

Les non-internautes : des facteurs sociodémographiques à une approche multidimensionnelle

Aurélie LABORDE (MCF 71^{ème}, GREC/O, Bordeaux 3, ISIC)
Nadège SOUBIALE (MCF 16^{ème}, GREC/O, Bordeaux 3, ISIC)
Alain BOULDOIRES (MCF 71^{ème}, GREM, Bordeaux 3, IUT)

Dans une société où les services en ligne, publics et privés, sont en pleine expansion, où la dématérialisation des procédures et des échanges avec l'administration est en cours, le non usage d'Internet pour les citoyens, les usagers de l'administration, les salariés des secteurs public et privé, les consommateurs... risque de constituer une « fracture numérique », depuis longtemps dénoncée et bientôt synonyme de marginalisation et d'exclusion pour une minorité. La différenciation entre connectés et non connectés ajoute alors un nouveau clivage fondamental aux facteurs existants de l'inégalité et de l'exclusion sociales (Castells, 2001). Les TIC, s'appuyant sur le mythe de la reliance (Bolle de Bal, 2003), pourraient alors accompagner la désintégration sociale amorcée et instaurer un clivage, une fracture, que le numérique relance sous le signe de l'isolement, de l'éclatement, du disloquement, bref de la déliance.

La vigilance des pouvoirs publics doit favoriser la mise en place, pour tous, des meilleures conditions possibles d'accès et d'usages, directs ou indirects, aux informations et services numérisés. Dans ce contexte, une connaissance précise des populations non internautes¹, de leurs caractéristiques, réticences, motivations et attentes éventuelles, permettrait d'apporter des éléments concrets de réflexion pour l'action.

De nombreuses études ont été réalisées sur l'usage d'Internet et des technologies numériques, mais rares sont celles qui s'intéressent spécifiquement aux résistances, aux réticences, aux inquiétudes, débouchant sur l'absence d'usage. Celui-ci recouvre pourtant une pluralité de réalités et de phénomènes non réductibles aux contraintes économiques, techniques et géographiques liées à l'accès. D'autres paramètres - sociologiques, psychosociologiques, idéologiques, cognitifs - doivent également être explorés pour analyser les populations non internautes.

Le projet « non internautes aquitains »² a pour objectif une meilleure compréhension des non utilisateurs d'Internet. Cette recherche a débuté depuis moins d'un an. Nous proposons, dans cette communication, la présentation des premiers résultats issus d'une première vague d'enquête.

¹ Nous qualifions de « non internaute » une personne n'utilisant pas internet (cette catégorie peut donc recouvrir ceux que les études américaines nomment les « users by proxy », mais également les « drop out » ou déconnectés et les personnes n'ayant utilisé internet qu'une ou deux fois.

² Recherche commanditée par la délégation TIC du Conseil Régional d'Aquitaine et réalisée en partenariat avec le GREC/O, Groupe de Recherche en Communication des Organisations de l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3 et l'AEC, Aquitaine Europe Communication

