



HAL
open science

Enquête ObTIC:“ Cultures numériques et trajectoires d’insertion professionnelle chez les 16-24 ans ”

Maud Pélissier, Guillaume Pérocheau, Alena A. Siarheyeva, Laurent Collet

► To cite this version:

Maud Pélissier, Guillaume Pérocheau, Alena A. Siarheyeva, Laurent Collet. Enquête ObTIC:“ Cultures numériques et trajectoires d’insertion professionnelle chez les 16-24 ans ”. 2013. sic_01831185

HAL Id: sic_01831185

https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_01831185v1

Preprint submitted on 5 Jul 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Région



Provence-Alpes-Côte d'Azur

ENQUETE ObTIC

Observatoire de la société de l'information en région Provence-Alpes-Côte d'Azur



« Cultures numériques et trajectoires d'insertion professionnelle chez les 16-24 ans »

Etude complète

Décembre 2013

ISEN | école
d'ingénieurs



Maud Pellissier, Guillaume Pérocheau, Alena Siarheyeva et Laurent Collet

en partenariat avec



PRÉFECTURE DE LA RÉGION
PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR

et l'assistance à maîtrise d'ouvrage



SOMMAIRE

APPROCHE METHODOLOGIQUE	4
INTRODUCTION.....	6
1 EXPOSE DE LA PROBLEMATIQUE.....	7
1.1 CULTURE NUMERIQUE : ELEMENTS DE CONTEXTE.....	7
1.2 LES TROIS DIMENSIONS DE LA CULTURE NUMERIQUE	11
2 METHODOLOGIE	16
2.1 LES AXES D'INVESTIGATION	16
2.2 CONCEPTION DU QUESTIONNAIRE	18
2.3 ECHANTILLONNAGE	19
2.4 L'ADMINISTRATION DU QUESTIONNAIRE.....	21
2.5 RECUEIL ET TRAITEMENT DES DONNEES	23
3. RESULTATS CHIFFRES ET PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS.....	23
3.1 PROFIL DES REpondANTS.....	23
3.2 PREMIERS ENSEIGNEMENTS – LECTURE SIMPLE	27
3.2.1 LES USAGES DES TECHNOLOGIES NUMERIQUES DANS LES PRATIQUES INDIVIDUELLES	27
3.2.2 LES HABILITES NUMERIQUES	33
3.2.3 REPRESENTATIONS ET VALEURS ASSOCIEES AUX TECHNOLOGIES NUMERIQUES.....	36
3.3 LE ROLE DES TICs POUR L'INSERTION PROFESSIONNELLE – TRIS CROISES	37
3.3.1 CONSTRUCTION DE VARIABLES PROXI.....	37
3.3.2 LES USAGES DES TECHNOLOGIES NUMERIQUES DANS LES PRATIQUES INDIVIDUELLES :	
.....	41
3.3.3 HABILITES NUMERIQUES	44
3.3.4 REPRESENTATIONS ET VALEURS ASSOCIEES AUX TECHNOLOGIES NUMERIQUES	44
CONCLUSION.....	46
REFERENCES.....	49

« Cultures numériques et trajectoires d'insertion professionnelle chez les 16-24 ans »

PREAMBULE

L'ObTIC (Observatoire des Technologies de l'Information et de la Communication de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur) a réalisé une étude traitant la question de la culture numérique chez les jeunes (16-24 ans) et de son rôle dans leurs trajectoires d'insertion sociale et professionnelle.

Il s'agissait d'aller au-delà des données sur les équipements utilisés et les usages dominants des jeunes que l'on trouve habituellement dans ce genre d'enquête, pour chercher à apprécier la nature de leur(s) culture(s) numérique(s) et d'évaluer le rapport entre leur maîtrise numérique et leur faculté à s'insérer dans la sphère économique.

