

REPRÉSENTATIONS DES USAGES DU TÉLÉPHONE PORTABLE CHEZ LES JEUNES ADOLESCENTS

Corinne MARTIN

Doctorante CREM (Centre de Recherche sur les Médias)

de l'université de METZ (ÉA 3476)

**« SUPPORTS, DISPOSITIFS ET DISCOURS MÉDIATIQUES
À L'HEURE DE L'INTERNATIONALISATION »**

**Dixième Colloque Bilatéral franco-roumain
Première Conférence Internationale Francophone
en Sciences de l'Information et de la Communication**

Bucarest, 28 juin – 2 juillet 2003

Notre analyse porte sur les représentations du média téléphone portable chez les jeunes adolescents. Quelle est la signification sociale conférée à ce nouvel objet ? Par quels processus se l'approprié-t-on ? Comment se construit la norme d'usage ? Pour répondre à ces questions, nous évoquerons dans une première partie les limites d'une approche quantitative des usages, nous conduisant à redéfinir cette notion, en y intégrant celle de représentation sociale de ces usages et de l'objet technique. L'objectif est de comprendre comment cette représentation se construit et se structure à partir de la dynamique familiale et des pratiques de communication quotidiennes à l'œuvre chez ces jeunes adolescents. Dans une seconde partie, nous évoquerons l'autonomie générée par ce nouveau dispositif de communication. Enfin, dans une troisième partie, nous aborderons le contrôle social : il semble que la tension autonomie / contrôle social parental, soit une dimension essentielle à prendre en considération pour expliquer la construction de ces relations médiatisées par portable. Notre propos s'inscrit dans un travail de recherche sur les représentations des usages du portable chez les jeunes adolescents et leurs parents, c'est-à-dire dans l'ensemble du groupe familial. Toutefois, nous nous limiterons ici aux premiers résultats de notre enquête auprès des jeunes.

1. DE LA NOTION D'USAGE A CELLE DE REPRÉSENTATION SOCIALE DES USAGES

L'approche quantitative visant à définir le profil socio-démographique des usagers du portable révèle vite ses limites : elle n'offre qu'une vue partielle de l'usage, d'autant que la construction des critères statistiques pour évaluer les taux d'équipement n'est pas sans poser problème. Aussi, est-il apparu essentiel de redéfinir la notion d'usage pour la compléter par celle de représentation de ces usages et de l'objet technique. Nous présenterons alors la méthodologie mise en œuvre dans notre enquête.

1.1. APPROCHE QUANTITATIVE : UNE VUE PARTIELLE DE L'USAGE

Nous allons comparer les différentes statistiques officielles relatives au taux d'équipement en portable. Précisons d'emblée que nous n'avons pas eu accès aux chiffres d'Orange (filiale de France Telecom), ni des autres opérateurs (SFR et Bouygues). En effet,

