

## 2 PRESENTATION

Numéro spécial sur les sociabilités

## 4 PHENOMENES TELECOM

### **Sociabilités médiatisées et entrelacements des dispositifs de communication**

La multiplication de outils de communication conduit à des situations où ils sont convoqués de façon différente selon les interlocuteurs. Cet article explore la manière dont ces arbitrages sont effectués selon l'âge de l'utilisateur et le type de réseau relationnel mobilisé.

### **Zoom : Cercles sociaux et usage des outils de communication**

A travers l'opposition adulte / enfant, cette section inventorie les catégories de sociabilité usuelles (parents, amis, fratrie, etc.) et montre comment se module le recours aux outils de communication selon la nature du lien.

## 14 ENTRELACEMENTS

### **Communiquer avec ses amis : profils d'usage et supports mobilisés**

L'analyse fine des facteurs influençant l'usage des outils de communication montre que le recours au téléphone, au SMS, à l'email et à la messagerie instantanée procèdent d'éléments explicatifs variés selon les outils.

### **Comprendre les entrelacements entre les différents outils de communication**

Prolongeant la typologie des équipés fixe-mobile-internet présentée dans le Cahier Entrelacs #1, cette étude approche de manière qualitative les arbitrages entre outils de communication chez les profils d'utilisateurs les plus intensifs. Deux schémas d'entrelacement sont mis en lumière, reposant sur des représentations distinctes de la gestion de la joignabilité, du respect des convenances sociales et des compétences techniques à l'égard des outils de communication.

## 28 MODES DE VIE

### **Discuter, échanger : sociabilités et pratiques culturelles**

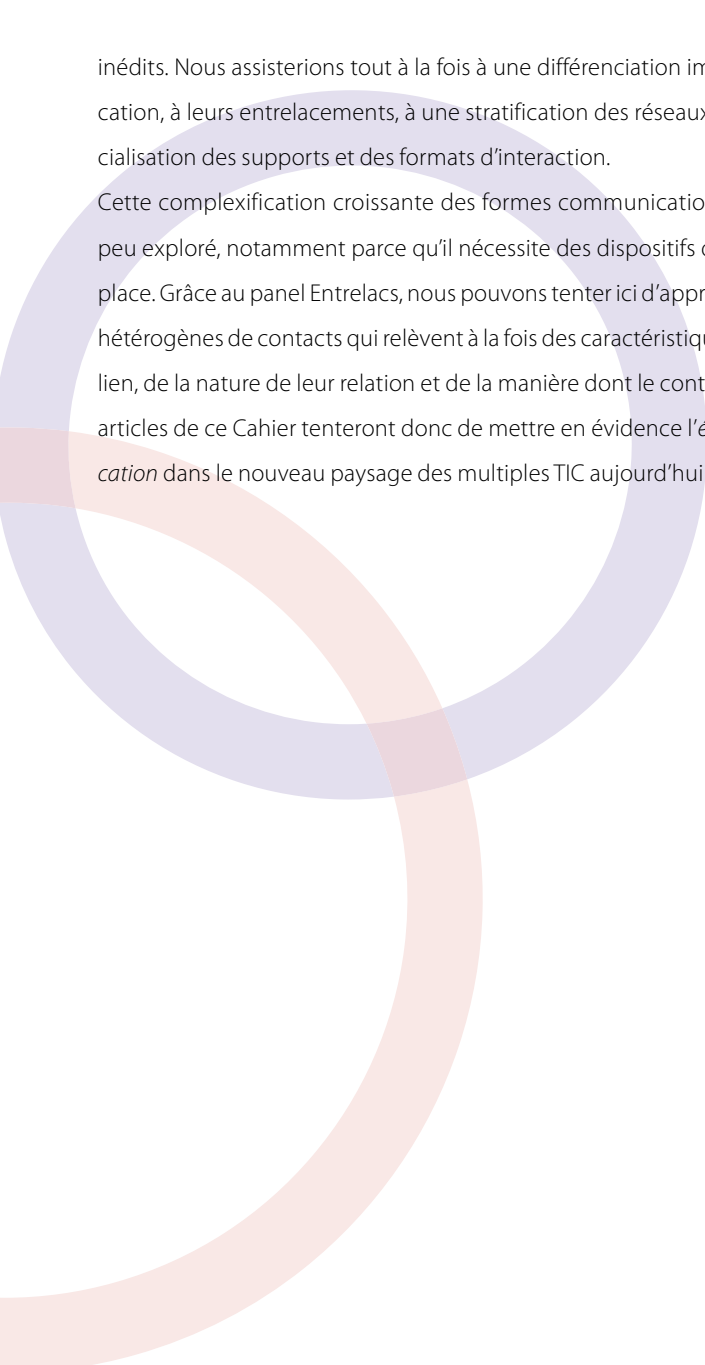
Les activités culturelles et de loisirs nourrissent nos sociabilités et contribuent à les façonner. En retour, les sociabilités exercent également une influence sur notre consommation culturelle. Cet article fait le point sur les sociabilités liées aux discussions et aux échanges (prêt, emprunt...) de contenus culturels qui sont les plus à même de nécessiter appuis technologiques et innovations de services.

# Présentation

Nous assistons depuis quelques années à la multiplication des outils de communication électronique et à l'intensification de la circulation des contenus numérisés. Les nouveaux moyens de mise en contact mêlent la voix, le texte et parfois aussi l'image. Ils entrelacent par exemple la communication (quasi-)synchrone et asynchrone, et les échanges en mobilité et localisés (en des lieux publics ou privés). Ces technologies et les possibilités qu'elles offrent sont en passe de reformater nos habitudes de communication et de consommation culturelle. Ces observations, qui sont à l'origine du projet Entrelacs, nous invitent à suivre avec attention, à la fois quantitativement et qualitativement, les transformations que ces processus peuvent engendrer pour l'opérateur de télécommunication intégré.

Dans ce troisième Cahier Entrelacs, nous portons notre attention sur les usages des différents outils d'échange et les manières dont ils sont mobilisés dans la vie quotidienne. Nous rendrons compte ici des usages des différents dispositifs de communication selon les caractéristiques de l'utilisateur, celles de ses relations et des contextes dans lesquels il choisit un support de communication ou un autre. Nous mettons ainsi au centre de nos analyses la question des sociabilités. Par sociabilité nous désignons deux dimensions du lien social et de la communication : d'une part les *relations* interpersonnelles (électives et/ou obligatoires), et d'autre part les formes concrètes de *contacts* qui actualisent ces relations (fréquence, durée, lieux, contenus, etc.) ainsi que la nature des différents modes et outils de mise en contact (téléphonie, SMS, courriel, messagerie instantanée, voire face-à-face).

En effet, les formes de sociabilité de plus en plus travaillées par la prolifération des technologies de l'information et de la communication et leur convergence complexifient la morphologie des répertoires relationnels des usagers et génèrent un nouvel impératif, celui de se rendre toujours plus accessible. Si elles ne les conditionnent qu'en partie, les TIC façonnent néanmoins les cadres d'interaction où sont entretenus les liens de sociabilité et initient des couplages sociotechniques



inédits. Nous assisterions tout à la fois à une différenciation importante des actes de communication, à leurs entrelacements, à une stratification des réseaux de correspondants et à une spécialisation des supports et des formats d'interaction.

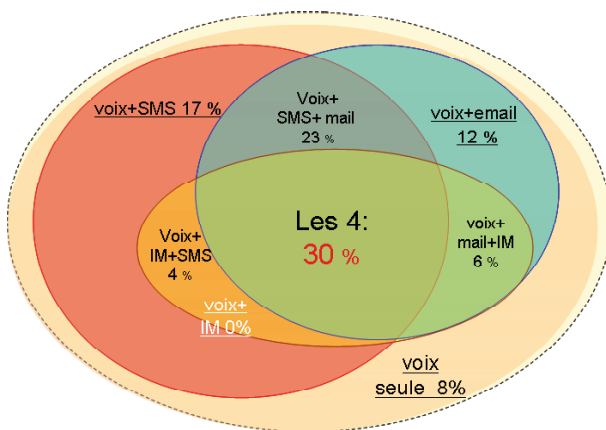
Cette complexification croissante des formes communicationnelles reste un domaine encore peu exploré, notamment parce qu'il nécessite des dispositifs de recherche difficiles à mettre en place. Grâce au panel Entrelacs, nous pouvons tenter ici d'approcher la complexité de ces formes hétérogènes de contacts qui relèvent à la fois des caractéristiques des individus qu'ils mettent en lien, de la nature de leur relation et de la manière dont le contact est de fait établi. Les différents articles de ce Cahier tenteront donc de mettre en évidence *l'écologie des pratiques de communication* dans le nouveau paysage des multiples TIC aujourd'hui disponibles.

Contributeurs : Thomas de Bailliencourt, Thomas Beauvisage, Fabienne Gire, Fabien Granjon, Frédérique Legrand, Anne-Sylvie Pharabod, Delphine Saïzonou, Zbigniew Smoreda, Cezary Ziemlicki, Marta Zimolag

# Sociabilités médiatisées et entrelacements des dispositifs de communication

La «multi-modalité» des pratiques de communication est aujourd'hui un fait. Si un tiers des Français (entre 11 et 79 ans) ne communiquent qu'en mode vocal (sur téléphone fixe ou mobile), une large majorité (66 %) a également recours à des services d'échanges textuels sur mobile ou PC, que ce soit par SMS/MMS, courriel ou messagerie instantanée. Simultanément à la diffusion des équipements dans la population (46 % des Français de plus de 11 ans disposent d'une connexion internet au domicile, 65 % ont un mobile), des usages de plus en plus entrelacés de ces outils se développent. Ainsi, parmi les personnes ayant accès à la fois à internet, au fixe et au mobile, seuls 8 % se cantonnent à utiliser uniquement la voix ; tous les autres font appel à des combinaisons entre modes vocaux et textuels. Nous ne sommes donc plus devant un effet émergent, mais bien dans une phase d'ancrage de la communication textuelle dans les pratiques quotidiennes.

Les multi-usages chez les Français équipés du fixe, du mobile et de l'internet à domicile



Clé de lecture : Parmi les équipés FMI 30 % utilisent simultanément voix, SMS, email et IM pour les communications privées, 6 % utilisent voix, email et IM, 17 % la voix et SMS...

## Entrelacement des usages et consommation du mobile et de l'internet

L'utilisation simultanée des divers outils de communication coïncide avec une plus forte consommation des télécommunications. En effet, **la possibilité de disposer de plusieurs canaux de communication ne diminue pas l'intensité d'utilisation de la communication vocale**. Nous

**Usage du téléphone mobile par les clients Orange (n= 633)  
selon l'usage des services de communication dans les échanges privés**

Type d'usage	Vocal émis min/mois	Vocal reçu min/mois	Nb SMS émis par mois	Nb appels entrant sur la Boite Vocale	Nb total de correspondants SMS	Nb total de correspondants voix
Téléphone seul	62,4	48,5	-	4,9	-	69,7
Téléphone-mail	83,1	43,5	-	6,9	-	128,7
Téléphone-SMS	115,9	83	28,2	7	22	100,1
Téléphone-mail-SMS	93,3	85,1	22,4	10,5	23,1	113,2
Téléphone-mail-IM	96,3	65,6	-	8,5	-	108,1
<b>Les 4</b>	<b>126,4</b>	<b>151,4</b>	<b>34,8</b>	<b>12,3</b>	<b>32,8</b>	<b>143,8</b>
<b>Total</b>	<b>96,2</b>	<b>87,7</b>	<b>30,1</b>	<b>8,4</b>	<b>26,6</b>	<b>109,3</b>

pouvons l'observer à travers les usages du mobile des clients Orange dans notre échantillon, pour qui nous disposons de mesures précises de leur trafic téléphonique. Ainsi, si ceux qui n'utilisent que la fonction voix de leur téléphone accusent un déficit de 35 % par rapport à la moyenne du temps de conversations émises dans l'échantillon (elle est de 96 minutes par mois), les utilisateurs de la voix et du SMS dépassent cette moyenne de 20 % et les utilisateurs de quatre services (voix, SMS, mail, IM) de 31 %. Une différence encore plus marquée peut être constatée pour les appels reçus. Ici, les usagers de la seule communication vocale ont une carence de 45 % par rapport à la moyenne générale, les utilisateurs voix et SMS montrent une consommation moyenne et les utilisateurs des quatre services dépassent la moyenne de 73 %.

Parmi les utilisateurs du mobile, ceux qui se servent de SMS reçoivent en général plus d'appels que les non-utilisateurs et de ce fait leur ratio communications émises / communications reçues est plus équilibré. On peut donc penser que le recours à plusieurs modes d'échange place les TIC davantage au centre des interactions personnelles qu'une pratique qui n'entrelace pas sur le même terminal des services de communication multiples.