Lors d'un séminaire qui s'est tenu à Marseille le 22 octobre 2012 de nombreux intervenants et participants à même d'éclairer la problématique du projet avaient été rassemblés dans une fructueuse démarche d'échanges et de conseil : <http://emergences-numeriques.regionpaca.fr/observatoire-tic-et-animation/obtic.html>

Préalablement à l'enquête, un premier travail a consisté à proposer une assise théorique à l'expression « culture numérique » et à la rendre opératoire d'un point de vue empirique. Notre définition s'appuie sur trois dimensions théoriques définies ci-après et qui ont constitué les trois axes d'élaboration de l'enquête.

Celle-ci a reposé sur un questionnaire élaboré conjointement par des enseignants-chercheurs de Toulon et l'équipe de l'ObTIC et administré selon une méthodologie détaillée ci-après.

L'étude est précédée d'un résumé synthétique qui présente les principaux résultats et enseignements.

Approche méthodologique

Dans un premier temps, nous avons étudié le concept de « culture numérique » définie comme *l'ensemble des usages, des compétences et des valeurs d'ordre informationnel et communicationnel médiés par les dispositifs numériques d'information et de communication*. Cela nous a conduit à nous intéresser aux :

- pratiques individuelles modifiées par les usages des technologies numériques,
- habiletés et capacités informationnelles et communicationnelles,
- valeurs associées aux représentations individuelles et collectives des technologies numériques.

A chacune de ces dimensions correspond un axe d'investigation empirique :

- Axe 1 : usages des TICs dans les trajectoires d'insertion sociale et professionnelle.
- Axe 2 : connaissances et niveau de maîtrise des TICs.
- Axe 3 : valeurs associées aux représentations des TICs.

Chaque axe est traité dans un questionnaire élaboré pour répondre à la problématique de l'enquête qui se compose de trois parties :

Partie 1. Usages des TICs et des médias sociaux.

Partie 2. Quizz sur la culture numérique des répondants.

Partie 3. Usages d'Internet dans les choix en termes d'orientation et d'insertion professionnelles.

Les parties 1 et 3 répondent aux questions posées dans l'axe 1 ; la partie 2 correspond à l'axe 2. Le sujet des valeurs étant un sujet transversal, les questions relatives à l'axe 3 sont présentes dans les trois parties du questionnaire.

Dans un second temps, la catégorie « jeune » a dû être circonscrite car c'est une catégorie très hétérogène, regroupant des individus confrontés à des réalités différentes :

- les lycéens devant se poser la question de leur formation et de leur futur métier,
- les apprentis,
- les étudiants préoccupés par leur future insertion professionnelle,
- les individus au travail ou au chômage.

Pour mener l'étude, un **échantillon de 1000 jeunes de 16-24 ans** a donc été envisagé en partant des données de l'INSEE et des Ministères de l'Education Nationale et de l'Enseignement Supérieur pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur. La structure de la population mère est la suivante :

Dernier recensement INSEE (2009) : 587 392 individus

Répartition par sexe : 50,8% hommes et 49,2% femmes

Répartition par statut :

- ✓ Population active : 40,6 % de la population totale dont :
 - Jeunes en activité : 77%.
 - Jeunes au chômage : 23 % de la population active.
 - Parmi les jeunes actifs, environ 13,7% sont des apprentis.
- ✓ Population non active : 59,4% (348 729), dont :
 - Étudiants : 45 % (chiffres 2009, Atlas régional, site du Ministère de l'Enseignement Supérieur) dont 67,3% d'étudiants à l'université (et IUT) ; 6,7 % en école de commerce ; 6% en école médicale ; 3% dans des formations d'ingénieur ; 2,6% dans les écoles d'Art...
 - Lycéens : 34 % (chiffre obtenu par déduction).
 - 9% Autres : militaires, inactifs (chiffres ORS Paca 2009).

