

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Rédacteurs en chef

Sylvie Leleu-Merviel

Khaldoun Zreik

Vol 13 - N° 2 / 2012



© Europa, 2012

15, avenue de Ségur,
75007 Paris - France

Tel (Fr) 01 45 51 26 07 - (Int.) 33 1 45 51 26 07

Fax (Fr) 01 45 51 26 32 - (Int.) 33 1 45 51 26 32

<http://europia.org/RIHM>

rihm@europia.org

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Rédacteurs en chef / *Editors in chief*

- Sylvie Leleu-Merviel, Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis, Laboratoire DeVisu
- Khaldoun Zreik, Université Paris 8, Laboratoire Paragraphe

Comité éditorial / *Editorial Board*

- Thierry Baccino (Université Paris8, LUTIN - UMS-CNRS 2809, France)
- Karine Berthelot-Guiet (CELSA- Paris-Sorbonne GRIPIC, France)
- Pierre Boulanger (University of Alberta, Advanced Man-Machine Interface Laboratory, Canada)
- Jean-Jacques Boutaud (Université de Dijon, CIMEOS, France)
- Aline Chevalier (Université Paris Ouest Nanterre La Défense, CLLE-LTC, France)
- Yves Chevalier (Université de Bretagne Sud, CERSIC -ERELLIF, France)
- Didier Courbet (Université de la Méditerranée Aix-Marseille II, Mediasic, France)
- Viviane Couzinet (Université de Toulouse3, LERASS, France)
- Milad Doueichi (Université de Laval - Chaire de recherche en Cultures numériques, Canada)
- Pierre Fastrez (Université Catholique de Louvain, GReMS, Belgique)
- Pascal Francq (Université Catholique de Louvain, ISU, Belgique)
- Bertrand Gervais (UQAM, Centre de Recherche sur le texte et l'imaginaire, Canada)
- Yves Jeanneret (CELSA- Paris-Sorbonne GRIPIC, France)
- Patrizia Laudati (Université de Valenciennes, DeVisu, France)
- Catherine Loneux (Université de Rennes, CERSIC -ERELLIF, France)
- Marion G. Müller (Jacobs University Bremen, PIAV, Allemagne)
- Marcel O'Gormann (University of Waterloo, Critical Média Lab, Canada)
- Serge Proulx (UQAM, LabCMO, Canada)
- Jean-Marc Robert (Ecole Polytechnique de Montréal, Canada)
- Imad Saleh (Université Paris 8, CITU-Paragraphe, France)
- André Tricot (Université de Toulouse 2, CLLE - Lab. Travail & Cognition, France)
- Jean Vanderdonckt (Université Catholique de Louvain, LSM, Belgique)
- Alain Trognon (Université Nancy2, Laboratoire InterPsy, France)

Revue des Interactions Humaines Médiatisées

Journal of Human Mediated Interactions

Vol 13 - N° 2 / 2012

Sommaire

Editorial

Sylvie LELEU-MERVIEL, Khaldoun ZREIK (Rédacteurs en chef) 1

Théâtres de mémoire & Cyberspace

Theatres of Memory and Cyberspace

Stéphane CARO DAMBREVILLE 3

Des usages générationnels de WLM à l'émergence d'une « culture numérique adolescente » : perspectives socio-historiques, résultats d'enquêtes longitudinales, 2007-2010

Uses of Windows Live Messenger by different generations and the emergence of a « teen digital culture »: socio-historical perspectives based on survey results 2007-2010

Gilles BRACHOTTE, Pascal LARDELLIER 31

Communication des organisations : comparaison des approches scientifiques en gestion et en communication

Organisational communication: a comparison of scientific approaches in communication and management

Bénédicte ALDEBERT, Laurent MORILLON 59

L'émergence d'un discours de Proximité. Concept fondateur ou illusion ?

E-advertising: the emergence of a discourse of proximity. A founding concept or illusion?

Jean-Louis LAUT 79

Des usages générationnels de WLM à l'émergence d'une « culture numérique adolescente » : perspectives socio-historiques, résultats d'enquêtes longitudinales, 2007-2010

Uses of Windows Live Messenger by different generations and the emergence of a « teen digital culture »: socio-historical perspectives based on survey results 2007-2010

Gilles BRACHOTTE, Pascal LARDELLIER

Laboratoire CIMEOS/3S, EA4177, Université de Bourgogne

Gilles.Brachotte@u-bourgogne.fr; Pascal.Lardellier@u-bourgogne.fr

Résumé. Cet article dresse un panorama des usages de WLM chez les adolescents, et analyse son appropriation dans une perspective socio-historique. Nous étudions les spécificités de WLM et les types de sociabilité qui se tissent par son biais. Les résultats des deux enquêtes présentées ici (menées en 2007 et 2010) mettent en évidence les traits permettant de définir, socialement et techniquement, la « culture numérique », tout en mettant en exergue un ensemble de critères spécifiques d'appropriation d'un dispositif sociotechnique par les adolescents.

Mots-clés. Internet, WLM, culture numérique, adolescents, dispositif sociotechnique, sociabilité en ligne.

Abstract. This article analyses the way teenagers and young adults use Windows Live Messenger (WLM), and how his usage evolves, from a socio-historical perspective. It presents the specificities of WLM and the types of sociability it fosters, through the analysis of two surveys carried out in 2007 and 2010. The results allow us to define socially and technically the concept of "digital culture", while characterizing the way teenagers and young adults go about adopting and adapting their practices to an ICT tool.

Keywords. Internet, WLM, digital culture, teenagers, young adults, ICT tool, online sociability.

1 Introduction

L'avènement d'Internet à partir du milieu des années 1990 a permis d'observer une reconfiguration des rapports sociaux, et l'émergence de nouvelles formes de communication interpersonnelle et communautaire, désormais fréquemment

« assistée par ordinateur »¹. Le développement de services de communication synchrone ou asynchrone a ouvert de nouvelles formes de *reliance*, de nouveaux champs d'expression, de discussion et d'adhésion. Chez les adolescents, population statistiquement suréquipée en nouvelles technologies², un des faits marquants du début de la décennie 2000 dans l'appropriation sociale des TIC a été l'engouement pour la messagerie instantanée *MSN Messenger* (devenu *Windows Live Messenger* en 2006³).

Cet outil, lancé en 1999, a rencontré en quelques années un succès significatif, en particulier parmi les « natifs de l'ère numérique⁴ ». Il s'agit de la première application sociale et relationnelle *mainstream* d'Internet en France, avant-courrier des réseaux sociaux qui triomphent aujourd'hui, et qui ont en quelque sorte déclassé la messagerie électronique. Mais c'est ce basculement qui appelle une lecture socio-historique du phénomène, étant entendu que *MSN* a familiarisé une génération de *chateurs* avec un ensemble de codes « technico-relationnels » qui se sont imposés, pour migrer vers d'autres supports de communication électronique, tout en posant les termes de l'émergence d'une « culture numérique⁵ ».

Là se situe la problématique de cette recherche, une fois dépassée la présentation des résultats comparés de nos deux enquêtes : la technique, en première lecture, peut produire du lien social⁶, des communautés, de l'appartenance et de la construction identitaire, via le partage d'un ensemble de codes, de langages, de normes et de valeurs participant tous de cette culture numérique.

Du lien social, donc, car par-delà la *reliance* ou le caractère phatique que pouvaient revêtir en première lecture les échanges sur *WLM*, c'est une communauté qui s'y retrouvait, y partageait informations, confidences, contenus, le tout étant organisé sous l'égide d'une confiance implicite en les autres, selon des principes anthropologiques relevant même, en profondeur, d'une logique de don et contre-don. Et puis il y avait là des langages (ce que l'on appela le « parler *MSN/SMS* »), validant l'appartenance de ceux qui le maîtrisaient et le partageaient, excluant les autres (dont les parents, souvent), et surtout des valeurs, la convivialité, le « jeunisme », la dérision et la « parodisation », mais aussi l'entraide, le partage, la gratuité ; et un rapport à l'identité, au corps, au temps et à l'espace différent. Des modalités d'adhésion et d'appartenance finalement complexes étaient à l'œuvre sur *WLM*, qui désenclavaient le dispositif de sa nature d'abord technique et de sa finalité apparemment fonctionnelle, pour l'élever au rang de substrat technico-culturel, une fois pris en compte ces paramètres.

En fait, les modalités relationnelles et le socle axiologique désormais de mise sur les réseaux sociaux, constitutifs d'un véritable *ethos* numérique, ont été développés, expérimentés puis intégrés par une génération adolescente sur *MSN/WLM*, en amont de l'essor de *Facebook*.

¹ Lardellier, P (2004), *Le cœur Net. Célibat et amour sur le Net*, Belin, Paris, Casilli, A, (2011), *Les Liaisons numériques*, Le seuil, Paris.

² Lardellier, P., (2006), *Le Pouce et la souris. Enquête sur la culture numérique des ados*, Fayard, Paris.

³ Noté par la suite *WLM*.

⁴ Prensky, M. (2001), « Digitals natives, digitals immigrants », in *On the horizon*, MVB University Press, vol.9, n°5.

⁵ Lardellier, op.cit, (2006), Le Deuff O., (2011), *La formation aux cultures numériques*, Fyp.

⁶ Bouvier, P. (2005), *Le Lien social*, Gallimard, Paris.

2 Présentation générale de la recherche

2.1 Messenger en quelques traits

On se souvient que ce logiciel permettait des fonctionnalités, entre autres, de vidéoconférence et de conversations écrites avec un ou plusieurs internautes. En 2009, il y avait plus de 330 millions d'utilisateurs de WLM dans le monde (source Microsoft, 2009) dont 21 millions (source Médiamétrie juin 2009) en France, signe d'un véritable phénomène social. WLM représentait, selon Microsoft (février 2009), 70% de la tranche d'âge des 12-25 ans. Médiamétrie Netrating (juin 2009) précisait à ce sujet, que « *Windows Live Messenger représente la première audience en temps passé sur le Web en France, tous sites confondus* ».

WLM, qui ne se réduisait en rien à une simple plateforme conversationnelle, a pu être considéré comme un « dispositif sociotechnique » reflétant « un assujettissement plus ou moins accentué à des normes sociales⁷ ». Il possédait des dimensions sociale et symbolique porteuses de sens et créatrices de liens communautaires puissants chez les adolescents, fondés, on y revient, sur un ensemble de codes, de normes et de valeurs ayant œuvré à faire émerger une culture numérique adolescente. Car WLM aura produit les conditions technico-relationnelles d'appartenance à une communauté, à un groupe social spécifique, revendiquant l'utilisation de la plate-forme comme trait identitaire générationnel. C'est ce que les enquêtes que nous avons menées en 2007 et 2010 auprès d'utilisateurs de WLM tendent à prouver. C'est là que se situe l'intérêt de la présente étude, qui loin de décrire la lumineuse et lointaine fulgurance d'un astre déjà mort, propose une analyse diachronique de la messagerie instantanée comme support dynamique de pratiques relationnelles, mais aussi vecteur symbolique de *reliance* et d'appartenance pour les adolescents du début de la première décennie du siècle présent. Une migration s'est ensuite faite vers les réseaux sociaux de ces communautés adolescentes utilisatrices de WLM, quand les codes inhérents à cet outil ont vu un public stable et mature exporter ceux-ci vers un autre type d'outils, aux potentialités d'expressivité élargies. La transition s'est d'ailleurs faite selon une logique de glissement d'abord complémentaire⁸, eu égard à un appauvrissement progressif de l'usage initial⁹, effet de désaffection rencontré en son temps par le Minitel, lors de la sédentarisation d'Internet, au milieu des années 1990.