L'envergure du réseau de correspondants téléphoniques varie aussi selon le type d'utilisateur des TIC : pendant la période d'observation, les multiutilisateurs ont été en contact avec 52 % de numéros de téléphone de plus que les «vocalistes purs» et avec 30 % de plus que les bi-utilisateurs (voix, SMS). Nous constatons donc que cette configuration où l'ensemble des moyens de communication est mis à contribution coïncide avec une utilisation plus intensive du téléphone mobile (aussi bien de la fonction «voix» que «texte»). Tout se passe comme si la diversification des outils s'inscrivait dans un processus de multiplication des actes de communication de différente nature où **le modèle sous-jacent était davantage celui de dédoublement de canaux de communication que celui de leur spécialisation.**

Ce processus est également visible dans l'univers de l'internet. Grâce à la sonde installée sur le

PC des interviewés nous pouvons observer les usages individuels de l'ordinateur à domicile. Ici, le lien entre intensité d'usage de l'ordinateur à domicile (mesure par le temps d'utilisation) et les usages de la fonction communication de l'internet apparaît pour les utilisateurs du mail et de l'IM. En effet, l'usage du courriel et de l'IM va de pair avec une augmentation du temps moyen passé devant le PC (il est de 69 min/jour) de 14 % et 29 % respectivement. L'utilisation conjointe des deux outils de communication pour les contacts privés augmente le temps d'utilisation de l'ordinateur d'un tiers.

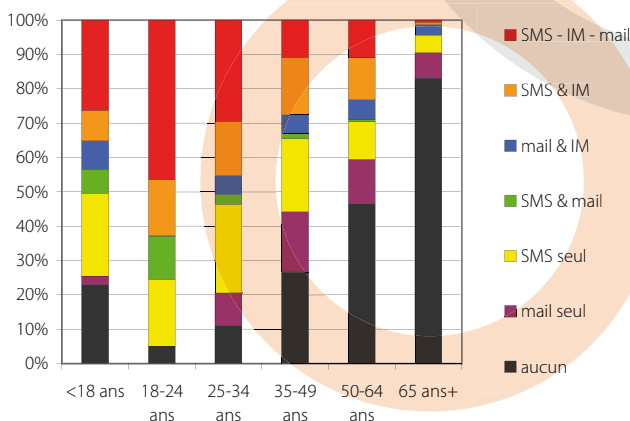
## Communiquer : comment et avec qui ?

**Le multi-usage est en partie un effet générationnel** : l'âge est la variable la plus influente dans les analyses multivariées conduites sur nos données. En observant de plus près les usages des différents outils de communication, nous constatons que l'effet d'âge est surtout fort pour les usages du SMS et de l'IM (mobilisés par les jeunes utilisateurs), tandis que les usages du courriel sont beaucoup plus équilibrés d'un groupe d'âge à l'autre. Cette dichotomie renvoie à deux formats de communication : la communication par IM se caractérise par des échanges quasi-synchrones avec des «tours de parole» plutôt courts et une forme d'écriture assez particulière entre l'«écrit-parlé» et le «langage SMS». L'email lui se rapproche davantage des échanges épistolaires, asynchrones, plus construits au niveau de l'écriture.

L'enquête qualitative que nous avons menée sur un sous-échantillon de notre panel permet d'approfondir cette question. Concernant le courriel, les principales différences sont surtout

marquées par un sous-usage de mail chez les plus jeunes. Les dissimilitudes les plus évidentes et les plus construites sont observées dans l'usage de la messagerie instantanée. Les catégories de personnes qui ont un investissement fort dans l'usage de la messagerie instantanée ou de l'email ne sont pas les mêmes.

Structure des outils de communication textuelle utilisés par tranches d'âge



Les adultes que nous avons interrogés développent d'une part des usages nettement moins intenses de l'IM et, d'autre part, des usages plus spécialisés : leurs pratiques de l'IM répondent à chaque fois à des fonctions particulières, stabilisées, en remplacement d'un autre type de contact (téléphone, face-à-face), autour d'interlocuteurs peu nombreux avec qui ils développent des relations privilégiées. Par exemple, pour Jean (44 ans, en invalidité professionnelle), la messagerie instantanée est un outil qu'il ne mobilise qu'avec Élise, sa meilleure amie qui habite loin de lui mais qu'il «croise» souvent sur un chat qu'ils fréquentent tous les deux : *«Souvent elle a des trucs à partager. Elle se confie beaucoup à moi, on va dire, comme une petite sœur. Il y a des choses qu'elle n'ose pas dire à son mari, donc elle en parle à moi. On passe alors sur MSN.»* Pour Evelyne (46 ans, secrétaire), l'IM sert à converser en mode vocal avec Valérie, son amie d'enfance exilée aux États-Unis : *«Si on se téléphonait, ce serait trop cher. Avec la messagerie [instantanée], ça coûte rien (...) On parle de nous, de nos vies... On passe un moment ensemble toutes les deux.»*

Chez les jeunes adultes, ces usages sont nettement plus variés et plus fréquents. Les cercles relationnels mobilisés sont aussi plus diversifiés et ne se résument pas aux «liens forts». Les contacts par IM concernent aussi les connaissances plus lointaines, en particulier les camarades de classe/école : *«On se contacte tous les jours pour les cours»* (étudiante, 20 ans). Ces échanges viennent non pas pallier un déficit de contacts en présence, mais plutôt s'y ajouter en les prolongeant ou bien en les faisant bifurquer vers d'autres modes d'échange (par exemple plus intimes). Les contenus échangés sont aussi nettement plus variés. Ils peuvent avoir trait au travail, à des passions communes (musique, jeux vidéo, football, etc.), au partage d'un même réseau de sociabilité (on va alors échanger sur la vie du groupe : les liens amoureux, les fêtes, les week-ends, etc.).

Contrairement aux adultes, les contacts des plus jeunes se caractérisent par des modes d'interactions convoquant un plus grand nombre de canaux d'échange (texte, voix, vidéo, émoticônes, etc.). Ces interactions se définissent également à partir d'autres éléments : elles ne sont pas nécessairement dyadiques et peuvent convoquer plusieurs interlocuteurs en même temps ; elles sont parfois soutenues par d'autres dispositifs de communication en ligne (notamment les blogs), sont souvent couplées à d'autres activités (sur ordinateur ou non) et se développent sur fond de gestion de sa disponibilité et de ses envies. Ici, le modèle de mise en contact n'est pas celui du «rendez-vous» que l'on fixe, mais celui d'un espace de sollicitations auxquelles on répond ou non.

## Les cercles communicationnels

Les nouveaux services de communication se déploient en grande partie sur des cercles sociaux déjà en place ; néanmoins, ils ne sont pas utilisés avec la même facilité pour échanger avec les enfants ou les parents ou avec les amis et copains. Il y a donc des relations qui en bénéficient plus ou moins, et des groupes d'utilisateurs équipés et familiarisés à différents niveaux avec ces services. En effet, il est plus facile d'adopter l'IM avec des amis férus d'internet qui passent les soirées entières devant leur ordinateur qu'avec quelqu'un qui utilise son PC sporadiquement.

**L'équipement et les pratiques des cercles relationnels de l'individu influencent donc ses possibilités d'utilisation effective des TIC.**

Deux témoignages issus de nos enquêtes qualitatives illustrent particulièrement le contraste entre ces deux logiques de distribution des outils sur les cercles de sociabilité. Exposons d'abord le cas de Serge (logisticien, 44 ans) qui voit régulièrement les personnes de son réseau en face-à-face et utilise surtout le téléphone fixe pour appeler sa famille et ses amis. Ce même téléphone est utilisé pour d'autres liens surtout pour sa fonction utilitaire : *«Je suis pas trop du genre à passer des heures au téléphone, ça va être plus de la mise au point, de la prise de rendez-vous, des précisions à apporter. Je vais pas appeler pour raconter ma vie...»* Son usage de téléphone mobile suit la même logique d'opportunité couplée avec celle d'une individualisation de la relation : *«Pour prendre des nouvelles de certains, avec le portable c'est plus facile. C'est surtout une plus grande souplesse pour avoir les gens directement»*. Les contacts via la messagerie instantanée sont inexistants, mais Serge utilise le courrier électronique. Moins développés, les contacts de ce type se répartissent équitablement sur l'ensemble de ses pôles de sociabilité (à l'exception du travail et des personnes qu'il côtoie dans son club d'œnologie) : *«C'est pour envoyer des vœux, faire part d'une information, des choses comme ça. C'est occasionnel. C'est comme une lettre en plus pratique»* explique Serge, qui poursuit : *«Par exemple avec Nenad (un ami, ancien collègue) c'est pour lui montrer un truc que j'ai vu et qui pourrait l'intéresser, des bons plans.»* Serge précise qu'il se refuse à écrire des courriels sur des adresses professionnelles : *«Hervé mon beau-frère et ma sœur Catherine ils ont Internet, mais leurs messages arrivent au niveau professionnel, je préfère éviter, je préfère leur téléphoner»*.

Ce témoignage contraste avec celui d'Elodie (enseignante, 25 ans) : *«Donc le matin je me lève vers cinq heures. De cinq heures vers six heures et demie, je continue à préparer mes cours pour la journée. Entretemps je bois mon café, je suis devant l'ordinateur. Ensuite, Pascal se lève. Puis vers 7h30, il me dépose à la gare de Brunoy. Je donne mes cours, je déjeune avec les élèves, pendant 1h30, 2h. Ensuite je*



*quitte vers 17h, je prends le train et je rentre re-préparer mes cours, je reste aussi sur Internet, je discute aussi avec ma cousine qui est divorcée sur MSN, je discute avec mes parents au téléphone. Alors niveau communication, ça marche chez nous ! Parfois j'ai ma sœur par mail, parfois j'ai mon petit neveu qui est sur MSN en même temps que ma cousine du Sud, parfois ma mère me dit qu'elle aimerait bien que je lui passe ma cousine qui est dans le Sud, alors je les appelle et je les branche sur l'ordinateur [Elodie établit une connexion entre son téléphone fixe et un téléphone branché sur son PC, mobilisant l'application Skype]. Et puis parfois j'appelle Pascal parce que j'ai aussi sa famille sur MSN qui est dans le Nord.»*

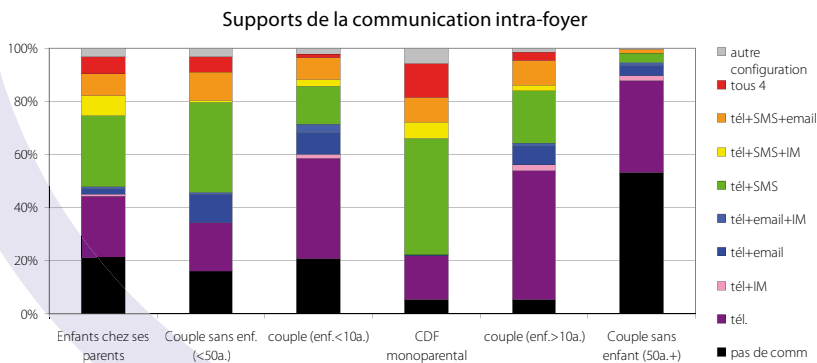
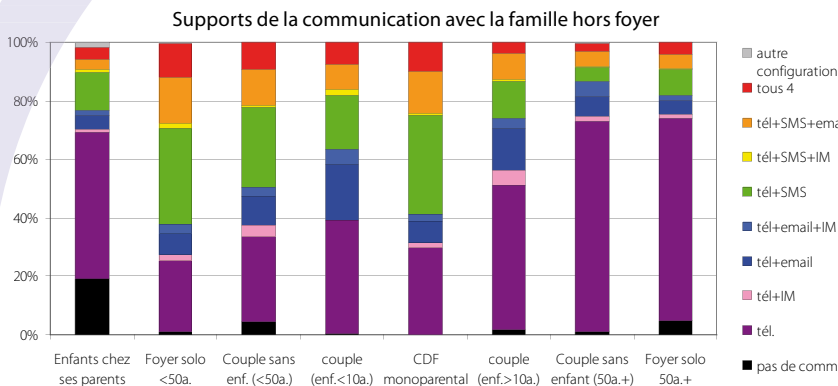
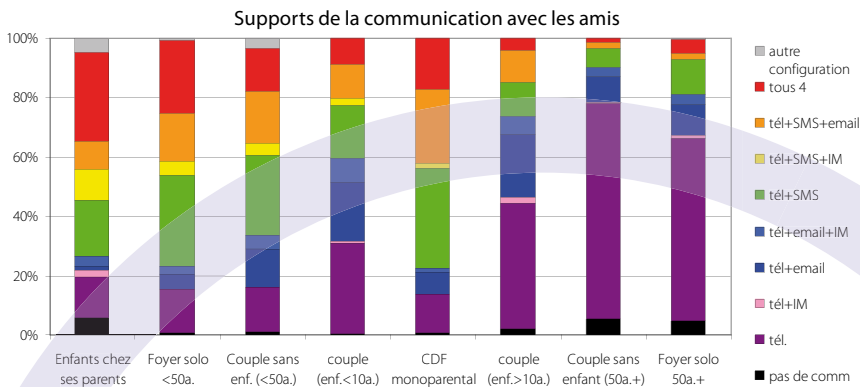
Ce récit montre l'aisance d'Elodie et celle de ses correspondants avec les différents services de communication qui organisent ici l'espace de communication. Son attitude contraste avec celle de Serge et avec la retenue qu'il affiche par rapport aux TIC. Dans le même temps, les deux interviewés ajustent délibérément le choix des outils aux caractéristiques de leurs interlocuteurs. On trouve un exemple intéressant dans la description d'Elodie qui sert de commutateur entre sa cousine sur IM et sa mère au téléphone afin d'ajuster le canal de communication à la préférence / compétence de sa mère.

