

LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE  
FACE A LA MULTIPLICATION  
DES TECHNOLOGIES DE CONTACT

Thomas de BAILLIENCOURT  
Thomas BEAUVISAGE  
Zbigniew SMOREDA

Bailliencourt, Beauvisage, Smoreda

Les sociologues considèrent depuis longtemps la rencontre en face à face comme le prototype de l'interaction sociale, dans la mesure où ils estiment, notamment suite aux travaux des interactionnistes qui ont mis la communication interpersonnelle au cœur même du processus d'émergence concomitante du soi et de la société, que c'est la situation où l'expérience de l'autre est la plus complète<sup>1</sup>. L'essor actuel des « technologies de rencontre »<sup>2</sup> et leur agencement dans les pratiques de communication en mouvement de plus en plus rapide, pose néanmoins la question de la reconfiguration des différentes formes d'interactions et de leur place dans la formation de la sociabilité quotidienne. Nous avons proposé de définir la sociabilité interpersonnelle « *comme le flux des échanges entretenu par les sujets avec les différents individus avec lesquels ils sont en relation. La sociabilité se déploie alors pour nous entre trois pôles distincts: 1) le réseau social (...); 2) les échanges proprement dits (...), ceux-ci exhibant une grande variété de genres pour un médium donné qu'il s'agisse des correspondances écrites, de la téléphonie ou des modalités même de la réciprocité interactionnelle; 3) les différentes médiations interactionnelles disponibles à un moment donné, et à travers lesquelles les échanges sont mis en forme. Chacun de ceux-ci définit un ensemble de contraintes et de ressources dans lequel les pratiques relationnelles tracent des chemins singuliers* »<sup>3</sup>. La mise en forme du champ relationnel par les outils techniques, soulignée par cette tentative de définition, prend aujourd'hui un sens particulier. La part des relations médiatisées dans la construction de la sociabilité quotidienne ne cesse en effet de croître. Les nouvelles figures qui émergent des usages avancés des outils de communication apparaissent ainsi suffisamment originales pour que puisse être établi le constat d'une

---

<sup>1</sup> Cf. par exemple BERGER et LUCKMANN, 1966.

<sup>2</sup> AMIN et THRIFT, 2002.

<sup>3</sup> LICOPPE et SMOREDA, 2005, p.319

modification significative des modalités de mises en contact. Est-ce à dire cependant que l'intensification, l'élargissement et la complexification de ces pratiques de communication transformeraient de façon substantielle les formes de sociabilité ? Il nous semble en fait que la place de plus en plus grande qu'occupent les technologies d'information et de communication (TIC) dans la conduite des interactions ne doit pas être comprise comme la constitution d'un espace séparé, différent ou concurrent de l'univers relationnel habituel. Si les technologies permettent bien d'étendre quelque peu la taille et le volume des liens qui compose la sociabilité des individus, nous sommes pour autant loin de la prophétie de la constitution d'un « village global » où chacun serait connecté à chacun par les autoroutes de l'information. On observe plutôt une série de lignes de déplacement à l'intérieur du système relationnel traditionnel.

Les enquêtes sur les contacts *de visu* mettent en effet en évidence une stabilité, voire une diminution des rencontres en face à face qui pourrait laisser croire à une érosion contemporaine des réseaux personnels sous la pression de l'anonymat des grandes villes et de l'individualisation des relations sociales. La taille des réseaux diminuerait et ceux-ci seraient sollicités moins fréquemment qu'il y a une dizaine d'années<sup>4</sup>. Les études menées sur les usages des outils de communication montrent au contraire que le nombre de correspondants et la fréquence des contacts tendent à augmenter<sup>5</sup>. Ces deux résultats ne sont pas pour autant contradictoires et ils peuvent s'expliquer par l'émergence des *usages entrelacés*. Si les communications médiatisées appellent la rencontre physique<sup>6</sup>, on observe aussi des déplacements dans l'animation des réseaux de sociabilité. Alors que la rencontre en face à face a longtemps été le point d'orgue de l'interaction, les relations médiatisées ne constituant qu'un entre-deux, elle perd aujourd'hui une part de sa centralité et se trouve plus facilement mise en équivalence avec d'autres modalités d'interactions médiatisées. On peut en particulier supposer que la diffusion progressive du mode connecté<sup>7</sup>, le lien continu à l'autre *via* les dispositifs techniques, rend moins décisive la

---

<sup>4</sup> « *les Français se parlent de moins en moins* » annonce Insee (BLANPAIN et PAN KE SHON, 1998). Ces observations font écho aux vives discussions engagées autour de la thèse de PUTNAM (1995) sur l'érosion du capital social aux USA

<sup>5</sup> Cf. HERRIGAN, RAINIE et FOX, 2001 ; QUAN-HAASE et WELLMAN, 2004. Suivant qu'on prend en compte ou non les échanges électroniques, la vision des sociabilités actuelles peut se modifier profondément.

<sup>6</sup> *Plus on se voit souvent et plus on se téléphone souvent* (LICOPPE et SMOREDA, 2000, p. 269).

<sup>7</sup> LICOPPE, 2002.

place de la rencontre, plus contraignante en termes de partage du temps et de l'espace. On peut donc faire l'hypothèse d'un déplacement des pratiques de sociabilité, qui accorderaient une place croissante aux contacts médiatisés, tout en considérant que les formes globales de la sociabilité (taille et évolution dans le cycle de vie des réseaux), indépendamment des médias, ne se sont pas considérablement modifiées.

En effet, la structuration des liens autour des variables de temps, d'espace et d'activités ne semble pas sensiblement changer avec les nouvelles technologies de communication<sup>8</sup>. Les rencontres à distance avec des anonymes sur Internet ne deviennent pérennes et plus importantes aux yeux des personnes que si elles se renforcent, un jour ou l'autre, par des rencontres *de visu*<sup>9</sup>. On observe également dans les échanges au sein des mondes virtuels les mêmes phénomènes d'homophilie sexuelle et sociale que dans la vie réelle<sup>10</sup>. Les transformations significatives se jouent donc plutôt autour de la multiplication des « actes de communication » (appels, messages), laquelle implique une disponibilité accrue des personnes et des stratégies de stratification des cercles de correspondants en fonction des outils, des lieux et des moments de la journée. C'est, à nos yeux, l'un des principaux avantages de la notion d'entrelacement que de permettre de pointer la nouveauté de certaines pratiques de communication, tout en rappelant que ces transformations sont inséparablement attachées au monde des relations sociales ordinaires, dont elles sont constamment solidaires.

Nous tentons de faire ici le point sur ces questions, en combinant les différentes sources de données disponibles à travers le projet Entrelacs<sup>11</sup> : questionnaires individuels, mesures de trafic, entretiens qualitatifs auprès d'un sous-échantillon du panel<sup>12</sup>. Nous mesurerons dans un premier temps l'ampleur de l'entrelacement entre différents outils de communication vocaux et textuels dans les pratiques : qui mobilise, conjointement ou non, téléphonie, SMS, IM et mail, et quels facteurs permettent d'expliquer l'usage de ces outils ? Dans un second temps, nous verrons que ces entrelacements se déploient de manière différenciée sur les différents réseaux de sociabilité, et font appel à des arbitrages locaux de la part des acteurs. Enfin, croisant

---

<sup>8</sup> GOURNAY et SMOREDA, 2003.

<sup>9</sup> CUMMINGS, BUTLER et KRAUT, 2002 ; MESCH et TALMUD, 2006.

<sup>10</sup> LARGIER, 2002 ; RIVIERE, 2000 ; SMOREDA et LICOPPE, 2000.

<sup>11</sup> Voir SMOREDA, BEAUVISAGE, BAILLIENCOURT et ASSADI dans ce numéro.

<sup>12</sup> Cf. GRANJON, BLANCO, LE SAULNIER et MERCIER (ce numéro) que nous remercions ici pour la recherche et la mise à notre disposition des extraits d'entretiens qu'ils ont réalisés.

intensité d'usage et mobilisation des différents supports de communication, nous verrons comment cinq profils d'usage distincts combinent de manière différenciée les différents outils de communication et attestent des lignes de fractures entre textuel et vocal d'une part et entre synchrone et asynchrone d'autre part.

#### ENTRELIAGES DES DISPOSITIFS DE COMMUNICATION

En observant la société française, on constate que la "multi-modalité" des pratiques de télécommunication est aujourd'hui un fait. Si 29 % des Français utilisent encore la seule fonction vocale du téléphone comme unique moyen de mise en contact à distance avec les proches, une large majorité a d'ores et déjà adopté la communication multi-canal qui incorpore des services d'échanges textuels sur le mobile (SMS, MMS) ou par internet (courriel, messagerie instantanée -IM- ou *chat*) avec leur réseaux personnels (cf. tableau 1).