⁷ Chambat, P. (1994). « Usages des TIC : évolutions des problématiques », in *Technologies de l'Information et Société*, vol. 6, n°3, pp. 249-270.

⁸ Nous rejoignons Jérôme Denis pour qui, « *il est rarissime qu'une technologie de communication en chasse brutalement une autre. Regardez à quel point le fax est encore utilisé, alors qu'il n'est plus du tout indispensable ! Par ailleurs, la messagerie instantanée rend des services bien spécifiques. Elle permet une conversation plus intime qu'avec Twitter et Facebook, où on est davantage dans la logique d'une diffusion de ses conversations à tout le Web* » dans le Monde du 14 septembre 2009, http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/09/14/les-enfants-de-messenger_1240123_651865.html

⁹ G. Nahon estime que l'usage du « chat » s'est déjà appauvri : « *en réalité, il sert de plus en plus à s'assurer de la présence de l'interlocuteur en se connectant à son service de messagerie instantanée (les membres du réseau connectés apparaissent en vert), juste avant de lui envoyer un e-mail ou de lui téléphoner* » dans le Monde du 14 septembre 2009, http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/09/14/les-enfants-de-messenger_1240123_651865.html

Mais cette messagerie a induit de nouvelles pratiques, de nouveaux usages¹⁰, de nouvelles logiques à la fois procédurales, comportementales et cognitives (notion de contacts, de mise en relation, de résolution de problèmes techniques, d'apprentissage de codes d'écritures et de relation, etc...), exploités par les dispositifs sociaux numériques les plus récents. Quelle a été l'influence du concept d'immédiateté sur les usages d'aujourd'hui, majoritairement caractérisés par l'immédiateté de réponses aux sollicitations (mails ou notifications des réseaux sociaux)? Les pratiques actuelles apparaissent comme « une filière d'usages » (Pronovost, 2004 ; Chambat, 1994), constituées de comportements, d'habitudes et plus largement de pratiques qui ont intégré des logiques antérieures. Se posent dès lors des questions de plusieurs ordres quant aux raisons du succès d'une application technologique, de sa diffusion massive, et de son rôle dans la constitution d'une « culture jeune » prenant appui sur un socle technique, pour voir émerger de nouveaux liens sociaux et plus largement, de nouvelles modalités relationnelles.

2.2 Méthodologie

Notre recherche entend proposer un état des lieux socio-historique des usages de *WLM* par un échantillon d'adolescents entre 2007 et 2010, dans le courant de la sociologie des usages des TIC. Nous avons mobilisé les apports méthodologiques et théoriques de courants de recherche sur la diffusion et l'appropriation¹¹. Nous avons considéré que *WLM* donnait lieu à un usage social et qu'il était donc intégré et stabilisé dans la vie quotidienne des jeunes. La deuxième prémisse a consisté à envisager *WLM* comme un complément des instances de socialisation et du lien social reconfiguré par les dispositifs numériques. Enfin, nous avons aussi pris en compte l'existence d'une « culture numérique » adolescente façonnée par les usages d'Internet et, *de facto*, par *WLM* (nous y reviendrons *infra*).

Le travail a d'abord consisté en deux enquêtes, séparées par un intervalle de trois ans, auprès d'adolescents, de post-adolescents et de jeunes adultes suivant des cursus allant de la classe de troisième jusqu'en Licence professionnelle (étudiants d'IUT). Sur la base de cet échantillon (417 personnes), la première enquête¹² était à caractéristiques variées et étudiait les variations de comportements des individus en fonction de leurs caractéristiques. L'échantillon de la deuxième enquête¹³ était aussi à caractéristiques variées mais composé uniquement d'une partie de l'échantillon précédent. Ce sont 170 personnes qui ont été approchées via leurs adresses e-mail. Par ce biais, nous avons pu « toucher » 155 personnes, ce qui correspond à une performance de la *mailing-list* de 91,2%. Ce chiffre, important, tend à prouver que les jeunes sont fidèles à leur adresse mail dans la durée, puisqu'elle se caractérise par sa

¹⁰ Nous retenons la définition de JG Lacroix pour définir l'usage social c'est-à-dire « de modes d'utilisation se manifestant avec suffisamment de récurrence et sous la forme d'habitudes suffisamment intégrées dans la quotidienneté pour s'insérer et s'imposer dans l'éventail des pratiques culturelles préexistantes, se reproduire et éventuellement résister en tant que pratiques spécifiques à d'autres pratiques concurrentes ou connexes », Jean-Guy Lacroix, B. Miège, Gaëtan Tremblay, De la télématique aux autoroutes électroniques, le grand projet reconduit, Grenoble, PUG, 1994, p. 147.

¹¹ Voir à ce propos : Millerand, F., *Usages des NTIC, les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation*, (1er et 2ième partie). Université de Montréal, 1998-1999.

¹² Enquête réalisée entre le 27/02/2007 et le 31/05/2007. Cette première enquête a été menée en Côte d'Or et plus spécifiquement sur plusieurs établissements scolaires avec l'aide de collègues enseignants qui ont accepté de consacrer une partie de leur temps-classe au questionnement de leurs élèves. Il s'agit de collègues et d'élèves du lycée professionnel « Antoine-Antoine » à Chenove, du lycée « Simone Weil » à Dijon et de l'IUT de Dijon.

¹³ Enquête menée entre le 19/03/2010 et le 03/06/2010.

stabilité, à l'instar d'une adresse postale classique, et ce face à la labilité d'identités numériques par ailleurs fugaces et transitoires.

2.3 Le temps comme variable essentielle de notre recherche

La notion de temporalité, importante dans notre enquête sur l'usage social de WLM, a servi de fil rouge à notre recherche, pour plusieurs raisons. La messagerie instantanée a résisté aux pratiques concurrentes. Régulièrement, de nouveaux services apparaissent, des « nouveautés technico-sociales » censément plus en phase avec les attentes des utilisateurs sont proposées. Ainsi en a-t-il été de *Facebook* ou *Twitter*, qui auraient pu rendre obsolète la messagerie instantanée. Il n'en est rien, et nous l'avons déjà esquissé *supra*, car la plupart de ces réseaux sociaux a intégré la « logique *Messenger* » (et vice-versa). A ce titre, ils assurent une interopérabilité entre les systèmes et proposent des outils identiques à WLM pour maintenir leur communauté. On observe une plasticité des logiciels sociaux qui permet d'intégrer « naturellement » la logique « de l'autre » (mutualisation des contacts, par exemple) tout en tentant une différenciation d'usage. Ainsi, *Microsoft* valorisait un fonctionnement « privé » de sa messagerie et présente son principal concurrent, *Facebook*, comme une sphère publique sans frontière de l'intimité.

La notion de temps doit être questionnée dès lors que l'on traite de l'usage social des technologies¹⁴. Elle nous semble devoir baliser les recherches en sociologie des usages des TIC car, comme le précise Françoise Massit-Folléa¹⁵, on assiste à une tension permanente entre le temps de l'offre technologique et le temps de l'appropriation par les acteurs sociaux. Le premier est souvent court et découle des travaux de laboratoires R&D à vision technique avec pour finalité commerciale la promesse d'une vie quotidienne « améliorée par le numérique ». Ce temps est lié également aux intérêts économiques et industriels des entreprises, qui raisonnent selon une logique de marché. Le second temps, plus long, reflète la rencontre entre la technique et l'usager, qui doit appréhender et maîtriser le dispositif, l'intégrer à ses pratiques quotidiennes et éventuellement le détourner de sa fonction d'usage initiale. Plusieurs exemples, comme la démocratisation de l'ADSL en France ou le développement de l'Internet mobile (3G ou plus récemment la 4G) peuvent être mis en évidence, démontrant que parfois, il convient d'attendre pour voir l'émergence d'une modification sur les pratiques quotidiennes.

3 Synthèse de quelques évolutions de l'usage de WLM entre 2007 et 2010

En trois ans, la moyenne d'âge de notre échantillon est passée de 19 ans à plus de 22 ans. *In fine*, c'est tout l'environnement et la vie quotidienne de notre échantillon qui s'est modifié. L'usage de la messagerie en a-t-il été bouleversé ? Il s'inscrit dans l'analyse d'un processus d'usage itératif qui a vu, dans ce laps de temps, évoluer les usagers, les nouvelles offres logicielles intégrées dans les mises à jour et l'arrivée des réseaux sociaux, socle du web 2.0 ; un web en soi participatif et collaboratif constitué de communautés, de médias sociaux et de technologies de plus en plus perfectionnées.

¹⁴ Voir à ce propos Claude Dubar, « Une critique sociale du temps au cœur des préoccupations de *Temporalités* », *Temporalités*, mis en ligne le 04 juillet 2011, consulté le 30 avril 2013. URL : <http://temporalites.revues.org/1504>

¹⁵ Massit-Folléa F (2002), *Usages des Technologies de l'Information et de la Communication : acquis et perspectives de la recherche*, Le Français dans le Monde.

Nous aborderons la comparaison et l'évolution des usages à travers deux aspects, fonctionnel et technique, de l'outil en se basant sur le modèle intégratif développé par Karnowski, Von Pape et Wirth (2008)¹⁶ pour la téléphonie mobile.

3.1 L'aspect fonctionnel : dimensions pragmatique et symbolique

L'entrée dans l'usage

L'entrée dans l'usage se fait au moment de l'adolescence et jusqu'à l'entrée dans l'âge adulte. C'est 79,1% de notre échantillon qui a utilisé la messagerie instantanée pour la première fois entre 12 et 18 ans. Quasiment personne ne l'a découverte avant 12 ans. C'est le signe de sa notoriété et de sa popularité dans le monde adolescent (qui commence sociologiquement à 13 ans), et particulièrement dans un milieu de socialisation qu'est le collège¹⁷. À moins que ce soit aussi l'âge de « l'autonomie numérique » des adolescents dont la pression familiale est moins prégnante qu'à l'école élémentaire, où la proximité entre le monde enseignant et les parents joue son rôle à plein surtout en zones rurales.