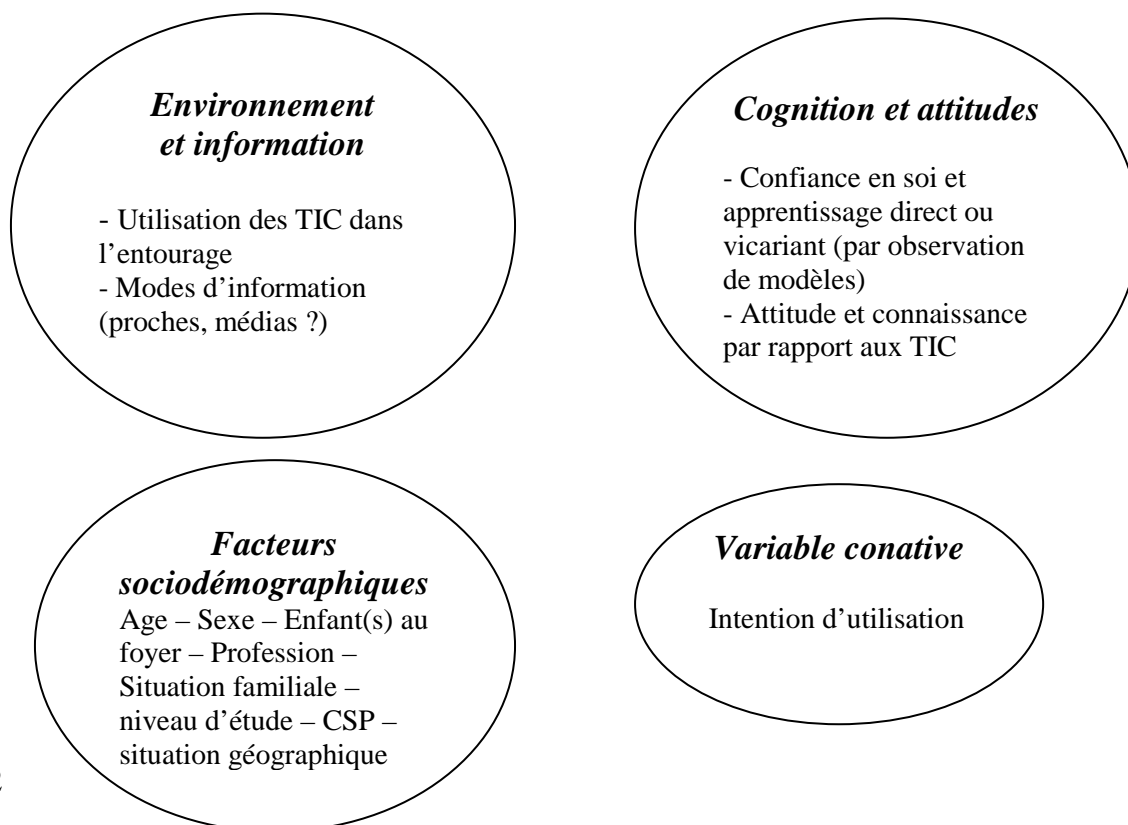
METHODOLOGIE

Notre modèle d'analyse des populations non internautes inclue, aux côtés des variables sociodémographiques classiques comme la classe d'âge ou la situation familiale (présence ou non d'enfants au foyer), d'autres facteurs comme : l'intention de connexion, la confiance en soi technique (autoefficacité), les expériences dans l'utilisation d'Internet (positives ou avortées), les attitudes plus ou moins favorables par rapport aux avancées technologiques, le degré de connaissance d'Internet. L'originalité du modèle réside alors dans la mise en évidence de relations complexes entre ces diverses variables d'une part, et les représentations et attitudes face à Internet et l'intention de connexion d'autre part.

Ont été retenus plusieurs courants théoriques qui illustrent l'interdisciplinarité de l'approche : les théories de l'apprentissage vicariant et de l'autoefficacité de Bandura (1997, 2003), le modèle de la résistance à l'innovation de Ram (1987), enfin la théorie de la diffusion de Rogers (1995).

Ces modèles théoriques présentent des caractéristiques qui les rendent aisément opératoires : possibilité d'identifier concrètement chez les non internautes des dimensions telles que la perception du besoin (statut familial, attitudes), la confiance en soi technique (éléments de personnalité), les possibilités d'usage (formation, équipement, coût), le réseau relationnel (proximité technique), les représentations (dimensions économiques, sociales et humaines).

Nous proposons un modèle d'analyse qui intègre les divers éléments théoriques retenus (Bandura, Ram, Rogers) et qui articule entre eux les facteurs sociodémographiques, cognitifs, attitudinels, représentationnels et conatifs (intention d'utilisation). L'étude est encore dans une phase exploratoire et vise à approfondir les relations, dynamiques, complexes, existant entre ces divers facteurs.



PREMIERS RESULTATS

La démarche d'analyse des données recueillies s'est effectuée en deux temps. Dans un premier temps nous avons identifié des « profils » de non internautes à partir de différentes variables mesurées dans le questionnaire joint à l'entretien. Dans un deuxième temps nous avons cherché à croiser les « profils » d'internautes ainsi constitués avec les représentations d'Internet et de la technologie exprimées par les interviewés lors des entretiens.

