Ecole thématique CNRS

Réseaux sociaux : enjeux, méthodes, perspectives

Sociabilités, consommation culturelle et pratiques de communication

Fabien GRANJON

SENSE/*Orange Labs*

septembre 2008

Préliminaires

- Sociologue au sein du laboratoire SENSE
  - Sociology and Economics of Networks and Services (Orange Labs-FTR&D)
  - Proximité avec la revue *Réseaux*… qui (malgré son nom) publie assez peu d'articles relevant de l'analyse de réseau

- Un mécréant au pays de l'analyse de réseau
  - Background sociologique somme toute assez éloigné de l'AR de par : une centration sur les médiations sociotechniques, l'intérêt pour des phénomènes sociaux (consommation culturelle, production médiatique, action collective) et des cadres théoriques (sociologie critique, constructivisme génétique, sociologie politique et morale) peu mobilisés en AR
  - Les graphes comme outils permettant la visualisation de pratiques sociales complexes et hétérogènes en lien avec les sociabilités
  - Présentation de Florence Maillochon (Quadrant C de sa proposition classificatoire : Réseaux-égocentrés/un outils (important) pour arpenter les matériaux d'enquête

- Eveil à l'AR par la lecture des *Exercices sur les réseaux sociaux (*Gribaudi Maurizio, dir., *Espaces, temporalités, stratifications. Exercices sur les réseaux sociaux, Paris, EHESS, 1998)*
  - Une prévalence forte donnée aux facteurs explicatifs qualitatifs aux détriments des paramètres structuraux (pas de calcul de densité, de centralité, etc.)

- Présentation succincte de deux recherches (2003 et 2007)
  - Moins centrée sur les résultats produits que sur les modes d'utilisation des graphes de réseaux

L'analyse des pratiques de consommation culturelle/ de communication et des sociabilités qui les portent

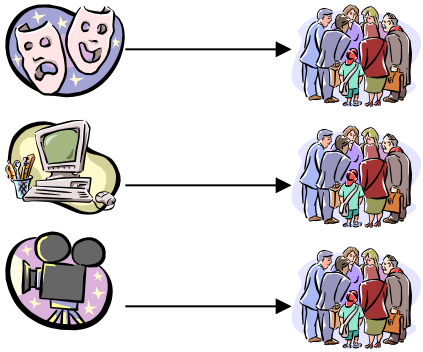
- Un couplage entre…
  - Un intérêt pour considérer les sociabilités comme un composé constitué de deux dimensions du lien social : d'une part les *relations* (familiales, amoureuses, amicales, etc.) qui sont au principe de la mise en lien d'individus ayant des caractéristiques spécifiques (âge, sexe, position sociale, etc. – nœuds et liens d'un graphe) et, d'autre part, les formes concrètes de mise en *contacts* qui permettent d'actualiser ces relations (face à face, téléphone, mail, IM, etc.)
  - Un "moment négatif", une frustration sociologique…
- Sociabilités et pratiques culturelles (2003)
  - L'exploration de la dimension relationnelle des activités culturelles et de loisirs peu abordée par la sociologie (française) de la culture (e.g. Bourdieu, Lahire, etc.)
- Sociabilités et pratiques de communication (2007)
  - L'unité d'analyse "foyer" pas assez mobilisée dans les travaux qualitatifs en sociologie des usages (A.-S. Pharabod)
  - Peu de prise en compte des écologies des pratiques de communication (entrelacement – Z. Smoreda et *alii*).
  - Une propension trop forte à considérer les usages comme créateurs d'espace d'autonomie en ayant tendance à oublier les cadres prescriptifs (notamment familiaux et conjugaux) au sein desquels ils prennent forme
- Résultats publiés dans :
  - Cardon (Dominique), Granjon (Fabien), *Éléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilités*, in Donnat (Olivier), Tolila (Paul) dir., *Le(s) public(s) de la culture*, vol. 2, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, Paris, 2003, pp. 93-108.
  - Granjon (Fabien) *et alii* , « Sociabilités et familles populaires. Une socio-ethnographie de la mise en contact », *Réseaux*, vol. 25, n° 145-146, 2007, pp. 118-157.

Méthodologie

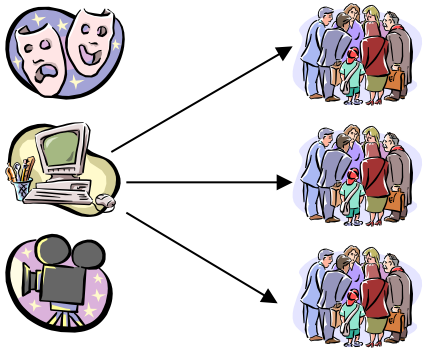
- Objectifs des deux enquêtes
  - Pour l'enquête de 2003 : comprendre le rapport entre, d'une part, les pratiques et répertoires culturels et, d'autre part, les systèmes relationnels des enquêtés ?
    - Jeunes usagers des écrans (une vingtaine d'individus issus des classes moyennes)
  - Pour l'enquête de 2007 : comprendre les manières dont les économies familialo-conjugales pèsent sur les sociabilités (relations et contacts) de leurs membres
    - Familles populaires (dix foyers complets d'extraction populaire)
- Des ethnographies instrumentées avec recueil des données par carnets de bord/contacts et repérage de réseaux de sociabilité égocentrés
  - 2003 : 3 volets
    - Activités de communication
    - Activités de consommation culturelle
    - Complément relationnel au réseau de sociabilité activé sur la période d'enquête
  - 2007 : 2 volets
    - Activités de communication
    - Complément relationnel au réseau de sociabilité activé sur la période d'enquête
  - Récits de vie/de pratiques
  - Entretiens semi-directifs
  - Entretiens d'auto-confrontation