depuis l'ouverture du marché à la concurrence, ces données relèvent de la stratégie marketing et sont devenues totalement inaccessibles. Bien sûr, l'ART (Autorité de Régulation des Télécommunications) rend publiques, chaque trimestre, des statistiques nationales de consommation mais elles n'apportent aucune information sur le profil des utilisateurs. Au 30 juin 2003, 39,378 millions de portables étaient en circulation, ce qui représente un taux d'équipement de 65,3 % de la population française. Pour mémoire, ce taux était de 55,1 % en juin 2001. Nous avons été tentée de comparer ces statistiques officielles de juin 2001 à trois autres enquêtes, dans la mesure où elles ont été réalisées à la même époque : celle de l'Insee (Institut national de la statistique et des études économiques et son enquête permanente sur les conditions de vie des ménages), celle du Credoc (Centre d'étude et d'observation des conditions de vie), et enfin celle de Médiamétrie (baromètre Multimédia). Or, cette comparaison a vite trouvé ses limites, puisque ces différents organismes ne travaillent pas sur les mêmes unités statistiques (ménages ou individus) et que, de plus, ils n'utilisent pas les mêmes tranches d'âge. Surtout, il est apparu qu'ils ne semblaient pas parler du même « objet » téléphone. L'Insee recense 55 % des ménages équipés d'un portable (soit environ 13 millions) alors que le Credoc avance, à la même époque, le taux de 55 % de la population française âgée de 18 ans et plus (soit environ 25,2 millions) et Médiamétrie 46,6% de la population de 16 ans et plus (soit environ 22 millions). Quant à l'ART, elle annonce – toujours en juin 2001 – un taux de pénétration de 55,1 % de la population française (soit environ 32,2 millions de portables, sans compter les Dom-Tom). Comment expliquer de telles différences ? Plusieurs hypothèses peuvent être avancées : pour l'Insee, les portables recensés sont ceux dont le ménage s'est équipé, en d'autres termes qu'il a achetés lui-même, alors que pour le Credoc (2001, p. 115), il s'agit du téléphone mobile dont on « dispose personnellement ». Toute l'ambiguïté réside dans ce terme « personnellement » : il est possible de disposer personnellement d'un portable qui aura par ailleurs été acheté, puis mis à disposition par l'entreprise. Quant aux statistiques de l'ART, elles sont construites à partir des données commerciales fournies par les opérateurs : elles recensent tous les titulaires d'une (voire plusieurs ?) cartes SIM, inscrits à l'Enregistreur de Localisation Nominal (HLR). Elles incluent donc aussi les flottes des entreprises. Les écarts entre les statistiques de ces différents organismes en juin 2000 étaient sensiblement du même ordre. Toutes ces comparaisons conduisent à constater qu'un tel problème de mesure n'aurait pu être rencontré pour évaluer le taux d'équipement en téléphone fixe. Il apparaît ainsi qu'avec ce nouvel objet « personnel », les frontières privé / professionnel sont ténues et que la notion même de taux d'équipement doit être redéfinie avec précision : se réfère-t-elle à des individus, à des ménages, voire à des

entreprises ? Et que dire de l'impossibilité d'évaluer le taux d'équipement des populations jeunes ? Les chiffres des opérateurs sont inaccessibles, mais ils comporteraient aussi un biais important, car l'abonnement est pris souvent au nom des parents pour des raisons évidentes de garantie financière. En somme, la construction des critères statistiques (Desrosières, 2000) s'est révélée complexe, parce que l'objet « téléphone portable » est très difficile à appréhender d'un point de vue quantitatif. Ainsi apparaît-il clairement que l'approche quantitative centrée sur la possession de biens de consommation est insuffisante pour rendre compte des usages (Chambat, 1994). C'est pourquoi une approche qualitative, redéfinissant la notion d'usage, s'avère indispensable.

1.2. À PROPOS DES NOTIONS D'USAGE ET DE REPRÉSENTATION SOCIALE

La question de l'usage est éminemment complexe. Selon P. Chambat (1994), les usagers constituent un groupe latent, que beaucoup d'études quantitatives ont trop tendance à assimiler à des consommateurs et ce, d'autant plus que même les statistiques d'équipement sont apparues difficiles à élaborer (*cf. supra*). De plus, le portable, en tant que TIC (Technologie de l'Information et de la Communication), constitue bien un objet technique et J. Jouët (2002) montre que c'est la question de son appropriation qui doit être posée (pour une revue de questions sur la construction de l'objet « téléphone », *cf. Martin, 2002*). La sociologie de l'innovation a pointé les écarts qui peuvent exister entre les usages prescrits et les usages réels. J. Perriault (1989) décrit une logique de l'usage qui est une relation entre l'instrument, sa fonction et le projet de l'utilisateur. C'est une relation qui va se stabiliser jusqu'à la production de normes et qui aboutira, ainsi, à la légitimation de l'usage. Cet usage sera rarement conforme à celui prescrit par le concepteur, car il aura subi nombre de détournements, substitutions ou créations. De même, M. de Certeau (1990) a mis en évidence la créativité dont savent faire preuve les « petits acteurs » lorsqu'ils cherchent à s'approprier l'objet en braconnant les usages, en les détournant. Même si son analyse était spécifique aux objets culturels, elle est sollicitée aujourd'hui par de nombreux auteurs en sociologie des usages. Ainsi, cette question de l'appropriation renvoie-t-elle inévitablement à la signification sociale (Mallein, Toussaint, 1994) qui est conférée à l'objet par celui qui cherche à se l'approprier. Et plutôt que de quantifier les pratiques en dénombrant le nombre d'appels, leur durée, le type de correspondants et les motifs d'appels, nous avons choisi de nous intéresser aux représentations sociales que les gens se font, d'une part, de leurs pratiques et, d'autre part,