**Tableau 1. Usages des différents canaux de communication avec les correspondants proches (foyer, famille, amis, connaissances) ; N= 2730**

	Equipement individuel (téléphone Fixe – Mobile – Internet à domicile)						Tous
	F	FM	M	MI	FI	FMI	
	20 %	19 %	12 %	1,5 %	10 %	38 %	
pas de communication	5,3 %	6,9 %	6,6 %	2,1 %	2,4 %	4,4 %	5,4 %
voix seule	89,8 %	47,6 %	13,7 %	2,1 %	15,3 %	10,1 %	28,9 %
voix + SMS	0,9 %	26,0 %	49,5 %	5,6 %	1,5 %	6,3 %	17,0 %
voix + internet (a)	1,6 %	6,7 %	3,8 %	12,7 %	62,8 %	23,9 %	14,7 %
multi-usage (b)	2,4 %	12,7 %	26,4 %	77,5 %	18,0 %	55,4 %	33,9 %
<i>Total</i>	<i>100 %</i>	<i>100 %</i>	<i>100 %</i>	<i>100 %</i>	<i>100 %</i>	<i>100 %</i>	<i>100 %</i>

a. fonction communication de l'internet : email, messageries instantanées, services de chat...

b. communication vocale et textuelle (via mobile et via internet).

Pour une part grandissante de Français,, les modes de communication englobent l'ensemble de ces outils (34 % pour la population entière et 55 % si l'on regarde uniquement les équipés en téléphone fixe, mobile et en internet). Nous ne sommes donc plus devant un effet émergent produit par

quelques pionniers mordus de technologies, mais dans une phase d'ancrage de la communication textuelle<sup>13</sup> dans les pratiques quotidiennes. Simultanément à la diffusion des équipements dans la population (50 % des Français de plus de 11 ans disposent d'une connexion internet au domicile et 71 % 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 téléphone fixe et au mobile, seulement 10 % se cantonnent à utiliser uniquement la communication vocale pour établir le contact avec leurs cercles sociaux, tandis que les autres font majoritairement appel à des combinaisons entre modes vocaux et textuels. On mesure donc l'importance d'une analyse conjointe des usages des outils de communication interpersonnelle pour comprendre les formes actuelles de la communication médiatisée<sup>14</sup>.

### **Parler ou écrire, faut-il choisir ?**

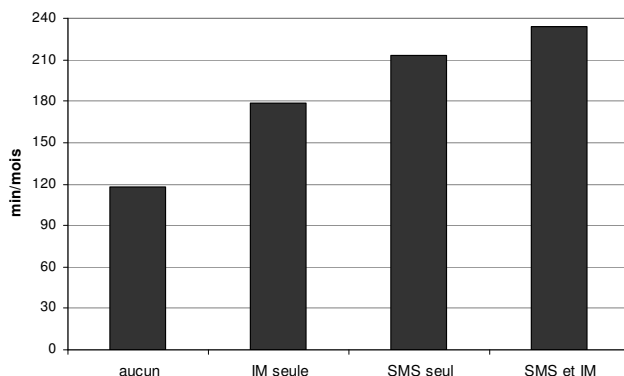
L'une des questions que nous pouvons nous poser par rapport à la diversification des outils de communication est celle de leur substitution. En effet, dans le cas des SMS, par exemple, il a été souvent noté que son usage est en partie le fruit d'un choix plus économique, notamment pour les adolescents. De même, l'IM considéré comme « gratuit » peut concurrencer le téléphone. Ces phénomènes de substitution existent sans doute. Mais sont-ils suffisamment fréquents pour diminuer l'usage des autres outils ?

---

<sup>13</sup> Par la communication textuelle nous désignons ici les échanges des messages écrits de tous types *via* les réseaux électroniques. Dans cette perspective, la communication textuelle médiatisée est envisagée comme partiellement distincte de la communication épistolaire classique, dont l'idéal type est la lettre. En effet, notamment pour les SMS, le chat ou la messagerie instantanée, le format et la rapidité des échanges distinguent ces formes de communication de la lettre postale (cf. AKRICH, MEADEL et PARAVEL, 2000).

<sup>14</sup> KIM, KIM, PARK et RICE, 2007.

**Figure 1. Moyennes de la durée mensuelle d'utilisation du téléphone mobile (appels émis et reçus) selon l'utilisation des services SMS et/ou IM dans la communication interpersonnelle**



Nos données sur le trafic téléphonique des panelistes abonnées chez Orange (avril 2005 – décembre 2006, n= 807) permettent d'examiner cette question par rapport à l'usage de la communication vocale. Le résultat présenté dans la figure 1 invalide clairement l'hypothèse de substitution. Les analyses de la variance sur les volumes de communication échangés selon la configuration des services mobilisée (vocale et/ou textuelle) montrent que pour l'utilisateur du mobile, c'est surtout l'utilisation des SMS et de l'IM - les outils quasi-instantanés - qui corrèle avec une plus forte utilisation du mobile. L'usage de l'email, une forme de communication épistolaire plus proche de la lettre que de la téléphonie, ne change pas la durée d'utilisation du téléphone mobile. Il est bien évidemment impossible d'établir une relation de causalité quant à l'entraînement de la voix par les échanges textuels. Le multi-usage peut en effet se développer chez les personnes qui communiquent déjà beaucoup par téléphone. Cependant, nous pouvons sans doute écarter l'idée de vases communicants entre les services de communication de différente nature. Comme le note Beaudouin en analysant les usages de l'internet : « *On se trouve confronté à un modèle étagé, où l'utilisation d'un dispositif supplémentaire ne s'accompagne pas de l'abandon des autres* »<sup>15</sup>.

<sup>15</sup> BEAUDOUIN, 2002, p.205.

### Le goût plus marqué des jeunes générations pour les modes textuels

Le multi-usage est en partie un effet générationnel : l'âge est la variable la plus influente dans les analyses multivariées conduites à partir de nos données. Mais, contrairement aux idées répandues, cette forme de communication ne se limite pas exclusivement aux plus jeunes. Nous observons assez clairement que les usages mixtes voix / texte pour la communication personnelle sont forts jusqu'à la cinquantaine. Chez les plus de cinquante ans, la communication exclusivement vocale devient la plus populaire (cf. tableau 2).

**Tableau 2. Usages des différents canaux de communication avec les correspondants proches selon l'âge; N= 2625**

	moins de 18 ans	entre 18 et 24 ans	entre 25 et 34 ans	entre 35 et 49 ans	entre 50 et 64 ans	plus de 65 ans	total
Voix seule	14,7 %	-	8,8 %	20,7 %	39,6 %	77,4 %	30,6 %
Voix + SMS	23,1 %	22,9 %	22,7 %	19,8 %	14,9 %	9,1 %	17,9 %
Voix + internet (a)	18,6 %	4,2 %	12,8 %	18,9 %	21,9 %	7,7 %	15,6 %
multi-usage (b)	43,6 %	72,9 %	55,7 %	40,6 %	23,6 %	5,8 %	35,9 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

a. fonction communication de l'internet : email, messageries instantanées, services de chat...

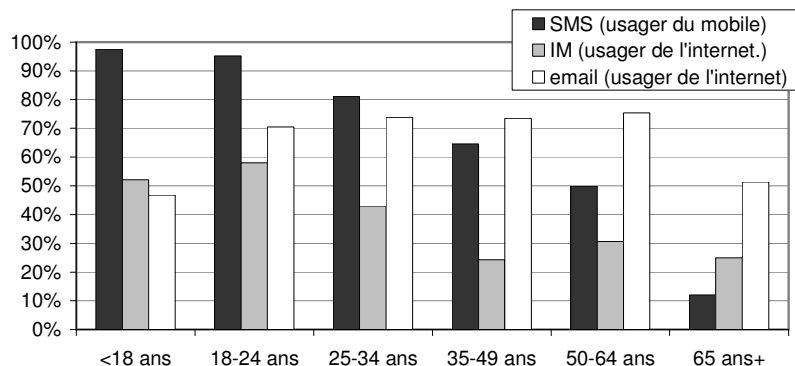
b. communication vocale et textuelle (via mobile et via internet)

La distinction la plus nette entre les utilisateurs les plus jeunes et les plus âgés se construit autour des types de supports textuelles utilisés. Parmi ceux qui utilisent le mobile et/ou l'internet, la proportion d'usage des différents services de communication décroît avec l'âge pour le SMS et l'IM, tandis que la part d'utilisateurs du courriel est beaucoup plus équilibrée d'un groupe d'âge à l'autre (cf. figure 2).

Chez les jeunes adultes, les usages sont nettement plus variés et plus fréquents. Les jeunes adultes sont le plus souvent adeptes d'une communication textuelle construite autour du SMS et de l'IM, selon la disponibilité ou non d'un ordinateur et de contacts en ligne. Les catégories plus âgées axent leur communication davantage sur le mail. Le vrai décrochage par rapport aux usages de ces services ne commence que vers la cinquantaine, pour devenir très franche à l'âge de la retraite où le SMS et

l'IM, même chez ceux qui sont équipés en internet et en mobile deviennent très peu populaires<sup>16</sup>.

**Figure 2. Part des usagers du SMS, du mail et de l'IM parmi équipés par tranches d'âge**



Les cercles relationnels mobilisés sont aussi plus diversifiés chez les jeunes adultes et ils ne se résument pas aux « liens forts ». Les contacts par IM concernent aussi les connaissances plus lointaines, en particulier les camarades de classe ou d'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 également 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)... On rejoint ici des éléments déjà mis en exergue par ailleurs : « Contrairement à ce que nous avons globalement constaté chez les adultes pour qui l'usage de l'IM se concentre autour de quelques fonctionnalités centrales, les contacts des plus jeunes se caractérisent, eux, par des modes

<sup>16</sup> En effet, 59 % des Français ne comptent pas parmi les relations personnelles aucune personne contactée exclusivement en ligne. Ici également l'âge fait la différence : plus de la moitié des moins de 18 ans cite ce type de relation, contre 25 % chez les plus de 50 ans. Dans tous les cas, ce groupe des correspondants est relativement petit et dépasse rarement une dizaine de personnes citées.