## **Adaptation des outils aux interlocuteurs**

La comparaison entre les configurations d'outils adoptés pour les contacts avec les amis/copains et celles utilisées pour communiquer avec la famille fait ressortir les effets d'adaptation des outils de communication aux correspondants.

Pour la **communication avec les amis** on constate un lien solide entre la multiplication des outils de communication et la position dans le cycle de vie (voire l'âge). Les enfants montrent ici les modes d'échange les plus entrelacés suivis des autres catégories de jeunes (solos, jeunes couples). En règle générale, les amis appartiennent à la même génération que les personnes observées. La panoplie communicationnelle mobilisable est alors souvent plus homogène à l'intérieur du cercle de correspondants amicaux qu'au sein des correspondants familiaux. Il nous semble alors qu'une partie de l'explication de la forte part des usages multiples chez les plus jeunes peut être trouvée dans cette opportunité associée aux équipements technologiques et aux compétences partagées. De même, la focalisation quasi-exclusive sur le téléphone vocal chez les plus âgés répond au même mécanisme.

Dans la communication **avec la famille hors foyer**, nous trouvons une configuration communi-



cationnelle très spécifique chez les enfants au foyer. Ils s'approchent de fait des habitudes des groupes les plus âgés de notre échantillon. De fait, le type de médias utilisés est co-défini par les interlocuteurs familiaux qui, pour ces enfants, sont souvent des personnes plutôt âgées comme, par exemple, leurs grands-parents. En revanche, pour les jeunes adultes des autres structures de foyer, la distinction amis/famille est bien moins importante : la part du téléphone seul est plus

prononcée chez eux également, mais les usages de la communication textuelle restent forts. Leur cercle familial se compose aussi de la fratrie ou des cousins appartenant à la même génération qu'eux, la multicanalité est donc possible et effective. Enfin, pour les groupes les plus âgés nous observons plutôt une stabilité des configurations des outils. En effet comme les interlocuteurs amicaux et familiaux de ces personnes se ressemblent beaucoup quant à l'outillage en TIC, les usages ne divergent pas clairement selon le type de cercle relationnel analysé.

L'analyse de la **communication intra-foyer** selon la position de l'interviewé dans le foyer apporte quelques éléments supplémentaires. La diversité des outils mobilisés pour les contacts avec les membres de son foyer est moindre que celle mise en œuvre avec les amis. Les communications impliquant la voix et le SMS sont relativement fréquentes – dans le premier cahier Entrelacs, nous avons vu l'importance de ces échanges intra-foyer chez les clients Orange. La brièveté des échanges téléphoniques et l'importance des SMS dans la communication intra-foyer nous ont fait associer cette communication avec la coordination quotidienne de la vie familiale.

Nous observons également une **particularité des mono-parents** (visible aussi dans les communications avec les autres cercles sociaux). Par rapport aux parents en couple, leur recours à la communication multi-canal est plus répandu, le SMS est fortement utilisé dans la communication avec les enfants au foyer. D'une part, leur situation matrimoniale les rapproche des jeunes célibataires, et d'autre part le besoin de contact/coordination avec ou autour des enfants est ici concentré sur une seule personne qui y répond en partie grâce aux moyens de communication à distance avec lesquels les enfants sont les plus familiarisés. Les parents isolés adoptent ainsi davantage que les autres parents les moyens de communication utilisés par leurs enfants.

Les agencements des outils autour des pratiques de communication actuelles semblent se définir dans une dialectique entre besoins de communication et de joignabilité et la diffusion des outils de communication dans les cercles relationnels. Les effets de génération des utilisateurs jouent alors à la fois sur la panoplie des outils disponibles et les préférences que les différents groupes peuvent avoir par rapport aux formes de contact. Les articles suivants analysent plus en détail la distribution des outils sur les cercles sociaux et les arbitrages que nous avons observés dans les différents sous-groupes de population.

contact : [zbigniew.smoreda@orange-ftgroup.com](mailto:zbigniew.smoreda@orange-ftgroup.com)

# Zoom

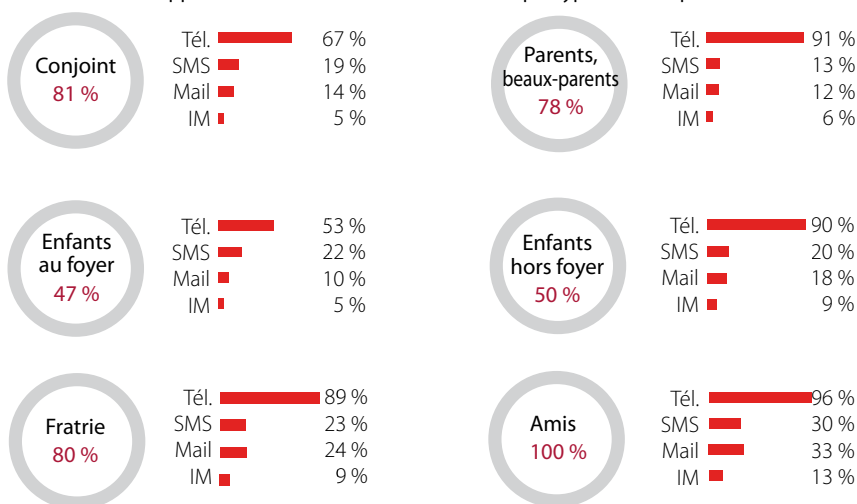
## Cercles sociaux et usage des outils de communication

### Les adultes

L'usage des TIC chez les adultes se distribue de la façon suivante : tous utilisent le mode vocal (téléphonie fixe ou mobile) pour contacter au moins un des cercles de sociabilité, 42 % utilisent le SMS, 41 % le mail, et 20 % l'IM.

Les relations intra-foyer, (avec conjoint ou enfants) sont celles qui génèrent le moins de contacts médiatisés. Dans 69 % des cas, ce type de contacts au sein du couple existe. Il n'y a pas d'outil spécifique pour entrer en contact avec le conjoint, si ce n'est qu'on observe un sous-usage du mode vocal (avec seulement 67 %) par rapport aux autres catégories. Les échanges médiatisés avec les parents se résument aux contacts par téléphone, avec 91 % des personnes concernées. La nature de la communication avec les enfants n'habitant pas au foyer et avec la fratrie est du même type. Les échanges vocaux dominent avec 90 % des personnes concernées, les échanges par SMS restent moyens (20 %), les échanges par mails deviennent importants (entre 18 % et 24 %) et les échanges par IM sont toujours minimales (9 %). Les amis sont ceux avec qui les contacts sont les plus importants et les plus variés. Pratiquement, tout le monde conserve le mode vocal pour les contacts avec les amis. Le SMS et le mail sont déployés par 30 % des français, et l'IM par 13 % pour la communication avec les amis.

Supports de la communication des adultes par type de correspondant



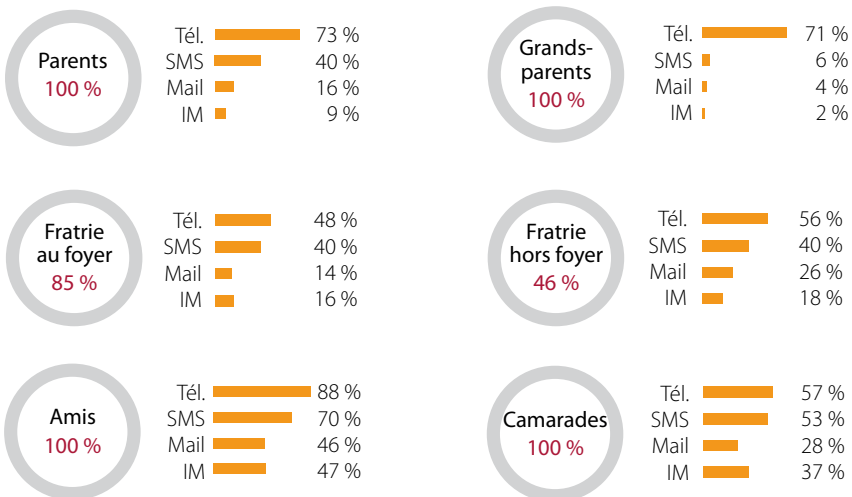
Clé de lecture : 81 % des adultes ont un conjoint. Parmi eux, 67 % communiquent avec leur conjoint par téléphone (fixe ou mobile), 19 % par SMS, 14 % par email et 5 % par messagerie instantanée.

## Les enfants

L'usage des TIC chez les enfants de 11 ans et plus habitant chez leurs parents (enfants, adolescents, jeunes adultes) se distribue de la façon suivante : tous utilisent le mode vocal (téléphonie fixe ou mobile) pour contacter au moins un des cercles de sociabilité, 72 % utilisent le SMS, 53 % le mail, et 52 % l'IM.

La distribution des outils de communication sur les différents cercles de sociabilité est très différente de celle des adultes, dans la mesure où cette population sollicite le SMS et l'IM de façon plus marquée. Les adolescents recourent au mode vocal et aux modes écrits de façon beaucoup plus équilibrée que les adultes. Et ceci se vérifie d'autant plus que les co-contactants appartiennent à une même génération (amis, fratrie, fratrie hors foyer). Les parents, les grands parents et les amis proches font partie des personnes les plus fréquemment appelées par téléphone (73 % à 88 % des cas). Le SMS est mobilisé de façon plus large, avec un taux d'usage d'au moins 40 % sur chacun des cercles de sociabilité (hormis les grands parents). Un pic est observé pour la communication par SMS avec les amis. Le mail n'est pas plus utilisé que chez les adultes, et il demeure surtout à destination des amis, camarade, ou fratrie hors foyer. L'IM est beaucoup plus mobilisé que chez les adultes, et principalement avec les amis et camarades.

Supports de la communication des enfants par type de correspondant



Clé de lecture : 85 % des enfants ont au moins un frère ou une sœur habitant avec eux. Parmi eux, 48 % communiquent avec ces frères et sœurs par téléphone, 40 % par SMS, 14 % par email et 16 % par IM.

# Communiquer avec ses amis : profils d'usage et supports mobilisés

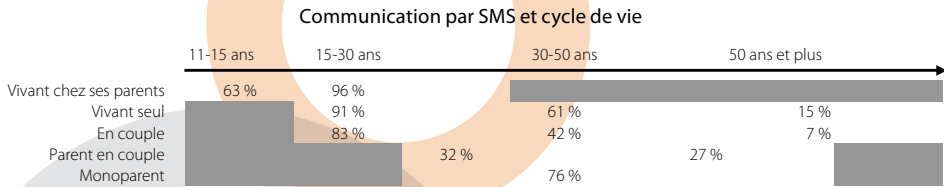
Nous avons décrit dans l'article précédent les modalités d'entrelacements des outils de communication, selon les outils à disposition et les cercles de sociabilités. Il convient pour aller au-delà d'identifier les facteurs d'usages de ces différents outils, et de les expliquer. Nous avons déjà vu que le cycle de vie influait sur la disposition et le choix des outils mobilisés. Nous allons maintenant introduire des facteurs explicatifs supplémentaires, afin d'analyser les proportions dans lesquelles ces différents facteurs agissent. Pour des questions d'équilibre, l'analyse des facteurs d'influence sera ici limitée au cadre des relations médiatisées avec les amis. Ce choix nous est apparu pertinent dans la mesure où cette catégorie relationnelle touche tout le monde, contrairement aux autres cercles sociaux. Ces analyses s'appuient sur les réponses aux questions : *avec vos parents, vos enfants, vos grands parents, vos frères et sœurs, vos amis et vos camarades, avez-vous l'habitude de communiquer par téléphone, email, SMS et messagerie instantanée ?* Aussi ne parlerons-nous pas ici d'intensité des usages, mais de leur dispersion chez les individus.