L'ensemble de ce travail a permis la production d'un **questionnaire en ligne** (du 28 mars au 1 septembre 2013) administré sur le www.tic1624.fr, et qui a bénéficié d'une démarche de *community management* de pages spécialisées **Facebook**, en comptant sur la diffusion de l'information par **viralité**. Par ailleurs, nous avons utilisé deux modes complémentaires d'administration du questionnaire :

- Le questionnaire a été soumis dans des **structures pilotes : 73 lycées** généralistes et professionnels de la région, situés dans des zones rurales et urbaines ; les universités du Sud Toulon-Var, d'Aix-Marseille et de Nice, l'école d'ingénieurs ISEN-Toulon et la Kedge Business School.
- Une présence directe à la mission locale Sainte-Musse en demandant aux jeunes en recherche d'emploi de répondre au questionnaire.

Au total, nous avons recueilli **743 réponses**. Les données ont été traitées avec les logiciels Sphinx pour les tris à plat et GRETL pour les tris croisés. Sphinx est un progiciel de traitement d'enquêtes et d'analyse de données qualitatives et quantitatives. GRETL est un logiciel multi-plateforme dédié à l'analyse économétrique.

INTRODUCTION

Aujourd'hui, il est banal de reconnaître que les adolescents et les jeunes adultes appartiennent à une génération qui a grandi dans un univers médiatique et technologique extrêmement diversifié. À la différence de leurs parents, ils ont connu dès l'enfance l'ordinateur, les consoles et la téléphonie mobile, et ils connaissent aujourd'hui le développement de l'Internet haut débit, du Wi-Fi et des nouvelles générations de la téléphonie multimédia. Ces technologies jouent désormais un rôle important dans la manière dont ils gèrent leurs relations familiales et amicales, mais aussi dans la conduite de leurs pratiques culturelles et (pré)professionnelles.

Les nombreuses enquêtes disponibles montrent que pour les jeunes Internet est d'abord un outil de loisir et de sociabilité (musique, jeux vidéo, réseaux sociaux, etc.). Mais ce qu'ils devront développer dans les années à venir c'est une utilisation pour d'autres fonctions : consommer, apprendre, travailler, gérer leur vie administrative, voire leur engagement citoyen.

Au-delà des controverses sur l'expression « génération Y » - facteur explicatif ou simple concept marketing - les recherches récentes dévoilent des analyses contradictoires : pour certains, les nouveaux médias de divertissement sont des lieux d'apprentissage par les pairs, qui viendraient suppléer les formes traditionnelles de transmission des connaissances ; pour d'autres, le décalage entre les usages dominants des jeunes et les exigences de la sphère socio-économique engendre parfois une fracture numérique « de second degré ». La question est donc de savoir s'il y a un rapport (et quel est ce rapport) entre la maîtrise numérique d'un jeune et sa faculté à s'insérer dans la sphère économique.

L'étude présentée ici se situe plus spécifiquement dans le champ de l'insertion professionnelle des jeunes. L'insertion professionnelle est un processus au cours duquel un individu va devoir utiliser des ressources multiples, dont des ressources numériques. La sphère de sa « vie numérique », que nous définissons par la suite en tant que *cultures numériques* est donc nécessairement imbriquée à sa démarche d'insertion professionnelle. Ce que nous cherchons à comprendre

plus spécifiquement, c'est comment les jeunes de 16 à 24 ans utilisent les ressources numériques dans leurs trajectoires d'insertion professionnelle.

1 EXPOSE DE LA PROBLEMATIQUE

1.1 Culture numérique : éléments de contexte

La diffusion rapide des nouveaux médiums (smartphone, tablettes numériques) a contribué à un usage massif d'Internet auprès des jeunes générations sur la dernière décennie.

Pour autant, cette génération, qui est née et a grandi avec les technologies numériques de l'information et de la communication, est loin d'être homogène au regard des usages qu'elle en fait (Octobre, 2009) et de ses capacités à en faire usage. A cet égard, de nombreuses recherches remettent en cause l'image d'une génération de *Digital Natives* qui, étant née avec Internet entretiendrait une relation quasi « naturelle » avec cette technologie.

