

Une démocratisation en demi-teinte ?

Usages populaires d'Internet

Par **Dominique PASQUIER**

CNRS

En France, la démocratisation d'Internet s'est opérée au cours des dix dernières années, et semble liée à la montée en puissance du smartphone comme outil de connexion : entre 2006 et 2017, la proportion d'employés ayant une connexion Internet à domicile est passée de 42 à 93 %, celle des ouvriers de 31 à 83 % (CREDOC, 2017). Mais ces chiffres ne disent évidemment pas grand-chose de la façon dont un outil qui repose largement sur l'écrit, et qui a été conçu et utilisé au départ par des individus diplômés des classes supérieures, a trouvé sa place chez des individus dont les scolarités ont été très courtes et pour lesquels le rapport à l'écrit est peu présent dans la vie quotidienne. L'appropriation de la culture et de la communication ne peut « être dissociée des conditions sociales où elle s'accomplit et par là de l'ethos qui caractérise en propre un groupe social », nous rappelle à juste titre le sociologue Jean-Claude Passeron (1970).

Je vais tenter ici d'éclairer certaines dimensions de ce processus de démocratisation à partir d'une recherche réalisée entre 2014 et 2017 auprès d'individus appartenant aux catégories « ouvriers » et « employés », et dont les principaux résultats ont été publiés dans un ouvrage aux Presses des Mines (Pasquier, 2018). L'enquête s'est appuyée sur deux dispositifs : des entretiens semi-directifs auprès de cinquante employé(e)s des services à la personne vivant dans trois régions françaises différentes et l'analyse de quarante-six comptes Facebook d'ouvriers et d'employés, issus du projet ANR Algopol. Que se passe-t-il quand des outils conçus et utilisés au départ par des individus diplômés et favorisés arrivent dans des milieux sociaux qui ne le sont pas ? C'était la question au départ de cette recherche. On peut faire plusieurs constats.

Le premier concerne l'appropriation socialement différenciée des dispositifs sociotechniques. Certains dispositifs de communication n'ont pas passé la barrière sociale, comme le mail. Si, chez les cadres, il est au cœur de la communication interpersonnelle et de la vie professionnelle, dans la population étudiée, ses usages sont contraints et purement utilitaires, pour faire des achats en ligne ou échanger avec des services administratifs. Le mail est comme l'ordinateur : il continue de faire partie du monde de ceux d'« en haut », ceux qui utilisent les logiciels de bureautique, communiquent volontiers par écrit et acceptent que la frontière entre le monde du travail et celui de la maison soit poreuse. Cette distance au mail est d'ailleurs à l'origine de bien des problèmes dans le contexte de la dématérialisation administrative, surtout quand il s'agit du contact avec les institutions d'aide sociale. D'autres outils sont au contraire devenus incontournables – et sur-utilisés – comme les applications bancaires sur smartphone : en permettant de contrôler en permanence l'état de son compte, elles ont mis fin à bien des inquiétudes. D'autres enfin ont fait leur chemin d'une manière particulière, comme Facebook, qui permet une longue conversation entre proches : « Il a fallu l'introduction des supports électroniques pour que, pour la première fois, la conversation – jusqu'alors associée à l'oralité – puisse se réaliser sous une forme écrite : sur Internet on parle avec les mains et on écoute avec les yeux », écrivait Valérie Beaudouin (2002, p. 201). Facebook génère des pratiques particulières dans les milieux que j'ai étudiés. Il ne sert pas à déployer le relationnel, que ce soit sur le plan privé ou professionnel : il est surtout un moyen d'échanger en famille. On y parle de sa vie personnelle certes, mais c'est moins un lieu de récit individuel qu'un moyen pour faire circuler des images et des mots empruntés à d'autres pour fonder un consensus autour de certaines valeurs. Une sorte de réseau moral.