Quelques résultats généraux

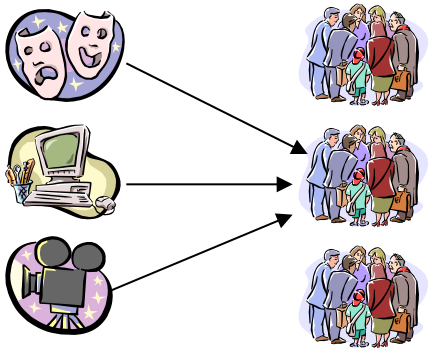
- Enquête 2003 : différentes modalités de construction culturelle des sociabilités
  - Trois types de relation entre sociabilités et pratiques culturelles
    - Spécialisation



Distribution



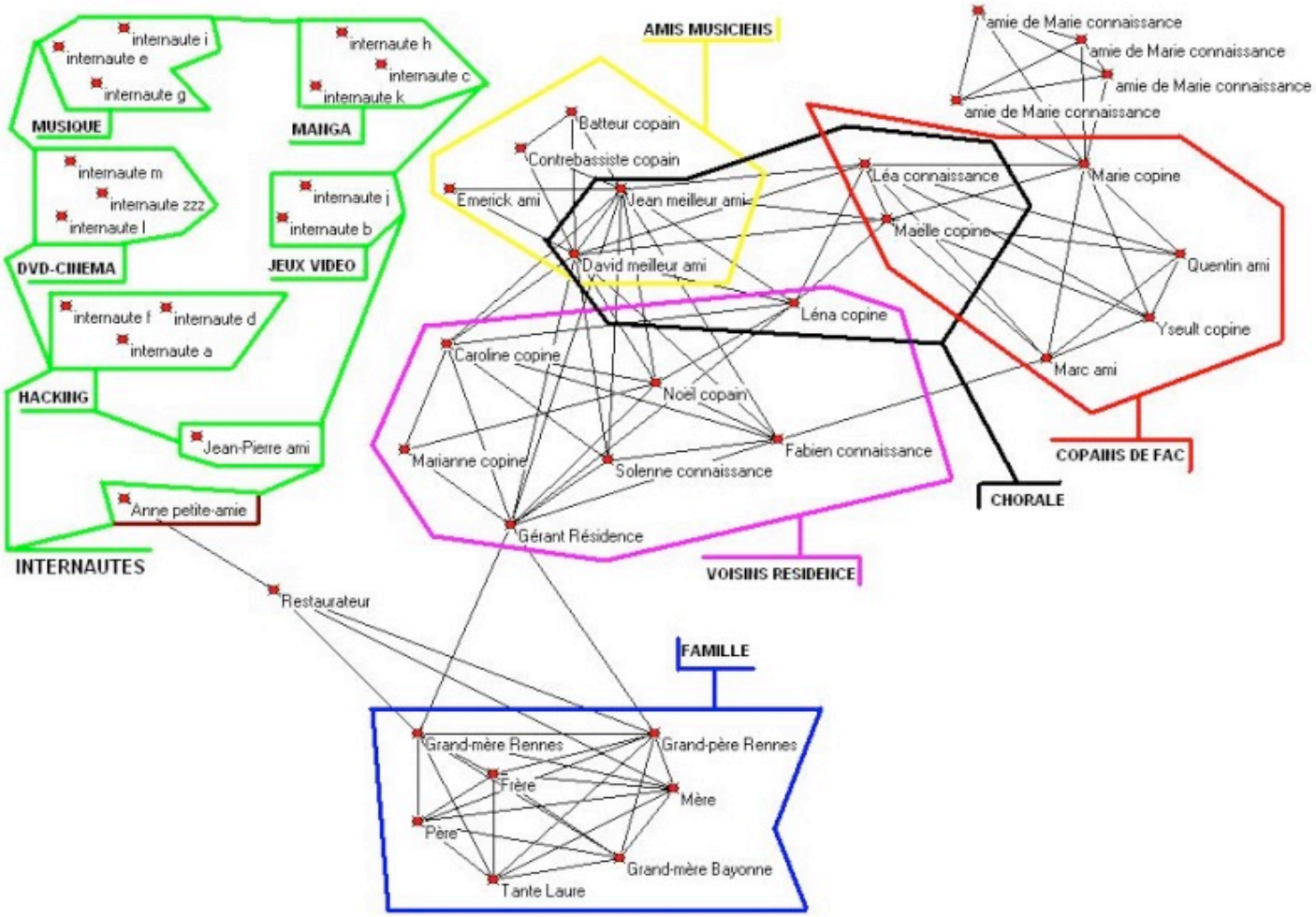
Polarisation



- Enquête 2007 :
  - Les différentes dynamiques familialo-conjugales mises au jour au sein des foyers populaires étudiés ont pour visée commune la préservation du "Nous familial"