*d'interactions convoquant un nombre plus important de canaux d'échange (texte, voix, vidéo, émoticons, logos, fichiers, etc.) »<sup>17</sup>.*

### **Les modes de communication textuels ciblent des publics différenciés**

Au-delà de la variable générationnelle, les dispositifs techniques eux-mêmes portent en eux des potentialités quant à la nature des échanges qui sont à même de segmenter les pratiques. Ces différences sont particulièrement notables dans l'usage des modes de communication textuelles, ce que l'on peut observer *via* l'examen des différents outils mobilisés dans les relations amicales. Nous nous concentrons ici sur la description des d'outils déployés sur les réseaux amicaux car ceux-ci sont souvent très homogènes en termes de classes d'âge et de cycle de vie, ce qui permet de contrôler les effets de ces deux variables.

Support historique de la communication médiatisée, le téléphone (fixe ou mobile) est utilisé par 95 % des Français pour communiquer avec leurs amis, contre 38 % pour le SMS. On constate cependant que la part des personnes qui utilisent le SMS pour échanger avec les amis varie avec la taille de leur réseau amical. En effet, alors que le phénomène touche 30 % de ceux qui déclarent avoir moins d'une dizaine d'amis, on atteint les 45 % pour ceux qui ont un réseau plus grand. Le recours aux SMS est donc d'autant plus élevé que la taille du réseau amical est importante. Ce constat reste pertinent quand les facteurs d'équipement et de condition de vie sont contrôlés. De la même manière, plus la fréquence des rencontres 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, le pourcentage tombant à 20 % chez les personnes rencontrant leurs amis une fois par mois ou moins souvent. Cette variable est un facteur explicatif en soi. En effet, si certaines configurations favorisent la fréquence des contacts *de visu* - le fait d'être scolarisé, par exemple - ces variables intermédiaires n'expliquent qu'en partie l'accroissement du taux d'usage des SMS, laissant une part significative à celle de la fréquence des rencontres, indépendamment du reste.

D'une façon semblable, l'email (utilisé à titre privé par 37 % des Français) est également associé avec la taille du réseau amical. En contrôlant l'équipement internet et les variables sociodémographiques classiques, on

---

<sup>17</sup> GRANJON et al., 2006.

observe deux fois plus de chances de mobiliser le courriel quand le réseau concerné dépasse une vingtaine d'amis. L'ancienneté d'usage d'internet intervient également : les vétérans d'internet sont de loin les utilisateurs du courriel les plus fervents (73 % pour ceux qui utilisent internet au moins depuis 7 ans). Les plus novices, eux, ont les taux d'usage inférieurs (49 % chez les internautes depuis 3-4 ans et 39 % pour ceux qui l'utilisent 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 l'usage du mail dans ces relations. Lorsque les rencontres avec les amis sont quotidiennes, on atteint avec eux un pic du taux d'usage du mail à hauteur de 45 %. Si elles sont plus rares qu'une fois par mois, ce taux descend à 26 %. En revanche, si la fréquence des sorties de loisirs intervient de façon moins évidente pour ce qui est de l'usage du mail avec les amis, les personnes qui déclarent ne jamais pratiquer de sorties de loisir sont très en-deçà de la moyenne (14 %).

Il semblerait donc, à travers ces deux éléments, que la coordination des rencontres et des sorties constitue un élément important des différences quant au recours au mail dans la gestion des relations d'amitié. Les caractéristiques sociales des utilisateurs de mail posent un problème classique : la catégorie socioprofessionnelle, le niveau de diplôme et le taux d'équipement en internet sont fortement associés. Pour dé-corréler ces différents variables, nous avons réalisé une régression logistique en introduisant comme variables explicatives l'équipement internet au domicile et au travail, ainsi que la catégorie socioprofessionnelle de l'individu et son 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 sur le lieu de travail et la profession ne sont finalement que peu en cause ; chacune de ces modalités n'explique que 4% à 6% de l'usage du mail.

L'utilisation de la messagerie instantanée pour communiquer avec les amis trouve une explication majeure dans la possession d'une connexion internet à domicile. Sans surprise, c'est l'élément repéré par la régression logistique comme le plus déterminant de son usage. Nous pouvons évaluer qu'une personne qui dispose d'une connexion internet à domicile aura douze fois plus de chances de mettre en œuvre la messagerie instantanée qu'une personne qui n'en a pas. Cet élément joue en effet pour 50 % dans la prédiction du phénomène. En revanche, la présence d'une connexion internet sur le lieu de travail ou de scolarité ne change pas la propension à

communiquer par IM. Ce sont surtout les moins 25 ans qui l'utilisent pour contacter les amis (56 %). Les jeunes qui habitent chez leurs parents détiennent les taux d'usage les plus importants (43% pour les 11-15 ans, et 60 % pour les plus âgés), mais le contrôle statistique des équipements à disposition et des autres critères sociodémographiques insistent aussi sur l'appétence des jeunes célibataires à la messagerie instantanée.

La différenciation entre mail et l'IM, en particulier dans leur usage par les plus jeunes, se définit également à partir d'autres éléments. Sur les systèmes synchrones, les interactions convoquent facilement plusieurs interlocuteurs en même temps. Elles peuvent être soutenues par d'autres dispositifs de communication en ligne (notamment les blogs) et sont souvent couplées à d'autres activités (sur ordinateur ou non). Finalement, elles se développent sur un fond de gestion de la disponibilité et des envies des participants. Le modèle de mise en contact n'est pas celui du « rendez-vous » que l'on fixe, ni de l'émission / réception ciblée, mais celui d'un espace de sollicitations souvent opportunistes, auxquelles on répond ou non<sup>18</sup>. Cela implique, entre autres, une certaine adéquation des rythmes journaliers de présence en ligne, puisqu'on ne peut entrer en contact qu'avec ceux qui sont connectés. Une coordination temporelle plus facile parmi les scolarisés ou les jeunes sans obligations familiales dont une partie des activités à domicile engage la présence devant l'écran d'ordinateur.

#### QUELS OUTILS POUR QUELS TYPES DE CORRESPONDANTS ?

Cycle de vie, équipement et taille du réseau relationnel jouent donc un rôle déterminant dans le recours aux modes de communication textuels. Pour autant, cette approche globale masque une diversité des liens dans les réseaux relationnels, et une grande dissymétrie sociotechnique entre ces liens position dans le cycle de vie, niveau d'équipement, niveau de la prise en main et de l'adoption des dispositifs. En même temps que progresse le nombre de canaux de communication, on observe une certaine spécialisation dans les groupes d'utilisateurs et selon le type de relation<sup>19</sup>. La composition des réseaux de sociabilité documente ainsi les entrelacements réalisés par les individus entre les différents modes de communication dont ils disposent.

---

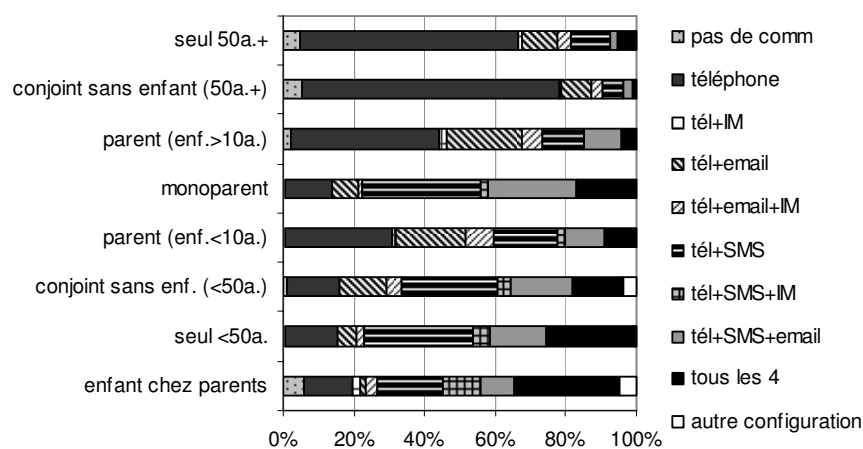
<sup>18</sup> Nous nous inspirons ici du travail de thèse en cours de Julie Denouël.

<sup>19</sup> Par exemple : CUMMINGS, LEE et KRAUT, 2006 ; HAYTHORNTHWAITE, 2005.

### Influences croisées du cycle de vie et du type de correspondant

Dès lors que les données (partiellement) relationnelles sont prises en compte, il apparaît que le cycle de vie dépasse l'âge dans le pouvoir explicatif des configurations des outils de communication. En effet, la composition des réseaux personnels se modifie fortement avec les changements intervenant au cours de la vie de l'individu, de manière que parfois à âge égal, selon la situation matrimoniale et/ou professionnelle des individus, la composition de leurs réseaux est très différente<sup>20</sup>. Aussi analyserons-nous les portefeuilles d'outils de communications sous cet angle afin d'étudier le déploiement des outils sur les réseaux de sociabilité.