C'est tout d'abord l'identification des jeunes à une population de natifs numériques dotés de compétences distinctes qui est remise en cause. En outre, il est souvent pointé le caractère « superficiel » des appropriations des outils numériques par les plus jeunes (la capacité à en faire usage), et d'employer à l'inverse l'expression de « Naïfs numériques » pour les caractériser (Boubée, 2011). Les *digital natives* ne constituent pas une population homogène ni en termes d'usages (volume et diversité des activités), ni en termes d'habiletés (capacités à en faire usage). (ibid.).

Toutefois, le débat reste ouvert et nous semble devoir se prolonger autour d'une question adjacente d'une portée plus large, mais qui s'applique entièrement au contexte des usages d'Internet chez les jeunes : la culture numérique.

Les usages actuels d'Internet sont conditionnés par des savoir-faire et compétences qui sont issus, en grande partie, de pratiques individuelles et collectives, du type « *learning by doing* » plutôt que d'enseignements formels et

systematiques dans le cadre des institutions scolaires¹. Il n'est donc pas surprenant de constater des différences réelles au sein d'une même génération. Ni moins encore de constater que les usages qui en sont faits restent, pour l'essentiel, d'ordre ludique et conversationnel (Donnat, 2007. Lardellier, 2012).

La question de l'habileté dans les usages des technologies numériques pour les jeunes générations est de première importance si l'on pense seulement à la nouvelle ère socio-économique qui se dessine progressivement et où l'environnement numérique accroît son champ d'action. Demain, l'ampleur de ce que l'on appelle aujourd'hui l'économie numérique peut devenir un rouage fondamental d'une nouvelle forme de capitalisme dit cognitif (Moulier-Boutang, 2007). Dans cette approche, « *la connaissance et la créativité deviennent progressivement les ressources principales de la valeur* » (p. 95) et la productivité est en lien direct avec l'intégration des technologies numériques dans les processus économiques et donc avec les usages qui en sont faits.

Dans cette nouvelle forme d'organisation économique et sociale, les nouvelles technologies de l'information et de la communication, le numérique, l'ordinateur et l'Internet sont les principaux « *inputs* » qu'il faut donc savoir maîtriser pour les intégrer dans des processus de création de valeur : « *le mode de production du capitalisme cognitif, si on veut en donner une description concrète suffisamment générale pour couvrir toutes les variétés de situation, repose sur le travail de coopération de cerveaux réunis en réseau au moyen d'ordinateurs* » (ibid).

Dans une telle configuration, la maîtrise de « *compétences ou (d')habiletés numériques* » est nécessaire et l'acquisition de ce que certains nomment une culture informationnelle minimale (Juanals, Serres, Le Deuff, 2011) semble incontournable dans le monde d'aujourd'hui mais plus encore pour demain. Pour des raisons économiques certes, mais pas seulement. En effet, plus globalement, l'habileté numérique confère à l'individu une capacité à agir sur son environnement de façon créative, autrement dit elle lui permet d'être plus libre. Cela fait écho aux propos tenus il y a plus de trente ans par Jocelyn de Noblet

¹ Une intense réflexion est en cours depuis plusieurs années chez les professionnels de l'éducation pour déterminer quel type d'enseignement serait le plus approprié (entre programmation informatique pour tous et connaissance des enjeux culturels, juridiques, politiques, des usages des TICs).