de l'objet technique lui-même. P. Chambat (1994) pense cette question de la représentation sociale essentielle, parce que l'usage déborde l'utilisation fonctionnelle et le rapport à la technique n'est jamais purement instrumental. Les représentations sociales sont définies par la psychologie sociale (Abric, 1994 ; Jodelet, 1989 ; Moscovici, 1989) comme des constructions sociocognitives : cognitives parce qu'elles sont le produit d'une activité mentale ; sociales parce que toute représentation est forcément représentation sociale de quelque chose pour quelqu'un, elle est le résultat d'interactions sociales, elle est générée collectivement par les membres d'un groupe. Comment appréhender ces représentations ?

1.3. ÉLÉMENTS DE MÉTHODOLOGIE

Nous avons réalisé une enquête exploratoire (de novembre 2002 à février 2003) dans le seul but de recueillir des noms pour constituer notre échantillon qualitatif. Sur les 850 jeunes mosellans enquêtés en seconde (lycée et lycée professionnel) et en 3^{ème} de collège en milieu urbain, 84 % d'entre eux sont équipés (88 % des filles et 79 % des garçons). Nous n'avons retenu que les jeunes dont les parents bi-actifs étaient aussi équipés. 147 jeunes correspondaient à nos critères et notre échantillon final est constitué de 24 adolescents (13 filles, 11 garçons) âgés de 14 à 18 ans (9 en 3^{ème} et 15 en 2^{nde} générale ou BEP). Dans une telle approche qualitative, la représentativité statistique n'a aucun sens, mais nous avons tenu à retenir le maximum de diversité dans les professions des parents. Nous avons rencontré les jeunes dans l'enceinte de l'établissement (petite salle mise à notre disposition), au cours d'un entretien semi-directif. En nous démarquant de l'institution scolaire, nous leur avons demandé d'aborder leurs usages, ainsi que leur vie familiale et amicale. Nous avons pris le parti méthodologique de travailler sur les représentations sociales que les individus se font de leur pratique et de l'objet. Certes il serait intéressant de croiser cette analyse avec l'observation directe de ces pratiques, mais l'étude de ce nouvel outil de communication pose de véritables problèmes méthodologiques à la sociologie des usages. L'analyse des factures détaillées, mise en œuvre pour l'étude du fixe, est impossible avec les mobiles à carte (soit 40 à 50 % du parc et plus encore chez les jeunes). La méthodologie du carnet de comptes, utilisée aussi sur le fixe, n'était pas exempte de biais. Nécessitant de recenser tous les appels entrants et sortants, leur durée, leur motif, le type de correspondants, elle s'est révélée lourde à appliquer pour les enquêtés et pouvait, à leur insu, réintroduire les représentations qu'ils se faisaient de leurs pratiques, par exemple lorsqu'ils qualifiaient le motif (comment séparer le fonctionnel de l'affectif ?), ou bien quand ils censuraient certains appels jugés peu importants. Or, justement, le portable a fait émerger tous ces appels, où ce n'est pas tant le contenu qui importe que