LES « PROFILS » IDENTIFIES

Les variables suivantes ont fait l'objet d'un test de corrélation (le Khi^2)³, puis d'une analyse factorielle en composante multiple³. Nous avons testé les corrélations entre la variable '*Intention d'utilisation future*', variable conative, et les variables suivantes :

L'environnement et l'information :

- L'utilisation ou non de l'ordinateur et d'Internet par l'entourage (familial et/ou professionnel)
- L'incitation ou non à l'utilisation par l'entourage
- La satisfaction de l'entourage
- Les modes d'information sur Internet (absence d'information, ou information 'mono canal' (proches ou médias), ou 'multi canal' (proches et médias)).

Confiance en soi et apprentissage direct ou vicariant :

- La confiance en soi par rapport à la technique (matériel audiovisuel, téléphone portable, ordinateur et Internet)
- L'utilisation de l'ordinateur ou l'observation de proches utilisateurs
- L'utilisation très occasionnelle d'Internet ou l'observation de proches utilisateurs

Attitude et connaissance :

- L'attitude favorable ou défavorable par rapport aux avancées technologiques
- Le niveau de connaissance d'Internet (méconnaissance ou connaissance)

Les variables sociodémographiques :

- L'âge ; le sexe ; la situation familiale : présence seul ou en couple, avec ou sans enfants

(les variables CSP, niveau d'études et situation géographique n'ont pas encore été – pour des raisons de faisabilité – intégrées à ce schéma d'analyse, elles le seront très prochainement, ce qui nous permettra d'éclairer plus justement les profils)

Nous n'avons conservé dans un premier temps que les variables qui présentaient une corrélation significative⁴ avec l'intention de connexion (ou d'utilisation) pour procéder à l'analyse factorielle en composante multiple. Quatre de ces variables relèvent *des attitudes, de la cognition et/ou des comportements*, à savoir la confiance en soi par rapport à la technique, l'attitude par rapport aux avancées technologiques, l'utilisation occasionnelle ou l'observation d'utilisateurs de l'ordinateur et d'Internet, et la

³.

⁴ Au seuil $\alpha = 5\%$ de risque d'erreur pour le KHI^2

connaissance d'Internet ; les deux dernières sont des variables sociodémographiques fréquemment observées dans la littérature sur le sujet⁵ : l'âge et la présence (ou l'absence) d'enfants au foyer.

Il ressort de ces corrélations que :

L'intention de connexion (ou d'utilisation) est d'autant plus forte (d'ici un an ou très rapidement) que la confiance en soi dans le domaine de la technique est élevée, qu'on a (ou qu'on a eu) la possibilité d'utiliser l'ordinateur et très occasionnellement de tester l'utilisation d'Internet plutôt que de simplement voir quelqu'un d'autre utiliser ces outils, qu'on possède déjà une connaissance d'Internet, qu'on est jeune (16-29 ans) ou adulte (30-59 ans), et qu'on a des enfants (scolarisés) vivant au foyer.

Ce premier constat corrobore des résultats de recherche connus par ailleurs.

En revanche, l'attitude à l'égard de la technique, variable également corrélée à l'intention d'utilisation, suscite davantage d'interrogations : parmi ceux qui sont plutôt « défavorables aux avancées technologiques », on trouve une proportion non négligeable de personnes qui déclarent vouloir l'utiliser « très rapidement » aux côtés de ceux qui ne l'envisagent pas du tout ou dans un avenir très lointain. Inversement, parmi ceux qui sont plutôt « favorables aux avancées technologiques », une partie non négligeable déclare ne jamais vouloir l'utiliser aux côtés de ceux qui veulent y accéder très rapidement ou dans un délai d'un an.

Ces liens entre attitude à l'égard des TIC et intention d'utilisation peuvent sembler contradictoires. Ils constituent en fait des résultats plus contre-intuitifs que les précédents, et le lien de cette variable attitude avec les autres variables apparaît plus clairement dans l'analyse factorielle.