dans son « Manifeste sur la culture technique » (1981). En effet, en posant au cœur de son analyse la question complexe du rapport de l'homme à la technique, il situait l'un des défis majeurs dans le dépassement par l'homme des contraintes imposées par la technique : devenir autonome. L'ignorance face à la culture technique place l'individu en situation d'aliéné : « *Il se trouve, par le fait même, doublement aliéné : d'une part il ne maîtrise pas son propre environnement, et d'autre part cette absence de maîtrise le place socialement dans une dépendance permanente par rapport aux organisations et aux individus qui possèdent les compétences qui lui manquent* ». Selon l'auteur, cette question est particulièrement cruciale pour les jeunes car ils donnent l'impression d'une grande familiarité avec la technologie : « *Leur mettre un ordinateur entre les mains ne les impressionne nullement, et l'observation montre qu'ils ont des capacités meilleures que les nôtres. Cependant, familiarité n'est pas connaissance, et en contradiction avec cette familiarité, l'objet est souvent gadgétisé* » (1981, p. 39).

Dans la lignée de ces réflexions, il semble intéressant d'**évaluer comment les habiletés numériques des jeunes sont actionnées dans leurs trajectoires d'insertion sociale et professionnelle.**

Dans une enquête internationale sur « les jeunes et l'Internet », Brévar et Alii (2003) ont montré que les jeunes considèrent Internet avant tout comme un instrument de divertissement, même s'ils en reconnaissent l'intérêt pour apprendre ou pour exercer une profession. Dix ans après, il nous semble important d'évaluer comment les jeunes orientent et élargissent d'une certaine façon la palette de leurs usages d'Internet, d'autant que la fracture numérique de première génération (en terme d'accès socio-économique) tend à fortement s'estomper. Un autre argument est à prendre en compte. En effet, dans son rapport sur les transitions des jeunes vers la vie adulte, Maria-Eugenia Longo (2011) a montré que les jeunes se trouvent désormais dans un cadre socio-économique valorisant compétition et gestion individualisée des compétences dans la conduite de leurs transitions et dans la construction du sens de leur trajectoire. Désormais, les jeunes sont incités à mettre en œuvre « *une mise en scène de soi (valable aussi en matière matrimoniale ou symbolique) qui est devenue une épreuve décisive de l'accès à la reconnaissance sociale, impliquant*

aussi bien l'estime de soi, la coopération avec les autres que l'inscription dans la vie publique » (2011, p. 8). Les usages des médias sociaux favorisant cette mise en scène de soi, il nous est apparu d'autant plus intéressant de voir si les jeunes en font un usage élargi au-delà de la sphère amicale ou familiale et orienté vers la construction de leur identité professionnelle.

Dans le modèle du « capitalisme cognitif », on peut supposer que les habiletés numériques font partie des compétences nécessaires pour optimiser son parcours professionnel. A cet égard, elles constituent, selon nous, une forme de capital essentiel, à l'instar des formes plus traditionnelles qui jouent un rôle important dans les trajectoires d'insertion sociales et économiques des individus. En effet, outre le capital culturel (au sens des qualifications intellectuelles produites par l'environnement familial et scolaire) ou bien le capital social (entendu au sens du réseau des relations d'un individu), on peut imaginer que le capital numérique détenu par un individu constitue aussi un facteur inédit et non négligeable dans les trajectoires d'insertions économiques et sociales. Ce capital numérique n'est pas indépendant des deux autres formes de capital susnommés ; en effet, on peut supposer que le capital culturel et le capital social le déterminent assez largement.

Dans la sphère du travail, par exemple, la culture numérique peut constituer un capital mobilisable pour s'orienter et s'insérer professionnellement. En effet, il permet aux jeunes d'être capables de trouver toutes les informations nécessaires pour faire leurs choix d'orientation en mêlant, croisant, optimisant toutes les informations trouvées à la fois dans des lieux traditionnels comme les CDI, mais aussi via les technologies du numérique. Concernant, le marché du travail, on sait depuis longtemps que les ressources relationnelles sont très utiles pour l'obtention d'un emploi (Granovetter, 1973). Est-ce qu'aujourd'hui les ressources relationnelles que l'on tisse au travers de la toile, à travers les réseaux sociaux par exemple, sont mobilisées dans un contexte de recherche d'emploi ou bien restent-elles cantonnées à des usages plus ludiques ? Quel capital cognitif et symbolique se dessine entre tour de main, habilité, réactivité, stratégie individuelle, lien et relation aux autres, insertion professionnelle, etc. ? Comment est gérée l'identité numérique, notamment dans un contexte professionnel ?