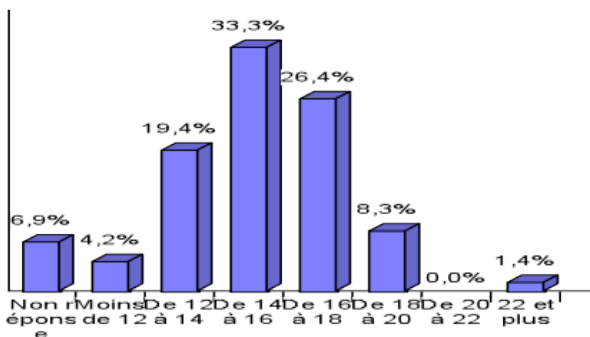


Figure 1. Age de l'entrée dans l'usage de Messenger

Les raisons de l'entrée dans l'usage de la messagerie

« Saint Graal » de *Messenger*, le « besoin de communiquer » est LA raison essentielle de l'entrée dans l'usage de la messagerie :

- « la première fois j'étais jeune, et c'était pour retrouver les copains le soir après l'école ou le week-end »¹⁸.

Mais pour communiquer avec qui? Sans ambiguïté, *Messenger* est la prolongation des relations amicales *in situ*, c'est-à-dire à domicile. Cette analyse est corroborée par les résultats « des outils privilégiés pour communiquer avec les amis » qui placent *Messenger* comme une alternative au face à face et à la téléphonie.

¹⁶ Karnowski, V., Von Pape, T. & Wirth, W. (2008). *An Integrative Model of Mobile Phone Appropriation*, Journal of computer-mediated communication, 13(3), 593-617.

¹⁷ Pasquier, D. (2005). *Culture lycéennes : la tyrannie de la majorité*. Paris, Editions Autrement.

¹⁸ Il s'agit de quelques observations mais dont l'esprit général reflète, par le nombre de citations, le sentiment et l'idée principale.

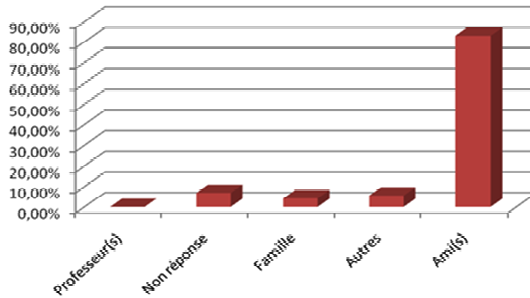


Figure 2. Types d'interlocuteurs

Communiquer avec les amis, c'est fondamental, mais gratuitement c'est encore mieux. La gratuité vient faciliter l'entrée dans l'usage surtout à un âge où l'indépendance financière n'est pas encore acquise. Alors pouvoir utiliser un outil pour discuter avec des amis en toute indépendance parentale ne fait que renforcer la popularité de Messenger :

- « Pour rester en contact gratuitement avec mes amies » ;
- « Pour rester en contact aisément avec mes amis, les forfaits téléphoniques étant assez onéreux ».

À l'âge où l'appartenance au groupe constitue un critère d'identité sociale et de construction identitaire primordiale, il n'est pas singulier de voir combien le voisinage social et la culture des pairs influent, inévitablement, l'entrée dans l'usage.

- « Afin de rejoindre un groupe d'amis qui utilisaient déjà la messagerie instantanée » ;
- « Inscrit lors de ma 2^{de}, lors des séances informatiques à l'Internet, je ne connaissais pas, mes amis l'utilisaient, ils m'ont guidé pour créer un compte et m'expliquer le fonctionnement du logiciel ».

On comprend alors mieux tout l'intérêt économique de WLM et des éditeurs de produits à « choyer les préférés », en mettant en œuvre des logiques marketing en adéquation avec les préoccupations de notre jeunesse et à même de cibler au mieux la sphère adolescente. Et les phénomènes de mode et d'innovation restent les dimensions symboliques les plus citées pour justifier l'intégration de Messenger dans les pratiques de notre jeunesse :

- « Pour faire comme tout le monde » ;
- « Pour tester le phénomène de mode ».

Pression de la conformité et « mimétisme générationnel » (Donnat, Levy, 2007), bien sûr, mais aussi conscience claire que WLM était un vecteur de socialisation tel, que « ne pas y être » revenait à être ostracisé de la « bande », au double sens du terme. Car Messenger devait son succès à sa gratuité, autant qu'au fait qu'il agrégeait une grande partie de la population collégienne. Le désir de montrer son appartenance à la « tribu MSN/WLM » était aussi une raison symbolique motivant l'entrée dans la messagerie instantanée.

Une jeunesse qui privilégie la rencontre

Notre échantillon, en mutation sociale accélérée, fait valoir, par rapport à notre première enquête, une grande importance accordée à la rencontre physique. Cela rejoint l'analyse de C. Licoppe pour qui « la rencontre en face à face n'est pas suppléée par les TIC, même s'il est possible d'être en relation, d'échanger sans être physiquement présent¹⁹ ». Que ce soit pour communiquer ou pour un moment de détente, notre échantillon avoue préférer la rencontre réelle des corps, et la pratique d'un loisir comme le sport ou les sorties culturelles, plutôt que de « rester derrière l'ordinateur ». Avec l'âge, les activités solitaires sont abandonnées au profit des activités de groupes et de rencontre avec les pairs.

ISOLEMENT	Nb. cit.	Fréq.	PREFERENCE TEMPS LIBRE	Nb. cit.	Fréq.
Non réponse	2	2,8%	Non réponse	2	2,8%
Face à Face	66	91,2%	La messagerie instantanée	3	4,2%
MSN Messenger	4	5,6%	Autre loisir	67	93,1%
TOTAL OBS.	72	100%	TOTAL OBS.	72	100%

Tableau 1. Outils pour communiquer avec les amis et activités préférées pendant le temps libre

Messenger n'est plus le compagnon favori des jeunes enquêtés

Résultante du besoin de rencontre, Messenger n'est plus le compagnon favori de nos enquêtés. Il est à la fois un substitut et une compensation à l'absence des corps et une échappatoire au sentiment d'ennui.

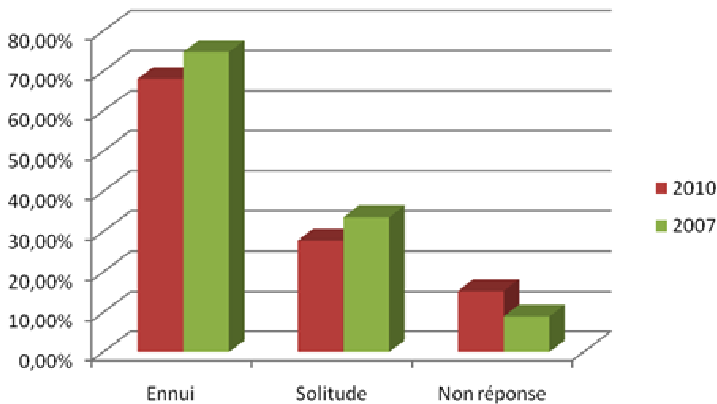


Figure 3. Rôle de Messenger

Messenger a, de facto, un rôle dans la construction identitaire de l'individu qui apprend à gérer son ennui, que les parents essaient de combattre avec leurs moyens et des aspirations souvent différentes, surtout en période de vacances scolaires. Pour les jeunes, si l'usage de Messenger n'a aucune retombée par rapport à la gestion

¹⁹ Licoppe, C. (2009). « La présence connectée ». In *L'évolution des cultures numériques*. Paris, Fyp.

du temps de leur vie quotidienne, si effectivement il comble un ennui, il ne favorise pas une baisse des relations familiales ou d'une autre pratique culturelle.

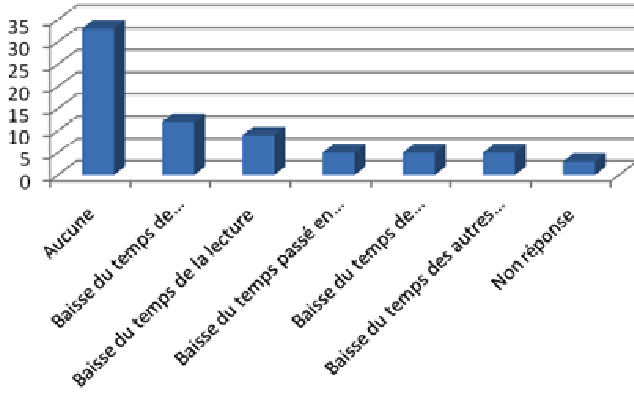


Figure 4. Influence de la pratique de Messenger (citation de rang 1)

De l'usage ludique à l'usage pratique

En trois ans, les fonctionnalités préférées de la messagerie ont migré des fonctions ludiques aux fonctions pratiques. C'est la fonction multimédia représentée par la conversation vidéo qui a le plus évolué pour devenir la pratique favorite et a détrôné le partage de fichiers via *Messenger*. Cela est corrélé à l'avancée des technologies, associée à une qualité de service maîtrisée des réseaux et des infrastructures, qui ont permis d'offrir une augmentation de débit qui assure ainsi une fluidité de la diffusion vidéo.

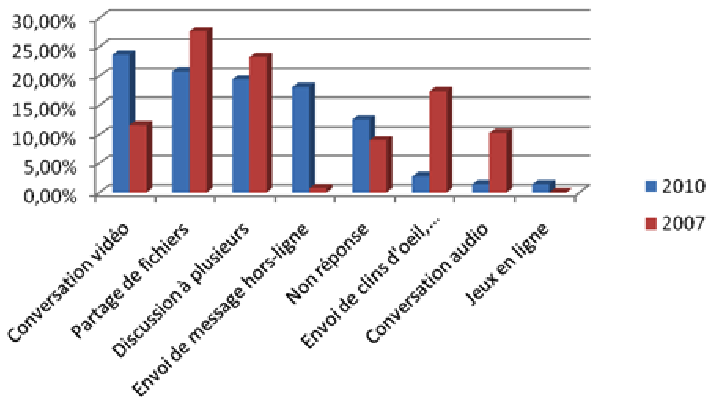


Figure 5. Evolution des fonctions préférées de rang 1

Une participation à la « société de flux »

Une autre fonction fait son apparition parmi les fonctionnalités utilisées et montre l'évolution du logiciel et son adaptabilité à la concurrence : le message hors-

ligne à un contact. Fonction tout de suite adoptée puisqu'elle fait partie des fonctions favorites des jeunes. Elle reflète ce besoin permanent de pouvoir joindre quelqu'un, qu'il soit derrière son ordinateur ou dans une situation d'indisponibilité. Elle impose *Messenger* comme un outil permettant « la joignabilité » (Licoppe, 2009) à la fois de manière synchrone mais aussi asynchrone sans nécessairement attendre une réponse immédiate et instantanée de l'autre. L'important est de pouvoir communiquer quand l'utilisateur, lui, est libre, même « si la réception n'est pas synchrone ». Le temps ne doit plus avoir d'emprise sur le besoin de communiquer et *Messenger* participe, à son niveau, à une « société de flux » (Semprini, 2003) qui modifie le rapport au temps.