  - Leur mise en œuvre (pratique et instrumentée) s'effectue toutefois selon des processus assez différents d'une famille à l'autre
  - Prégnance forte des formats familiaux de gestion des sociabilités qui ne correspondent pas toujours aux aspirations individuelles (notamment) des enfants qui s'appuient sur des ressources à la fois sociales et techniques pour développer des expériences relationnelles parallèles à celles qui sont cadrées par les logiques familialo-conjugales

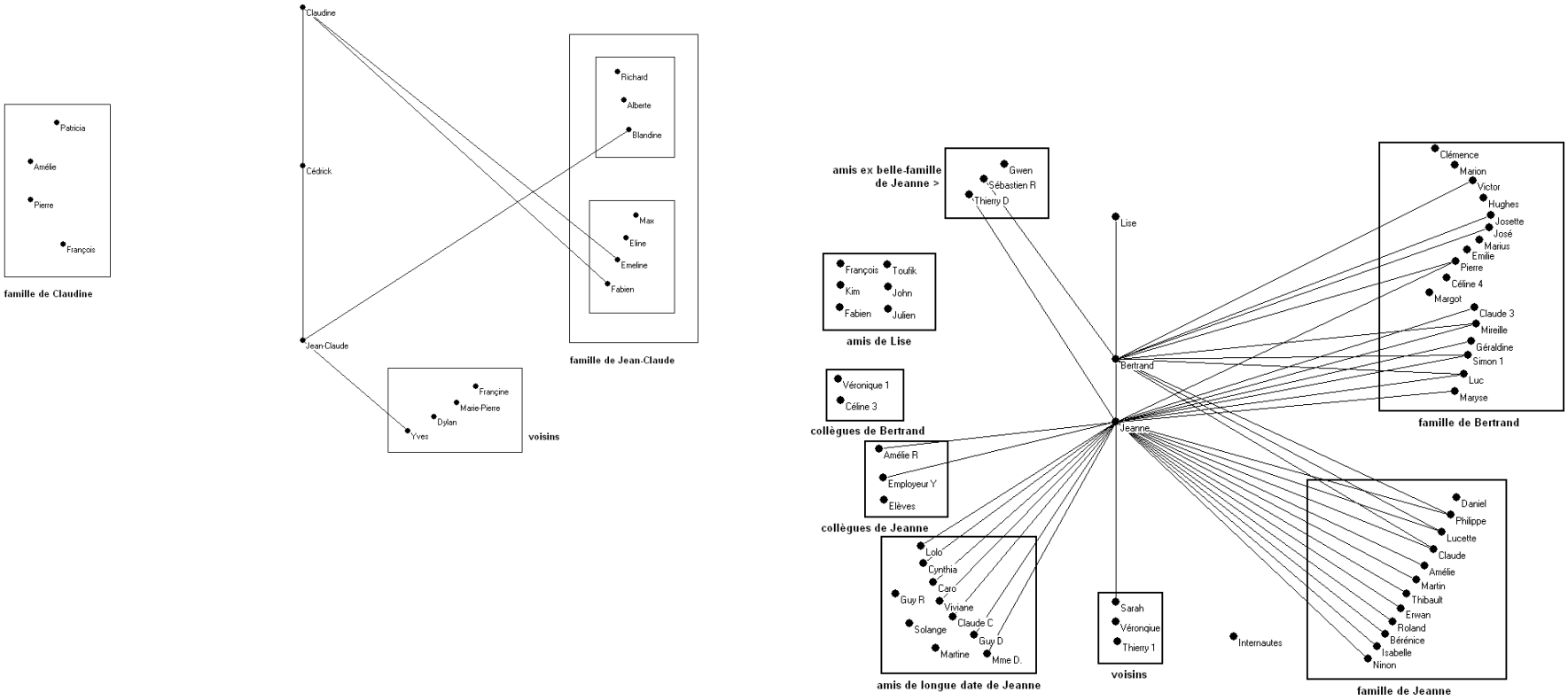
Les graphes comme instruments de mise en visibilité (I)