**Figure 3. Configuration de services utilisés pour communiquer avec les amis selon la position dans le cycle de vie**



L'analyse des outils de communication employés avec les amis (cf. figure 3) met en évidence un lien solide entre la multiplication des outils de communication et la position dans le cycle de vie. Les enfants habitant toujours dans le foyer parental montrent ici les modes d'échange les plus avancés suivis des autres catégories de jeunes (célibataires, jeunes couples). En règle générale, les amis appartiennent à la même génération que les personnes observées. La panoplie communicationnelle mobilisable est alors

<sup>20</sup> Cf. le numéro 115 de la revue *Réseaux* « Cycles de vie et sociabilité » (SMOREDA, 2002), cf. également FRIBOURG, 2007.

souvent plus homogène à l'intérieur du cercle des correspondants amicaux qu'au sein des correspondants familiaux. Il semble alors qu'une partie de l'explication de l'importance des usages multiples chez les plus jeunes peut être recherchée dans cette opportunité associée aux équipements technologiques et aux compétences partagées. De même, la concentration passant quasi-exclusivement par le téléphone vocal chez les plus âgés fait partie du même mécanisme. Les habitudes communicationnelles de la personne et de son réseau amical, homophilie par l'âge oblige, ont bien tendance à se renforcer, mais dans le sens opposé à celui des générations plus récentes.

Les réseaux sociaux changent au cours de la vie de l'individu, à la fois en termes de taille que de composition : les usages des TIC sont aussi tributaires de ces transformations. Il nous semblait en conséquence prudent de séparer les analyses des cercles de contacts conduites sur les jeunes qui habitent chez leurs parents de celles menées sur les adultes indépendants (ici compris comme personnes déclarées chef de ménage ou conjoint/compagne), ceci afin de mieux rendre compte de la distribution des relations sociales sur les outils de communication. Une analyse conjointe brouillerait en effet l'examen des services utilisés avec les relations spécifiques qui peuvent changer de signification selon le statut familial de l'interviewé<sup>21</sup>.

### **Les pratiques des adultes**

Les analyses portant sur la communication électronique des adultes montrent qu'une très large partie d'entre eux échange avec quatre cercles de relations différents : conjoint, parents, fratrie et amis. En moyenne, ils sont en contact régulier avec plus d'une dizaine de personnes de leur famille (hors du foyer) et environ une dizaine d'amis. L'usage des TIC 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 % emploient le SMS, 41 % le mail, et 20 % l'IM.

Si l'on s'intéresse à la panoplie des outils de communication pour contacter ces différents cercles relationnels (cf. tableau 3), on observe quelques singularités liées à la nature des liens entre les correspondants. 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

---

<sup>21</sup> Par exemple, la fratrie ou les parents, pour un enfant ou pour un adulte, sont le plus souvent placés différemment par rapport au foyer. Les moyens de communication utilisés pour contacter quelqu'un qui partage ou non le domicile de l'interviewé divergent inévitablement.

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. Les parents appartiennent ici à des classes d'âge supérieures, qui sont les moins équipées en TIC. Cette asymétrie potentielle au niveau des usages et de l'équipement rend le mode vocal pour communiquer presque nécessaire - d'autant plus que c'est par ailleurs l'un des modes privilégié par les parents eux-mêmes. 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 restant moyens (20 %), les échanges par e-mails devenant importants (entre 18 % et 24 %) et les échanges par IM demeurant toujours minimales (9 %). Les amis sont ceux avec qui les échanges 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 prennent une part très importante dans ces échanges qui concernent un tiers des personnes. La messagerie instantanée monte à 13 %.

**Tableau 3. Cercles sociaux des adultes et usage des services de communication**

	téléphone (voix)	SMS	email	IM
Conjoint (81%)	67 %	19 %	14 %	5 %
Parents, beaux-parents (78%)	91 %	13 %	12 %	6 %
Enfants (47%)	53 %	22 %	10 %	5 %
Enfants hors foyer (50%)	90 %	20 %	18 %	9 %
Fratrie (80%)	89 %	23 %	24 %	9 %
Amis (100%)	96 %	30 %	33 %	13 %

Clé de lecture : 81 % des « adultes indépendants » ont un conjoint – parmi ceux-là, 67 % communiquent avec leur conjoint par téléphone, 19 % par SMS, 14% par mail et 5 % par IM.

Parmi les adultes, les mono-parents montrent une particularité dans l'usage des TIC avec l'ensemble de leurs cercles de correspondants. Cette différence par rapport aux autres parents dans l'échantillon met en exergue un autre ensemble des facteurs d'entrelacement des outils de communication, lié cette fois-ci à une situation familiale particulière. En effet, le recours à la communication multicanaux des parents isolés est impressionnant. Le SMS est notamment fortement utilisé dans la communication avec les enfants au foyer. Observons que d'une part, leur situation matrimoniale les rapproche

des jeunes célibataires et que, d'autre part, le besoin de contact/coordination avec les enfants est ici concentré sur une seule personne qui peut répondre, 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. Une étude spécifique réalisée sur cette population en 2000<sup>22</sup>, montre que la contrainte qui pèse sur le temps libre (et notamment la difficulté de sortir le soir en laissant les enfants seuls), associée au besoin de garder une ouverture sur la sociabilité amicale, placent les télécommunications au centre des enjeux relationnels après la séparation. Comme l'analysait alors une interviewée :

Je téléphone beaucoup plus parce que je ne sors pas beaucoup avec le petit.  
Ça remplace les visites et les sorties.

Depuis, les autres outils de la présence à distance ont visiblement épaulé le téléphone. Ainsi une étude plus récente<sup>23</sup> indique que l'équipement et l'usage des téléphones mobiles sont d'autant plus privilégiés par les mono parents que la coordination avec leurs enfants et avec les autres foyers - partie prenante de la vie familiale (parents non gardiens, grands-parents, voisins...) - est complexe. Leur adoption du SMS s'inscrit en effet dans une logique familiale à la fois pratique et affective (les interviewés témoignent de la complicité particulière des échanges parents/enfants par SMS). Mais elle s'ancre également dans un enjeu quasi concurrent : maintenir une vie personnelle et affective avec des personnes extérieures au foyer. A l'instar des jeunes vivant avec leurs parents, ces adultes qui vivent avec leurs enfants apprécient l'usage d'un outil leur permettant de maintenir des liens avec des personnes extérieures au foyer de manière indépendante, non intrusive et économique.

### **Les pratiques des enfants**

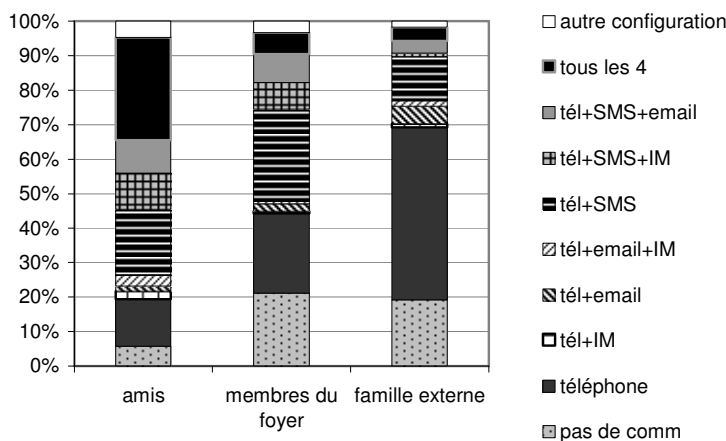
La nature des liens médiatisés des enfants habitant chez leurs parents apparaît différente. Nous savons que la composition des réseaux personnels des très jeunes est centrée sur les contacts amicaux et que leur sociabilité est moins marquée par les contacts familiaux que celle des personnes plus avancées dans le cycle de vie. Néanmoins, les autres cercles sociaux sont aussi contactés.

---

<sup>22</sup> GOURNAY et ROBSON, 2000.

<sup>23</sup> PHARABOD, 2004.

**Figure 4. Outils mobilisés par les enfants en fonction des types de correspondants appelés**



Cette population sollicite le SMS et l'IM de façon plus vaste que les adultes. En effet, 72 % d'entre eux contactent au moins l'un des cercles de relation avec les SMS et 52 % avec l'IM. Pour le mode vocal et le mail, la proportion d'adolescents à les utiliser est la même que celle des adultes (respectivement 95 % et 53 %). En comparaison avec les pratiques de communication des adultes, les adolescents recourent au mode vocal et aux modes écrits de façon beaucoup plus équilibrée. Cela est d'autant plus vrai quand le cercle social est composé des personnes de la même génération (amis, fratrie, fratrie n'habitant plus au domicile) : dans ces cas nous observons des écarts très faibles entre le mode vocal et le SMS.

Les parents font partie des personnes les plus contactées par le téléphone (73 %) ; le SMS est également utilisé (40 %) dans le cadre de ces interactions. En revanche le mail et l'IM, comme pour l'ensemble des contacts familiaux, restent très en retrait, comparé au téléphone ou au SMS. Les grands-parents sont contactés dans 72 % des cas et presque exclusivement via le téléphone (99 %). Nous assistons au même phénomène que dans le cadre de la communication des adultes avec leurs parents. Et si le lien générationnel est différent dans les deux exemples, il s'agit bien de la même personne physique dans les deux cas.