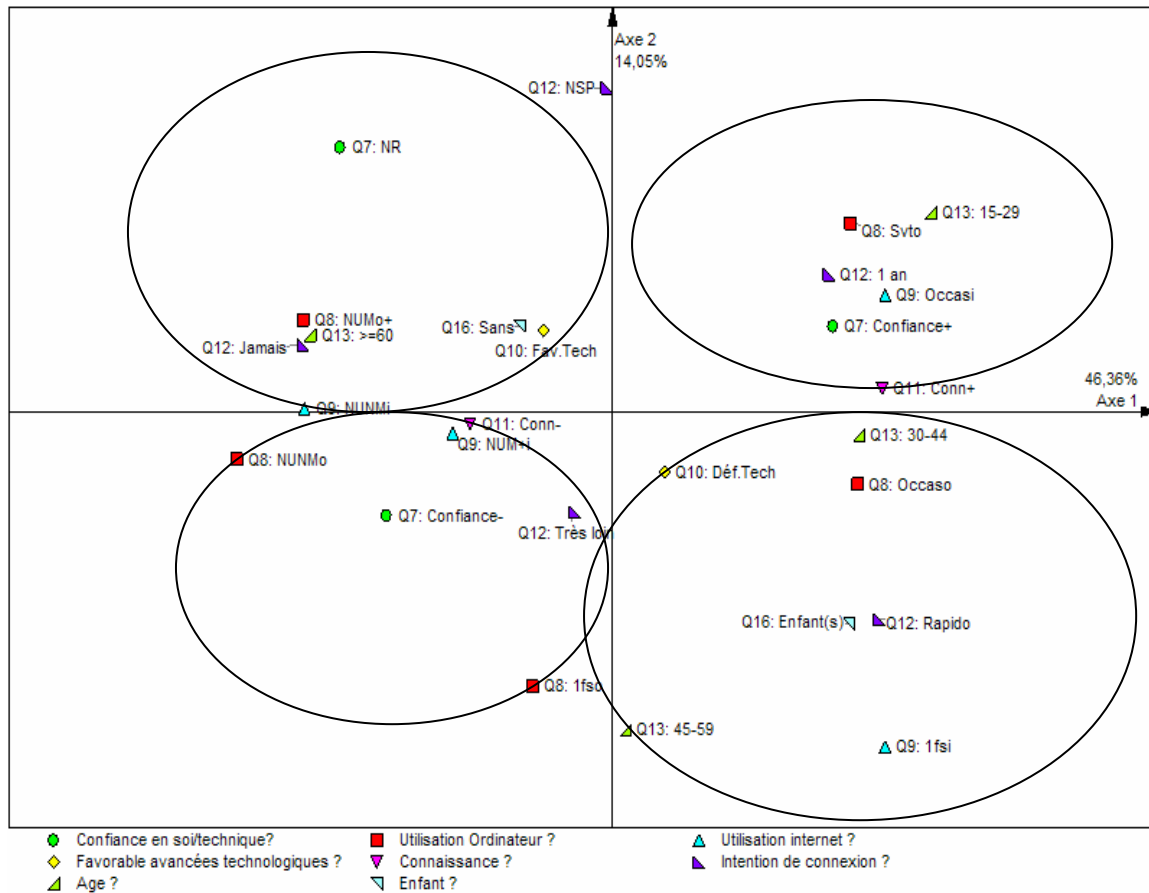
Les sept variables corrélées à l'intention d'utilisation et la variable « intention d'utilisation » ont été sélectionnées pour définir des profils de réponses grâce à une analyse factorielle d'un type particulier : l'analyse en composante multiple. Nous en présentons les résultats sous forme de graphique⁶.

La lecture de ce graphique est assez simple : dans les quatre « cadrans » formés par le croisement des deux axes factoriels se dégagent quatre « profils » différents. Plus les variables se situent sur les extrémités des axes, plus elles sont significatives d'un profil, inversement, plus elles se situent au centre du graphique, moins elles entrent dans la composition d'un profil.

⁵ Hors CSP, niveau d'étude et situation géographique que nous n'avons pas encore intégrés.

⁶ Ce graphique est obtenu par croisement de deux axes principaux issus de l'analyse factorielle : le premier axe, en abscisse, expliquant à lui seul 46% de la variance totale et le second axe, en ordonnée, en expliquant 14%.