l'entretien du lien à distance, attestant ce que C. Licoppe (2002) qualifie de « mode connecté ». Les études actuelles sur le mobile tentent de « mixer » les méthodologies, intégrant tant l'approche ethnographique (Morel, 2002) que l'analyse conversationnelle (Relieu, 2002). Dans le cadre de notre recherche, l'objectif est de confronter les représentations et les discours des jeunes à ceux de leurs parents, afin de cerner l'identité sociale de chacun, en même temps que l'ensemble de la dynamique familiale dans une sorte de mise en perspective. Nous avons présenté, lors du Colloque « *Femmes et travail en Europe* » (cf. Martin, à paraître 2003), les premiers résultats de notre enquête auprès des femmes, mères de ces jeunes, abordons maintenant ceux issus de nos entretiens avec ces adolescents.

2. COMMUNICATION INTRA-GÉNÉRATIONNELLE : L'AUTONOMIE

D. Pasquier (2001) a montré que le mobile remplissait une fonction de sociabilité intra-générationnelle chez les jeunes. Ce que confirment nos entretiens : les adolescents contactent de façon nettement prioritaire leurs copains / copines et petit(e) ami(e). De même, les premières études d'usage du mobile pointaient la dimension personnelle de l'objet (de Gournay et Mercier, 1997). Il apparaît, ainsi, que la question de l'appropriation de l'objet et de la représentation que l'on s'en fait renvoie aussi indubitablement à celle de l'identité. Quelle identité individuelle, mais aussi sociale peut s'exprimer et se construire par l'utilisation d'un tel média ? Cette question nous paraît essentielle et c'est par le recours à la sociologie de la famille qu'elle doit être problématisée. La famille contemporaine se caractérise par l'autonomisation et l'individualisation de chacun de ses membres. Pour F. de Singly (2000), la famille reste un support indispensable à la construction, toujours en devenir, de l'identité de chacun de ses membres. Mais parallèlement se développe une revendication grandissante, de la part de chacun, de son identité de « soi seul », identité séparée en dehors du groupe familial. Il s'agit, ainsi, d'être « libres ensemble ». Aussi, le portable paraît-il être un outil de communication propre à véhiculer une telle revendication identitaire, notamment chez les jeunes, parce qu'il permet effectivement l'accès direct à sa sociabilité personnelle sans avoir à passer par le fixe du foyer qui reste un appareil collectif. Nous montrerons comment le portable peut favoriser cette autonomie et expression identitaire, notamment *via* les messages (SMS, Short Messaging Service), relevant tant du registre émotionnel que ludique. Puis, nous

reviendrons sur la notion d'objet personnel, lequel est aussi un objet d'échange facilitant l'identification et la reconnaissance au sein du groupe.

2.1. « SURTOUT DES MESSAGES »