## La téléphonie vocale : un mode universel

La téléphonie vocale est utilisée par 95 % des Français (11-79 ans) pour communiquer avec leurs amis proches et par 86 % avec les «copains». **Cet outil, qui se décline en postes fixes du domicile et du travail ou en combiné mobile, reste donc largement répandu et utilisé.** Aucune différence d'usage n'est notable en fonction de la structure des outils de communication possédés. On constate néanmoins que le téléphone est légèrement moins utilisé chez les enfants, écoliers ou étudiants, qui habitent chez leurs parents (88 %). L'analyse montre par ailleurs que la fréquence des contacts en face-à-face avec les amis est un facteur faiblement explicatif dans la compréhension de l'usage. Même constat pour la fréquence des sorties de loisir : il n'existe pas de différence notable selon la fréquence des sorties. Seuls ceux qui ne sortent jamais sont en-dessous du lot, avec 88 % seulement qui ont des contacts téléphoniques vocaux avec leurs amis.

## Le SMS : effet générationnel marqué

Le SMS est mobilisé par 38 % des Français pour communiquer avec leurs amis proches et par 23 % pour communiquer avec leurs copains. Le taux d'équipement en mobile est l'élément explicatif central, bien évidemment. Outre ce facteur, le cycle de vie apparaît comme la composante la plus importante pour expliquer l'usage du SMS.



Clé de lecture : le tableau croise cycle de vie et âge. 63 % des jeunes enfants (11-15 ans) communiquent avec leurs amis par SMS. C'est le cas pour 96 % des enfants de plus de 15 ans.

L'âge et la situation familiale sont deux facteurs à considérer conjointement pour comprendre les usages du SMS. Le poids de l'âge est important mais ne l'emporte pas toujours sur les effets de la structure familiale. **L'effet d'âge est particulièrement marqué pour les enfants vivant chez leurs parents** – la différence entre les 11-15 ans et les 15 ans-et-plus est importante (63 % de taux d'usage *versus* 96 %). Plus finement, on constate que la tranche d'âge 13-14 ans est le point de rupture, au-delà duquel l'usage se diffuse fortement. De même, l'usage des SMS dans le réseau amical décroît avec l'âge de façon marquée chez les solos et les couples sans enfants. Cette proposition n'est en revanche pas vraie pour les couples avec enfants ou chez les monoparents : les parents plus jeunes ne communiquent pas davantage par ce biais que les parents plus âgés. Le poids de la structure familiale apparaît frappant lorsque l'on compare les conjoints avec enfants avec des personnes du même âge mais vivant dans d'autres configurations familiales. **A âge égal, parents vivant en couple, monoparents, couples sans enfant et solos, déploient très différemment la communication par SMS avec leurs amis.** Par ordre d'importance d'usage du SMS dans le réseau amical, les monoparents figurent en tête avec un taux de 76 % ; suivent les foyers solos (61 %), et assez loin derrière les couples sans enfant (42 %) et les couples avec enfant (32 %). L'écart est majeur entre le taux d'usage des parents en couple (32 %) et celui des parents isolés (76 %) ; cet écart témoigne de la spécificité de la situation de ces derniers. Des entretiens qualitatifs menés auprès de parents isolés soulignent qu'ils s'investissent dans cette pratique en large partie à travers leurs enfants. Il y aurait une continuité pour eux entre les usages développés dans le cadre de la relation intra-familiale et celle de la relation avec les amis.

On constate par ailleurs que **le recours aux SMS est d'autant plus élevé que la taille du réseau amical est importante**. En effet, alors que le phénomène touche 30 % des personnes qui déclarent avoir moins d'une dizaine d'amis, on atteint les 45 % pour ceux qui ont un réseau plus grand. Ce constat reste pertinent dès lors que les facteurs d'équipement et condition de vie sont contrôlés. De la même façon, **plus la fréquence des contacts en face-à-face avec les amis est importante plus les SMS sont utilisés**. Si celle-ci dépasse le cap hebdomadaire, alors le SMS sera sollicité dans 50 % des cas. Ce taux chute ensuite progressivement avec la raréfaction des contacts en face-à-face, tombant à 20 % chez les personnes rencontrant leurs amis une fois par mois ou moins souvent. Ces deux propositions – sur la taille du réseau amical et la fréquence des rencontres – se vérifient toutes choses étant égales par ailleurs, et notamment à âge comparable. Ces phénomènes ne déguisent pas un effet âge caché (car les plus jeunes sont conjointement ceux qui rencontrent le plus souvent leurs amis et ceux qui utilisent le plus largement le SMS) mais restent vrais au-delà de ces corrélations adjacentes.

Parmi les autres facteurs, **la CSP n'est que faiblement explicative du niveau d'usage du SMS** avec les amis. Les étudiants se détachent assez nettement, avec un taux d'usage de 70 %, mais les analyses plus poussées montrent que c'est davantage un effet d'âge. Les retraités sont, comme attendu, très en-deçà du reste, avec un taux de 4 % d'usage. Ensuite, parmi les actifs, on ne note que peu de différence selon la CSP.

Enfin, il convient d'observer que **la possession d'une ligne fixe à domicile a tendance à réduire la communication par SMS d'une manière générale**. On constate, en effet, dans les foyers sans ligne fixe (Mobile Only et Mobile-Internet) des niveaux élevés d'usage (73 % et 69 % respectivement), tandis que les Fixe-Mobile-Internet et surtout les Fixe-Mobile ont des pourcentages d'utilisation bien inférieurs (55 % et 37 %).

## **L'email : un outil de coordination et d'activation du réseau social**

L'email dans les contacts avec les amis est utilisé à titre privé par 37 % des Français. Son usage est influencé par **la taille du réseau amical** quelle que soit la CSP ou la position dans le cycle de vie. En contrôlant l'équipement internet et les variables sociodémographiques classiques, on observe deux fois plus de chances de mobiliser le courriel lors des interactions avec les amis quand le réseau dépasse une vingtaine d'amis. **L'ancienneté d'usage d'internet intervient également** comme variable explicative. Les plus anciens internautes sont de loin les utilisateurs du mail les



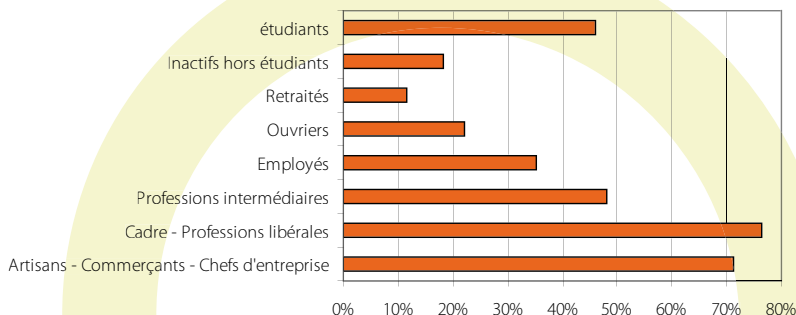
plus fervents (73 % pour ceux qui utilisent Internet au moins depuis 7 ans). Pour les internautes qui pratiquent depuis 5 à 7 ans, ce taux reste important bien que sensiblement inférieur (63 %). Pour les plus novices, les taux d'usage chutent (49 % chez les internautes depuis 3-4 ans et 39 % pour ceux qui l'utilisent depuis moins de 2 ans). Cette variable influence en effet tant l'habitude et le savoir faire que l'ancrage de la pratique de l'email dans les interactions amicales.

Contrairement à la lettre qui comblait souvent l'éloignement, **la fréquence des rencontres en face-à-face avec les amis est corrélée positivement avec le taux d'usage du mail** pour les contacts avec les amis. Le mail ressemble sur ce point aux autres outils de communication, tel le téléphone où, comme nous l'avons montré à maintes reprises, «plus on se voit et plus on s'appelle...». Lorsque les rencontres avec les amis sont quotidiennes, l'usage du mail avec ceux-ci atteint 45 %. Si la fréquence des rencontres va de plusieurs fois par semaine à une fois par mois, le taux d'usage baisse à 32 %. Si elles sont moins fréquentes, le taux chute alors à 26 %. Le nombre des sorties intervient de façon moins évidente sur l'usage du mail avec les amis – que les sorties soient pluri-hebdomadaires ou mensuelles, aucune influence sur la pratique du mail n'est enregistrée. En revanche, les personnes qui déclarent ne jamais pratiquer des sorties de loisir sont en-deçà de la moyenne (14 %). Il semblerait à travers ces deux éléments que **la coordination des rencontres et des sorties soit un élément explicatif des différences d'usage du mail**, mais assez dilué et difficile à démontrer directement.

Le cycle de vie est un élément moins probant ici que dans le cas du SMS. L'âge est un facteur influent en surface. On observe bien que les 15-24 ans et les 25-34 ans sont à 56 % d'usage, tandis que les 35-49 ans et les 50-64 ans sont respectivement à 40 % et 29 %. Mais, d'une part, les différences sont ici beaucoup moins marquées que pour le SMS et d'autre part, il n'existe pas de franche rupture : la décroissance d'usage en fonction de l'âge est beaucoup plus douce et régulière que pour le SMS. L'analyse à situation comparable nous enseigne à ce propos que les différences observées sont liées à des effets corrélés à l'âge, mais pas à l'âge lui-même : à situation comparable **les classes d'âge entre 14 et 50 ans ne communiquent pas significativement différemment avec leurs amis par mail**. De façon plus flagrante encore, la structure du foyer joue ici un rôle très effacé par rapport aux analyses effectuées sur le SMS. Seuls les solos se détachent avec une légère tendance à davantage utiliser le mail.

Le graphique ci-dessous représente la part des personnes qui communiquent par email avec leurs amis selon la catégorie socioprofessionnelle. Nous constatons **un lien quasi-linéaire entre la CSP**

### Taux d'usage du mail dans la communication avec les amis



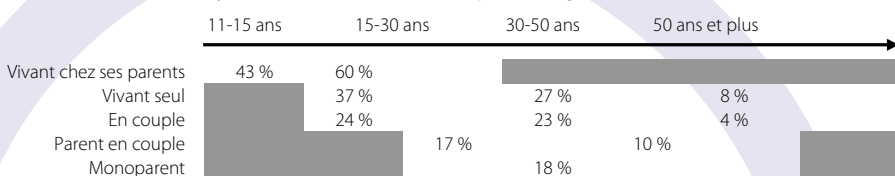
**et le taux de communication par email avec les amis.** Les ouvriers montrent le taux le plus faible (22 %) ; viennent ensuite les employés et les professions intermédiaires avec des taux respectifs de 35 % et 48 % ; et, en bout de chaîne, figurent les cadres, professions libérales, artisans, etc. avec des taux de 71 % à 76 %. Chez les inactifs, les retraités et les personnes au foyer apparaissent comme ayant le plus faible taux d'usage du mail (12 % et 18 % respectivement). Les étudiants se situent à un niveau intermédiaire à 47 % d'usage. Ces résultats s'expliquent en grande partie par les **taux d'équipement d'internet à domicile** respectifs de chaque CSP. En effet, les mieux équipés à domicile sont les cadres, professions libérales, artisans avec un taux moyen de 77 % ; les professions intermédiaires et les employés arrivent ensuite avec des taux respectifs de 59 % et 49 %. Et enfin on trouve les ouvriers à 21 % et les retraités à 17 %. Les personnes à domicile et les étudiants font figure d'exception dans la mesure où leur taux d'équipement internet est assez élevé (37 % et 68 %), pour un taux de communication par mail relativement plus faible. Le niveau de diplôme s'avère plus robuste pour expliquer les différences d'usage observées. En fonction des niveaux de diplôme, les taux de personnes qui échangent des mails avec leurs amis varient de 20 % (niveau d'étude secondaire et filières techniques) à 88 % chez les Bac+5. Ces derniers se détachent assez nettement des niveaux de diplôme assez proches, puisque les personnes ayant un bac+2 à Bac+4 se situent autour de 60 %.

Pour décorréliser ces différents effets, nous avons réalisé une régression logistique en introduisant comme variables explicatives l'équipement internet au domicile et au travail, ainsi que la CSP et le niveau de diplôme. Le résultat est très clair : **la connexion internet au domicile explique 76 % de l'usage du mail avec les amis**, le niveau de diplôme 14 %, la connexion internet au travail est finalement assez peu explicative (6 %) et la CSP n'explique que 4 %.