3.2 L'aspect technique

Les contextes d'usage

Un déplacement de la sphère intime ?

Le domicile restait le lieu privilégié pour se connecter et pour utiliser la messagerie, même si l'entrée dans la vie professionnelle a vu certains délocaliser son utilisation dans l'entreprise et importer, *in fine*, une partie « de leur sphère intime » dans l'organisation.

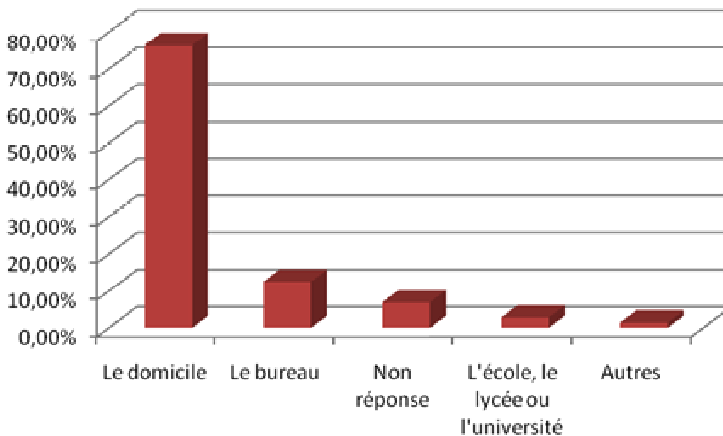


Figure 6. *Lieu d'usage de Messenger*

La messagerie est ainsi devenue, à la fois, un outil privé et un outil professionnel. Propos, par exemple, corroborés par cette observation :

- « *La première fois j'étais jeune, et c'était pour retrouver les copains le soir après l'école ou le week-end. Maintenant, c'est un outil de travail assez important car nombre de nos clients utilisent msn.* »

Un rééquilibrage des périodes journalières

Comme pour le lieu d'usage, le soir reste la période la plus propice à la discussion entre amis et plus globalement à l'utilisation de *Messenger* même si la répartition journalière est moins déséquilibrée qu'en 2007. Cette répartition journalière devient le signe d'un besoin permanent de communication avec les amis.

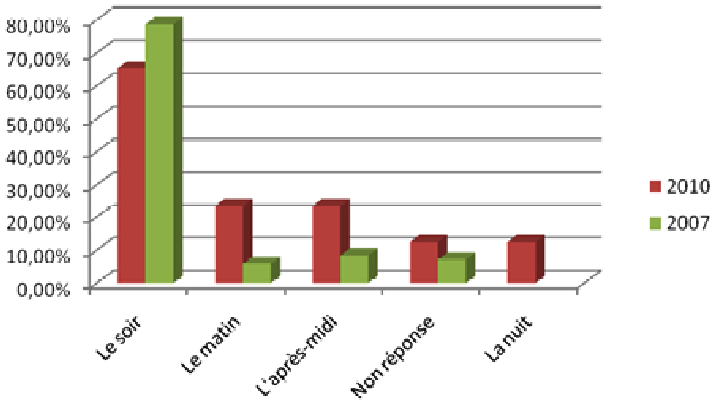


Figure 7. Période d'utilisation de Messenger

Une pratique soutenue et régulière

La fréquence d'utilisation de *Messenger* n'a guère évolué en trois ans et est principalement une activité journalière ou hebdomadaire régulière. Elle est intégrée dans les pratiques quotidiennes des jeunes, au même titre que faire du sport ou écouter de la musique.

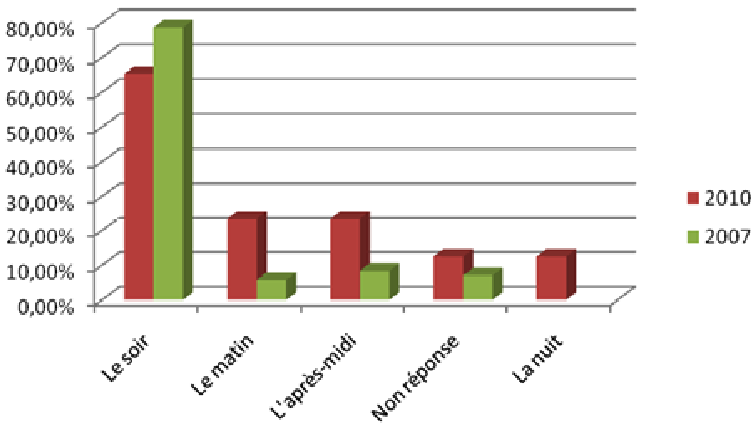


Figure 8. Evolution de la fréquence

Un carnet d'adresses reflet d'un « parcours de vie »

On constate que le carnet d'adresses n'a pas cessé d'augmenter en trois ans. Il est toujours aussi impressionnant et compte un nombre moyen de contacts supérieur à 50 pour 43,1% de notre échantillon. Il est à l'image de l'abondance des carnets d'adresses dont disposent les « natifs du numérique » qui, lorsqu'ils donnent

des coordonnées commencent par donner leur numéro de portable puis égrènent leurs adresses mail, (feu) MSN, et *Facebook*. Chacun trouve le meilleur moyen pour « toucher l'autre ».

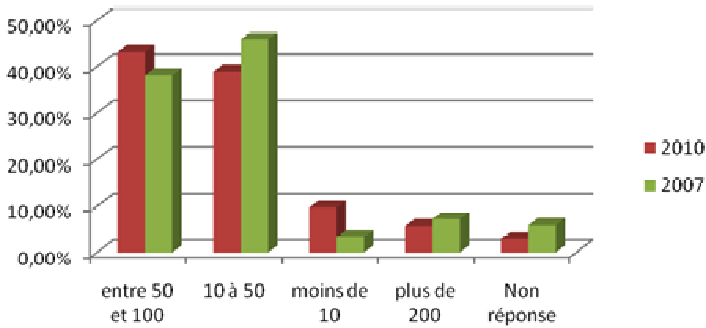


Figure 9. Nombre de contacts sur Messenger

Le noyau dur des adresses était composé principalement des amis et de la famille. Le cercle des relations a eu peu tendance à s'agrandir. *Messenger* n'était pas, comme peuvent l'être les réseaux sociaux, un espace de mise en contact avec des inconnus, ou de retrouvailles. C'était en quelque sorte un « club privé à entrée gratuite » pour discuter et prolonger le contact. La fonction phatique jouait là à plein.

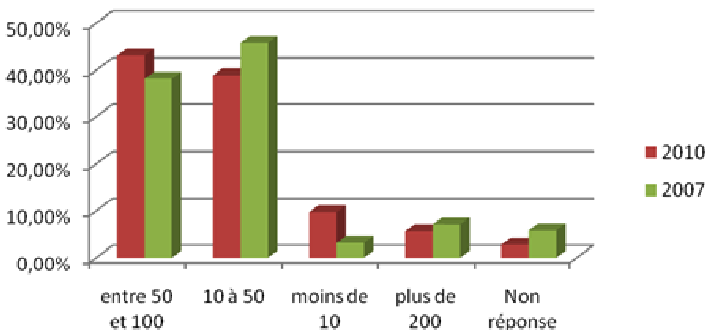


Figure 10. Composition du carnet d'adresses

Le réseau social de notre échantillon se construit principalement par l'intermédiaire de trois agents d'intégration que sont les soirées organisées entre amis, l'école et lors d'activités sportives ou associatives. Evolution de notre société et de l'accessibilité des (très) jeunes à l'autonomie et à l'indépendance, l'école, instance de socialisation primaire, n'est plus le seul lieu permettant la rencontre et la relation sociale. Les instances secondaires, en particulier les groupes de pairs, sont des éléments déterminants de l'extension de son réseau social.

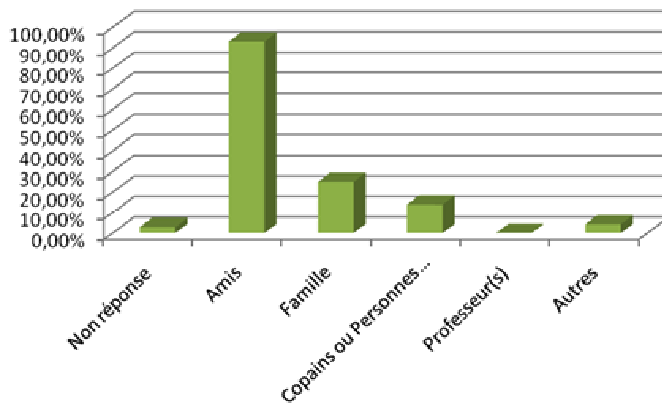


Figure 11. Lieu de rencontre

À propos de la constitution du carnet d'adresses, il est à l'image de la socialisation de notre échantillon et reflète « le réseau relationnel constitué de termes qui peuvent être qualifiés par leur nature (amis, famille, collègues) ou leur intensité (liens faibles, liens forts) »²⁰. Il permet à l'utilisateur de se socialiser et de partager un laps de temps avec un voisinage social déterminé. Cela rejoint l'analyse de Piette, Pons et Giroux (2006) pour qui « les noms qui figurent sur sa liste MSN Messenger ont dès lors une importance cruciale, ils constituent des traces, des marqueurs identitaires qui jalonnent cette étape cruciale de leur socialisation »²¹. Valérie Beaudoin a d'ailleurs défini trois phases dans cette socialisation qui rejoignent l'analyse précédente et qui sont à l'image du carnet d'adresses des jeunes de notre échantillon. Une première phase, qu'elle appelle « la jeunesse » où la part des amis dans le réseau de relation est élevée. Puis vient « le temps de l'activité » où les contacts professionnels prennent le devant. S'en suit « la vieillesse » où la relation avec la parenté domine. À la vue du carnet d'adresses de notre échantillon, l'époque du « temps des activités » n'est pas encore d'actualité. Rien d'anormal, la moyenne d'âge n'est que de 22 ans et s'explique, entre autres, par l'allongement des études qui entraîne une intégration professionnelle plus tardive. Le carnet d'adresses est le miroir de l'activité sociale de nos jeunes qui construisent leur vie et qui établissent des rencontres mais encore une fois en privilégiant d'autres instances de socialisation que *Messenger*. L'isolement social ne semble pas être la vertu de notre jeunesse. De plus, le nombre de contacts est très directement lié à la fréquence de connexion et nous permet d'affirmer qu'il s'agit d'un signe « d'une relation entretenue ». Ainsi, les personnes qui ont un carnet d'adresses conséquent ont tendance à se connecter fréquemment sur la messagerie.

²⁰ Beaudoin, V. (2009). « Les dynamiques des sociabilités ». In *L'évolution des cultures numériques*. Paris : Fyp.

²¹ Piette, J., Pons, Ch-M. & Giroux, L. (2006). *Les jeunes et Internet*. Rapport final au ministère de la culture et de la communication, Québec.

