, Digital Natives, Digital Immigrants, *On the Horizon*, 9(5).
- René, R., 2010, Satisfaction et plaisir partagé. *Revue française de psychanalyse*, 1(74), 21-38.
- Rinaudo, J.-L., 2011, *TIC, éducation et psychanalyse*. Paris: L'Harmattan.
- Tapscott, D., 1998, *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, New York: McGraw-Hill.
- Tisseron, S., 2005, L'identité et les interrelations modifiées par les technologies numériques. In C. Bergeret-Amselek (Ed.), *De l'âge de raison à l'adolescence : quelles turbulences à découvrir ?* (Vol. Hors collection, pp. 113-121). Paris: Erès.
- Winnicott, D., 1975, *Jeu et réalité. L'espace potentiel*. Paris: Gallimard.