Graphique de l'analyse factorielle



Sur le cadran en bas à droite, nous identifions ceux que nous appelons les « **pragmatiques** ». Ils ont de 30 à 44 et de 45 à 59 ans, mais l'âge révèle ici autre chose : le fait d'être actif et d'avoir des enfants vivant au foyer. Ils ont déjà eu l'occasion d'utiliser l'ordinateur, une fois Internet pour certains, et sur l'ensemble de l'échantillon, ce sont les plus prompts à déclarer vouloir l'utiliser très rapidement. Nous les nommons les « pragmatiques » parce qu'en dépit de cette intention comportementale affichée, ils se déclarent plutôt défavorables aux avancées technologiques. Leur point de vue sur Internet pourrait se résumer comme suit : « moi Internet, je ne suis pas forcément pour, mais il faut y passer. Surtout pour les enfants. »

Ces caractéristiques semblent les opposer à un second profil : celui des « **ainés** ». Ils ont généralement 60 ans et plus, mais là encore l'âge correspond aussi au temps de la retraite et à l'absence d'enfants vivant au foyer. Ils déclarent ne jamais vouloir utiliser Internet, certains aussi, plus marginalement, refusent de se prononcer sur cette question. Contrairement aux précédents, ils n'ont pour la plupart jamais utilisé l'ordinateur et Internet mais dans leur entourage beaucoup de personnes utilisent ces technologies. Ce refus de penser l'éventualité d'une utilisation future d'Internet ne coïncide pas pour autant avec une attitude hostile aux avancées technologiques, au contraire, leur attitude est plutôt favorable à la technique. Leur point de vue sur Internet pourrait se résumer

comme suit : « Internet, c'est une très belle innovation, très utile, surtout pour les jeunes. Moi ? A mon âge ça ne m'intéresse plus... ».

Il existe à l'inverse un autre profil visiblement caractéristique des plus jeunes, « **les 15-29 ans** », sur le graphique dans le cadran haut droit. Utilisateurs de l'ordinateur, ils ont déjà utilisé Internet occasionnellement, certains en raison de leurs études. Ils ont confiance en eux par rapport à la technique et ont le meilleur niveau de connaissance d'Internet de l'échantillon. Mais ce ne sont pas non plus les plus pressés à passer à une utilisation régulière de cet outil, puisqu'ils envisagent une utilisation d'ici un an. Les variables CSP et niveau d'étude, que nous n'avons pas encore intégrées à notre analyse, risquent de nous éclairer plus spécifiquement sur cette catégorie.

Ce profil s'oppose à un dernier profil, repérable dans le cadran en bas à gauche, non caractérisé par l'âge cette fois-ci, mais plutôt par le **manque de confiance en soi technique**, mais aussi par la **méconnaissance d'Internet**, et enfin par l'absence d'utilisation de l'ordinateur et d'Internet et de modèles d'utilisateurs dans leur entourage. L'intention de connexion ne semble pas figurer dans leur préoccupation immédiate, ou sinon comme une perspective très lointaine.

Les deux derniers profils semblent plus hétérogènes, recouvrant des typologies de publics distincts. L'analyse de contenu qualitative prévue dans une prochaine étape nous permettra de préciser ces profils.

L'ANALYSE DE DISCOURS : LES REPRESENTATIONS D'INTERNET

Dans un deuxième temps de la recherche nous avons procédé à une analyse statistique de discours des corpus recueillis au cours de cette première vague d'entretiens. Les variables évoquées précédemment (âge, enfant au foyer, confiance en soi technique, attitude favorable ou non...) ont été retenues pour définir chacun des individus interviewés. L'analyse de discours assistée par ordinateur⁷ devait nous permettre d'observer si les « profils » de non internautes établis correspondaient à des perceptions spécifiques d'Internet. Il est difficile d'identifier catégoriquement les variables et individus associés aux différentes classes. Cette analyse ne peut que nous donner des « tendances » que nous devons vérifier par la suite à travers une analyse qualitative détaillée de chacun des entretiens⁸.

Les logiciels d'analyse statistique de discours comme celui que nous avons utilisé répartissent les segments textuels du corpus en fonction de la proximité de leurs vocabulaires et constituent ainsi des classes lexicales reposant sur des termes co-occurents. Les vocabulaires caractéristiques de chacune des classes constituent des contextes lexicaux qui peuvent être considérés comme autant de dimensions ou « univers de représentation » du discours.

⁷ Analyse effectuée avec le logiciel ALCESTE

⁸ L'usage d'un logiciel d'analyse statistique de discours pour étudier des corpus d'entretiens doit être fait avec vigilance. En effet, les entretiens – sauf à être parfaitement non directifs – sont largement guidés par l'enquêteur qui, volontairement ou non, oriente le discours. L'analyse statistique de discours ne permet alors pas de distinguer clairement, sans retour au texte, les représentations de l'enquêteur et celles de l'enquêté.