1.2 Les trois dimensions de la culture numérique

Avant de pouvoir rendre opérationnelle d'un point de vue empirique la notion de culture numérique, il s'agit d'en circonscrire les frontières et le contenu. Rappelons que c'est une notion en débat au sein de la société mais également dans le monde de la recherche et, plus encore, au sein de la discipline des Sciences de l'Information et de la Communication. Si l'on reprend les propos liminaires d'Alexandre Serres dans son article de 2007 intitulé « Questions autour de la culture informationnelle », on peut dire qu'à l'heure actuelle, « *c'est une notion nouvelle et complexe, aux finalités restant souvent mal définies, aux contenus didactiques mal délimités et aux présupposés épistémologiques peu explicités* ».

Comme toute dénomination globale, elle comporte une forme de radicalisation sémantique. Pour des chercheurs une « culture numérique » ne peut se définir sans renvoyer, par effet d'imbrication, à un monde social qui exprime des enjeux humains, sociétaux, avec ou sans les technologies. Un des premiers temps d'une investigation scientifique peut donc consister à bien délimiter à la fois l'intérêt d'une telle notion, ses limites et les acceptions controversées qu'elle recouvre pour la population concernée.

Notre travail a consisté à proposer une assise théorique à l'expression « culture numérique » et à la rendre opératoire d'un point de vue empirique au travers de l'enquête qui a été menée. Notre définition s'appuie sur trois dimensions théoriques définies ci-dessous.

La culture numérique peut se définir comme l'ensemble des usages, des valeurs et des compétences d'ordre informationnel et communicationnel médiés par les dispositifs numériques d'information et de communication.

Comment les individus utilisent-ils les tablettes, smartphones, micro-ordinateurs, consoles de jeux ? Quelles compétences particulières développent-ils au contact de ces dispositifs ? Quelles valeurs donnent-ils à ces objets ? La culture numérique n'est pas une mais multiforme. Parler de culture numérique au singulier tend à considérer comme homogène pour une population donnée l'usage de technologies numériques d'information et de communication. A l'inverse parler de « **cultures numériques** », au pluriel, induit l'idée que

différents niveaux de maîtrise, d'usage et de valeurs existent et forment des capitaux plus ou moins mobilisables pour s'insérer dans la société. Ces compétences, valeurs et usages portent autant sur des attitudes individuelles que sur des modes d'organisation collective.

Dimension 1) Des pratiques individuelles modifiées par les usages des technologies numériques

La culture numérique se manifeste par des usages inédits de dispositifs numériques qui, eux-mêmes, s'inscrivent dans des contextes de pratiques individuelles et sociales. En outre si ces technologies numériques soulèvent, comme les « anciennes » technologies informationnelles et communicationnelles (presse écrite, radio, télévision), des questions récurrentes similaires (comme l'éducation aux médias²), le spectre d'influence des technologies numériques est bien plus large que celui des pratiques culturelles. Ces technologies innervent chaque parcelle de la vie quotidienne dans toutes ses facettes, tant privées que publiques, liées aux loisirs comme à la vie scolaire, à la vie professionnelle comme à l'engagement social et politique. Ainsi, un grand nombre de nos pratiques quotidiennes s'appuient désormais sur des usages où la manipulation d'artefacts numériques est omniprésente. Visiter un appartement, sortir avec des amis, faire des rencontres amoureuses, militer, jouer, faire des courses : autant de pratiques qui s'appuient largement sur l'usage de dispositifs numériques, en particulier mobiles.