## La messagerie instantanée : des usages à domicile

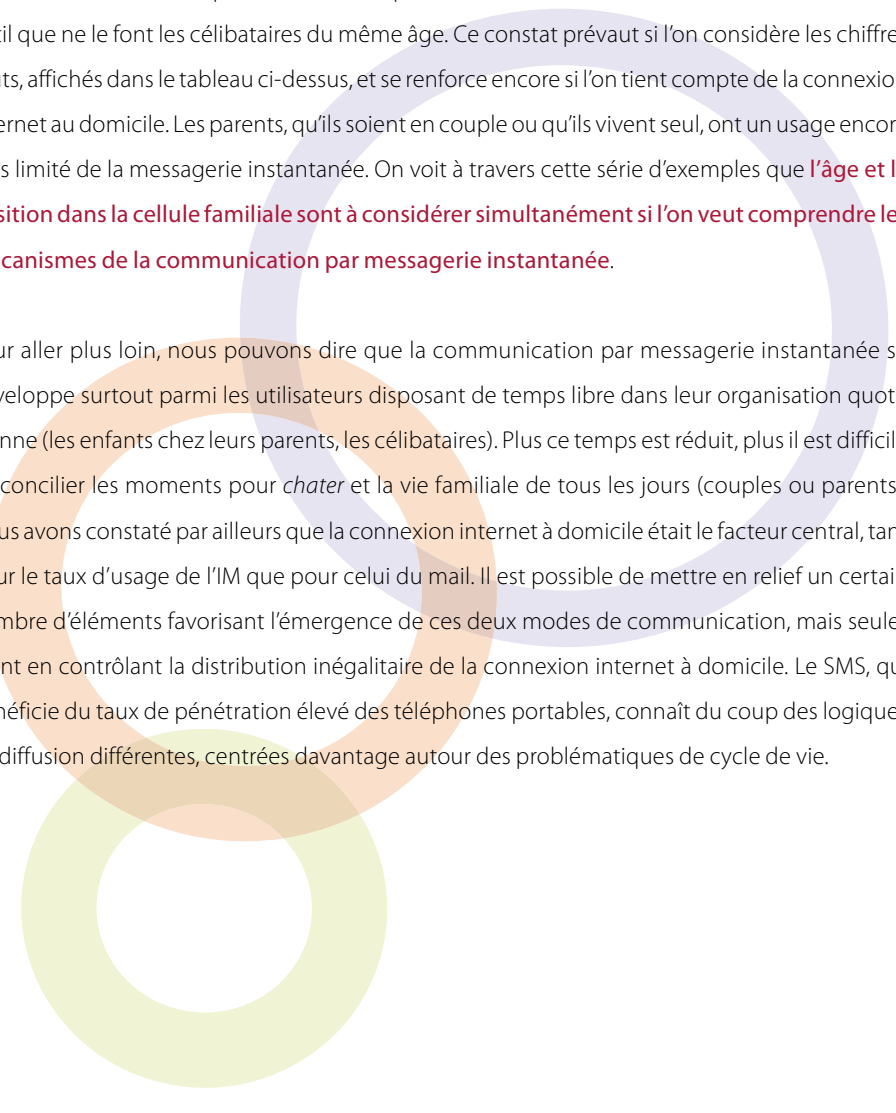
Les adultes déclarent communiquer par messagerie instantanée avec leurs amis pour 13 % d'entre eux. C'est le cas pour 47 % des enfants chez leurs parents. **Le cycle de vie est par conséquent fondamental dans l'explication statistique de l'usage de la messagerie instantanée.** L'analyse des usages de la messagerie instantanée montre toutefois que **la connexion internet à domicile est l'élément le plus déterminant**, en général, et avec les amis en particulier. Nous pouvons évaluer qu'une personne qui dispose d'une connexion internet à domicile a douze fois plus de chances de mettre en œuvre la messagerie instantanée pour communiquer qu'une personne qui n'en a pas. Cet élément joue pour 50 % dans la prédiction du phénomène. En revanche, la présence d'une connexion internet sur le lieu de travail ne joue en rien sur la propension à communiquer par messagerie instantanée.

Cycle de vie et communication par messagerie instantanée



Clé de lecture : 43% des jeunes enfants (11-15 ans) communiquent avec leurs amis par messagerie instantanée. C'est le cas pour 60% des enfants plus âgés.

Le cycle de vie n'influence pas l'usage de l'IM de la même manière que pour le SMS. La structure familiale, ou en tout cas la position dans la cellule familiale, ainsi que l'âge s'entremêlent assez subtilement pour expliquer les taux d'usage observés de la messagerie instantanée. **Ce sont avant tout les jeunes de moins de 25 ans qui communiquent par messagerie instantanée (56 %).** Qu'ils soient plus jeunes ou adultes, les personnes habitant chez leurs parents ont les taux d'usage les plus importants (43 % pour les 11-15 ans, et 60 % pour les plus âgés). Pourtant, les analyses permettant de contrôler les équipements à disposition et autres critères sociodémographiques insistent sur **l'appétence des jeunes solos pour la messagerie instantanée.** En effet, si l'on rapporte le taux d'utilisateurs de la messagerie instantanée au taux de connexion internet, alors les jeunes solos, avec un taux de seulement 31 % de connectés apparaissent comme les plus présents sur la pratique. Ils sont suivis par les solos d'âge intermédiaire et les 18-ans-et-plus habitant chez leurs parents, tous deux au même niveau, alors que les 11-17 ans figurent non loin derrière. En revanche, les autres situations familiales ne favorisent que peu l'usage de la mes-



sagerie instantanée. Les personnes en couple sans enfant contactent moins leurs amis *via* cet outil que ne le font les célibataires du même âge. Ce constat prévaut si l'on considère les chiffres bruts, affichés dans le tableau ci-dessus, et se renforce encore si l'on tient compte de la connexion internet au domicile. Les parents, qu'ils soient en couple ou qu'ils vivent seul, ont un usage encore plus limité de la messagerie instantanée. On voit à travers cette série d'exemples que **l'âge et la position dans la cellule familiale sont à considérer simultanément si l'on veut comprendre les mécanismes de la communication par messagerie instantanée.**

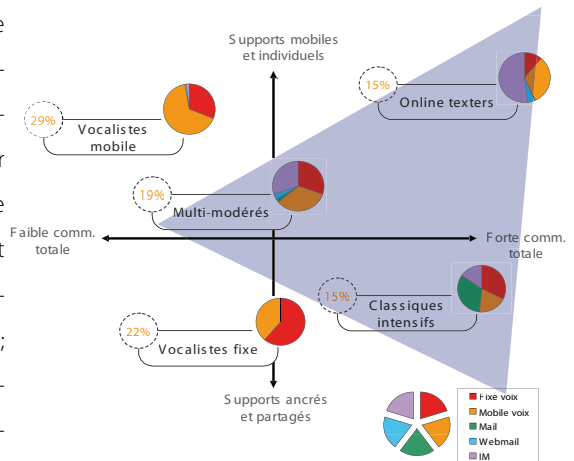
Pour aller plus loin, nous pouvons dire que la communication par messagerie instantanée se développe surtout parmi les utilisateurs disposant de temps libre dans leur organisation quotidienne (les enfants chez leurs parents, les célibataires). Plus ce temps est réduit, plus il est difficile de concilier les moments pour *chater* et la vie familiale de tous les jours (couples ou parents). Nous avons constaté par ailleurs que la connexion internet à domicile était le facteur central, tant pour le taux d'usage de l'IM que pour celui du mail. Il est possible de mettre en relief un certain nombre d'éléments favorisant l'émergence de ces deux modes de communication, mais seulement en contrôlant la distribution inégale de la connexion internet à domicile. Le SMS, qui bénéficie du taux de pénétration élevé des téléphones portables, connaît du coup des logiques de diffusion différentes, centrées davantage autour des problématiques de cycle de vie.

contact : [thomas.debaillencourt@orange-ftgroup.com](mailto:thomas.debaillencourt@orange-ftgroup.com)

# Comprendre les entrelacements entre les différents outils de communication

Dans un précédent numéro des Cahiers Entrelacs, nous avons proposé une typologie des individus équipés en fixe, mobile et internet, fondée sur l'intensité d'usage de chaque support (voir *Cahier Entrelacs #1*). Cette typologie offre une première structuration des formes d'entrelacements et des choix réalisés par les utilisateurs entre les différents outils de communication à leur disposition. Elle met notamment en évidence : deux profils «vocalistes» privilégiant la communication vocale soit sur le fixe, soit sur le mobile, avec un usage occasionnel du PC, et trois profils procédant à des entrelacements plus complexes des différents supports en mode vocal et textuel.

Les Multimodérés sont, comme les deux premiers profils, des utilisateurs modérés des TIC, mais à la différence de ceux-ci, ils répartissent leur temps de manière homogène entre le téléphone fixe, le téléphone mobile et internet. Les Online Texters sont des utilisateurs intensifs de la voix sur mobile; ils ont également recours à la communication textuelle par SMS et messagerie instantanée, les mails étant, eux, en retrait. Enfin, les Classiques Intensifs font un usage intensif du mode vocal privilégiant les supports classiques comme le téléphone fixe, le mail, utilisant peu les SMS et ayant une consommation moyenne de l'IM.



## «Classiques Intensifs»

95% adultes, 70% hommes

2 sous-groupes distincts

- Hommes en couples (avec ou sans enfant), âge > 50 ans (37%), retraités (12%)
- jeunes foyers solos, indifféremment hommes ou femmes, âge 25-34 (30%), tous actifs

## «Online Texters»

34% d'enfants et d'adolescents

et forte proportion de célibataires de tous âges (17% vs. 9% en moyenne), avec une sur-représentation des femmes profil urbain, issu de villes de tailles moyennes

Les formes d'entrelacements mises en avant par cette typologie sont liées à des ajustements concrets réalisés par les personnes selon leur environnement (physique, social...) et celui de leurs interlocuteurs. Ces ajustements se font aussi en fonction de représentations à partir desquelles les utilisateurs justifient leurs arbitrages.

Une étude qualitative menée conjointement en France et en Angleterre au printemps 2006 (étude « Messaging Landscape », pour Orange Corporate), nous a permis d'approfondir cette question. Cette étude, réalisée auprès d'un échantillon de 45 personnes, visait à examiner les arbitrages concrets opérés par les trois profils entrelaçant le plus les différents outils à leur disposition : les Multimodérés, les Online Texters et les Classiques intensifs, notamment lorsqu'il est question d'envoyer ou de laisser un message à un interlocuteur. Associant entretiens individuels approfondis et observations ethnographiques, **cette enquête a permis d'analyser certaines représentations qui soutiennent les choix effectués par les utilisateurs entre différents supports de communication** (SMS, voix sur le fixe et sur le mobile, messagerie instantanée, mail, blog, MMS). Il est apparu que ces logiques d'arbitrage diffèrent fort peu entre la France et l'Angleterre. Ce sont plutôt les profils d'entrelacements qui déterminent le choix, en contexte, d'un outil particulier.

A partir de cette étude, nous avons souhaité mettre en évidence deux profils schématisant deux manières contrastées d'entrelacer : celui des Online Texters et celui des Classiques Intensifs. La description de ces deux portraits-types est l'objet du présent article, tandis que les Multi-Modérés, se rapprochant alternativement de l'un ou l'autre modèle sans dessiner véritablement une troisième voie, ne sont volontairement pas abordés. L'éventail des représentations à partir desquelles les individus justifient leurs arbitrages entre les outils étant large, nous avons choisi de nous intéresser, ici, à celles permettant de différencier le plus nettement les deux profils retenus : il s'agit de **représentations concernant la gestion de la joignabilité, les convenances sociales, les compétences techniques**.

### **Gestion de la joignabilité : présence à distance en continu ou discontinue**

Online Texters et Classiques Intensifs gèrent différemment les flux de communication dans lesquels ils évoluent. Ceci a des conséquences sur leur façon respective d'entrelacer les différents outils, par exemple, pour joindre quelqu'un ou lui laisser un message.

**La quasi-totalité des Online Texters que nous avons interviewés, en France comme en**

**Angleterre, apprécient d'être joints en permanence et attendent une joignabilité équivalente de la part de la plupart de leurs correspondants.** Leur portable est en général allumé 24h/24h. Ils préfèrent les outils synchrones, comme la voix sur mobile ou la messagerie instantanée. La recherche de synchronie est même susceptible de prévaloir sur les fonctionnalités premières des outils. Ainsi, les Online Texters peuvent faire des SMS un usage synchrone même si ceux-ci ont *a priori* vocation à faire l'objet d'usages asynchrones : ils s'en servent volontiers pour des échanges rapides en simultané sur des phases courtes d'interaction (coordination, partage d'informations, de pensées...). Les Online Texters ont tendance à maintenir ouverts leurs différents canaux de communication. Sans être pour autant absolument toujours disponibles à tout le monde, ils se situent néanmoins dans des situations de coprésence médiatisée plus fluides et plus permanentes que les profils Classiques Intensifs. Les Classiques Intensifs aiment exercer un certain contrôle sur leur disponibilité et supposent que leurs correspondants font de même. Leur portable peut être fermé, en fonction de la perception qu'ils ont de l'environnement dans lequel ils évoluent et, notamment, des règles de bienséances liées au contexte social dans lequel ils se trouvent. Ils peuvent également adopter volontairement des stratégies d'évitement et se créer des sas de « répit communicationnel ».