Deuxième constat : les modes d'exploration en ligne sont différents. On est très loin de « l'exploration curieuse » dont Nicolas Auray faisait une caractéristique centrale de la navigation dans les univers numériques, une exploration souple, ouverte au hasard et aux rencontres, qu'il avait observée chez les hackers, geeks et activistes du web (Auray, 2016). Il faut dire que face à ces hommes jeunes et diplômés, les individus étudiés ici, surtout les femmes, ne possèdent aucune des compétences qu'il décrit comme nécessaires à la réussite de cette ouverture sur la sérendipité⁽¹⁾. Mais faut-il avoir une définition normative de la navigation en ligne, ou au contraire considérer qu'elle n'a de pertinence que par rapport à certaines conditions de vie ? C'est la leçon des travaux de Richard Hoggart (1970) : les individus ont toujours de bonnes raisons de faire les choses de la manière dont ils les font. À certains égards, la navigation sur Internet est un moment de détente dans la lignée du loisir à domicile qui a longtemps été le monopole de la télévision dans ces foyers modestes, comme ces flâneries sur les annonces locales du Bon Coin ou le coup d'œil jeté aux derniers messages Facebook. Mais souvent aussi, ces individus qui ont un faible capital scolaire, trouvent en ligne des informations qui leur sont essentielles pour connaître leurs droits professionnels, aider leurs enfants à faire leurs devoirs, ou établir une relation plus égale avec le monde « savant ». Il y a aussi des cas où Internet fournit des armes intellectuelles qui compensent la brièveté des parcours scolaires en offrant l'accès à des savoirs spécialisés. J'en ai trouvé de nombreux exemples dans cette enquête comme cet homme à tout faire dans un hôpital qui est devenu, à force de recherches en ligne, expert en sacs à main vintage de grandes marques qu'il chine sur des vide-greniers et revend sur son compte eBay à des amateurs pointus, dont certains collectionneurs étrangers. À côté du mode exploratoire ouvert, il y a tous ces apprentissages de « niche » qui donnent de nouvelles prises sur le monde.

On ne participe pas non plus de la même façon. C'est une participation bien plus modeste que celle des classes moyennes supérieures : on fréquente les forums mais c'est pour lire les réponses aux questions que l'on n'ose pas poser soi-même ; on regarde les commentaires sous les articles de presse mais on n'en écrit pas ; on fait circuler des montages d'images mais on n'en crée pas. Cette pudeur participative se joue sans doute à la conjonction de plusieurs phénomènes. D'un côté, c'est évident, elle relève d'une difficulté à la « prise d'écriture » pour reprendre les termes de Valérie Beaudouin, qui constatait, dès 2002, que les individus les moins diplômés ne participaient pas aux dispositifs qui demandaient une écriture élaborée et argumentée comme les forums, pour se cantonner à des dispositifs sans mémoire et reposant sur des « types d'écriture très éloignés des canons légitimes » comme les chats, la messagerie instantanée, ou Facebook (Beaudouin, 2002, p. 205). C'est aussi qu'il y a une certaine réticence à « s'afficher » : quand on a fait une réalisation dont on est fier, on en partage les images avec ses proches, pas avec des inconnus. Les rares études qui se sont intéressées au profil social des élites de la participation en ligne montrent d'ailleurs une forte sélection en faveur des hommes ayant un certain niveau d'études – par exemple Pinch et Kesler pour les *top reviewers* d'Amazon (2013) ou Dupuy Salle pour les *bloggers* influents (2014). La course à la notoriété en ligne, bien décrite par Beuscart et Mellet (2015) pour les YouTubers les plus populaires, ne fait pas partie de l'horizon des personnes rencontrées dans cette enquête.

(1) Auray avait relevé quatre types de compétences qui lui semblaient discriminantes pour maîtriser le régime d'« exploration curieuse » : 1) des compétences managériales, qui sont de nature dialogique -admettre d'être critiqué, accepter de se corriger, etc. Cet habitus ne va pas de soi dans des milieux populaires moins « dressés » à la civilité interactionnelle ; 2) des compétences *herméneutiques*, relevant de la capacité à expertiser les sources d'un document, or ce sont les moins diplômés qui sont le plus souvent les victimes des arnaques ou escroqueries en ligne ; 3) des compétences *topologiques* qui sont liées à la nouvelle manière de suivre des lignes qui est née avec le réseau Internet : là, au contraire, l'avantage va à ceux qui participent à la culture du jeu vidéo, ce qui pour le coup ne dessert pas les classes populaires ; 4) des compétences *sociales*, « une aptitude à suivre les voies de l'hétérogénéité des rencontres, à varier son univers relationnel et à construire des ponts (...). Or les classes populaires se caractérisent par une grande résistance à la demande d'aide vis-à-vis d'inconnus situés dans des positionnements sociaux éloignés » (Auray, 2016, p. 136).