- Enquête 2003 : un exemple de spécialisation

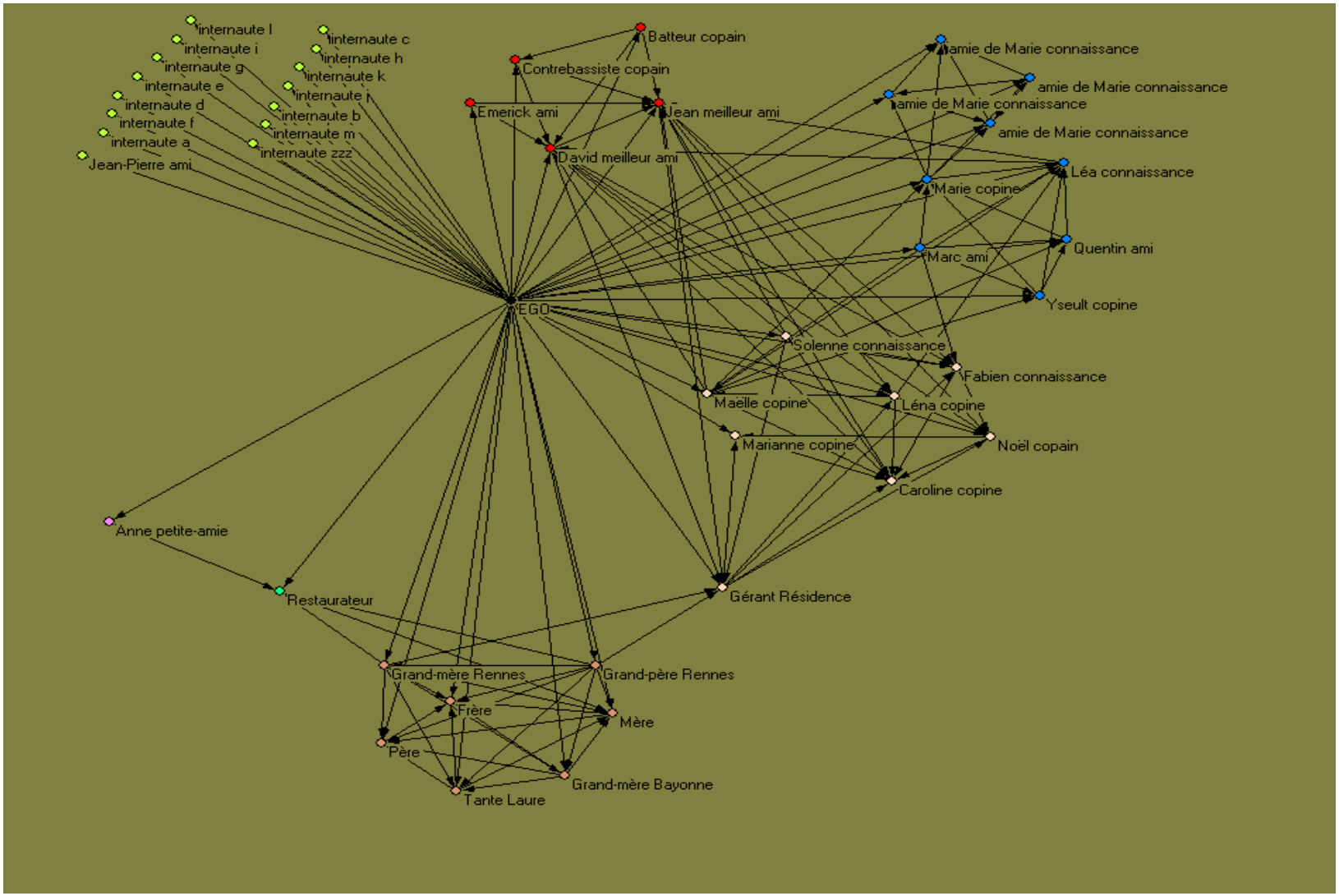


Les graphes comme instruments de mise en visibilité (II)