Par rapport aux Online Texters, **les Classiques Intensifs sont dans des logiques de communication relativement peu ouvertes à l'imprévu, à la multi-activité et gèrent de manière discontinue leurs flux de communication.** Cette différence se traduit par une certaine relation aux outils de communication considérés comme peu substituables les uns aux autres. Les Classiques Intensifs concentrent, en effet, chacun de leurs outils de communication autour d'une partie de leur réseau de sociabilité. Le périmètre de leur carnet de contacts pourra être assez différent selon qu'il s'agit de leur téléphone mobile, de la messagerie instantanée ou du mail. Cette hétérogénéité contribue à expliquer leur propension à utiliser les outils de façon compartimentée, passant de l'un à l'autre successivement avec des ruptures spatio-temporelles.

Les Online Texters apparaissent plus à même que les Classiques Intensifs de s'engager dans des modes de communications spontanés et non prévus. Initier un échange sur un outil puis bifurquer de façon opportune sur un autre leur pose peu de problèmes. Ils peuvent démarrer dans la rue une conversation sur leur mobile et la poursuivre sur la messagerie instantanée une fois qu'ils ont rejoint leur domicile. D'une façon générale, les Online Texters tendent à dupliquer leur carnet de contact sur leurs différents outils de communication. Grâce à cette dispersion homogène qui

favorise le caractère interchangeable des outils, ils s'assurent une joignabilité optimale quel que soit le support de communication qu'ils utilisent.

## Respect des convenances sociales

Les représentations ayant trait au respect des convenances sociales se construisent pour chacun de nos deux profils sur des modes de justification distincts. Ceux-ci sont liés à leur rapport différent à l'intimité et aux formes d'intrusion dont ils peuvent se sentir victimes ou qu'ils ne souhaitent pas infliger aux autres.

Par contraste avec les Classiques Intensifs, les Online Texters ne mentionnent pas, pour justifier leurs arbitrages, la prise en considération du contexte du récepteur qu'ils souhaitent joindre pour lui parler ou lui laisser un message. Lorsqu'ils sont en situation d'avoir à dire quelque chose à quelqu'un, ils déclarent préférer en faire part rapidement plutôt que de garder en tête une tâche à réaliser dont l'exécution serait reportée. Ils choisissent le canal qu'ils jugent le plus approprié pour communiquer immédiatement. Le respect des convenances sociales se trouve alors délégué à la bonne maîtrise technique par l'interlocuteur, des fonctionnalités de son propre outil de réception (ex : pour le mobile, manipulation du mode silencieux ou vibreur). **Aux yeux des Online Texters, le récepteur est considéré comme autonome dans la gestion de sa joignabilité au regard du contexte social dans lequel il évolue.** Ils savent toutefois se montrer soucieux des aptitudes techniques du récepteur et accepter de changer de canal pour s'adapter à l'équipement ou au niveau d'adresse technique de la personne qu'ils ont à joindre. Ainsi, pour appeler sa grand-mère, une interviewée utilise sa ligne fixe, une autre évite d'adresser des SMS à ses parents qui ne savent ni les lire, ni en envoyer.

Avant de chercher à joindre une personne, les Classiques Intensifs se figurent la situation spatio-temporelle ou sociale dans laquelle celle-ci est susceptible de se trouver. De ce fait, ils déclarent anticiper le type de communication qu'ils vont avoir à mettre en œuvre et prennent le temps de choisir l'outil qu'ils estiment le mieux adapté. Ils ont d'ailleurs tendance à allouer à chaque outil des formes de communication particulières, leur dédiant des moments, des plages horaires (ex : pause déjeuner, fin de la journée de travail, soirée) mais aussi des lieux (ex : domicile, rue...). Ceci va déterminer chez eux des formes d'arbitrage : alors que les Online Texters, pourront, par commodité, continuer à communiquer avec leur téléphone portable depuis leur domicile soit vocalement, soit à travers l'envoi de SMS, les Classiques Intensifs utiliseront davantage le téléphone



fixe plutôt que leur mobile pour un appel vocal et choisiront plutôt d'envoyer un mail depuis leur PC qu'un SMS depuis leur mobile. Alors que les Online Texters jonglent soupagement entre les différents outils de communication, les Classiques Intensifs ont tendance à répartir leur usage selon des compartimentages plus stricts et programmés.

Tout se passe **comme si, pour les Classiques Intensifs, l'outil lui-même était signifiant en matière de convenances sociales** : ainsi, l'usage du mail signifie l'absence d'urgence de la réponse attendue alors qu'un message laissé sur la messagerie vocale du mobile signale au contraire son importance, et, le cas échéant, l'invitation à une réponse rapide de la part du récepteur. Par rapport aux Online Texters, ils expriment le respect des convenances sociales à travers le choix d'un l'outil de communication plutôt qu'un autre, tandis que les Online Texters estiment que ce respect relève du maniement des fonctionnalités de son propre outil par le récepteur.

Quel que soit le profil considéré, **les manières de ne pas enfreindre les conventions sociales s'ajustent à celles mises en œuvre par le réseau de sociabilités**. Toutefois, de nombreux interviewés font état spontanément de situations d'échec et ces points d'achoppement prennent des formes différentes. Dans la mesure où les Classiques Intensifs associent le respect des conventions sociales aux outils eux-mêmes, ils peuvent juger intrusif d'être contactés directement sur leur mobile pour un message qu'ils estiment non urgent par un profil Online Texters qui, lui, aura estimé que c'est au récepteur de gérer sa joignabilité grâce aux fonctionnalités de son mobile. De leur côté, les Online Texters vont être dérangés par ce qui vient perturber leur joignabilité qui doit avant tout rester aussi fluide et synchrone que possible. Pour eux, l'écoute d'un message vocal laissé par un profil Classique Intensif sur la messagerie de leur téléphone portable, afin de ne pas les importuner, peut être vécue comme une perte de temps et même une intrusion inutile. C'est la raison pour laquelle eux-mêmes disent n'en laisser que rarement à leurs interlocuteurs.

## Les compétences techniques

Au-delà de représentations distinctes concernant la gestion de la joignabilité et le respect des convenances sociales, un troisième registre de représentations portant sur les compétences techniques, donne lieu à des modes de justifications distincts pour nos deux profils-types. Chacun d'entre eux développe, en effet, une dextérité technique décrite comme adaptée à ses pratiques de communication.

Les Online Texters sont relativement peu dépendants des outils à leur disposition pour commu-

niquer. Ils manient leurs fonctionnalités de façon à les ajuster au mieux à leurs besoins quel que soit l'outil qu'ils ont sous la main : un outil textuel et asynchrone comme le SMS peut être momentanément utilisé comme de la messagerie instantanée et amené à la lisière de la communication orale. *A contrario*, un outil quasi-synchrone comme la messagerie instantanée peut devenir asynchrone grâce à des stratégies d'évitement de contact, par exemple, l'affichage d'un statut absent alors que l'on est derrière son écran... Le développement de **cette dextérité à manier les différentes fonctionnalités des outils chez les Online Texters répond à leur exigence de connexion optimale aux flux de communication** sans toutefois totalement les subir.

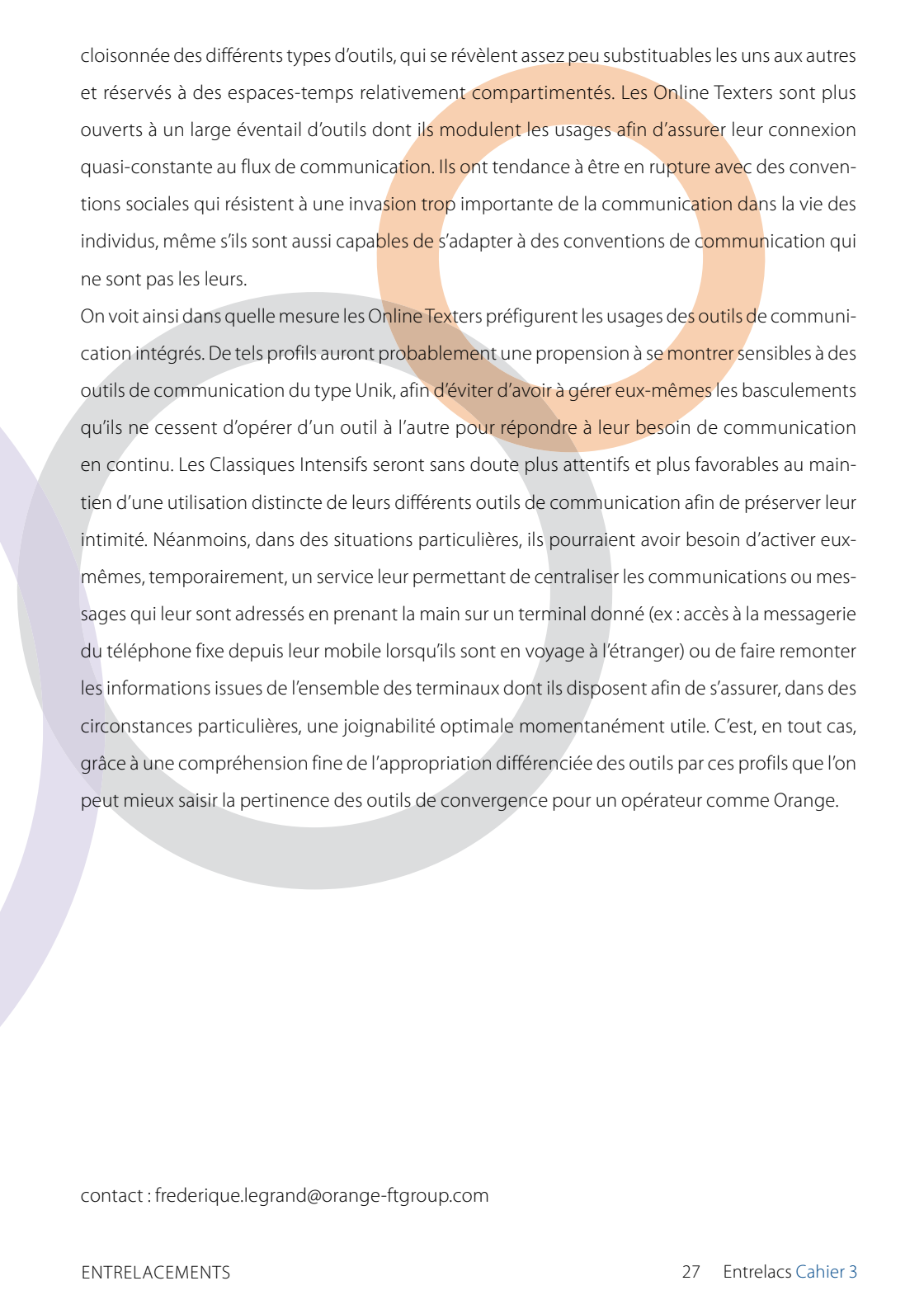
De leur côté, **les Classiques Intensifs sont davantage portés à la monofonctionnalité des outils**. Si certaines fonctionnalités leur demeurent inconnues, c'est avant tout parce qu'ils n'en ont pas l'utilité. L'aspiration à une communication discontinue les conduit à fermer leur portable ou à ne pas y répondre systématiquement quand il sonne. Ces simples gestes suffisent à gérer leur joignabilité sans avoir à entrer forcément plus avant dans les possibilités techniques de l'outil. Cependant, certains interviewés avouent, par exemple, manier avec difficulté le SMS pourtant précieux et adapté aux usages asynchrones et non intrusifs valorisés par les Classiques Intensifs. Il est vrai qu'au sein de ce profil, la propension à une communication discontinue peut s'accompagner d'une faible curiosité affirmée pour la technicité des outils, en phase avec les usages réels. Toutefois, elle peut aussi, parfois, être l'expression d'un moindre confort avec la technologie.

## Conclusion et perspectives

Au terme de ce parcours, la contextualisation qualitative de la typologie Entrelacs a permis de schématiser deux logiques d'entrelacement reposant sur des représentations distinctes de la gestion de la joignabilité, du respect des convenances sociales et des compétences techniques à l'égard des outils de communication.

L'existence de ces deux profils contrastés que sont les Online Texters et les Classiques Intensifs nous montre que **les stratégies des utilisateurs visant à choisir entre différents outils ne sont apparemment pas soumises aux seuls aléas individuels**. Certes, l'architecture des arbitrages reste complexe mais elle n'est pas arbitraire et son exploration doit être poursuivie et affinée afin de décrypter les usages émergents à l'heure de la convergence.