Mais cela ne veut pas dire qu'elles n'ont pas acquis des compétences à leur niveau : apprendre à décrire les qualités d'un produit pour le vendre sur le Bon Coin ou eBay, trouver le moyen d'attirer l'attention de son entourage en postant des contenus sur Facebook, ou rédiger une annonce sur un site de rencontres constituent des apprentissages indéniables du côté de la communication. Ce sont de petits actes participatifs qui échappent aux enquêtes statistiques où ne sont comptabilisées que les formes de participation apparentées à des pratiques amateurs jugées créatives comme la création d'un blog ou d'un site, la production de vidéos ou la pratique d'activités graphiques ou musicales en ligne⁽²⁾.

Finalement, la démocratisation d'Internet s'est faite de façon ségrégative : les derniers arrivés, les milieux populaires, communiquent entre eux, mais peu avec ceux qui sont situés plus haut dans la hiérarchie sociale et scolaire. Il faut, de ce point de vue, conclure à une faible transformation des horizons de la sociabilité par Internet. Le cas des sites de rencontres étudié par Marie Bergström est symptomatique de ce processus. Bien que caractérisés par une certaine mixité sociale de leur clientèle, ces sites n'affaiblissent aucunement les phénomènes d'homogamie dans les appariements amoureux : la sélection s'opère à travers l'expression écrite, l'orthographe, ou le type de photographie mis en ligne (Bergström, 2014). Enfin, force est de constater que les liens familiaux restent au cœur des réseaux de relations en ligne des employés et ouvriers rencontrés dans cette enquête. La question de la permanence du « familialisme » dans les milieux populaires fait aujourd'hui débat entre chercheurs : l'entrée massive des femmes sur le marché du travail comme l'allongement de la scolarité des enfants originaires des familles populaires ont en partie ébranlé le modèle de la division stricte des rôles hommes/femmes que les chercheurs des années 1950 à 1980 s'accordaient à souligner (Young et Willmott, 1957 ; Schwartz, 1990). Mais, au sein des foyers, l'enquête montre que tout est mis en œuvre pour limiter le potentiel d'individualisation des nouveaux outils technologiques : adresses mails partagées entre conjoints, pratiques en coprésence spatiale, obligation de prendre en amis sur son compte Facebook les membres de la famille. Le principe de transparence des pratiques va de pair avec le souci de préservation de l'intimité familiale des regards extérieurs. L'ébranlement du familialisme se fera peut-être aux générations suivantes, mais les adultes interviewés ont clairement montré qu'ils œuvraient autant qu'ils le pouvaient, car Internet ne leur facilite pas la tâche, à un maintien du collectif familial.

En matière d'ouverture culturelle, le bilan est du même ordre : on ne peut pas dire qu'Internet ait fait beaucoup bouger les lignes. On va chercher sur YouTube à en savoir plus sur ce qu'on aime déjà, qui est en fait ce que les autres autour de soi aiment aussi, comme en témoignent les liens partagés sur les comptes Facebook : des clips ou des bandes-annonces d'artistes très populaires. En fait, c'est la recherche du consensus qui l'emporte largement sur la diffusion de la diversité. Mais ce n'est pas forcément là spécifique aux milieux populaires : de manière générale, les travaux des économistes de la culture ont souligné les effets limités du phénomène de « longue traîne » sur Internet (Benghozi et Benhamou, 2008). Internet permet d'accéder à une offre immense et souvent gratuite, mais la consommation continue d'être fortement concentrée autour de quelques *best-sellers*. La très faible circulation des articles de la presse nationale au profit de la presse de proximité, que j'ai constatée dans cette enquête, en est un autre symptôme.