1,881 milliard de SMS ont été échangés sur les trois réseaux (Orange, SFR et Bouygues) en métropole au cours du second trimestre 2003, ce qui représente 16,8 SMS envoyés par mois et par client actif moyen. Cette « réalité » statistique doit être appréhendée avec précaution (Desrosières, 2000), comme nous l'avons vu pour les taux d'équipement (*cf. supra*). Et face à cette moyenne, il ne nous reste plus qu'à supposer que les jeunes se situent largement au dessus : beaucoup, dans notre petit échantillon, déclarent utiliser la majorité, voire la quasi-totalité de leur crédit, en messages. D'autant qu'ils peuvent ainsi « se parler », « dialoguer », en se répondant successivement un nombre interminable de fois. La fonction de maintien permanent du lien est ici patente (Licoppe, 2002), mais les termes employés renvoient à l'oral. La réception du message est quasi instantanée et la réponse bien souvent aussi, comme une nécessité. Mais alors pourquoi ne pas avoir recours au mode classique des appels ? Parce que la possibilité de contacter l'autre relève de la spontanéité, du désir, de l'impulsion voire de la fantaisie et ne saurait attendre. C.-A. Rivière (2002) et P. Lardellier (2002) décrivent cette extériorisation des émotions et de l'intimité qu'autorisent les messages. On peut, à n'importe quel moment et sans contrainte sociale, tout dire, même des bêtises, des choses sans importance, se raconter des « potins », des mensonges, exprimer des mots doux que l'on n'arriverait pas à formuler à l'oral, des secrets, bref, on peut « se lâcher », nous dira une adolescente. D'autres évoqueront clairement leur appréhension du média téléphone, avec les « blancs » de la conversation (et ses règles à maîtriser ?). La dimension ludique, qui permet de déjouer les codes sociaux en vigueur, apparaît clairement : il est possible de communiquer hors des temps socialement dévolus aux conversations téléphoniques. Certains ne cacheront pas leur jubilation d'être réveillés en pleine nuit par des messages. Ces derniers participent également à la création d'un nouveau langage codé, habilement récupéré par le marketing des opérateurs (Lardellier, 2002). De même, ils sont un moyen de se jouer des interdits émanant de l'institution scolaire : non seulement il est facile, moyennant quelques ruses, de rédiger les messages pendant les cours, pour juguler l'ennui et communiquer avec les amis à l'extérieur, mais la dimension ludique est à son comble lorsqu'il s'agit de joindre le copain dans la même classe.

Paradoxalement, cette extériorisation de l'émotion ne va pas sans un certain retrait de l'intimité (Rivière, 2002) qui participe à la création de nouveaux codes sociaux : les messages

constituent une marque d'attention envoyée à l'autre (on pense à lui), mais de façon discrète, alors qu'un appel risquerait de passer pour intempestif et de déranger, notamment dans l'espace public. Les textos permettent aussi de joindre directement la personne, sans risque d'interception par un tiers, ce qui justement autorise cette extériorisation de l'intimité, ou de ces secrets. De façon plus neutre affectivement mais non moins ludique, les messages sont aussi utilisés dans un souci de micro-coordination pour organiser les rencontres.

En résumé, les messages favorisent l'expression identitaire, tant individuelle que sociale, et nous allons voir que l'objet téléphone, en tant que tel, sert aussi d'ancrage à cette même identité.

2.2. OBJET PERSONNEL ET OBJET D'ÉCHANGE

Nous avons déjà évoqué la dimension personnelle de l'objet qui le distingue du fixe du foyer. Il nous faut compléter. Il est rarement éteint chez les jeunes, toujours à portée de main, voire près du corps, y compris la nuit, pour pouvoir le sentir vibrer ; il est regardé et consulté en permanence, et de façon quasi-réflexe, à la sortie des cours. En ce sens, il s'intègre aux habitudes incorporées, constitutives de l'identité (Kaufmann, 2001). Très souvent personnalisé par la coque (habillage), les sonneries et les logos, il peut même être personnifié, sorte de confident / ami. F. Jauréguiberry (2003), reprenant une notion psychanalytique de Winnicott, le compare à un objet transitionnel, qui permet de s'affranchir de la relation fusionnelle avec la mère par une différenciation progressive entre le moi et le non-moi, le dedans et le dehors. En ce sens, il participe de la construction, jamais achevée, de l'identité individuelle. Mais s'il est très personnel, il est aussi objet d'échange, à propos duquel on échange : tous les jeunes savent quel est le type d'appareil de leurs amis proches, quel type de forfait ils utilisent, parfois combien il leur reste de crédit. Un peu à la manière des informaticiens qui discutent ou s'échangent des logiciels (Jouët, 1987). Si les logos et sonneries personnalisent l'objet, ils sont aussi fréquemment échangés. De même, il existe une certaine solidarité (objet prêté au copain qui n'a plus de crédit ou rappeler celui qui « bipe » *cf. infra*). Tous ces éléments définissent une sorte de communauté, à la création de laquelle on a participé et qui sert en retour de groupe de référence et de support d'identification.