De ce point de vue, les potentialités d'entrelacements apparaissent moindres pour les Classiques Intensifs que pour les Online Texters. Les Classiques Intensifs ont une utilisation beaucoup plus



cloisonnée des différents types d'outils, qui se révèlent assez peu substituables les uns aux autres et réservés à des espaces-temps relativement compartimentés. Les Online Texters sont plus ouverts à un large éventail d'outils dont ils modulent les usages afin d'assurer leur connexion quasi-constante au flux de communication. Ils ont tendance à être en rupture avec des conventions sociales qui résistent à une invasion trop importante de la communication dans la vie des individus, même s'ils sont aussi capables de s'adapter à des conventions de communication qui ne sont pas les leurs.

On voit ainsi dans quelle mesure les Online Texters préfigurent les usages des outils de communication intégrés. De tels profils auront probablement une propension à se montrer sensibles à des outils de communication du type Unik, afin d'éviter d'avoir à gérer eux-mêmes les basculements qu'ils ne cessent d'opérer d'un outil à l'autre pour répondre à leur besoin de communication en continu. Les Classiques Intensifs seront sans doute plus attentifs et plus favorables au maintien d'une utilisation distincte de leurs différents outils de communication afin de préserver leur intimité. Néanmoins, dans des situations particulières, ils pourraient avoir besoin d'activer eux-mêmes, temporairement, un service leur permettant de centraliser les communications ou messages qui leur sont adressés en prenant la main sur un terminal donné (ex : accès à la messagerie du téléphone fixe depuis leur mobile lorsqu'ils sont en voyage à l'étranger) ou de faire remonter les informations issues de l'ensemble des terminaux dont ils disposent afin de s'assurer, dans des circonstances particulières, une joignabilité optimale momentanément utile. C'est, en tout cas, grâce à une compréhension fine de l'appropriation différenciée des outils par ces profils que l'on peut mieux saisir la pertinence des outils de convergence pour un opérateur comme Orange.

contact : frederique.legrand@orange-ftgroup.com

# Discuter, échanger : sociabilités et pratiques culturelles

L'étude des sociabilités culturelles, c'est-à-dire des relations sociales liées à des situations d'activités culturelles et de loisirs, est peu développée. Les pratiques culturelles et de loisirs sont pourtant des activités éminemment sociales. Les considérer sous l'angle des sociabilités c'est en faire des situations de communication où peuvent évidemment intervenir, à différents niveaux, des dispositifs techniques. Les premières analyses livrées ici s'appuient sur des enquêtes par questionnaires réalisées fin 2005 auprès d'un échantillon de 2.816 répondants âgés de plus 11 ans (échantillon représentatif de la population française). Le but de l'étude est de spécifier les types de contenus culturels échangés (musique, vidéo, livres, logiciels, jeux vidéo) et les sujets de discussion liés aux loisirs. Les sociabilités culturelles sont donc ici appréhendées sous deux formes spécifiques : d'une part, l'échange de contenus (nota bene : le téléchargement n'est pas ici considéré comme un processus d'échange à proprement parler, mais seulement l'exploitation d'une ressource publiquement accessible) et, d'autre part, la discussion orale/écrite des goûts et des expériences. Le partage de pratiques est une troisième dimension des sociabilités culturelles que nous ne traiterons pas, préférant focaliser notre attention sur les sociabilités culturelles les plus à même de nécessiter appuis technologiques et innovations de services.

## Les sociabilités culturelles liées à l'échange de contenus

**L'échange de biens culturels est une pratique courante** qui touche huit Français sur dix. Pour autant, il ne concerne pas tous les biens de manière équivalente : l'échange de logiciels et de jeux touche moins de 20 % des interviewés. À l'inverse, livres, musique et vidéo figurent en tête des produits échangés et près d'un tiers des Français déclarent échanger les trois à la fois. Concentrons-nous alors sur ces trois catégories les plus répandues, qui renvoient à des biens de consommation courante. La variété de l'offre de contenus sur ces trois domaines leur permet de toucher l'ensemble des classes d'âge et des classes sociales. Pour autant, l'échange de livres, de musique ou

de vidéo est soumis à deux effets principaux : le genre et l'âge.

**Les femmes sont plus nombreuses que les hommes à échanger de la musique, de la vidéo et/ou des livres.** En effet,

83 % d'entre elles déclarent

échanger au moins un de ces trois types de biens contre 76 % des hommes et 35 % d'entre elles affirment échanger les trois, contre seulement 23 % des hommes. Cet effet n'est pas uniquement lié à la propension à consommer des contenus culturels, comme le montre l'exemple de la lecture : **certes, les femmes lisent plus que les hommes, mais elles sont surtout plus enclines à échanger ces livres.** Ainsi, 74 % des femmes ayant lu au moins un livre au cours de l'année écoulée ont également échangé des livres, contre 52 % chez les hommes.

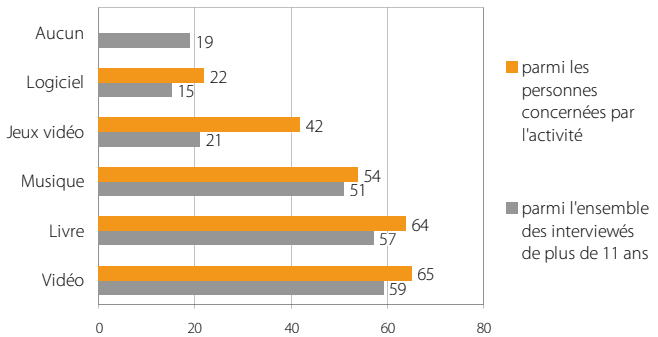
A cet effet du genre, se combine celui de l'âge : **la proportion de personnes échangeant de la musique, de la vidéo et/ou des livres diminue quand l'âge augmente.** Seuls 8 % des 12-25 ans n'échangent ni musique, ni vidéo, ni livre, contre 32 % des plus de 60 ans. L'âge joue également sur la diversité des supports échangés : chez ceux qui pratiquent l'échange, la mobilisation des trois supports concerne 46 % des 12-25 ans, et seulement 20 % des plus de 60 ans. Ainsi, sur ces deux facteurs que sont le genre et l'âge, consommation et échange s'enrichissent mutuellement : **plus on consomme de biens culturels et plus on le fait sur des supports diversifiés, plus on est enclin à échanger ces biens.**

## Les cercles relationnels mobilisés dans l'échange

**Quel que soit le domaine de contenu considéré (musique, vidéo, etc.), les cercles les plus mobilisés dans l'échange sont toujours les mêmes : d'abord les amis,** puis la famille hors foyer, les membres du foyer et enfin les collègues d'école, d'étude et de travail. On note donc l'importance du cercle amical mais également celui de la famille hors foyer (62 % des interviewés échan- gent au moins un type de contenu avec leurs amis contre 54 % avec la famille hors foyer).

En outre, **les réseaux d'échanges ne sont pas exclusifs** : 43 % des plus de 11 ans échan- gent à la

Pourcentage de personnes échangeant régulièrement...



fois avec leur sphère amicale et leur sphère familiale et seul 4 % déclarent effectuer uniquement des échanges au sein de leur foyer.

L'étude des sphères mobilisées hors foyer oppose les objets liés à des pratiques courantes (musique, vidéo, livres)

et d'autre part les objets liés à des pra-

tiques plus spécialisées, concernant davantage les jeunes (jeux vidéo et logiciels). Pour l'échange de ces derniers il est très fréquent que seule la sphère amicale soit sollicitée. Environ un individu sur deux échangeant des jeux vidéo en dehors de son foyer mobilise uniquement sa sphère amicale pour concrétiser ces échanges. Le résultat est similaire quant à l'échange de logiciel.

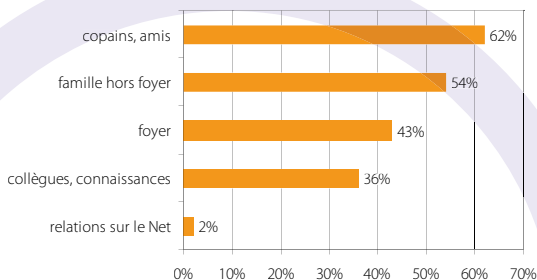
En ce qui concerne plus particulièrement l'échange de musique, de vidéo ou de livres, on constate que **les réseaux mobilisés dans l'échange se modifient avec l'âge, en se recentrant autour de la famille** (comme dans le cas des sociabilités ordinaires). En effet, alors que seuls 44 % des 12-25 ans échangeant de la musique hors de leur foyer le font avec des membres de leur famille hors foyer, ce pourcentage atteint 77 % parmi les plus de 60 ans (contre 60 % en moyenne). Ce constat vaut également pour l'échange de vidéos et de livres.

Par ailleurs, **les femmes semblent légèrement plus enclines à échanger avec des membres de leur famille hors foyer** que les hommes. Parmi les femmes qui échangent de la musique en dehors de leur foyer, 63 % échangent avec des membres de leur famille hors foyer contre 58 % des hommes. 37 % d'entre elles le font ainsi uniquement avec leur sphère amicale contre 42 % des hommes. Le même phénomène est observé pour l'échange de vidéos et de livres.

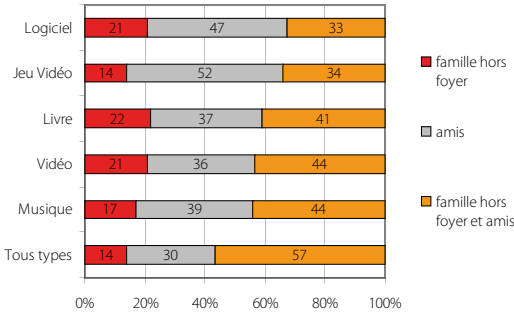
## L'échange de biens culturels avec des individus en dehors du foyer

L'échange entre les membres d'un même foyer étant difficile à identifier, nous avons choisi de traiter uniquement les échanges avec des personnes extérieures à la famille nucléaire et de focaliser notre attention sur les contenus les plus mobilisés dans l'échange : la musique, la vidéo et les livres. Pour traiter cette question nous avons choisi de nous intéresser plus spécifiquement aux personnes non scolarisées, afin d'étudier des comportements davantage stabilisés. Ainsi, nous avons cherché à modéliser la probabilité d'échanger différents types de contenu (vidéo,

Sphères mobilisées pour l'échange (% pop.)



### Sphères mobilisées pour l'échange hors foyer



musique, livres) avec des personnes hors foyer en fonction des variables sociodémographiques (sexe, âge, le fait de vivre seul ou non, le niveau d'instruction), de la fréquence de l'activité (c'est-à-dire la fréquence d'écoute de la musique, de visionnage de la vidéo ou du nombre de livres lus par an), du fait de disposer d'une

connexion Internet au domicile et des types de supports mobilisés pour la musique et la vidéo. À chaque fois nous avons exclu de l'analyse les personnes n'étant pas concernées par l'activité culturelle. Ces analyses ont été menées dans un but exploratoire, afin d'émettre des hypothèses sur les facteurs favorisant l'échange en dehors du cercle de la famille nucléaire.

Parmi les individus non-scolarisés et **toutes choses égales par ailleurs**, on constate ainsi que :

- **La pratique intensive d'une activité culturelle ou de loisirs augmente la probabilité d'échanger, tandis qu'une pratique occasionnelle la diminue.** Ainsi, un individu qui écoute de la musique tous les jours ou presque a 1,4 fois plus de chance d'échanger de la musique qu'un individu qui en écoute seulement une fois par semaine. De même, un gros consommateur de vidéo (c'est-à-dire pratiquant cette activité plusieurs fois par semaine) a 1,5 fois plus de chance d'échanger des vidéos qu'un individu dont la consommation est pluri-mensuelle. Un lecteur assidu (lisant plus de 20 livres) a 1,8 fois plus de chance d'échanger des livres qu'un lecteur modéré (lisant entre 5 et 19 livres par an).
- **Le niveau d'instruction influence la probabilité d'échange.** Ne pas être titulaire du baccalauréat diminue les chances d'échanger de la musique (chances divisées par 1,4 par rapport à un individu ayant comme dernier diplôme le baccalauréat) et de la vidéo (chances divisées par 1,3). Au contraire, un individu diplômé de l'enseignement supérieur (dont on sait qu'il dispose généralement d'un réseau relationnel plus étoffé qu'un non-diplômé) a 1,6 fois plus de chances d'échanger des livres avec des personnes hors de son foyer.
- **L'âge joue sur la probabilité d'échange de musique et de vidéo.** Un individu de moins de 30 ans a 1,7 fois plus de chance d'échanger de la musique et 1,6 fois plus de chance d'échanger de la vidéo avec des personnes hors de son foyer qu'un individu âgé de 30 à 44 ans. Un individu de 45-59 ans a 1,6 fois moins de chance d'échanger de la musique et 1,8

fois moins de chance d'échanger de la vidéo avec des personnes hors de son foyer qu'un individu âgé de 30 à 44 ans. Le phénomène s'accroît encore après 60 ans.