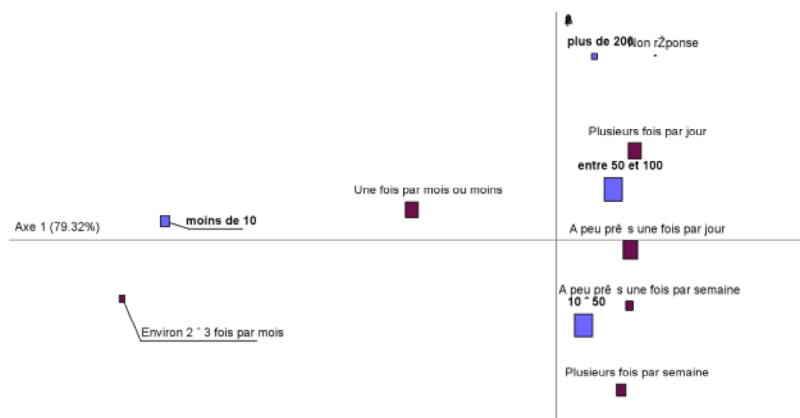


Figure 12. Analyse factorielle entre la fréquence de connexion et le nombre de contacts

Les conversations

Privatisation et intimité des conversations

La pratique de Messenger était définitivement une pratique aux contextes individualistes, à domicile et avec ses amis. Les conversations se faisaient « point à point » puisque notre échantillon effectuait, comme en 2007, très peu de conversations à plusieurs.

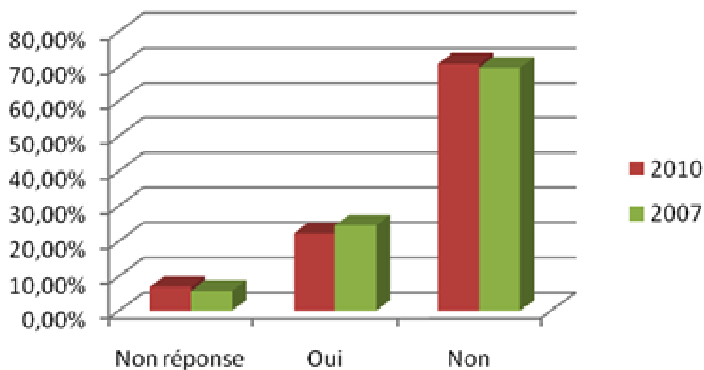


Figure 13. Conversations à plusieurs sur Messenger

Notre population différenciait parfaitement l'usage privé et l'usage communautaire. Ils étaient plus de 94,4% à se servir de la messagerie dans le cadre de communications intimes et privées n'ayant pour eux pas leur place sur des réseaux ouverts.

Une remise en cause du « statut H24 de la messagerie » et des échanges pratiques

Nous avons mis en évidence la forte disposition des jeunes à communiquer avec leurs pairs. Le grand nombre d'outils de communication à leur disposition induit une disponibilité permanente. L'important devient de gérer l'absence ou

l'indisponibilité ce que remplit, entre autres, le statut en ligne de la messagerie. *Microsoft* avait répondu à ce besoin en créant le statut. Toutefois, sur trois ans, la gestion du statut a foncièrement changé puisqu'elle était de plus en plus abandonnée.

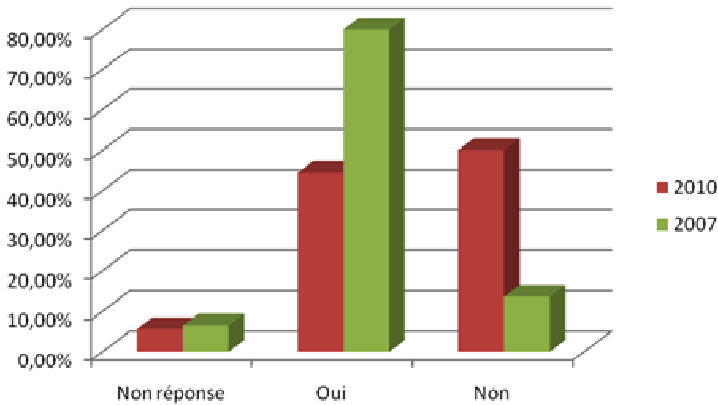


Figure 14. Actualisation du statut

Les jeunes semblaient se connecter à *Messenger* uniquement en cas de besoin de discussion. Dans ce cas, l'utilité du statut, directement liée à une connexion permanente, n'avait plus lieu d'être. Les répondants étaient d'ailleurs de plus en plus nombreux à ne plus laisser *Messenger* connecté en permanence, même si presque 35% de notre population restaient en « mode H24 ». Est-ce l'image d'un besoin retrouvé de relation réelle ou de liberté ou tout simplement le signe d'une désaffection de la messagerie pour d'autres outils de communication ? Ils abandonnaient, ainsi, la connexion H24 de la messagerie, devenue un outil de communication au même titre que le téléphone. L'important est de disposer d'une convergence et d'une multitude de moyens et de supports pour communiquer avec son réseau social. *Messenger* faisait partie de ce « pool communicationnel ».

Mais que se disaient-ils alors ? Sur ce point, l'évolution sociale de la jeunesse n'engendre pas une évolution du contenu des conversations. Cela vient renforcer notre hypothèse d'un outil de « papotage » entre amis même si une infime partie l'utilisait comme un outil d'échange professionnel avec des conversations qu'ils jugeaient sérieuses. Notre vision de la messagerie comme reflet de conversations phatique, futile ou stérile, associée au besoin « de discuter pour discuter » et de passer le temps est renforcée par :

- la non-conservation des communications par nos utilisateurs dont la fonctionnalité liée à l'historique des dialogues est jugée inutile et sans intérêt,
- la non-reconnexion suite à un problème technique voire même l'abandon de la conversation en cours.

Pourtant, si les conversations établies via *Messenger* n'étaient pas d'une grande importance, une partie souhaitait cependant garder le caractère privé et confidentiel de leurs échanges :

- « Question de confidentialité » ;

➤ « Parce ce que j'ai pas envie qu'on les trouve, pour respecter ma vie privée ».

La confidentialité met en évidence un rôle majeur de l'outil et du virtuel qui procure une sorte « de bouclier », en introduisant une distance renforcée par l'écran. Elle facilite la mise en relation, notamment chez un jeune timide où la discrétion et la confidentialité des conversations faciliteront sa socialisation. *Messenger* lui permettait de s'aventurer dans « une liberté de parole retrouvée » et bordée d'une certaine intrépidité, difficile à maîtriser en face à face du fait d'un manque de confiance en soi.

Le pseudo : entre discrétion et divulgation de soi

Pour l'aider, il pourra aussi compter sur son pseudo qui comme l'écran protecteur d'une crème solaire, lui évitera toute déconvenue relationnelle. L'indice de l'écran sera à l'image de la signification du pseudo qui navigue entre divulgation et discrétion identitaire. Eléments que confirment nos enquêtes dont la moitié sont « sous pseudo » dans l'espace *Messenger* : « J'ai deux adresses msn : une constituée de mes vrais nom et prénom sur laquelle je connais tlm et parle atlm, et une autre adresse « brouillon » ou « j'ai le pseudo que j'utilise pour les sites de rencontres où je ne connais pas tous les gens. C'est un compte qui ne contient aucune info personnelle sur moi ». L'attitude de notre observation est sage mais n'est malheureusement pas le comportement de notre échantillon global qui utilise le même pseudo pour communiquer avec les amis et la famille et donc par extension avec des personnes inconnues sur Internet.

WLM et liens sociaux

Notre recherche a montré que l'usage de *WLM* est étroitement lié à sa capacité à renforcer ou à maintenir du lien social et cela pour plusieurs raisons :

- La continuité du lien malgré la distance : l'outil permet de pallier l'éloignement et l'éclatement géographique de la sphère sociale de notre jeunesse
 - « Discuter avec des amis que je ne peux plus voir car ils sont loin » ;
 - « Prendre des nouvelles de certaines personnes que je ne peux pas voir ».
- La continuité du lien à n'importe quel moment : l'outil facilite la mise en relation et le contact permanent, avant, éventuellement une rencontre en face à face
 - « Faire passer un message à n'importe quel moment » ;
 - « Le côté pratique. -"tu es là ce soir?" -"oui" -"je peux passer?" -"oui" - "Ok, à toute !" ».
- Eviter l'isolement et faciliter l'échange
 - « Je ne m'en sers vraiment que si mon interlocuteur n'est pas joignable autrement. Ce qui me gênerait serait de savoir que je ne pourrais peut-être plus contacter cette personne » ;
 - « Je parlerais moins souvent avec mes amis ».
- Partager des contenus (photos, vidéo, écrits)
 - « Echange de fichiers légers » ;
 - « La possibilité d'échanger des images, photo, musique... ».

Pourtant, en trois ans, les jeunes ont de moins en moins cru en cette fonctionnalité du lien social de *Messenger* au point d'observer un basculement d'opinion. Notre échantillon est devenu, à ce propos, de plus en plus mitigé et circonspect.

Les raisons de cette évolution de pensée résident dans la définition du lien social et dans l'usage de la messagerie. L'observation suivante rassemble à elle seule l'intégralité de la vision de notre population :

- « *En fait, je ne pense pas que Messenger ait une conséquence positive ou négative sur les liens sociaux. C'est un moyen de communication très pratique, ludique et rapide mais cela ne remplacera jamais une vraie conversation de visu. Pour moi c'est un genre de "sous-échange" (les conversations sont banales), pour passer le temps.* ».

Le « lien social », pour les jeunes, c'est la rencontre en face à face. Or, ils jugent que l'outil engendre plus d'individualisme dans un espace virtuel :

- « *Plus d'individualisme* » ;
- « *Pas nécessairement, le vrai lien social se crée lors d'un face à face pour moi* ».

La notion du virtuel à l'opposé du réel semble être une condition *sine qua non* du lien social :

- « *La distance rend superficiel* » ;
- « *Relation virtuelle* ».

Le lien social passe encore, pour notre échantillon, par des conversations « capitales » ayant du sens, et qui seraient, pas seulement phatiques. C'est une vision limitative du lien social et surtout de l'ensemble des conversations entre individus :

- « *On ne renforce pas le lien social avec des conversations banales sur des trucs de tous les jours* » ;
- « *Communications, relations virtuelles, pas vraiment de sincérité dans les échanges ou banalités* ».

Enfin, ils jugent *Messenger* comme un outil dépassé pour créer du lien social et simplement utile pour réaliser des communications à distance au même titre que la téléphonie. C'est un autre moyen pour communiquer.

- « *Messenger permet de rester en contact avec ses amis, mais cela ne changerait rien si on ne l'utilisait pas. On trouverait tout de même un autre moyen de communiquer* » ;
- « *Pour moi, c'est un simple outil de communication* ».