Après la mise en évidence de cette construction identitaire et de cette prise d'autonomie en dehors du groupe familial *via* le portable, il importe d'aborder l'autre dimension de ce processus, à savoir le contrôle social parental.

3. APPELS AVEC LES PARENTS : DÉPENDANCE ET CONTRÔLE SOCIAL

Nous avons posé l'hypothèse d'une tension, d'une relation dialectique autonomie / contrôle social. En effet, les appels utilitaires vers les parents ainsi que le discours prégnant relatif à la gestion des coûts traduisent une dépendance à leur égard, complétée par un contrôle social directement exercé par ces mêmes parents *via* le portable.

3.1. APPELS « UTILITAIRES » VERS LES PARENTS

M. Segalen (1999), dans son analyse du téléphone fixe dans les familles, évoque la notion de devoir qui régit les relations vers les générations ascendantes, alors que c'est le désir de recevoir qui guide les relations vers les générations descendantes. Dans les appels des jeunes adolescents vers leurs parents, il est apparu de façon massive ce que nous avons appelé une dimension « utilitaire » : les jeunes disent solliciter leurs parents en cas de besoin, pour les trajets scolaires (en complément du bus), mais aussi pour les trajets vers les diverses activités de loisirs (c'est le temps parental nommé « taxi »). En priorité, ils appellent la mère sur le fixe de la maison ou au travail ; dans certains cas, c'est le père qui est appelé (lorsqu'il est plus impliqué dans le temps parental d'éducation). Ce besoin reflète bien la dépendance des jeunes vis-à-vis de leurs parents, mais sert parfois de première justification à l'achat d'un portable (qui correspond aisément à un argumentaire commercial en termes de « besoin »), face à des parents aisément culpabilisés. Si l'on se réfère à la dialectique du maître et de l'esclave développée par Hegel (le maître est forcément esclave de son esclave – lequel devient donc son maître –, puisque sans lui, il perd sa position de maître), il apparaît que les parents, avec le portable, se trouvent parfois à la merci d'un jeune auquel ils doivent répondre sur le champ, toutes affaires cessantes. Cette relation de dépendance est complexe.

3.2. GESTION DES COÛTS

Pour la prise en charge des coûts engendrés par le portable, la dépendance des jeunes est évidente. Ce qu'il est intéressant de comprendre, c'est comment elle se négocie. Si certains ont une consommation de leur crédit que nous pourrions qualifier de « boulimique », régie par le seul principe du plaisir, (« quand j'ai du crédit, faut que je l'utilise tout de suite »), pour tous, la fin du crédit sonne, tel un couperet, le retour du principe de réalité. Principe de réalité édicté par les parents : ils entendent maîtriser la consommation de leur jeune. Ils ont choisi pour lui les cartes prépayées (40 à 50 % du parc total selon l'ART, plus encore chez les

jeunes), ou les forfaits bloqués (remarquons que l'offre commerciale s'est rapidement adaptée aux préoccupations des parents). Certains, plus rares, ont des forfaits non bloqués. Chez la quasi-totalité des jeunes, le discours relatif à la gestion des coûts s'est révélé prégnant. Soit il résulte d'une intériorisation du discours parental, tel un interdit (pour ceux qui arrivent à gérer), soit il exprime le manque : nombreux sont ceux qui consomment rapidement le crédit qui leur est alloué et se retrouvent alors coupés de leurs amis, jusqu'au prochain renouvellement, objet d'âpres négociations avec les parents. Cette nécessaire gestion des coûts imposée par les parents détermine, sous la contrainte, des règles d'usage : envoyer des messages par souci d'économie, ou se résigner à utiliser le fixe du foyer, mais là encore, la sentence parentale resurgit avec le contrôle des factures détaillées, ou le verrouillage du fixe (appels vers portables impossibles ; code). Apparaissent aussi des tactiques de détournement, parfaitement codifiées : le jeune bipe (laisser sonner une seule fois) son copain, qui ne manquera pas de le rappeler, par solidarité (*cf. supra*). Après la mise en évidence de cette relation de dépendance qu'actualise le portable, il importe d'en aborder une autre facette, à savoir le contrôle social exercé par les parents.