- **Le fait de vivre seul favorise seulement l'échange de musique et de vidéo.** Un individu vivant seul a 1,3 fois plus de chance d'échanger de la musique et de la vidéo qu'un individu vivant au sein d'un foyer.
- Nous observons une influence du sexe seulement sur la probabilité d'échanger des livres avec des personnes hors foyer. **Les femmes ont 2,6 fois plus de chances d'échanger des livres hors foyer que les hommes.**
- **Les technologies les plus récentes semblent également avoir un impact sur la probabilité d'échanger de la musique et des vidéos.** Une personne écoutant uniquement de la musique sur des supports anciens (Vinyles et/ou K7) a par exemple 2,5 fois moins de chance d'échanger de la musique qu'un individu écoutant des CD (plus éventuellement des Vinyles et/ou K7). Inversement, la manipulation de MP3 semble favoriser l'échange de musique. Un individu écoutant des MP3 (et mobilisant éventuellement d'autres supports d'écoute) a 1,5 fois plus de chance d'échanger de la musique qu'un individu qui manipule des CD mais pas de MP3 (le phénomène est semblable pour la vidéo). Par ailleurs, le fait de disposer d'une connexion Internet à domicile semble freiner les échanges de musique et de vidéo. Un individu disposant d'une connexion internet à domicile a 1,4 fois moins de chance d'échanger de la musique et 1,3 fois moins de chance d'échanger des vidéos qu'un individu n'en disposant pas.

## Les sociabilités culturelles liées aux discussions

**95 % des Français de plus de 11 ans discutent régulièrement de pratiques culturelles et de loisirs.** Le thème qui arrive en tête des discussions est la télévision (83 % des enquêtés déclarent discuter de programmes TV), suivi des films (TV, cinéma, vidéo : 80 %). **La culture médiatique audiovisuelle de « grande consommation » fournit donc le matériau de base aux discussions** à caractère culturel. Les thématiques autour des sorties, de la musique, de la presse, des activités sportives ou culturelles et des livres, plus travaillées par les goûts et les préférences individuelles, sont abordées par plus de la moitié des personnes interrogées. Seuls les jeux vidéo constituent un sujet peu discuté. Plus un domaine de pratiques est spécialisé et demande, pour être évoqué, la mobilisation d'un minimum de connaissances spécifiques (ne serait-ce qu'au niveau du voca-



bulaire), moins il est de fait discuté.

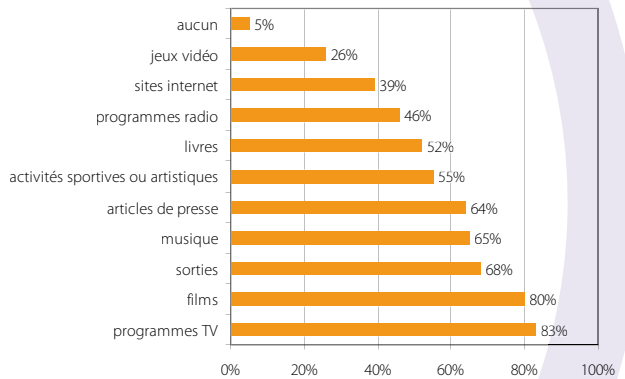
**Les femmes discutent davantage de livres que les hommes** : 61 % d'entre elles déclarent en discuter de livres (soit 69 % des femmes déclarant avoir lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois précédant l'enquête) contre seulement 40 % des hommes. À l'inverse, **les discussions sur les jeux vidéo et les activités sportives ou artistiques sont privilégiées par les hommes** : 62 % des hommes ayant déjà joué à des jeux vidéo déclarent en discuter contre 38 % parmi les femmes et 61 % déclarent discuter d'activités sportives ou artistiques contre 51 % des femmes. Plus une activité est pratiquée, plus elle est discutée. *A contrario*, moins elle est investie et moins elle donne matière à discussion.

Ainsi, **l'intérêt pour les discussions liés à la musique, aux sites Internet, aux jeux vidéo et aux activités sportives ou artistiques diminue fortement avec l'âge**. En revanche, moins investis dans la lecture de la presse, les 12-25 ans discutent moins d'articles de presse (52 % déclarent en discuter contre 64 % parmi l'ensemble des personnes interrogées). Concernant les discussions de films, de livres, de programmes radio et de sorties ce sont les 60 ans et plus qui en sont les moins adeptes.

Par ailleurs, **les discussions de livres, de sites Internet et d'activités sportives ou artistiques**

**augmentent avec le niveau d'études** (lorsque l'on s'intéresse à la population des individus ayant achevé leurs études). Ainsi, 37 % des personnes ayant un niveau de diplôme inférieur au bac déclarent discuter de livres contre 57 % parmi les individus titulaires du bac et 71 % parmi ceux ayant un niveau d'études supérieur au bac. De la même façon, 17 % des individus non-bacheliers discutent de sites Internet contre 46 % parmi ceux possédant comme dernier diplôme le bac et 55 % des diplômés de l'enseignement supérieur. 47 % des personnes de diplôme inférieur au bac discutent d'activités sportives ou culturelles contre 55 % parmi les diplômés de niveau bac et 60 % parmi ceux ayant un niveau d'études supérieur au bac. Concernant les articles de presse, ils sont davantage discutés par les individus diplômés de l'enseignement supérieur (72 % contre

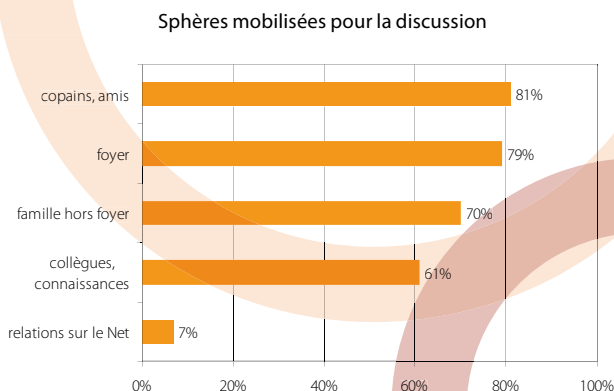
**Sujets de discussion**



64 % dans toute la population). **Le fait de ne pas être titulaire du bac semble freiner les discussions sur les films, la musique, les jeux vidéo et les sorties.** De fait, 70 % des individus ne possédant pas le niveau bac discutent de films (contre 80 % dans l'ensemble de la population), 53 % discutent de musique (contre 65 %), 86 % ne discutent pas de jeux vidéo (contre 74 %) et 61 % discutent de sorties (contre 68 % dans toute la population). **Plus le capital culturel des individus est conséquent, plus les sociabilités culturelles trouvent à se ressourcer dans la discussion.**

## Les cercles relationnels mobilisés dans la discussion

Tout comme pour l'échange de contenus, **les amis constituent le cercle le plus mobilisé pour la discussion** : 81 % des personnes interrogées déclarent discuter de pratiques culturelles et de loisirs avec leurs amis. Cependant, les discussions avec des membres du foyer sont presque autant



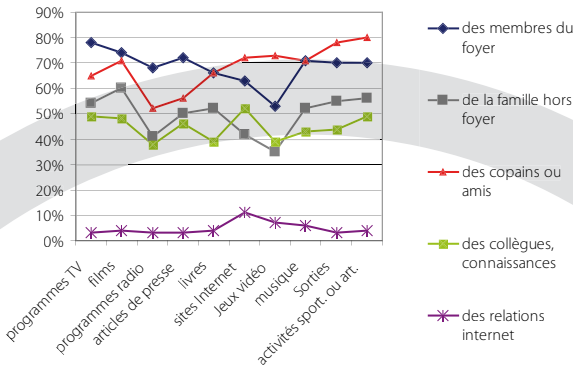
répandues (79 %). On remarque par ailleurs que le cercle relationnel constitué des contacts Internet occupe une place très restreinte.

Lorsque l'on s'intéresse aux variables sociodémographiques, on constate que l'âge est la variable qui illustre le mieux les différences entre les cercles de sociabilité

mobilisés. Les 12-25 ans discutent davantage avec leur amis (94 % des 12-25 ans discutent d'au moins un des sujets avec leurs amis contre 81 % pour l'ensemble de la population) et ce sont les plus nombreux à discuter avec des collègues, voisins ou connaissances (73 % contre 61 % dans la population totale). D'une façon générale, **la mobilisation du cercle amical et du cercle des collègues, voisins ou connaissances diminue avec l'âge.** Concernant les discussions avec les membres de la famille hors foyer, les 26-45 ans mobilisent davantage cette ressource : 78 % des 26-45 ans discutent avec des membres du foyer contre 70 % en moyenne.

Quel que soit le sujet de discussion considéré, **les cercles des amis et de la famille nucléaire sont les deux cercles le plus couramment mobilisés.** Mais contrairement aux sociabilités liées à l'échange, la mobilisation des cercles relationnels pour les activités de discussion ne répond

## Cercles relationnels mobilisés selon le sujet de discussion (filtre sur les personnes discutant du sujet)



pas à une même distribution. Elle varie en fonction du domaine de pratiques convoqué. Ainsi, les médias traditionnels (programmes TV, programme radio, presse) sont davantage discutés au sein du foyer. Par exemple, parmi les personnes discutant de programme TV, 78 % d'entre elles en discutent avec des membres de leur foyer contre 65 % qui en discutent avec des amis ou copains.

Les livres, la musique et les films font l'objet de discussions aussi bien avec des membres du foyer qu'avec les amis. En revanche, pour les activités plus spécialisées (sites Internet, jeux vidéo, sorties, activités sportives ou artistiques), c'est le cercle des amis qui est le plus couramment mobilisé, c'est-à-dire le groupe relationnel où les affinités électives de type culturel les plus rares sont susceptibles de trouver des interlocuteurs.

## Le rôle de la technique

**Les TIC jouent un rôle ambivalent.** Les supports numériques et leur plasticité facilitent à l'évidence les phénomènes de copie de contenus et dynamisent donc l'acquisition par emprunt (copier un CD est devenu plus facile que de copier un vinyle). En même temps, Internet facilite l'accès à des contenus culturels de plus en plus diversifiés *via* les réseaux peer to peer en particulier, mais aussi *via* l'existence des web-radios, l'achat en ligne sur les sites des grandes enseignes, ou encore la vente ou l'échange entre particuliers. Il est par exemple intéressant de constater que la mise à disposition de contenus culturels *via* les réseaux de type peer to peer (P2P) entraîne une forme de délégation technique de leur transmission, fonction assurée auparavant par des individus-ressources auprès desquels l'on s'approvisionnait. Pour certaines pratiques et intérêts très spécialisés dont on cherche à discuter mais pour lesquels il est parfois difficile de trouver des interlocuteurs au sein même de son réseau de sociabilité, Internet se présente également comme une ressource palliative. Pour autant, dans la plupart des cas, **les technologies de l'Internet ne sont pas synonymes d'opportunités nouvelles de relations électives culturelles**, même chez les jeunes pour

qui échanges et discussions sont *de facto*, plus que pour toute autre population, supportés et catalysés par des dispositifs de communication en ligne (mail, IM, P2P, etc.).

Ces dispositifs online ne créent visiblement qu'à la marge des communautés culturelles (toutefois, les plus récentes plateformes de partage de contenus – i.e. du type MySpace, YouTube ou Dailymotion – sont aussi des outils de rencontre et d'évaluation). Ils peuvent néanmoins être des instruments efficaces pour relayer échanges et discussions au sein de communautés de pairs préexistantes, permettre la confrontation des goûts et des préférences culturelles ainsi que pour faciliter l'élaboration collective de la valeur et de la notoriété des contenus. De la même manière que **la blogosphère supporte avant tout des cercles de sociabilité déjà constitués** (camarades de classe, groupes de copains, etc.), il est également important de supporter l'expressivisme culturel des individus et des collectifs de pairs car il répond à une dynamique sociale et communicationnelle de fond de plus en plus affirmée, surtout chez les jeunes. **De nouveaux services restent donc à inventer autorisant le partage d'intérêts communs et de contenus culturels** ainsi que l'affirmation de spécificités identitaires. Il nous faut être en capacité de proposer des dispositifs et services intégrés assurant la mise en visibilité d'une variété d'expressions culturelles (goûts, avis, expériences esthétiques, etc.) et permettant aussi de valoriser l'autoproduction, sa diffusion et son indexation. Les technologies émergentes du Web 2.0 sont très certainement à exploiter en ce sens. Il s'agit là d'un pari sur l'avenir, sans doute essentiel.

contact : [fabienne.gire@orange-ftgroup.com](mailto:fabienne.gire@orange-ftgroup.com), [fabien.granjon@orange-ftgroup.com](mailto:fabien.granjon@orange-ftgroup.com)