La communication avec la fratrie est plus diffuse. Lorsqu'ils ont des frères et sœurs à la maison, les enfants ne les contactent (en dehors du face à face) que dans 57 % des cas. Il s'agit du cercle relationnel le moins sollicité via les

outils de communication. Le constat est similaire dans le cas où la fratrie n'habite pas sous le même toit (62 % les contactent). Dans un cas comme dans l'autre, le téléphone et le SMS sont utilisés à la même hauteur (respectivement 48 % et 40 % des cas pour la fratrie, et 56 % et 40 % pour la fratrie hors foyer).

**Tableau 1. Les cercles sociaux et usages des services de communication chez les enfants**

	téléphone (voix)	SMS	email	IM
Parents (100%)	73 %	40 %	16%	9%
Grands parents (100%)	71 %	6 %	4%	2%
Fratrie (85%)	48 %	40 %	14%	16%
Fratrie hors foyer (46%)	56 %	40 %	26%	18%
Amis (100%)	88 %	70 %	46%	47%
Camarades (100%)	57 %	53 %	28%	37%

Clé de lecture : 85 % des enfants de plus de 11 ans, habitant sous le même toit que leurs parents, ont des frères et sœurs au sein du foyer – parmi ceux-là, 48 % communiquent avec la fratrie par téléphone, 40 % par SMS, 14% par mail et 16 % par IM.

Pour les amis, deux sphères distinctes se forment : les amis proches et les copains/camarades d'école. Dans ces deux cercles, chacun des quatre outils de communication connaît un essor très sensible comparativement aux relations familiales. Les outils sont néanmoins utilisés de manière spécifique selon la proximité relationnelle pour les amis et les camarades. Le téléphone est très fortement utilisé avec les amis (30 points d'écart par rapport aux camarades), mais le SMS et l'email sont aussi significativement plus utilisés avec ce cercle (17-18 points). En comparaison, la messagerie instantanée est du même niveau entre les copains et les amis. Pour les contacts avec les camarades, l'IM dépasse même la popularité du courriel pour se trouver finalement assez proche du SMS. Ces statistiques rendent compte du degré d'engagement dans l'interaction qu'offrent les outils de communication analysés. La conversation téléphonique s'approche le plus du tête-à-tête par son immédiateté et sa synchronie interactionnelle et, de fait, elle concerne surtout les cercles les plus proches et les relations très personnelles. La messagerie instantanée est un outil qui permet des interactions plus diversifiées quant à la gestion de la distance avec des interlocuteurs, d'où la variété de la nature des contacts et des interactions. On trouve alors sur l'IM des échanges très intimes ou affectueux, parallèlement à des échanges plus convenus envers les connaissances, ou encore des discussions à bâtons rompus avec toute une bande de copains.

### **La communication familiale**

Dans les configurations communicationnelles familiales, nous trouvons un mécanisme plus spécifique. Le choix des outils s'effectue ici dans le cadre des habitudes des groupes les plus âgés de notre échantillon (voir figure 5). Effectivement, 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. La différence statutaire entre l'enfant et ses interlocuteurs familiaux semble jouer ici comme dans l'exemple du statut de l'appelé que nous avons travaillé à l'occasion des recherches sur la communication téléphonique<sup>24</sup> : les préférences des correspondants plus âgés sont prises en compte dans le choix du canal de communication.

En revanche, pour les jeunes adultes en général la distinction amis-famille est bien moins spectaculaire : la part du téléphone seul monte chez eux également, mais les usages de messageries texte restent forts. Leur cercle familial est en effet différent de celui des jeunes enfants et se compose aussi de la fratrie ou des cousins appartenant à la même génération qu'eux. La plus grande cohérence des équipements et des habitudes de communication plus homogènes font que les usages multicanaux sont donc possibles et utilisés. 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 et puisque leur statut familial leur donne un avantage dans la définition de la forme d'échange avec les correspondants plus jeunes, les usages ne divergent pas clairement selon le type de cercle des contacts analysé.

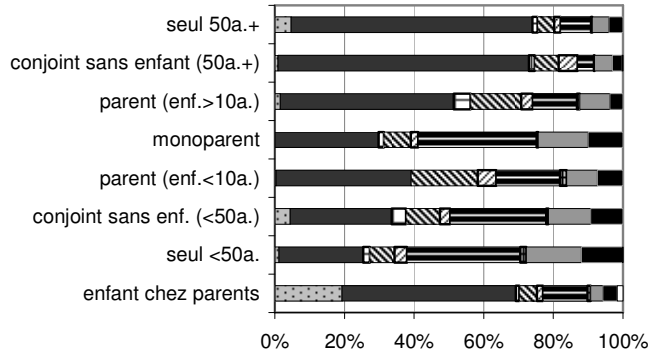
L'analyse de la communication intra-foyer selon la position de l'interviewé dans le ménage apporte quelques éléments de compréhension supplémentaires. On note que la diversité des outils mobilisés pour les contacts avec les membres de son foyer est moindre que celle mise en œuvre avec les amis. Ce sont les configurations des outils impliquant la voix et le SMS qui apparaissent relativement plus fréquentes.

---

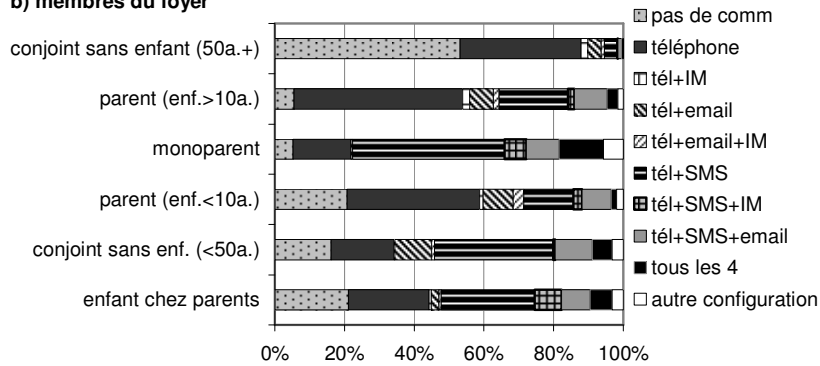
<sup>24</sup> SMOREDA et LICOPPE, op.cit.

**Figure 5. Configuration de services utilisés pour communiquer avec la famille : a) hors-foyer et b) intra-foyer, selon la position dans le cycle de vie**

**a) famille hors foyer**



**b) membres du foyer**



Les analyses conduites sur un échantillon partiel des abonnés mobile Orange (où nous avons pu suivre le trafic détaillé des panelistes) permettent d'étudier finement les comportements de communication entre les membres du même foyer. Elles montrent l'importance des contacts médiatisés entre membres du même ménage : 20 % des appels émis du mobile et 17 % des SMS vont vers eux. Elles pointent également une fonction spécifique jouée par ces échanges : en effet, les appels téléphoniques (sur le mobile et sur le fixe) vers les personnes du même foyer sont sensiblement plus courts que les autres communications téléphoniques. La brièveté des échanges téléphoniques et l'importance des SMS dans la communication intra-foyer

semblent associer cette communication avec la coordination quotidienne de la vie familiale.<sup>25</sup> Ce positionnement spécifique des échanges entre les membres du foyer<sup>26</sup> place au centre de leurs usages les outils portables adaptés comme le téléphone mobile et ses fonctions. En effet, la coordination via les TIC se fait de l'extérieur du domicile, les fonctionnalités disponibles en déplacement sont donc les plus importantes. Les communications typiques sont ici les figures bien connues d'appels ou de SMS : « faut-il acheter le pain ? », « je suis en retard » ou « n'oublie pas chercher le petit à l'école », « t e ou ? »...

### **Arbitrer pour soi et pour les autres entre les différents outils**

L'analyse des interactions médiatisées montre que les échanges sont co-construits par l'ensemble des participants à la communication : dans ce sens, les caractéristiques des acteurs influencent la forme que prendra l'interaction. Comme dans le cas de la conversation téléphonique, où nous avons observé il y a plusieurs années que de la durée de conversation était ajustée au sexe et au statut de l'interlocuteur (initiateur ou récepteur d'appel)<sup>27</sup>, le choix du canal de communication semble aussi répondre à un mécanisme d'ajustement entre les deux personnes impliquées dans l'échange. Deux témoignages issus de nos enquêtes qualitatives illustrent particulièrement le contraste entre ces deux logiques d'arbitrage dans la distribution des outils sur les cercles de sociabilité. Prenons 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 la famille et les amis. Ce même téléphone est employé avec 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'individualisation de la relation :

---

<sup>25</sup> LICOPPE et SMOREDA, 2000.

<sup>26</sup> Bien évidemment nous parlons ici d'une situation ordinaire quand les membres d'un foyer sont dans le cours de leurs activités routinières. Les usages de TIC peuvent se transformer par exemple durant les périodes de séparation comme vacances où la coordination quotidienne laisse la place aux conversations plus longues et SMS d'information moins associés avec la vie de tous les jours.

<sup>27</sup> AKERS-PORRINI, 2000 ; SMOREDA et LICOPPE, 2000

(...) 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 inexistantes, 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 du 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.