3.3. CONTRÔLE SOCIAL PARENTAL

Nous avons montré (Martin, 2003) que le portable peut se transformer en un véritable instrument de contrôle social, par la traçabilité des identités et des informations qu'il génère. La moitié des mères de ces jeunes (Martin, à paraître 2003) utilisent le portable comme outil de suivi éducatif, pour gérer à distance, mais surtout contrôler, les sorties du jeune : il s'agit de savoir où il est, avec qui, ce qu'il fait et surtout quand il rentre, ou le rappeler à l'ordre s'il est en retard. Si les mères décrivent, sans réticence, cette pratique qui les rassure, il n'en va pas de même pour les jeunes : nombre d'entre eux ne l'ont pas abordée spontanément. Mais après nos questions dirigées, il s'avère que ce contrôle social existe bel et bien et qu'il est finalement « accepté » par le jeune, parce qu'il a su le retourner à son avantage : cette réassurance, pressentie chez la mère, devient un élément avancé dans la négociation pour avoir un portable, ou sert d'argument dans la justification des pratiques (après-coup). Et être appelé par sa mère au milieu d'une fête devant les copains, ne procure finalement pas autant de honte que cela, puisque c'est le sort de tous ces mêmes copains (les sorties sont encore très surveillées, pour la majorité de ces jeunes adolescents). Conjointement à ces appels en provenance de la mère, le jeune est tenu de prévenir de tout retard éventuel. C'est bien entendu une autre façon de rendre des comptes, mais surtout, avec le portable, il n'a plus aucune excuse de ne pas l'avoir fait (aucun aléa n'est recevable – sauf à oublier son portable à

la maison ! – puisque le jeune peut même biper ses parents). Ce devoir de prévenir est, là encore, parfaitement bien intégré par les jeunes, parce qu'il peut permettre de retrouver une certaine marge de liberté : prévenir d'un retard, c'est aussi parfois négocier une rallonge, voire une autorisation de sortie. Certains parents refusent néanmoins ce qu'ils appellent cette mise devant le fait accompli, ceux-là mêmes qui préfèrent anticiper et utilisent moins le portable comme un outil de suivi éducatif à distance, en temps réel.

CONCLUSION

La dimension personnelle du portable et l'autonomie qu'il procure aux jeunes adolescents par l'accès à leur sociabilité personnelle, ne peuvent être envisagés de façon univoque : il importe de prendre en considération le contrôle social que génère ce nouveau dispositif de communication, notamment dans la relation avec les parents (ou entre copains parfois). Autonomie et contrôle social sont inextricablement liés dans une relation complexe qu'actualisent les usages du portable. Beaucoup de pistes restent à explorer car la diversité des usages est patente (objet personnel ou partagé, usage exclusif ou mixte sms / appels ou fixe / portable etc.). Mais encore une fois, nous travaillons sur les représentations et il est intéressant de constater combien le discours sur les pratiques est cousu de paradoxes : la gestion des coûts est un élément récurrent alors même que la consommation est inflationniste ; certains affirment ne plus pouvoir se passer de leur portable mais n'hésitent pas à dénigrer leur pratique (« appeler pour rien dire ») : serait-ce une simple intériorisation du discours parental ? Notre pari est de confronter au discours de ces jeunes ceux de leurs père et mère, pour cerner l'identité sociale de chacun, en même temps que l'ensemble de la dynamique familiale dans une sorte de mise en perspective. Le discours véhiculé par l'institution scolaire apportera aussi des éléments d'analyse complémentaire.

RÉFÉRENCES

ABRIC J.-C., 1994, éd., *Pratiques sociales et représentations*, Paris, Presses Universitaires de France.