L'usage régulier et intégré dans la vie quotidienne permet de considérer qu'il s'agit bien d'un usage social qui n'est pas du niveau d'un phénomène de mode mais bien d'une réponse à un besoin primordial de nos jeunes : garder le contact avec les amis ou la famille.

4 Les traits de la sous-culture jeune numérique

Notre recherche, dont une très faible part des résultats viennent d'être présentée, semble avoir montré que l'univers et les pratiques numériques des adolescents ont tendance à s'homogénéiser et ceci quelle que soit l'origine socioculturelle ou quel que soit le niveau d'étude, comme si les TIC reflétaient une culture de masse via des contenus de divertissements partagés, et des codes relationnels communs²².

²² Voir à ce propos, Fluckiger, C (2009), *Internet et ses pratiques juvéniles*, Médialog N°69, 2009 et aussi Octobre, S. « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc des cultures ? », en ligne : www.culture.gouv.fr/deps

Cependant, les deux variables qui nous semblent les plus importantes à considérer sont le sexe et le revenu, encore discriminantes lors de nos enquêtes et pouvant modifier ou modeler la culture jeune. Le niveau d'études n'est pas une variable de différenciation et la culture de l'élite n'est plus une composante de la sous-culture numérique. Cette sous-culture numérique participe à une médiation entre les différents cultures transmises par les référents habituels que sont l'école et les parents. La culture jeune résulte de cette médiation et n'est pas, à notre sens, uniquement le fruit de la sous-culture numérique même si l'emprise du numérique chez les adolescents est prépondérante. Elle est fondée sur des valeurs collectives imposées par la pression collective et l'entourage social du jeune. Il est alors aisé de voir l'importance des instances de socialisation, des pairs et des parents dans la construction identitaire du jeune et dans l'établissement d'une culture jeune, nonobstant la possibilité offerte par les TIC de pouvoir découvrir et conquérir de nouveaux territoires ou de mettre en contradiction les valeurs collectives. Nos enquêtes ont montré que la sous-culture jeune numérique incarne principalement :

- *une culture « des services et des biens de consommation »* : en cela, elle participe à la pression collective, dans une société où la possession de biens d'équipements numériques est le signe d'une reconnaissance sociale et peut définir l'appartenance à un groupe. L'enjeu de cette culture des services et des biens de consommation est stratégique pour notre pays dont le taux de croissance est essentiellement maintenu par la consommation des ménages et *de facto*, par des équipements numériques et audiovisuels. La baisse des coûts d'acquisition et la représentation sociale induite dans l'imaginaire collectif par la possession de tels équipements ne sont pas étrangères à cette frénésie d'achat et à ce suréquipement des jeunes. Mettre en place des outils pour ne pas laisser des jeunes « *off line* » semble alors être une priorité des politiques publiques.
- *une culture de l'écran²³ et du multimédia* : organisée autour de la télévision, de l'ordinateur « tout en un » avec services « triple play » et de la téléphonie mobile (dont les services vont évoluer avec le déploiement de la 4G), en particulier via le *smartphone* où l'écran, de par son ergonomie et sa « tactilité », emporte l'adhésion des jeunes. Cette culture de l'écran se positionne au service de la communication qui n'est plus « mono canal » et qui utilise toutes les formes de communication sur tous les types de supports. De plus, elle permet, entre autres, au jeune « plus timide » de naviguer entre discrétion et divulgation identitaire et de pouvoir explorer de nouvelles voies de socialisation en se mettant en scène ou en jouant avec « *une identité numérique alternative* » (Moatti, 2002). « *L'écran sert de supports à une sociabilité intense et il est facteur d'insertion dans la société des pairs* » (Messin, 2007).
- *une culture de l'image de soi et des apparences* qui pousse les parents à souscrire aux demandes des jeunes en équipement, pour que le jeune soit à « la mode numérique ». Cette mode numérique est imposée, à la fois par les pairs et par la société de consommation, aux parents de toutes les classes sociales à l'image de la mode vestimentaire, elle aussi symbole de l'appartenance au groupe et « de lutte contre l'exclusion » du groupe.

²³ Messin (2007).

- *une culture de la chambre*²⁴. et *des pratiques individuelles* : la chambre a toujours été le « jardin secret » des adolescents Elle leur permet de se découvrir, de se retrouver et de s'autonomiser. Les dispositifs numériques, téléphone portable, ordinateur portable et maintenant tablette tactile ont reconfiguré cet espace domestique en générant une perte de contrôle des parents sur le jeune et sur le monde qui l'entoure. Ce « cocon » remet en cause la transmission des valeurs familiales, et lui permet de contrebalancer les différents pôles de socialisation que sont la famille, l'école et les pairs. C'est une « porte d'accès » à la connaissance et à la culture mais aussi « une porte de secours » à l'intimité, à la timidité, à l'ennui et à la solitude en simulant « une psychothérapie de groupe ». C'est aussi un exutoire à la pression sociale plus ressentie dans une période de vie où tout se reconfigure y compris l'aspect physique. Finalement cela impose une parentalité maîtrisée dans laquelle les parents connaissent et encadrent les usages de leur enfant à travers les dispositifs numériques. Cela nécessite l'apprentissage et la formation des parents à « une veille d'usages » des pratiques de leur enfant. D'où le rôle de la société dans la prévention et l'éducation, de toutes les générations, à l'enjeu d'Internet et de la convergence.
- *une culture dominante des pairs* qui, comme une métacommunication « alimente », dicte et établit des codes adolescents numériques. C'est en fait « une marchandisation » des pairs, imposant un ensemble d'accessoires culturels numériques matériels ou logiciels, pour affirmer son appartenance au groupe. Cette culture des pairs, constituée pour une grande part du voisinage social de nos jeunes, est prescriptrice de l'achat des biens de consommation et plus largement des nouveaux produits. Se pose dès lors la question de l'autonomie culturelle de nos jeunes ; autonomie superficielle puisque imposée par la normalité du groupe de pairs (au lieu de l'héritage des institutions classiques) et dont le poids de la reconnaissance par les pairs anéantit toute liberté individuelle, surtout à un âge « sous influence ».
- *une culture de l'information et de la communication* par l'intermédiaire des TIC (et des écrans) et de moins en moins par les médias traditionnels, en particulier de la presse écrite, qui se retrouvent phagocytés. Le créneau généré par l'arrivée des tablettes numériques comme l'iPad ou des liseuses, doit interroger les éditeurs sur de nouvelles pratiques et une nouvelle offre médiatique, plus conformes à la culture jeune. Internet est indéniablement une source essentielle d'accès à la culture et permet, par exemple, de découvrir des genres musicaux par l'écoute et le téléchargement gratuit de fichiers musicaux.
- *une culture de la relation* qui s'effectue en priorité *de visu* ou en face à face mais qui est renforcée par les TIC. Car ces TIC prolongent et entretiennent la relation établie, la plupart du temps, dans d'autres espaces de socialisation que sont, par exemple, les soirées. L'isolement numérique n'est pas d'actualité et les jeunes sollicitent la rencontre physique plus que la rencontre virtuelle qui compense l'absence des corps et qui facilite la continuité du lien avec le réseau des « intimes ». Cette culture de la relation

²⁴ Glevarac, H. (2009). *La culture de la Chambre, Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*, DEPS, Paris.

se voit renforcée par les dispositifs numériques qui mettent en relation le réseau des intimes et, dans une moindre mesure, un réseau communautaire structuré autour de centres d'intérêts spécifiques. Cette « culture de la rencontre » s'impose à toute autre culture. Il y a finalement des degrés de priorité dans la sous-culture jeune interagissant les uns sur les autres mais formant un tout, indivisible et indissociable.

- *une culture du loisir et du ludique* confortée par le numérique et qui transparaît dans l'usage d'Internet (téléchargement vidéo, musique,...) sans pour autant que cela se substitue aux autres pratiques culturelles plus « réelles » telles que les sorties cinéma ou les rendez-vous sportifs.
- *une culture de l'instantanéité et de la disponibilité permanente* versus la culture du rendez-vous. L'important devient pour tous les acteurs de la société de gérer l'indisponibilité et d'établir des temporalités plus longues et adaptées aux situations du moment. Cette culture a été renforcée par le statut du « connecté H24 » qui a profondément modifié les pratiques individuelles et collectives. A ce propos, la remarque d'un étudiant de Licence professionnelle lors de notre première enquête vient parfaitement refléter les conséquences sur le fonctionnement de notre société : « *je n'ai plus de contrainte, j'ai ce que je veux, tout de suite* ». Modérons les propos car contraintes il y a, qu'elles soient techniques, financières ou cognitives ; mais la culture jeune numérique tend à annuler ces limites en trouvant des réponses via les pairs ou l'école de plus en plus « branchée ».
- *une culture de l'innocence et de l'inconscience collective* qui omet les droits d'auteurs, les réalités de la vie quotidienne, la séparation entre la vie publique et la vie privée, la validité de l'information mais aussi de la relation et qui ne sait plus faire la part des choses. Les enjeux de la gouvernance sont, de fait, fondamentaux à l'équilibre de la société numérisée.
- *une culture de la personnalisation* proposée par les fonctionnalités logicielles permettant de modifier son environnement, d'intégrer des photos, de changer les couleurs, etc. Cette culture de la personnalisation a eu une emprise sur l'écrit qui a été reconfiguré et personnalisé à outrance par la nécessité technologique du dispositif et par le coût généré par les échanges sur le réseau. Les acteurs du marketing ont bien intégré cette culture de la personnalisation qu'ils déclinent plus largement dans de nombreux produits du quotidien (voiture, alimentation, etc...).
- *une culture multitâche et du zapping* lourdement influencée par la convergence et par la multitude des dispositifs composant la sphère adolescente. Le plus étonnant reste cette possibilité de jongler avec les conversations en jouant sur différentes identités et de maintenir une communication cohérente. La prise en compte de cette culture est fondamentale en sciences de l'éducation et dans la formation des maîtres pour adapter les pratiques pédagogiques à un type de population et ne pas se déconnecter de la réalité.
- Et enfin, *une culture de la gratuité*, initiée par la technologie et le téléchargement qui met à disposition un ensemble de ressources sans se préoccuper des droits associés.