L'analyse de ce corpus d'entretiens fait émerger quatre « mondes lexicaux » spécifiques.

Un discours que nous avons qualifié d'« idéologique »

Ce contexte lexical repose sur les champs sémantiques du changement radical (*bouleversement, révolution...*) et total (*monde, entier...*). Ce changement est avant tout attribué à la communication (et non au savoir partagé, à l'information, aux gains de production...) et à la notion de lien, que les technologies le soutiennent (*relier, contact*) ou l'effacent (*enfermer*). Dans ce contexte, l'appréhension d'Internet est avant tout positive (*malin, force, agréable, rapide, grand, mieux*). Cette classe du corpus se caractérise à la fois par l'intensité de l'engagement des locuteurs (*précisément, certainement, forcément*) et par leur peu d'implication personnelle dans le discours (*certain, on dit, on...*).

Ce contexte lexical évoque donc le discours très idéologique porté par les médias aux origines de l'Internet, un discours convenu, consensuel, que certains interviewés se réapproprient pour afficher leur accord ou leur désaccord. Il correspond essentiellement à une partie de notre entretien où nous souhaitions évaluer l'engagement idéologique des interviewés à travers des questions fortement inductrices comme « Pensez-vous qu'Internet va bouleverser le monde ? »

Les jeunes (15-29) sans enfant sont sur-représentés dans ce contexte, ainsi que les personnes ayant déjà utilisé un ordinateur. On retrouve également surreprésentées dans ce contexte les variables « absence de proches connectés » et « utilisation d'un ordinateur ». Quelques segments de discours représentatifs de cette classe : « Oui, je pense que oui, parce que c'est cette communication mondiale, oui, on peut communiquer avec des gens du monde entier très rapidement, c'est quand même un bouleversement, c'est quand même un changement de société. » ou « Ca peut être perçu comme un enfermement, tu te marginalises par rapport à la société, ça peut créer l'individualisme. » ou encore « Oui ça va changer la communication entre les hommes mais pas fondamentalement la société. »

Une narration d'expériences

Cette seconde classe analysée affiche une représentation résolument pragmatique de la technique. On y retrouve un champ sémantique de l'usage (*servir, taper, envoyer, fonctionner...*), un champ autour de l'équipement technique (*appareil, magnétoscope, ordinateur...*), un autre évoquant l'accompagnement (*montrer, regarder, expliquer, essayer, expérience...*). Ce contexte lexical suggère une narration très personnelle (marqueurs de la personne surreprésentés) de l'expérience technique des interviewés à travers leur propre expérience ou celle de leurs proches (*fils, mari, fille, sœur, mère...*) et concerne plusieurs technologies : le magnétoscope, l'ordinateur, Internet, le papier et le crayon.

Le profil caractéristique de cette classe est plutôt celui des 30-59 ans avec enfant qui souhaitent se connecter rapidement. Ils ont pour certains déjà utilisé l'ordinateur et utilisé Internet une fois. Si ce contexte lexical est associé aux personnes ayant une connaissance globalement bonne d'Internet et des services qu'il propose et souhaitant se connecter rapidement, ils ne sont pas pour autant favorables aux avancées technologiques et manquent de confiance en eux technique. La nécessité de connexion s'exprime alors comme une évidence (une fatalité ?), essentiellement sous l'impulsion

de l'entourage et pour l'entourage (enfants prescripteurs). Mais l'accès à la technique est souvent perçu comme complexe. Le temps (*perdu, passé*) est également associé à cette catégorie de discours.