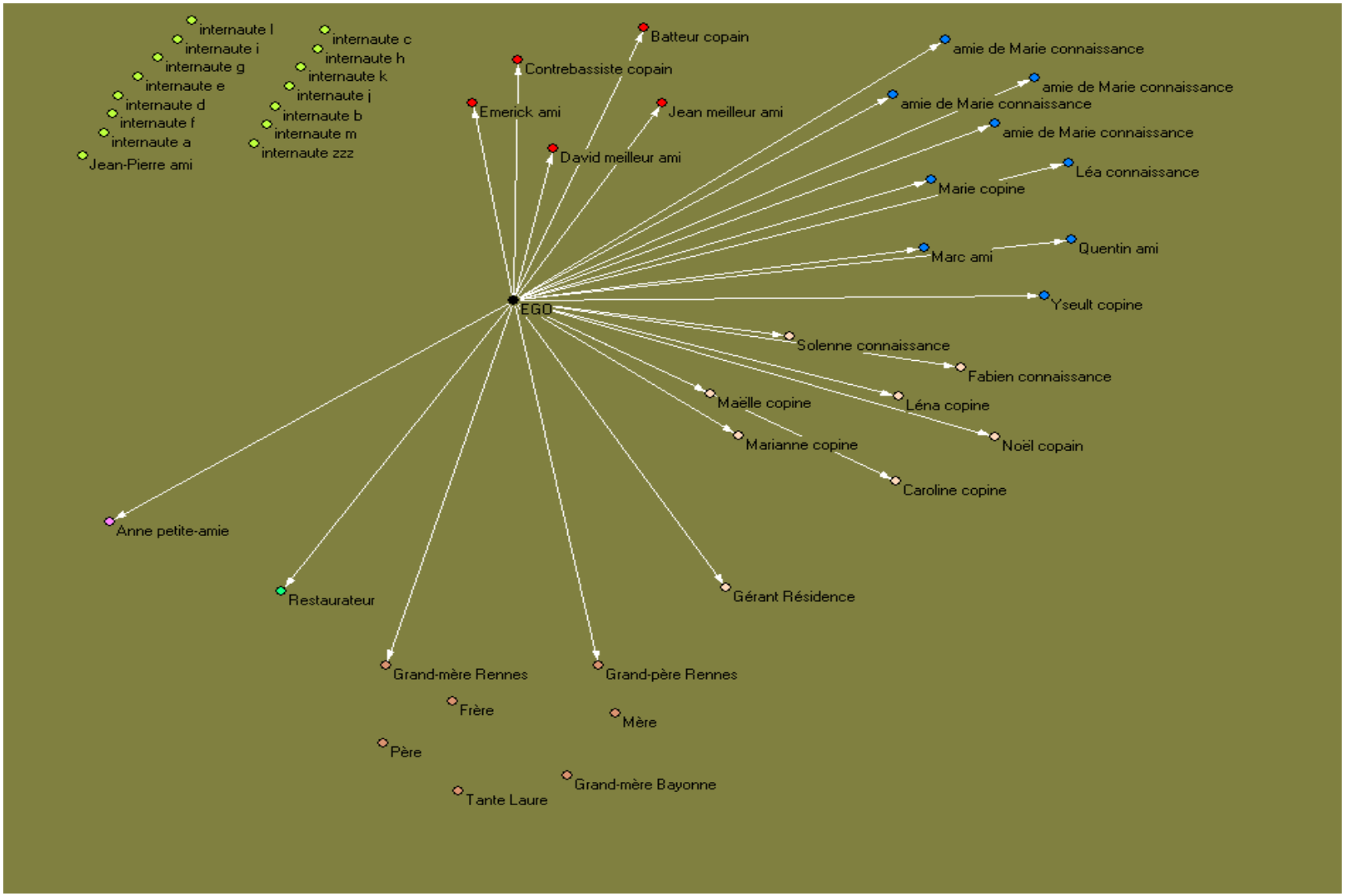
- Enquête 2007 : distribution des contacts de téléphonie mobile sur les réseaux relationnels des parents des familles Maniey et Lemogne-Berton. Chaque lien correspond à l'existence de contacts téléphoniques entre deux individus



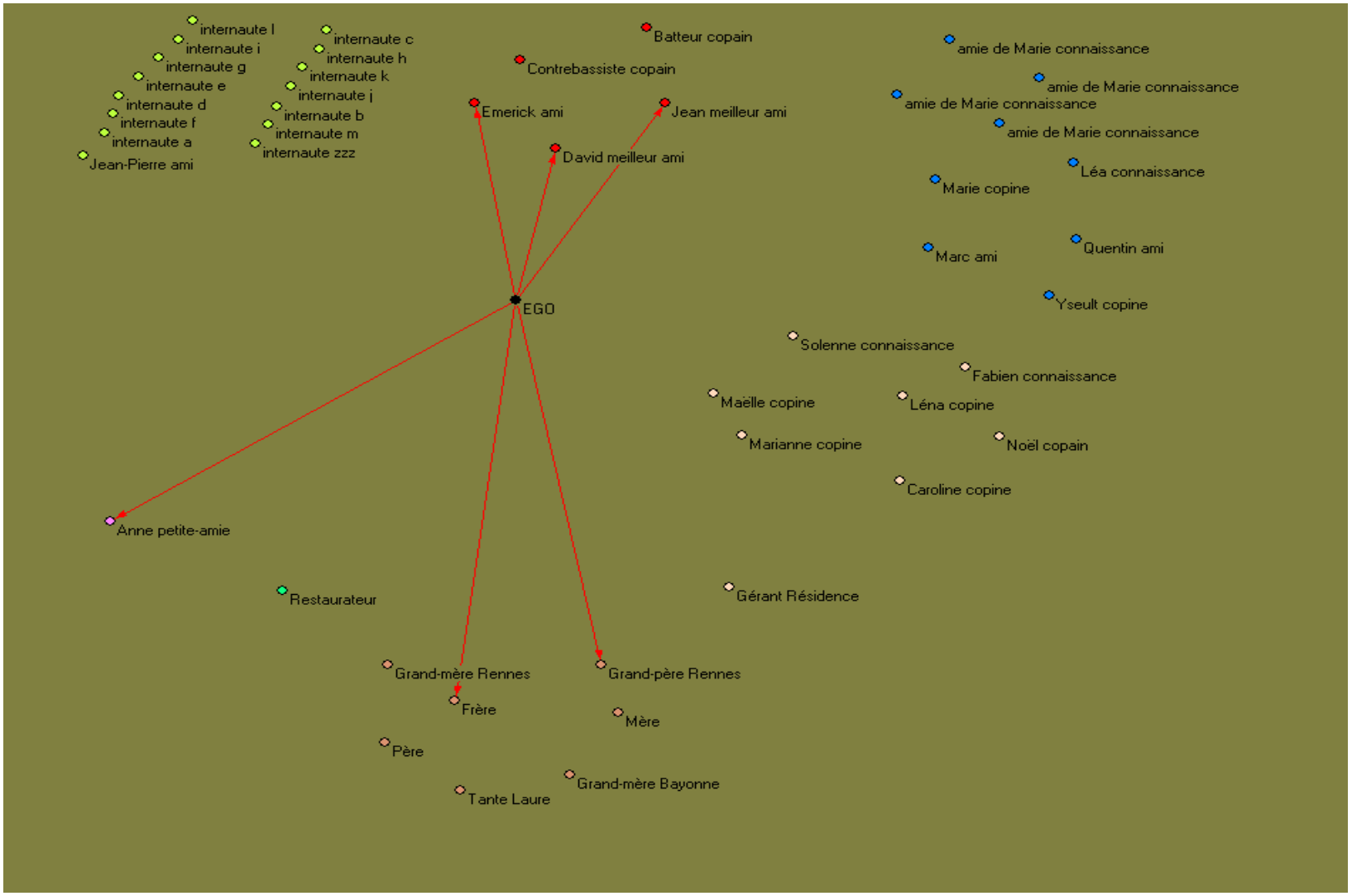
Variation sur un même thème (I) : des manières différentes de prendre contact avec son réseau relationnel