BIGOT R., 2001, « La diffusion, l'usage et l'acceptabilité des nouvelles technologies en France », *Collection des Rapports*, CREDOC, 220.

CERTEAU de M., 1990, *L'invention du quotidien. Tome 1. Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1998.

- CHAMBAT P., 1994, « NTIC et représentations des usages », pp. 45-59, in VITALIS, dir., *Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages*, Rennes, Éd. Apogée.
- DESROSIÈRES A., 1993, *La politique des grands nombres. Histoire de la raison statistique*, Paris, Éd. La Découverte/Poche, 2000.
- GOURNAY de C., MERCIER P.-A., 1997, « Entre la vie privée et le travail : décloisonnement et nouveaux partages », *Actes du 1^e Colloque international sur les usages et services des télécommunications « Penser les usages »*, Arcachon, 27-29 mai, pp. 379-387.
- GREEN N., 2002, « Qui surveille qui ? Contrôler et rendre des comptes dans les relations de téléphonie mobile », *Réseaux*, vol. 20, 112-113, pp. 249-274.
- JAURÉGUIBERRY F., 2003, *Les branchés du portable*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Sociologie d'aujourd'hui ».
- JODELET D., 1989, *Les représentations sociales*, Paris, Presses Universitaires de France, 1997.
- JOUËT J., 1987, *L'écran apprivoisé. Télématic et informatique à domicile*, Paris, CNET, Éd. Réseaux.
- JOUËT J., 2000, « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, vol. 18, 100, pp. 487-521.
- KAUFMANN J.-C., 2001, *Ego. Pour une sociologie de l'individu*, Paris, Nathan.
- LARDELLIER P., 2002, « Les SMS oeuvrent à l'avènement d'un nouveau romantisme. Textos : la novlang du cœur », *Libération*, 1^{er} mars.
- LICOPPE C., 2002, « Sociabilité et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles », *Réseaux*, vol. 20, 112-113, pp. 171-210.
- MALLEIN P., TOUSSAINT Y., 1994, « L'intégration sociale des technologies d'information et de communication : une sociologie des usages », *Technologies de l'information et société*, vol. 6, 4, pp. 315-335.
- MARTIN C., 2003, « Le téléphone portable : machine à communiquer du secret ou instrument de contrôle social ? », *Communication et langages*, 136, pp. 92-105.
- MARTIN C., « Le téléphone portable au service des femmes pour concilier vie familiale et vie professionnelle : vers plus d'inégalité ? », *Actes du colloque international et interdisciplinaire « Femmes et travail en Europe »*, Cergy-Pontoise, 20-21 mars 2003, L'Harmattan, coll. « Économie et innovation », à paraître 2003.
- MOREL J., 2002, « Une ethnographie de la téléphonie mobile dans les lieux publics », *Réseaux*, vol. 20, 112-113, pp. 49-77.

MOSCOVICI S., 1989, « Préface », pp. 9-30, in : JODELET D., *Folies et représentations sociales*, Paris, PUF, 1995.

PASQUIER D., 2001, « " La famille, c'est un manque ". Enquête sur les nouveaux usages de la téléphonie dans les familles immigrées », *Réseaux*, vol. 19, 107, pp. 181-206.

PERRIAULT J., 1989, *La logique de l'usage. Essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion.

RELIEU M., 2002, « Ouvrir la boîte noire. Identification et localisation dans les conversations mobiles », *Réseaux*, vol. 20, 112-113, pp. 19-47.

RIVIÈRE C.-A., 2002, « La pratique du mini-message. Une double stratégie d'extériorisation et de retrait de l'intimité dans les interactions quotidiennes », *Réseaux*, vol. 20, 112-113, pp. 139-168.

SEGALEN M., 1999, « Le téléphone des familles », *Réseaux*, vol. 17, 96, pp. 15-44.

SINGLY de F., 2000, *Libres ensemble. L'individualisme dans la vie commune*, Paris, Nathan.