Ce contexte lexical correspond à des questions de notre entretien autour de la complexité ou non d'utilisation et des services. Les réponses peuvent alors être « Ben, ça peut l'être (compliqué). Enfin, avec le peu d'expérience que j'ai, ça peut l'être quand on tape, quand on cherche sur des sites de recherche par exemple, un mot de travers et ça peut t'envoyer n'importe où, et après tu ne te retrouves plus » ou « Je suis sûre que je mets le doigt dessus, ça râpe et ça se casse. Je ne sais même pas me servir d'un magnétoscope. Chaque fois que je m'en sers, il ne marche pas. » ou encore « Non, c'est sûrement pas très compliqué, mais la télévision, tu appuies sur le bouton et ça marche. »

Un discours de rationalisation

Cette dimension du discours est essentiellement mobilisée par les plus âgés qui ne souhaitent jamais se connecter à Internet mais ont une vision très favorable de la technique... pour les autres, sous entendus les plus jeunes. Cette classe suggère avant tout les raisons convenues évoquées par plusieurs interviewés pour justifier la non connexion ou la non utilisation : le coût (*argent, prix, investir...*) et l'âge (*génération, étudiants, jeunes, retraité...*). La négation est également très caractéristique de cette classe. Internet, c'est alors « pas pour moi », ou « pas pour eux ». Le besoin, l'utilité, l'envie sont également évoqués, souvent par la négative. Des énoncés caractéristiques de cette classe : « (...) parce que ça revient quand même à 1000 euros, j'ai regardé un peu et tout le monde n'a pas les moyens, surtout vu la conjoncture actuelle. » ou « Dans mon cas ça ne m'apporte rien personnellement, mais pour les familles nombreuses où il y a des jeunes qui ont besoin de se documenter, des gens qui veulent faire des voyages, organiser des tas de choses... » ou encore « Quand on reçoit une facture en général ce n'est pas bon. Je trouve que c'est cher mais bon ça se démocratise, maintenant ils font des forfaits. »

Formation et accompagnement

On retrouve, associés à cette dimension du discours, les personnes exprimant un manque de confiance en elles technologique et ne souhaitant pas se connecter avant longtemps. Ces profils de personnes ont naturellement été interrogés plus longuement par les enquêteurs à propos des modes d'accompagnement concrets qui pourraient les amener à utiliser Internet, ce qui explique qu'elles soient étroitement associées à ce contexte lexical. Toutes les formations possibles sont évoquées dans ce contexte : auto-formation, formation par un spécialiste ou avec un proche, chez soi ou en groupe à l'extérieur... On notera que ce n'est pas tant Internet qui est évoqué ici que l'informatique et l'ordinateur qui nécessitent un accompagnement. Des termes comme *patient, sérieux, libre, capable*, sont associés au champ sémantique de la formation (*former, cours, pédagogique*) et de l'accompagnement (*familiariser, voir, comprendre, montrer, démarche*).

Quelques énoncés caractéristiques de cette classe : « J'ai pensé à faire une formation en 2001 mais très vite j'ai abandonné parce que ça me semblait un jeu plutôt qu'une démarche sérieuse. J'ai une culture livresque. » ou « Si je devais me former à Internet je préférerais que ce soit un ami pour me montrer, parce que c'est plus convivial et moins strict. »

L'usage d'un logiciel d'analyse statistique de discours a permis, sur une première vague d'entretiens, d'identifier les grandes tendances d'organisation du discours des interviewés et d'articulation entre profils d'individus et représentations d'Internet et de son usage mobilisées. L'apport de ce type d'analyse dans le cadre de corpus d'entretiens semi-directifs reste limité et doit être manié avec précaution, le discours recueilli étant largement orienté par les questions des enquêteurs.

La deuxième phase de cette recherche sera consacrée à un retour qualitatif sur nos entretiens pour répondre à nos hypothèses de travail initiales et à l'augmentation du nombre d'audités. Nous ajouterons également trois variables à notre analyse : la CSP, le niveau de formation et la situation géographique, ce qui risque de faire évoluer significativement nos résultats.

BIBLIOGRAPHIE

BANDURA, A. *Auto-efficacité. Le sentiment d'efficacité personnelle*. Bruxelles: De Boeck, (2003).

———. *Self Efficacy*. New York: W.H. Freeman and Company, (1997).

BOLLE DE BAL M. « Reliance, déliance, liance : émergence de trois notions sociologiques » In *L'animation en France et ses analogies à l'étranger*. Bordeaux, Colloque du 4 novembre 2003.

CASTELLS, M. *La galaxie Internet*. Paris: Fayard, (2001).

RAM, S. "A model of innovation resistance." *Advances in consumer research*, 14, (1987).

ROGERS, E. *Diffusion of innovation*. New York: Free Press, (1995).

Pour une bibliographie détaillée sur la question voir aussi : <http://www.non-internautes-aquitains.com/references.php>