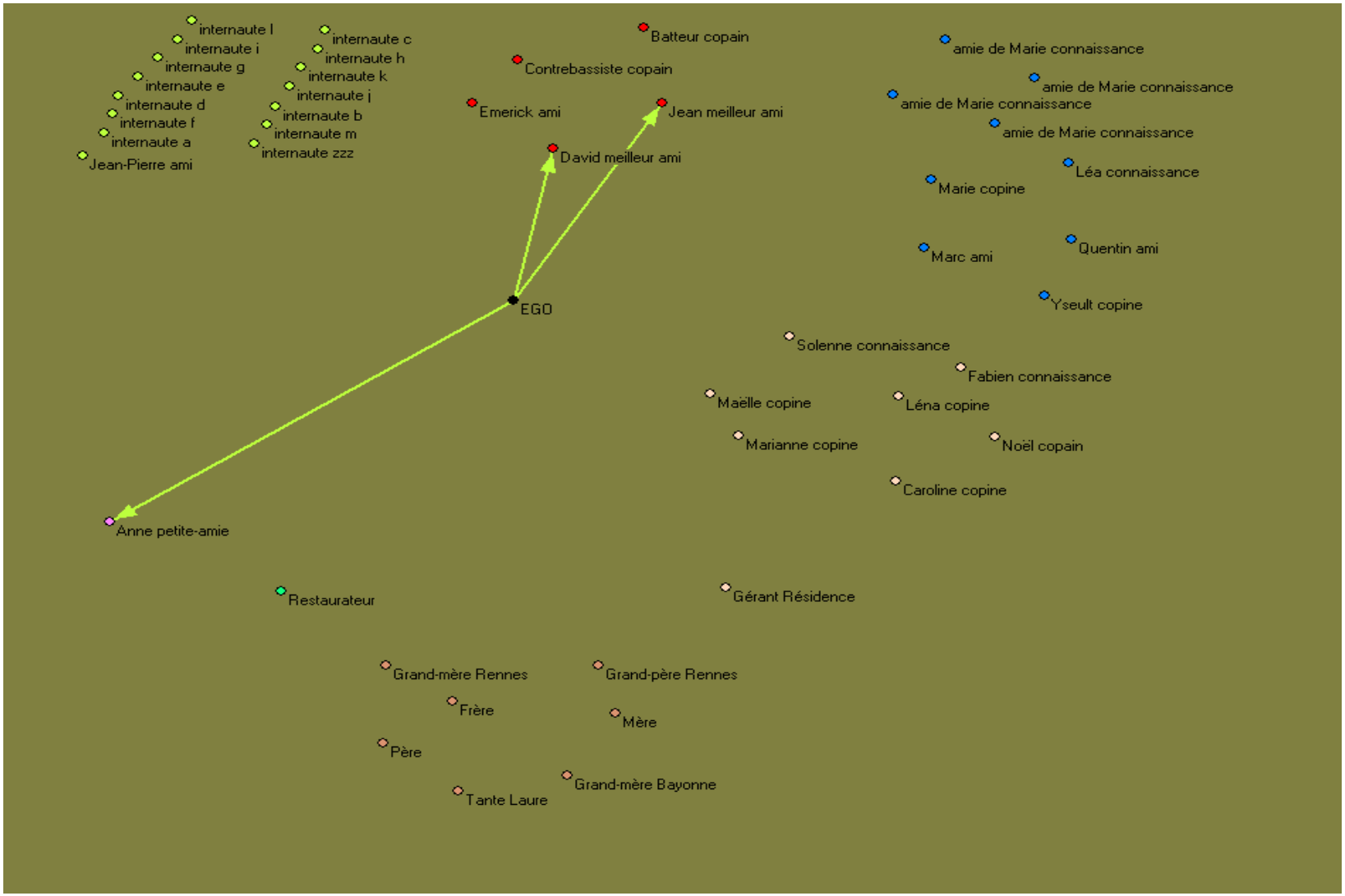
Variation sur un même thème (I) : face à face