Regardons maintenant le récit d'une jeune enseignante (Elodie, 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. Entre temps 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 reprends 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 dernier extrait 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. Parallèlement, les caractéristiques de leurs contacts jouent dans le choix des outils spécifiques ; on trouve ici un exemple intéressant dans la description d'Elodie qui sert de commutatrice

entre sa cousine sur MSN et sa mère au téléphone, afin d'ajuster le canal de communication à la préférence et aux compétences de sa mère.

Une double habileté est ici en jeu, dans le maniement des différents services de communication, autant que dans la gestion des contacts qui organisent ensemble l'espace de communication. Mais c'est surtout l'articulation de ces deux dimensions qui est prépondérante dans le choix d'un outil : si les caractéristiques individuelles sont déterminantes dans le recours à un outil pour initier un échange médiatisé, ceux dont la palette est la plus large s'adaptent en permanence à leurs correspondants. Ce va-et-vient permanent entre la palette d'outils personnelle et celle, projetée, des correspondants dresse un paysage complexe des entrelacements entre outils où les déterminants globaux se disputent aux choix en situation et à l'agilité des acteurs pour assurer la bonne conduite de leurs échanges.

#### CINQ MANIÈRES D'ENTRELACER FIXE, MOBILE ET INTERNET

Afin d'aborder de manière globale la question des entrelacements des outils de communication, nous avons décidé de faire appel aux informations les plus précises relevées dans notre enquête : les données du trafic téléphonique et celles de la sonde installée sur l'ordinateur à domicile des panelistes. Ce choix nous a permis de travailler sur les données très fiables, mais il a néanmoins impliqué une réduction de la taille de l'échantillon. Nous soulignerons d'abord, à la suite des analyses précédentes, que pour faire émerger les logiques d'usage, il est prudent d'examiner le comportement des individus ayant accès à la fois au fixe et à l'internet à domicile, et celui des utilisateurs du mobile. Puis, pour des raisons techniques, seulement ceux qui sont abonnés chez l'opérateur Orange (où nous pouvons suivre le trafic détaillé téléphonique). Après ces coupes, notre échantillon se réduit à 342 personnes avec les données comportementales homogènes. Le trait d'union entre les informations sur les usages des différents outils de communication est le temps d'usage<sup>28</sup>. C'est le budget-temps hebdomadaire consacré à chaque service qui a été choisi pour nos traitements. Les analyses factorielles

---

<sup>28</sup> Temps des échanges pour la téléphonie et la messagerie instantanée, temps passé sur les logiciels de mail ou les pages de webmail pour le courrier électronique. Nous y avons adjoint le nombre de SMS, dont nous ne pouvons mesurer une durée significative d'usage. Le choix de distinguer les usages du mail classique basé sur un logiciel dédié sur l'ordinateur personnel (comme Outlook, Eudora...) et du webmail via l'accès internet sur une page de fournisseur de service (comme Hotmail, Yahoo !, Gmail...) renvoie aux profils d'usage bien différenciés que ces deux modes d'accès convoquent chez les utilisateurs.

conduites ont permis de reconstituer cinq groupes d'usagers spécifiques (cf. tableau 5).

**Tableau 5. Groupes d'usagers selon l'intensité d'utilisation des services de communication**

les <i>Vocalistes fixe</i>	Délaissant l'ordinateur et utilisant peu le SMS, ils privilégient nettement la communication vocale, dont plus de 60 % sont liés à l'utilisation du téléphone fixe.
les <i>Vocalistes mobile</i>	Consacrant le moins de temps à la communication médiatisée, ils utilisent majoritairement le mobile, par le biais duquel ils passent les deux tiers de leurs communications vocales. Côté informatique, l'usage reste très occasionnel pour la majorité d'entre eux.
les <i>Multi-modérés</i>	Leur budget-temps total reste similaire à celui des deux premiers groupes, mais celui-ci se répartit de manière très homogène sur l'ensemble des supports disponibles. On notera chez eux une certaine préférence pour les modes de communication synchrones : la messagerie instantanée est chez eux au même niveau que le fixe et le mobile, tandis que la messagerie électronique est en retrait.
les <i>Classiques intensifs</i>	Avec près de quatre heures hebdomadaires de communications, un palier est franchi dans l'intensité de consommation. Dans le détail, ce groupe privilégie plutôt des supports « classiques » : téléphonie fixe plutôt que mobile, email classique plutôt que webmail, peu de SMS et une consommation d'IM moyenne. Moins classique est l'équilibre temporel entre modes vocal et textuel, mais ce dernier est fondamentalement tourné vers la communication asynchrone via le courrier électronique.
les <i>Online texters</i>	Ce sont à la fois ceux qui communiquent le plus et qui ont la plus forte part de communications en mode texte. Celle-ci se distribue sur le SMS, et surtout sur la messagerie instantanée, le support privilégié de cette classe. Les Online texters montrent ainsi une préférence particulière pour des supports synchrones, individuels et nomades.

L'analyse du temps consacré aux communications sur ces différents supports confirme l'effet d'accumulation observé sur le téléphone mobile, le temps consacré à la communication par internet n'entamant pas celui qui est consacré à la communication vocale, mais s'y ajoutant. A ce titre, les communicants les plus intensifs sur email ou IM n'abandonnent guère le téléphone. Au contraire, l'accroissement du temps global consacré à la communication est accompagné d'une hausse de la communication non vocale. Celle-ci, absente ou presque chez les *Vocalistes*, représente un tiers à plus de la moitié du budget temps dans les autres groupes, phénomène qui se trouve accompagné par une augmentation du nombre de SMS envoyés ou reçus (cf. tableau 6).

**Tableau 6. Temps hebdomadaire médian par support de communication (en minutes) selon les cinq types d'utilisateurs identifiés**

	voix fixe	voix mobile	Mail	Web-mail	IM (a)	min. total	% vocal	SMS env.	SMS reçus
Vocalistes fixe	36	23	0	0	0	60	100%	0,9	5,7
Vocalistes mobile	15	32	0,3	0	1,0	48	97%	1,5	6,8
Multi-modérés	19	21	1,4	2,2	19	62	63%	5,1	13,3
Classiques intensifs	75	43	75	1,3	36	232	51%	2,2	10,0
Online texters	31	86	0,2	13	141	272	43%	16,3	47,6

(a) la communication par IM est considérée comme non vocale

Nous pouvons identifier plusieurs axes qui structurent les comportements des groupes examinés ici. La première distinction concerne le budget-temps consacré à la communication. Les trois premiers groupes (*Vocalistes fixe*, *Vocalistes mobile* et *Multi-modérés*) ont une consommation médiane d'environ une heure par semaine de communication médiatisée. Les deux autres, au contraire, sont à plus de deux heures et demie de communication hebdomadaire. On observe également une différenciation des supports mobilisés : les deux groupes *Vocalistes* se distinguent des autres par un usage faible ou très faible de l'ordinateur comme support de communication. Chez les trois autres, utilisateurs réguliers à intensifs du PC, l'ensemble des vecteurs d'échange est mobilisé. Finalement, on remarque aussi une ligne de tension, embryonnaire chez les *Vocalistes* et les *Multi-modérés*, qui prend forme chez les deux groupes les plus intensifs. Tandis que les *Online texters* privilégient la téléphonie mobile, l'IM et le webmail, les *Classiques intensifs* leur préfèrent de loin la téléphonie fixe et le mail classique. C'est la préférence pour les outils délocalisés ou, au contraire ancrés dans les endroits définis qui oppose ces deux types d'utilisateurs. En parallèle, les outils des *Online texters* sont aussi plus individuels (mobile, webmail ou IM). Cette opposition recoupe donc également les questions de l'accessibilité et de l'indépendance au sein de la cellule familiale.

Les caractéristiques sociologiques associées aux groupes distingués offrent un éclairage supplémentaire à nos analyses et nous permettent de relier entrelacement des outils de communication et modes de vie. Ainsi, parmi les *Vocalistes fixe*, nous observons une surreprésentation des femmes vivant en couple, ou des mères (30 % de la classe) et la plus forte proportion de femmes au foyer dans l'échantillon (12 %). Cette particularité se retrouve en termes d'âge : les moins de 25 ans sont sous-représentés, au profit des plus

de 50 ans. On observe ici une proportion importante de travailleurs indépendants : agriculteurs, professions libérales, responsables de TPE (56 % des actifs de la classe), ce qui constitue de loin la plus forte proportion des cinq profils d'usage. Cette composante se retrouve dans l'habitat de ces individus. Les ruraux sont surreprésentés (34 %, contre 25 % pour l'échantillon) ; de même que les habitants de logements pavillonnaires (80 %). Malgré une préférence pour la communication vocale, l'usage du mobile est modéré. Celui du SMS est particulièrement faible dans ce groupe. Si l'abonnement de type forfait reste majoritaire (65 %), on retrouve ici la plus forte proportion de cartes prépayées, au détriment des comptes bloqués. Les *Vocalistes fixe* sont ceux dont les foyers ont les budgets les plus importants pour le téléphone fixe : un tiers déclare une facture mensuelle de plus de 60 euros sur ce poste, contre un quart pour l'ensemble. L'usage professionnel de la ligne pèse sans nul doute dans ce coût, avec un tiers déclarant un usage professionnel de la ligne fixe. Dans ce groupe, le très faible usage des outils de communication internet semble être le fait de trajectoires d'usage se soldant par une faible appropriation de l'outil. L'ordinateur est donc délaissé par les *Vocalistes fixe*, tant pour les applications internet que les autres. Quand ils sont utilisés, les usages ludiques laissent place aux applications bureautiques renvoyant ici à l'usage professionnel qui peut être fait de l'outil informatique chez ces indépendants et ces petits professionnels. Leurs sorties sont clairement orientées vers la sphère familiale : ce sont eux qui rencontrent le plus souvent les membres de leur famille hors de leur domicile (35 % les voient plus de deux fois par semaine, contre 23 % pour l'ensemble).