En revanche, s'il est un domaine où des opportunités nouvelles sont exploitées, c'est bien du côté des connaissances et du savoir : recherches sur le métier, sur la santé ou pour le travail scolaire des enfants, acquisition de nouveaux savoir-faire par des tutoriels, fouilles approfondies en ligne pour nourrir un centre d'intérêt. Les exemples d'ouverture sur le monde par le biais de la recherche sur Internet ont été innombrables au cours de cette enquête. Un certain nombre d'enquêtés ont acquis des compétences, parfois marginales ou même insolites, mais qui leur ont finalement permis

(2) Ce sont ces types de pratiques qui sont par exemple retenus dans l'enquête de Jen Schradie (2011) sur le "digital participation gap" ou dans l'enquête *Pratiques culturelles des Français* (Donnat, 2009, p. 190).

d'avoir de nouvelles pratiques, toujours gratifiantes, et dans certains cas, lucratives. Il s'agirait donc de ne pas porter sur Internet le regard condescendant qui a souvent été porté sur le rapport des classes populaires à la télévision. L'envie de savoir est là, et ce n'est pas parce que les recherches d'informations en ligne sont parfois menées de façon maladroite ou avec des critères de choix contestables, qu'il faut les négliger. Le tout est de ne pas prêter à Internet des pouvoirs qu'il n'a pas. Laura Robinson a montré combien les environnements informationnels familiaux jouaient sur la capacité d'un élève à utiliser au mieux Internet pour son travail scolaire : quand les enfants ont des parents qui leur apprennent à trier les informations et leur fournissent d'autres outils comme des livres, ils jouissent d'un avantage considérable pour juger de la pertinence des informations trouvées en ligne (Robinson, 2012). Dans les familles de non-diplômés, ce soutien manque, c'est évident, mais c'est surtout la croyance que l'aisance à se servir d'Internet est en soi une promesse de réussite future qui pose problème. Les miroirs de la modernité sont le plus grand obstacle à une réelle entrée dans la société de connaissance.

Bibliographie

- AURAY N. (2016), *L'Alerte ou l'Enquête. Une sociologie pragmatique du numérique*, Paris, Presses des Mines.
- BEAUDOUIN V. (2002), « De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques », *Réseaux*, 6, 116, pp. 199-225.
- BENGHOZI P.-J. et BENHAMOU F. (2008), « Longue traîne : levier numérique de la diversité culturelle ? », *Culture prospective*, vol. 1, 1, pp. 1-11.
- BERGSTROM M. (2014), *Au bonheur des rencontres. Sexualité, classe et rapports de genre dans la production et l'usage des sites de rencontres en France*. Thèse dirigée par Michel Bozon, IEP Paris.
- BEUSCART J.-S. et MELLET K. (2015), « La conversion de la notoriété en ligne. Une étude des trajectoires de vidéastes pro-am », *Terrains & travaux*, 1, 26, pp. 83-104.
- CREDOC (2017), Enquête « Conditions de vie et aspirations, Baromètre du Numérique ».
- DONNAT O. (2009), *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique*, Paris, La Découverte.
- DUPUY-SALLE M. (2014), « Les cinéphiles-blogueurs amateurs face aux stratégies de captation professionnelles : entre dépendance et indépendance », *Réseaux*, 183, pp.63-93.
- PASQUIER D. (2018), *L'Internet des familles modestes. Enquête dans la France rurale*, Paris, Presses des Mines.
- PASSERON J.-C. (1970) Introduction à Hoggart R., *La culture du pauvre*, Paris Editions de Minuit (première édition anglaise 1957).
- PINCH T. et KESLER F. (2013), "How Aunt Ammy Gets Her Free Lunch: A Study of the Top-Thousand Customer Reviewers at Amazon.com", Report, creative commons [En ligne].
- SCHWARTZ O. (1990), *Le Monde privé des ouvriers. Hommes et femmes du Nord*, Paris, PUF.
- ROBINSON L. (2012), "Information seeking 2.0; The effects of informational advantage", RESET, 1 [En ligne].
- SCHRADIE J. (2011), "The Digital Production Gap: The Digital Divide and Web 2.0 Collide", *Poetics*, 39, 2, pp. 145-168.
- YOUNG M. et WILLMOTT P. (1957), *Family and Kinship in East London*, Londres, Free Press.