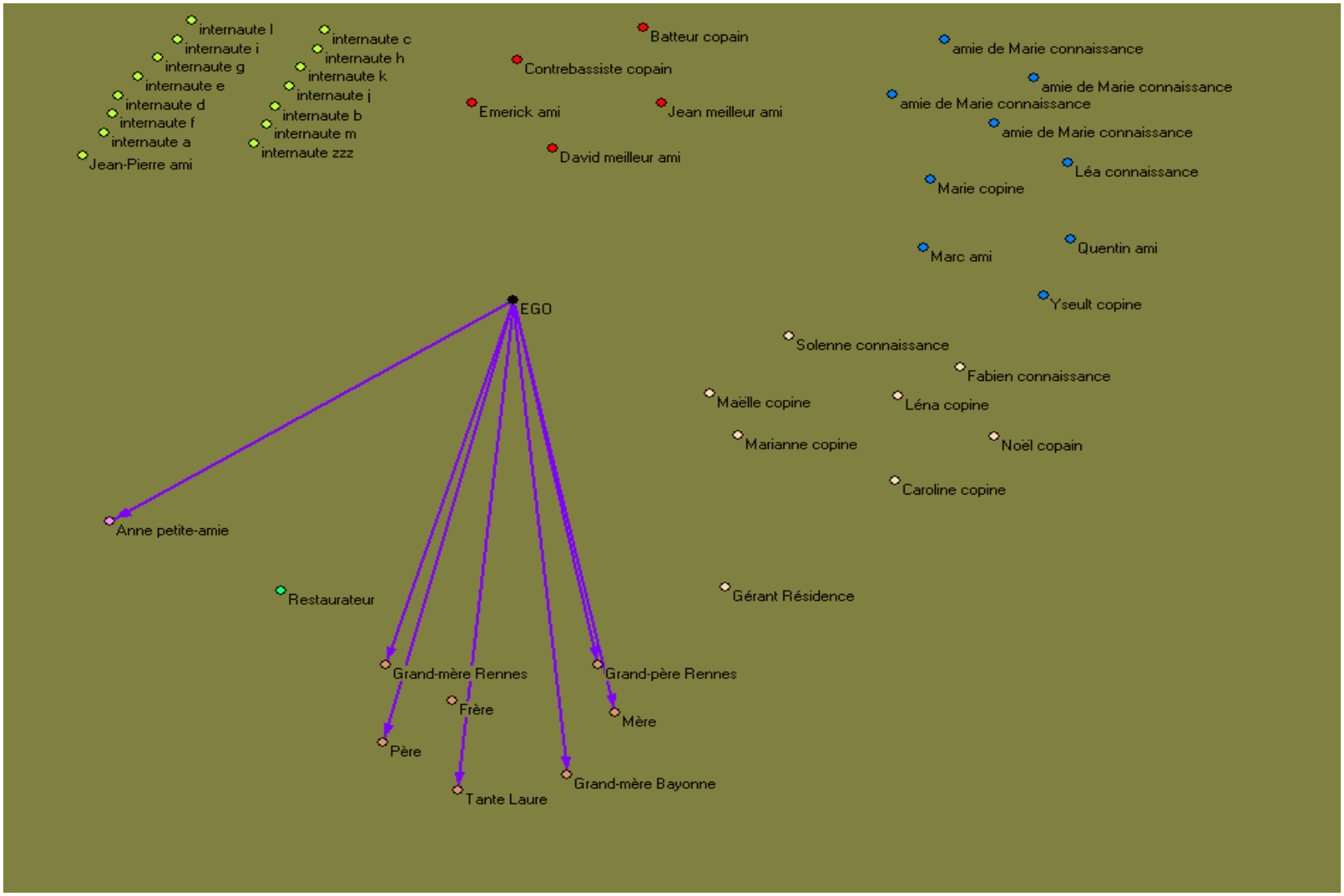
Variation sur un même thème (I) : téléphone mobile