5 Quelles sont les clefs du succès de WLM ?

Il est bien évident que si la réponse était simple à donner, nous ne constaterions pas régulièrement l'échec d'innovations qui étaient pourtant, du point

de vue de leurs inventeurs, enchanteresses, utiles et indispensables. Cependant, notre recherche tend à montrer la corrélation entre les fonctionnalités d'usages produits et la sous-culture jeune numérique précisée *supra*. Nous pouvons affirmer que la réussite d'un produit ou d'un objet découle d'un ensemble de paramètres à la fois techniques, économiques, sociaux et symboliques relevant de « ruses », de « braconnages » et de « bricolages »²⁵, dans lequel on retrouve les traits de la sous-culture jeune numérique. Le dispositif doit compléter et s'intégrer, sans exclusive dans le panorama et le panel d'outils technologiques mis à disposition de notre jeunesse pour communiquer et pour entretenir la relation plus amicale que sociale. Ainsi, lorsqu'on analyse *a posteriori* les clefs du succès de WLM, elles se bâtissent autour de deux fonctions très liées entre elles et essentielles à la socialisation de l'adolescent à savoir :

- maintenir du lien social entre pairs même si cela paraît « subliminal » pour la plupart des adolescents qui ne perçoivent le lien social que comme une rencontre physique réelle et non virtuelle. Or, la seule appartenance à la liste de contacts WLM peut signifier la continuité et la pérennité du lien sans pour autant obliger la relation par des fréquences relationnelles assidues, virtuelles ou réelles mais en maintenant la distance avec des relations trop intrusives. La force de Microsoft a été d'anticiper ce besoin, et la jeunesse des concepteurs n'est sûrement pas étrangère à cette réussite.
- communiquer et échanger à travers « un produit tout en un » qui peut relayer les pratiques culturelles et sociales du réseau amical ou, dans une moindre mesure, de relations « extérieures » à son réseau de sociabilité habituelle. Cependant, nous l'avons déterminé, Messenger était manifestement un outil pour échanger avec un carnet d'adresses constitué par d'autres sphères sociales au même titre que le téléphone et son répertoire. Ce n'est pas un « hub » relationnel puisque très peu de nouvelles connaissances se réalisent par ce biais. C'est toute la différence entre son principal concurrent qu'est Facebook qui réunit des personnes autour de communautés d'intérêts prédéfinis sans intimité et autocontrôlé par le réseau social lui-même.

Microsoft a encadré ces deux fonctions principales de fonctions et spécifications secondaires découlant directement des traits de la sous-culture jeune. Ces fonctions secondaires ont contribué un temps au succès de la messagerie instantanée, à savoir :

- la gratuité qui se retrouvait dans la diffusion virale de l'outil et qui n'est donc pas un frein financier à l'appropriation surtout à une période de la vie où la dépendance financière familiale est prégnante ;
- l'instantanéité et la simultanéité des échanges générant un sentiment de proximité et de présence sociale derrière le dispositif ;
- la personnalisation de l'interface, de la communication, de l'écrit et de son identité ;
- la « ludicité » par le biais de *smileys*, *wiẑẑ* et « clins d'œil » qui animent la communication ;
- la simplicité de fonctionnement, d'usage et l'aspect « *user friendly* » qui facilitaient l'installation et la pratique dans un objectif de convivialité

²⁵ De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*. Gallimard, Paris.

du dispositif. Cela était possible par la recherche perpétuelle d'une ergonomie adaptée qui rendait l'outil facile d'accès ;

- la polyvalence qui regroupait dans un seul outil des fonctionnalités de *chat*, de conversations vidéo, de téléphonie, de partage, etc... et bien évidemment de messagerie instantanée ;
- la convergence de l'application qui permettait une portabilité sur tous les outils de communication de la sphère adolescente et qui assurait la continuité du service relationnel. ;
- la notoriété et la popularité dans le groupe des pairs, relayées par la métacommunication qui renforçait le besoin d'avoir le produit et qui est devenu plus sensible aux phénomènes de mode et à la volatilité des jeunes ;
- la « dé-spatialisation » de la communication et de la relation dans tous les lieux de fréquentation de l'adolescent, intimistes (comme la chambre) ou non. La communication devenait plus abstraite et plus virtuelle, simplifiant l'expression d'émotions ou de sentiments. Car il reste primordial de rester en contact avec les amis même si la situation sociale a pu conduire à un éloignement géographique ;
- la décontextualisation de la relation qui permet de réaliser une communication en toute situation à partir d'un outil multitâches sans éveiller la curiosité de l'entourage et en gardant un brin d'intimité, sans croire toutefois à la privatisation totale de la communication ;
- la complémentarité de l'outil, par rapport aux techniques existantes sur le Net, représentée par la communication synchrone mais aussi par rapport aux modes de sociabilité plus traditionnels que sont le téléphone ou la rencontre dans le monde réel ;
- et enfin, le contrôle et l'indépendance de l'utilisateur sur son réseau social qui varie au gré des humeurs et des rencontres plus réelles. Elle est le signe de leur capacité à prendre des décisions, à gérer leur « destin » et leur communication. Nous sommes bien dans la construction de l'identité et de l'indépendance, *leitmotiv* des adolescents.

6 « Bye bye Messenger, bonjour Skype ! »²⁶

Historiquement, ces deux logiciels coexistaient sur la Toile depuis 2003 (naissance de *Skype*) en utilisant des technologies, des fonctionnalités et en visant des cibles différentes. *MSN Messenger*, orienté vers une stratégie initiale de messagerie instantanée, s'adressait plutôt au grand public alors que *Skype* trouvait dans sa communication téléphonique IP, une cible professionnelle internationale plus sensible à l'échange synchrone et surtout à la gratuité des échanges téléphoniques via internet. La stratégie économique était, elle aussi, divergente puisque *Skype* jouait sa rentabilité sur le coût des appels téléphoniques hors communication internet alors que *MSN* visait une rentabilité via le financement publicitaire. L'effervescence économique de « la bulle internet » et les stratégies d'entreprises ont amené *Microsoft* à acheter *Skype*, alors convoité par *Google* et *Facebook*, en 2011 pour une somme de 8.5 milliards de dollars. La démocratisation des réseaux sociaux, en particulier chez les utilisateurs préférés de *WLM* que sont les jeunes, et leur intégration de fonctionnalités similaires à *WLM* ne pouvait pas permettre une stratégie viable à long terme du dispositif « *live* » et ce malgré la

²⁶ Slogan de Microsoft pour annoncer la fin de Messenger consultable à l'adresse <http://www.microsoft.com/france/messenger/>

volonté affichée par *Microsoft* de faire une distinction d'usage entre vie privée (sur *WLM*) et vie publique (sur *Facebook* par exemple). La stratégie d'entreprise ne pouvait pas s'arrêter à une simple logique de rachat et d'évitement concurrentiel, eu égard à l'investissement opéré. Il s'agissait pour *Microsoft* de garder le « leadership » des communications synchrones et asynchrones vis-à-vis des nouveaux arrivants que sont les réseaux sociaux. Les synergies et les similitudes de fonctionnalités ont donc conduit la fusion des deux logiciels au profit de *Skype*, « *tout en gardant les meilleures fonctionnalités* » (annonce officielle en octobre 2012 et arrêt progressif du service à partir du 8 avril 2013 (source *Microsoft*)). L'année 2013 voit donc la « fin de vie » de l'un des dispositifs parmi les plus adulés des adolescents et à la base de changements et d'usages sociaux importants mais progressivement phagocyté par *Skype*. La « Génération *MSN* » deviendra-t-elle la nouvelle « Génération *Skype* » ? Le mécanisme d'appropriation est déjà bien établi, puisque les jeunes dans les cours de récréation égrènent à la fois leur numéro de téléphone portable mais aussi leurs pseudos *Skype* et leur page *Facebook*. Il semblerait que ce dispositif migre d'un usage professionnel/restreint vers un usage grand public. C'est tout l'enjeu de *Microsoft*, pour garder une assise solide chez des jeunes, acteurs économiques de la société de demain et pour contrecarrer l'hégémonie de *Facebook* dans la sphère adolescente.

7 Conclusion

Dans une perspective socio-historique, la recherche que nous avons menée sur l'usage de *WLM* par les adolescents visait à souligner le rôle, l'influence et l'importance des technologies de l'information et de la communication telles que *WLM* dans la reconfiguration technologique et sociale de « la culture jeune ». Bien sûr, nous avons proposé ici un « focus » et un « zoom » sur une population déterminée, aux caractéristiques variées. Les résultats nous permettent de confirmer que cette « culture jeune » se caractérise par un indéniable attrait pour le numérique, avec lequel cette jeunesse-là a grandi, et qui sert à la fois de socle identitaire et relationnel. La démocratisation des réseaux haut débit et l'accès au « monde Internet » participent à la socialisation de l'adolescent et à son passage au statut d'adulte en modifiant le mode de transmission de la culture sur des jeunes en expérimentation. « *C'est précisément ce modèle de l'expérimentation, en tant qu'il permet de prolonger et d'approfondir le modèle de la transmission, qui peut servir de fil conducteur pour mieux cerner l'univers culturel des adolescents et leur rapport à la culture de manière générale*²⁷ ». Les caractéristiques et l'étude spécifique de *WLM* nous ont permis de contredire un nombre important d'*a priori* notamment médiatiques sur la messagerie instantanée. Ainsi et sans être exhaustif, *WLM* n'empêchait pas les jeunes de sortir, les enquêtés affirmant préférer la rencontre physique à la rencontre virtuelle. Elle facilitait la mise en relation réelle, utilisée comme un complément des canaux de communication constituant la sphère sociale des adolescents. Ce que Bruno Latour avait perçu d'Internet : « *pour moi, les nouvelles technologies ont matérialisé des connexions qui jusque-là étaient virtuelles, ou plutôt invisibles, intraquables. On dit souvent : avec Internet, tout devient virtuel, on ne se rencontre plus... Je crois exactement l'inverse. D'ailleurs, Internet a rendu possible une masse de travaux sociologiques puisque désormais on peut voir ces connexions, les compter, les décrire. Ainsi, l'on sort enfin de la sempiternelle opposition entre un Etat et un individu ou une société et un individu. On voit comment l'individu est lui-même un réseau, et que le « grand » - l'institution, le parti politique, l'Etat- a la même forme en étoile*²⁸ ». *WLM* n'était pas non

²⁷ Galland, O. (1999). *Une génération sacrifiée ?* Sciences humaines, Hors série, n°26, Paris.

²⁸ Interview de Catherine Portevin parue dans *Télérama* intitulée « *Il nous faut de nouveaux outils pour comprendre un monde fait d'archaïsmes et de modernité* », 24 mai 2006.

plus *stricto sensu* un outil de création du lien social mais un outil de continuité et de maintien de ce lien par la mise en réseau et en contact de pairs rencontrés « ailleurs ». Les analyses et résultats de nos deux enquêtes nous ont permis de comprendre les enjeux du dispositif dans la construction d'une sous-culture jeune numérique et de pouvoir définir quelques critères d'appropriation d'un dispositif technique. La « *reliance* numérique », le fait de « faire lien » via ces TIC n'est pas le moindre des usages, purement phatique et même futile en apparence, mais qui s'avère en fait crucial, pour pouvoir se dire « contacts », « amis » et même communauté. Et cela n'a fait que se vectoriser avec les fonctionnalités sociales élargies offertes ensuite par les réseaux sociaux, dont *WLM* était l'avant-courrier, avec d'autres finalités et d'autres moyens.