Le profil des *Vocalistes mobile* est davantage masculin, adulte, et concerne plutôt les personnes vivant en couple (près de la moitié d'hommes en couple, avec ou sans enfants, contre un tiers dans l'échantillon). Les professions intermédiaires (40 %) et les ouvriers (15 %) sont ici surreprésentés, au détriment des employés et des cadres. En termes d'habitat, la classe se divise en deux catégories : les habitants de communes rurales (30 %), et ceux des grandes agglomérations (28 %). Corrélativement, leurs déplacements quotidiens impliquent plus souvent la voiture (70 % des cas), ou le deux-roues (9 %), pour des trajets surtout compris entre 10 et 30 minutes. La forte utilisation du mobile est associée au type d'abonnement, où le forfait est majoritaire (3 personnes sur 4). Bien que les *Vocalistes mobile* utilisent peu la communication par internet, on trouve parmi eux des utilisateurs réguliers de l'ordinateur familial, avec un temps hebdomadaire de 9 heures. L'ordinateur est utilisé majoritairement pour des besoins ponctuels ou des

tâches précises, ce qui induit un usage assez diversifié du PC, hormis pour les applications internet.

La catégorie des *Multi-modérés* présente un profil assez médian par rapport à l'ensemble de l'échantillon. Les adolescents y sont un peu plus présents qu'ailleurs (un 1/3 de la classe, contre 1/4 dans l'ensemble). Quand ils sont actifs, les jeunes adultes sont plus présents dans la catégorie, au détriment des plus de 50 ans ; les professions intermédiaires (40 %) et les employés (31 %) sont les plus représentés, notamment chez les employés de la fonction publique. En termes d'habitat, les habitants de l'agglomération parisienne sont sous-représentés (15 %), au bénéfice des petites villes (un quart de la classe). Sur le plan de l'usage, comme on l'a vu, les *Multi-modérés* se caractérisent par la diversité et la faible intensité d'usage des supports de communication actifs. Ces échanges sont plutôt tournés vers la sphère personnelle, neuf utilisateurs sur dix déclarant un usage strictement privé du mobile. Chez les actifs, les moyens de communication disponibles sur le lieu de travail (fixe, internet) sont plus rarement utilisés pour des usages personnels que dans les autres groupes. Les *Multi-modérés* sont de forts consommateurs de jeux, au détriment des contenus musicaux ou vidéo. Cette caractéristique se retrouve dans les usages faits de l'ordinateur : les trois quarts de la classe sont des joueurs réguliers ou intensifs, la plus forte proportion de l'ensemble. Elle se repère également dans les équipements : 17 % déclarent être utilisateurs exclusifs d'une console de jeux (global : 8 %).

La classe des *Classiques intensifs* est la plus marquée en termes sociodémographiques. Elle est majoritairement associée à un état adulte (95 % du groupe) et plutôt masculin (les deux tiers du groupe). Si l'on observe plus en détail, deux sous-populations sont à distinguer : d'une part, des hommes en couple et des pères de famille, la différenciation sexuée étant alors très marquée, excluant fortement le conjoint et les enfants de la catégorie, d'autre part, les jeunes vivant seuls, pour lesquels la distinction homme / femme s'estompe. La répartition des classes d'âge des *Classiques intensifs* recoupe partiellement cette dichotomie : on observe alors deux tranches surreprésentées, celle des 25-34 ans (30 %) et celle des plus de cinquante ans (37 %). Il est notable que les jeunes vivants seuls sont presque tous actifs (on ne compte que 3 % d'étudiants dans cette classe). *A contrario*, c'est dans le versant plus âgé qu'on trouve le plus d'inactifs, avec 12 % de retraités, une proportion de loin supérieure à celle des autres groupes. Plus urbains que les autres, les *Classiques intensifs* résident pour les deux tiers dans une grande ville ou en agglomération parisienne. Utilisateurs réguliers des outils de communication via Internet, ils sont les mieux équipés en haut

débit, avec 92 % d'accès haut débit (83 % d'abonnés ADSL, et 9 % de câblés). On trouve également chez eux le plus grand contingent d'abonnés à un service de téléphonie sur IP (20 % de la classe). Ces caractéristiques font écho au temps consacré à la téléphonie fixe par les *Classiques intensifs*, de loin le plus important de l'ensemble des individus observés. Du côté de la téléphonie mobile, 42 % d'entre eux en déclarent un usage mixte privé/professionnel, avec 17 % d'abonnements remboursés partiellement ou intégralement par l'employeur. Les *Classiques intensifs* sont plus souvent d'anciens internautes : un tiers est connecté depuis au moins 1998. Cette ancienneté explique en bonne partie l'ancrage fort du mail classique dans leurs pratiques, élément caractéristique de la classe. La messagerie électronique demeure pour eux l'outil essentiel de communication par Internet, malgré une percée de la messagerie instantanée. L'ancienneté de la pratique est également liée à un usage à la fois diversifié et intensifs de l'ordinateur : on trouve dans cette classe une forte représentation des utilisateurs réguliers ou intensifs d'applications bureautiques (85 %), multimédia (75 %) ou, bien sûr, Internet (92 %), tandis que l'univers ludique reste en retrait. Cet ancrage de l'informatique dans le quotidien s'inscrit dans une dynamique forte entre *online* et *offline*. Ainsi, les *Classiques intensifs* sont-ils les plus grands lecteurs de presse papier, mais également les plus forts consommateurs de presse en ligne. Cet entrelacement explique pourquoi la sphère publique et l'informatique figurent parmi les centres d'intérêts les plus spécifiques de cette classe.

La classe des *Online texters* est, en comparaison, beaucoup plus jeune : les enfants et adolescents vivant chez leurs parents en représentent un tiers. Cet effet d'âge se propage également aux foyers unipersonnels et aux jeunes couples, avec 46 % des *Online texters* qui sont âgés de moins de 25 ans. À côté de ce premier groupe, on distingue également une forte proportion de foyers de solitaires de tous âges (17 %, contre 9 % dans l'ensemble), où les femmes sont nettement surreprésentées. La structure des activités professionnelles recoupe cette dichotomie, avec 40 % d'élèves ou étudiants, la plus forte proportion de l'échantillon. Chez les actifs, les employés sont surreprésentés et constituent la moitié de leur effectif.

Les *Online texters* sont globalement plus urbains que les autres, notamment dans les villes de taille intermédiaire (un quart habitent dans des villes de 20 à 100 000 habitants). En termes d'abonnements mobiles, les comptes bloqués sont fréquents (24 %, contre 10 % dans l'ensemble), au détriment surtout des cartes prépayées (6 %). Côté internet, avec 85 % d'accès ADSL ou câble, les *Online texters* ne sont pas les mieux équipés en haut débit ; mais lorsque c'est le cas, ils sont plus nombreux à souscrire une offre internet

Supprimé :

et VoIP (22 % de la classe). On trouve chez eux les usages de l'ordinateur à la fois très diversifiés et très intensifs dans l'ensemble des familles d'application. Au sein de cette profusion, on notera toutefois une prévalence pour les applications multimédia (image, audio, vidéo). On observe ainsi un fort transfert de la consommation audio-vidéo depuis les lecteurs classiques (platines de salon) vers l'ordinateur ou les lecteurs portables. Les trois quarts des *Online texters* déclarent écouter la musique sur PC (global : 44 %), un tiers sur un baladeur (contre 21 % en global). Côté vidéo, c'est la même chose : 53 % en regardent sur l'ordinateur, contre un tiers pour l'ensemble de l'échantillon. La sociabilité de ce groupe rejoint celle, connue, des jeunes : plus de sorties que les autres et une forte appétence pour les activités culturelles réalisées avec des amis (cinéma, théâtre, événement sportif...).