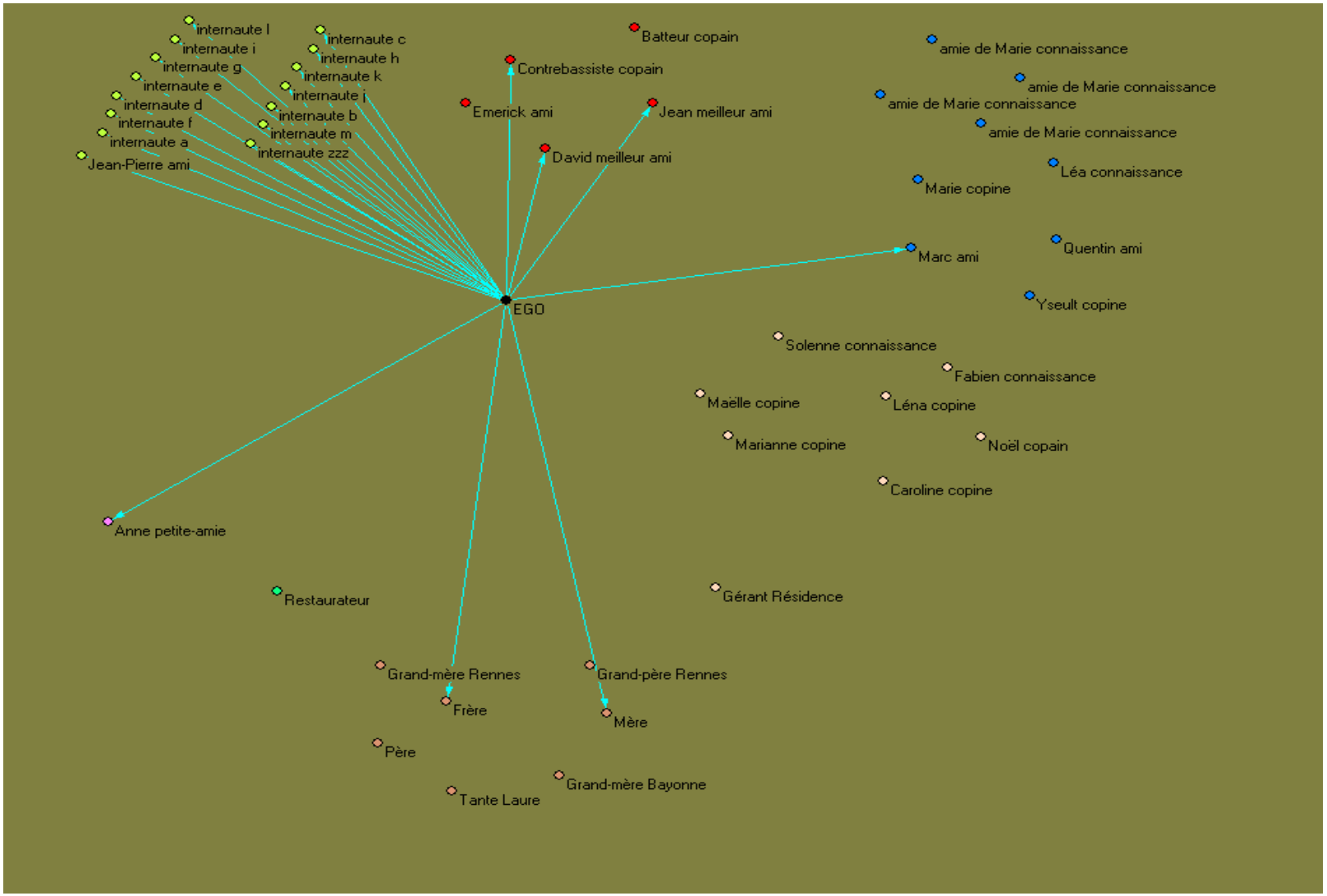
Variation sur un même thème (I) : SMS



Variation sur un même thème (I) : téléphone fixe



Variation sur un même thème (I) : courrier électronique



Prochaine enquête sur la consommation audiovisuelle alliant les deux problématiques des enquêtes précédentes (I)

- L'objectif général est d'avoir une meilleure compréhension des régimes de consommation des contenus audiovisuels sous l'angle…
  - **…** des nouvelles conditions de consommation apportées par la délinéarisation et le multi-écran
  - …de l'écologie des activités de consommation des contenus audiovisuels. Le visionnage n'étant qu'un élément (sans doute le plus structurant) de cette écologie
  - …de l'individualisation des activités de consommation, mais également à leur caractère collectif et à leur inscription au sein de sociabilités variées
  - … des dimensions spatiales (notamment au sein du domicile) et temporelles (direct/différé) de la consommation
  - … des pratiques de communication qui sont liées à cette consommation audiovisuelle
- Novembre 2008/février 2009
- Méthodologie mixte
  - Carnets de contact
  - Entretiens semi-directifs
  - Auto-confrontation

Prochaine enquête sur la consommation audiovisuelle alliant les deux problématiques des enquêtes précédentes (II)

- Corpus envisagé
- 8 foyers équipés de :
  - TV/Home cinema/Media Center
  - PC avec une connexion Internet
  - box ADSL-TV (triple play + bouquet(s) payant(s))
  - Magnétoscope analogique et/ou numérique (box)/lecteur DVD
  - Au moins un mobile avec forfaits TV-vidéo et internet
- Ayant au moins un de leurs membres :
  - Regardant la télévision quotidiennement
  - Utilisant hebdomadairement la VoD (sur box ADSL-TV, Internet – Dmoz – et/ou mobile 3G) ou regardant des DVD sur TV
  - [Ayant des usages hebdomadaire de *catch-up TV* sur box ADSL-TV ou sur internet (M6 replay ; TF1vision, Canalplay, Anevia, France5 vidéos, Orange TV à la demande, etc.)]
  - Visionnant des vidéos sur PC (DVD, Daylymotion, Youtube, Wideo, etc.)
  - Visionnant des vidéos/des programmes TV sur mobile
  - Consultant des sites/blogs/médias sociaux en rapport à la TV/au cinéma/à la vidéo
- Collaborations ?