Le fait de conduire deux enquêtes séparées d'un intervalle de trois ans a été essentiel à la compréhension de la construction de cette sous-culture influencée par la société de consommation. Pouvoir définir des critères et des caractéristiques nécessite une vision temporelle qui prend en compte l'arrivée de nouveaux outils ou services dans la sphère adolescente. Cela permet de comprendre l'influence des médiations techniques, sociales et symboliques qui s'opèrent alors dans l'environnement de jeunes devant intégrer « la culture du passé » tout en construisant l'avenir, au risque de créer une fracture intergénérationnelle. Durant cette recherche, les « nouveautés » ont été conséquentes et nous avons assisté à la démocratisation des réseaux haut débit, à la convergence des applications fixe et mobile, et à la vraie émergence de réseaux sociaux tels que *Facebook* ou *Twitter*. Ce temps long a été une réelle plus-value dans notre recherche car il légitime l'identification des pratiques et des comportements stabilisés (caractérisant un usage social), alors que nous aurions imaginé le contraire en début de recherche. Le comportement des jeunes vis-à-vis des nouveaux outils et de nouvelles pratiques numériques nous a permis d'approfondir les traits spécifiques de la sous-culture jeune numérique, et de mieux analyser les enjeux de l'intégration et de l'appropriation des TIC dans la construction de la société. Cependant, penser, analyser et créer un dispositif à destination de la jeunesse, tout en espérant son adhésion, doit se faire en regard du rôle et de l'usage social généré par celui-ci et répondre, comme un écho, aux traits définis précédemment. C'est ainsi que *Microsoft* via *WLM* a su exploiter cela, à travers un dispositif adaptable aux évolutions relationnelles et sociales de l'individu, ceci en fidélisant « sa clientèle » dès le plus jeune âge, en lui offrant un sentiment d'autonomie. Pour assurer le cycle de vie de son produit, *Microsoft* a perpétuellement entendu les critiques sur celui-ci et a réagi à toutes les nouveautés de la sphère adolescente proposées par la concurrence en organisant des passerelles vers les produits du moment adulés par les jeunes. C'est ainsi que le succès des abonnements de Messenger sur i-mode²⁹ est à l'image de la réactivité de *Microsoft*, en particulier sa capacité à proposer à d'autres opérateurs son produit et/ou à améliorer son service en incorporant la concurrence comme les statuts de *Facebook* et de *Myspace* tout en offrant un portail sur des sites très prisés de téléchargement vidéo comme *YouTube*. Cependant, force est de constater la complexité de la rencontre entre l'offre technologique et l'acceptabilité sociale ou de l'usage avec le dispositif, thèmes qui constituent précisément les questionnements de prédilection de la sociologie des usages. L'usage social est un phénomène complexe. En tout état de cause, et sans déterminisme technologique, la démocratisation technologique associée aux offres convergentes bouscule les règles

²⁹ Service fourni par Bouygues Télécom en 2005. En 2006, l'entreprise annonçait avoir capté 60000 abonnés via cette offre.

sociales en vigueur et induit chez toute une classe d'âge, en particulier chez les jeunes en phase d'expérimentation, des schémas de pensée guidés par des procédures informatiques. Mais la vision d'une communication immatérielle, « virtuelle », n'est qu'un leurre. Il n'y a rien de plus matériel que d'établir une communication sur WLM. Et les problèmes cognitifs, comme la compréhension d'une documentation technique ou la mise en place d'une procédure de configuration, reviennent alors au premier plan. Le basculement dans le monde numérique ne peut avoir lieu sans une interaction permanente entre la technique et l'utilisateur, et ce processus de médiation est aussi produit et/ou accompagné par les acteurs économiques, politiques, éducatifs et médiatiques. Un ensemble d'acteurs, d'institutions et de cultures interagit³⁰ sur l'objet technique et sur son usage. L'environnement et le contexte d'usage dans lesquels s'insèrent les TIC doivent être analysés pour comprendre l'usage des TIC. Car la diffusion d'un objet technique ne débouche pas sur l'uniformisation des pratiques³¹. A ce titre, l'usage doit être étudié dans une approche à la fois « *micro-sociologique (analyses des pratiques et des représentations des objets techniques) et macro-sociologique (matrice culturelle et contextes socio-politiques)* » (Massit-Follea, 2002). C'est la démarche qui a caractérisé cette recherche.

En visionnaire, Pierre Lévy notait dès 1987 : « *il ne nous appartient plus de décider de l'informatisation, mais nous pouvons encore convertir la nécessité technologique en projet culturel* »³². Il semble que ce soit une génération adolescente qui l'ait en quelque sorte pris au pied de la lettre, deux décennies plus tard, en faisant d'une plateforme informatique d'échange en direct la base d'une culture émergente, à entendre au sens socio-anthropologique. La question n'est pas ici de qualifier moralement cette culture, en la jugeant ou en la comparant à d'autres cultures. Se produit là du lien social, se constituent des communautés, se partagent des contenus, s'utilisent des langages et sont à l'œuvre des valeurs, qui procèdent tous d'une logique profonde, structurante et stabilisante. Les termes de cette culture, initiés et expérimentés dans WLM, ont migré vers d'autres supports, vers d'autres réseaux ; cependant, et on revient là à la finalité de ce projet, l'histoire retiendra qu'après les premières expérimentations du *chat*, c'est sur MSN/WLM que le projet a trouvé sa dynamique et sa maturité.

Gageons que notre article, qui visait à fournir des clefs de compréhension de l'usage de MSN Messenger chez les jeunes avant sa disparition, permettra aussi d'inférer, toutes choses égales par ailleurs, des pratiques encore à venir, sur la base d'un corpus d'attentes et d'usages qui prirent naissance et sens dans ce dispositif-ci, berceau d'une culture numérique qui appartient désormais au passé ; et aussi à l'histoire.

Références bibliographiques

Beaudoin, V. (2009). « Les dynamiques des sociabilités ». In *L'évolution des cultures numériques*. Paris, Fyp.

Bouvier, P. (2005). *Le Lien social*. Paris, Gallimard.

³⁰ Chambat, P. et Massit-Follea, F., *L'invention des usages*, Marc GUILLAUME (dir.) -*Où vont les autoroutes de l'information ?*-, chapitre IV, pp. 89 à 108. Paris : Editions Descartes, 1997.

³¹ Scardigli, V.(1995), *La société digitale et les acteurs de la diversité en Europe*, In *Vers la société de l'information-savoirs, pratiques, médiations*, Delmas, R. et Massit-Folléa, F (dir). Rennes : Apogée.

³² Lévy, P. (1987), *La Machine Univers. Création, cognition et culture informatique*. La Découverte, Paris, Réédité au Seuil en 1992.

- Cassili, A. (2010). *Les liaisons numériques : vers une nouvelle sociabilité ?* Paris, Seuil.
- Chambat, P. (1994). « Usages des TIC : technologies et société : évolution des problématiques ». *Technologies de l'Information et Société (TIS)*, vol.4, n°3 1994.
- Chambat, P. (1994). *NTIC et représentation des usagers*. Médias et nouvelles technologies.
- Chambat, P. & Massit-Folléa, F. (1997). « L'invention des usages », in Marc Guillaume (dir.), *Où vont les autoroutes de l'information ?*, chapitre IV, p. 89-108.
- Dauphin, F. (2012). *Culture et pratiques numériques juvéniles : quels usages pour quelles compétences ?*, Questions Vives. Recherches en éducation n° Vol. 7 n° 17 (15 novembre 2012). doi:10.4000/questionsvives.988.
- De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien, tome 1 : Arts de faire*. Paris, Gallimard.
- Dubar, C. (2011). « Une critique sociale du temps au cœur des préoccupations de *Temporalités* », *Temporalités*, mis en ligne le 04 juillet 2011, consulté le 30 avril 2013. URL : <http://temporalites.revues.org/1504>
- Fluckiger, C (2009). *Internet et ses pratiques juvéniles*, Médialog N°69
- Galland, O. (1999). *Une génération sacrifiée ?* Paris, Sciences humaines, Hors série, n°26.
- Glevarac, H. (2009). *La culture de la Chambre, Préadolescence et culture contemporaine dans l'espace familial*. Paris, DEPS.
- Karnowski, V., Von Pape, T. & Wirth, W. (2008). *An Integrative Model of Mobile Phone Appropriation*, Journal of computer-mediated communication, 13(3), 593-617.
- Lachance, J. (2012). *L'adolescence hypermoderne. Les nouveaux rapports au temps chez les jeunes*. Québec, Les Presses de l'Université Laval.
- Lacroix, J.G., Miège, B. & Tremblay, G. (1994). *De la télématique aux autoroutes électroniques, le grand projet reconduit*. Grenoble, PUG.
- Lardellier, P. (2004). *Le cœur Net. Célibat et amour sur le Net*. Paris, Belin.
- Lardellier, P. (2006). *Le Pouce et la souris. Enquête sur la culture numérique des ados*. Paris, Fayard.
- Le Deuff, O. (2011). *La formation aux cultures numériques*. Paris, Fyp.
- Lévy, P. (1987). *La Machine Univers. Création, cognition et culture informatique*. Paris, La Découverte, 1987. Réédité au Seuil en 1992.
- Licoppe, C. (2009). « La présence connectée ». In *L'évolution des cultures numériques*. Paris, Fyp.
- Mabilon-Bonfils, B. (2012). « Les "pratiques numériques", entre écrit et sociabilité ». *Adolescence* n° 79, n° 1 (1 mars 2012): 217-228.
- Massit-Folléa, F. (2002). *Usages des Technologies de l'Information et de la Communication : acquis et perspectives de la recherche*, Le Français dans le Monde.
- Messin, A. (2007). *La culture ordinaire de l'écran. L'usage social d'Internet par les jeunes adultes*, Thèse de doctorat en SIC.

- Millerand, F. (1999). *Usages des NTIC, les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation*, (1er et 2ième partie). Université de Montréal.
- Moatti, M. (2002). *La vie cachée d'Internet*. Paris, Imago.
- Octobre, S. « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc des cultures ? », en ligne : www.culture.gouv.fr/deps.
- Pasquier, D. (2005). *Culture lycéennes : la tyrannie de la majorité*. Paris, Editions Autrement.
- Piette, J., Pons, Ch-M. & Giroux, L. (2006). *Les jeunes et Internet.*, rapport final au ministère de la culture et de la communication, Québec.
- Prensky, M. (2001). « Digitals natives, digitals immigrants », in *On the Horizon*, NCB University Press, Vol.9 N°5.
- Pronovost, G. (2004). « Médias: éléments pour l'étude de la formation des usages ». *Technologie de l'information et société*, 6(4): 377-400.
- Scardigli, V. (1995). « La société digitale et les acteurs de la diversité en Europe ». In *Vers la société de l'information-savoirs, pratiques, médiations*, Delmas, R. et Massit-Folléa, F. (dir), Rennes, Apogée.
- Semprini, A. (2003). *La société de flux : formes du sens et identité dans les sociétés contemporaines*, Paris, L'Harmattan.