La comparaison de ces deux derniers types d'utilisateurs met en exergue un effet de génération très intéressant. Parmi ces usagers intensifs des TIC – à l'équipement égal rappelons-le – nous observons les façons de s'en saisir des opportunités technologiques contrastées. Les « classiques », plus âgés et fortement empreints des débuts de la communication par internet et/ou des pratiques de communication professionnelle, semblent garder leurs habitudes de communication structurées par l'email et le téléphone fixe. L'effet de cohorte renforce certainement les routines établies : leurs amis ont sans doute des pratiques semblables, ce qui stabilise les entrelacements des outils préférentiels. De l'autre côté, les « texters », eux, sont plus jeunes et ont des comportements davantage associés à la généralisation du mobile et l'apparition des systèmes de dialogue en direct (chat, IM) qui ont marqué leur entrée dans l'âge communicationnel. La configuration des outils utilisés produit une forme « d'équivalence fonctionnelle » entre la voix et le texte en direct pour ces utilisateurs plus jeunes. Une fois encore, l'effet de cohorte associé à l'homophile générationnelle des réseaux affiliatifs paraît renforcer l'organisation des pratiques de communication. Notons également la disparition de la différenciation sexuée – fortement présente chez les « classiques intensifs » – dans ce groupe d'usagers<sup>29</sup>. « *Alors que la fréquentation du web continue d'être une pratique fortement masculine, la proportion d'utilisateurs et l'intensité d'usage de ces outils de conversation en temps réel sont similaires chez les hommes et les femmes [plus jeunes par ailleurs]* » constatait en 2000 une grande enquête française sur les usages de l'internet<sup>30</sup>. Ceci semble aller dans le sens de notre interprétation : le passage

---

<sup>29</sup> Cf. aussi PHARABOD, dans ce numéro, pour une analyse détaillée des équipements de la population des personnes vivants seules, qui dresse des conclusions proches des nôtres.

<sup>30</sup> BEAUDOUIN, 2002, p.204.

des pratiques plus expertes et professionnelles construites autour de l'ordinateur et particulièrement accessibles aux hommes en plus haute position de travail, vers les systèmes d'échange grand public, centrés plus sur la sphère privée (comme SMS et IM) ouvre davantage l'univers de communication des nouvelles technologies à l'ensemble de la cohorte d'âge qui peut alors les apprivoiser et les intégrer dans ses pratiques quotidiennes. Cette nouvelle configuration communicationnelle ouverte sur la présence distante en continu semble s'amplifier durant la période récente.

## CONCLUSION

Nos données permettent de distinguer une diversification des usages des services de communication qui intègrent dans l'arsenal des outils personnels la communication vocale et textuelle déployée sur le téléphone et sur l'internet. Actuellement un tiers des Français utilise pleinement les possibilités technologiques pour la communication interpersonnelle. Au vu des effets générationnels observés dans l'adoption de ces différents modes d'interaction et de l'avancement de taux d'équipement en TIC, on peut pronostiquer que le multi-usage va rapidement progresser. Les mécanismes relationnels identifiés dans la configuration de communication interpersonnelle indiquent, dans l'adoption des communications multiple, en même temps les aspects facilitateurs (avec les amis pour les plus jeunes) et les freins (entre générations).

Quelle que soit la dynamique qui colore les pratiques relationnelles des individus, il est possible d'identifier un certain nombre de constantes dans la manière dont sont convoqués les dispositifs de communication dans l'économie des contacts et des ressources interactionnelles. Elles sont surtout liées au style de vie de la personne, à sa position dans le cycle de vie et au type de réseau de contacts dominant. L'association préférentielle de certains outils et des réseaux de contacts spécifiques (comme pour messagerie instantanée ou SMS) ne signifie pas pourtant une spécialisation mono-outil ou une substitution entre les moyens de communication. Nous avons pu ainsi voir que l'usage de plusieurs services de communication coïncidait plutôt avec une plus forte communication, dans une logique d'empilement des dispositifs. Hormis le cas d'interlocuteurs physiquement éloignés, le recours au téléphone, aux SMS, au courrier électronique ou à la messagerie instantanée vient en surplus de la communication en présence : les personnes les plus contactées en face-à-face sont aussi les personnes avec lesquelles les échanges médiatisés sont les plus importants. Ce sont également avec elles

que la diversité des dispositifs de communication utilisés est généralement la plus grande. Pour autant, cette diversité n'est pas synonyme d'un couplage exclusif entre les individus les plus contactés en face-à-face et certaines technologies en particulier. La combinaison des dispositifs de communication est également liée à la proximité affective. Plus on se sent proche de quelqu'un, plus on a tendance à convoquer une grande variété de dispositifs d'interaction dans la limite des technologies communes aux deux interlocuteurs.

L'intégration des outils dans les habitudes des personnes semble aussi les conduire à l'adoption d'un outil spécifique : nous avons vu cette différenciation entre les anciens internautes plus portés sur l'email et les panelistes plus jeunes qui investissent davantage la messagerie instantanée et le webmail (souvent associé à ce service) pour envoyer des courriels. Dans le même temps, ces outillages ne cessent d'évoluer : l'email est de plus en plus intégré dans la téléphonie mobile (comme dans le système i-mode), la messagerie instantanée est en passe de s'y installer grâce à la connexion continue des réseaux 3G. Au regard de ces évolutions, on peut prévoir que la convergence des différents services et outils pourra aplanir les lignes de fracture entre usages des différents outils, dans le cadre d'une continuité accrue des services sur les différents terminaux.

## REFERENCES

- AKERS-PORRINI R. (2000), Efficacité féminine, courtoisie masculine : appels téléphoniques d'une durée inégale. *Réseaux*, vol. 18, n° 103, pp. 143-180.
- AKRICH, M., MEADEL C., PARAVEL V. (2000), Le temps du mail, écrit instantané ou oral médiat. *Sociologie et Sociétés*, vol. XXXII, n°2, pp. 153-170.
- BEAUDOUIN V. (2002), De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques. *Réseaux*, vol. 20, n° 116, pp. 199-225.
- BERGER, P., LUCKMANN, T. (1986) [1966] *La construction sociale de la réalité*. Méridiens Klincksieck, Paris.
- BLANPAIN N., PAN KE SHON J.L. (1998), 1983-1997: les Français se parlent de moins en moins. *INSEE Première* n°571.
- CUMMINGS J., BUTLER B., KRAUT R. (2002). The Quality of Online Social Relationships. *Communications of the ACM*, vol. 45, pp. 103-108.
- CUMMINGS J., LEE J, KRAUT R. (2006). Communication technology and friendship during the transition from high school to college. In R. Kraut, M. Brynin, S. Kiesler (ed.) *Computers, Phones and the Internet: Domesticating Information Technology*. Oxford University Press, New York.
- FRIBOURG B. (2007), *Trajectoires sociales d'usage des TIC, dynamique des réseaux relationnels et différenciations sociales du passage à l'âge adulte*. Thèse de doctorat, Université de Provence Aix-Marseille I.
- GOURNAY C. de, ROBSON E. (2000), *Etude sur les familles monoparentales et les familles recomposées*. Rapport d'étude FTR&D, Issy-les-Moulineaux.
- GOURNAY (de) C., SMOREDA Z. (2003), Communication Technology and Sociability : Between Local Ties and "Global Ghetto"?, In J. Katz (ed.), *Machines That Become Us: The Social Context of Personal Communication Technology*. Transaction, New Brunswick.
- GRANJON F. (dir.) (2006), *Réseaux relationnels et sociabilités instrumentées*. Rapport d'étude FTR&D – Institut Français de Presse, Paris.
- HORRIGAN J.B., RAINIE L., FOX S. (2001), *Online Communities: Networks that nurture long-distance relationships and local ties*. Pew Internet & American Life Project, Washington.
- HAYTHORNTHWAITE C.A. (2005), Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, vol. 8, pp. 125–147.
- KIM H., KIM G.J., PARK H.W., RICE R.E (2007), Configurations of Relationships in Different Media: Face-to-Face, Email, Messenger, Mobile Phone, and SMS. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4) (<http://jcmc.indiana.edu/>).

LARGIER A. (2002), Je, nous, jeu. La constitution de collectifs de joueurs en réseau. *Réseaux*, vol. 20, n° 114, pp. 215-247.

LICOPPE C. (2002), Sociabilité et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communications mobiles. *Réseaux*, vol. 20, n° 112-113, pp. 171-210.

LICOPPE C., SMOREDA Z. (2000), Liens sociaux et régulations domestiques dans l'usage du téléphone. *Réseaux*, vol. 18, n° 103, pp. 255-276.

LICOPPE C., SMOREDA Z. (2005), Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication technology. *Social Networks*, vol. 27, pp. 317-335.

MESCH G., TALMUD I. (2006), The Quality of Online and Offline Relationships: The Role of Multiplexity and Duration of Social Relationships. *The Information Society*, vol. 22, pp. 137-148.

PHARABOD, A.S. (2004), *Les terminaux domestiques et leurs usages : une ethnographie de foyers multi-équipés*. Rapport FTR&D, Issy-les-Moulineaux.

PUTNAM R. D. (1995) Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *The Journal of Democracy*, vol. 6, n° 1, p. 65-78.

QUAN-HAASE A., WELLMAN B. (2004) How Does the Internet Affect Social Capital? In M. Huysman, V. Wulf (ed.), *Social Capital and Information Technology*. MIT Press, Cambridge, Mass.

RICE R.E., KATZ J.E. (2003), Comparing internet and mobile phone usage: Digital divides of usage, adoption, and dropouts. *Telecommunications Policy*, vol. 27, 597-623.

RIVIERE C.-A. (2000), Les réseaux de sociabilité téléphonique. *Revue française de sociologie*, vol. 41, pp. 685-711.

SMOREDA Z. (dir.) (2002), Cycles de vie et sociabilité. *Réseaux*, vol. 20, n°115.

SMOREDA Z, LICOPPE C. (2000) Identités sexuées et statuts interactionnels. De la gestion de la durée des conversations téléphoniques. *Réseaux*, vol. 18, n° 103, pp. 119-142.