Au-delà d'un bouleversement profond dans la mise en action d'un grand nombre de nos pratiques, c'est une nouvelle forme de culture qui est en train d'émerger. Milad Douhiei, dans son ouvrage « La grande conversion numérique » (2007) emploie à dessein le terme de culture numérique pour qualifier ce virage révolutionnaire que nous sommes en train de vivre, en reprenant, dit-il, une très belle phrase de Nietzsche selon qui « *la culture est ce qui modifie notre regard sur les objets, sur notre actualité, sur notre héritage* ». C'est en ce sens que l'on peut penser que le numérique est une culture. C'est cette première dimension

² Le chantier de « l'éducation aux médias » est lui aussi rouvert depuis peu et mobilise à nouveau enseignants, pouvoirs publics et associations.

qui donne au numérique un énorme poids culturel. La culture numérique s'apparente pour lui à un processus civilisateur qui « *apporte avec lui de nouvelles possibilités mais aussi des effets secondaires imprévisibles et parfois inquiétants voire dangereux* » (p 22). La transition de l'analogique vers le numérique, qui caractérise cette culture numérique, est définie comme une « conversion » aux deux sens du terme : technique et religieux. On lui accorde un statut équivalent à une religion mondiale, avec son propre langage - qui a déjà commencé à remodeler les langues écrites et parlées (cf. l'écriture SMS) - et transforme le savoir-lire érudit qui subit progressivement l'influence du savoir-lire numérique.

Les jeunes qui ont grandi avec ces technologies numériques participent activement à cette reconfiguration de la culture. Comme le souligne Pascal Lardellier, ils sont en train d'inventer une nouvelle culture numérique, dont les codes leur sont spécifiques : « *tous (les ados) appartiennent à une génération révolutionnaire, car porteuse d'une manière de penser et d'écrire, d'un mode de rapport aux autres, et, finalement, d'un modèle de société inconnu de leurs parents. Et inimaginable il y a encore dix ans.* » (2006, p. 12).

La prise en compte des usages signifie, dans la perspective adoptée ici, **évaluer de quelle façon les usages des technologies numériques qui s'inscrivent d'emblée dans des contextes d'usages spécifiques, peuvent s'étendre à d'autres contextes (les trajectoires professionnelles en particulier).**

Dimension 2) Des habiletés et capacités informationnelles et communicationnelles

La culture numérique concerne la relation de l'homme aux technologies numériques, à la fois comme vecteur informationnel et communicationnel. Nous rejoignons ici plutôt la proposition de Le Deuff (2011) selon laquelle la culture de l'information et de la communication est une culture technique et ce quel que soit le niveau de développement des technologies : « *elle est une culture technique car elle repose sur une relation non de simple usage mais de majorité vis-à-vis des techniques, qui permettent à l'individu d'apprendre, de comprendre mais aussi de produire. Ces techniques sont en premier lieu celles de l'écriture et*

de la lecture, qui ne disparaissent pas pour autant dans les environnements numériques » (p. 85).

Comment appréhender la dimension des usages sans oublier la dimension technique ? Ce qu'il nous semble important d'analyser c'est la façon dont les technologies numériques sont utilisées comme des outils de création, d'émancipation et d'autonomisation et s'accompagnent le cas échéant d'une prise de distance critique.

Étudier cela réclame de replacer la technique au cœur de la question des usages et de leur déploiement. En effet, on peut supposer que l'utilisateur sera en mesure de déplacer ses usages « naturels » des technologies numériques étudiées vers d'autres « milieux » s'il a acquis les compétences nécessaires en termes de créativité et d'autonomisation, pour imaginer des contextes d'usage inédits pour lui. En outre, nous pensons qu'il doit aussi accorder à ces technologies numériques un degré de confiance suffisant pour imaginer de déployer les usages premiers dans d'autres contextes.

On sait que le contexte d'usage prépondérant des réseaux sociaux, pour les jeunes générations, est d'ordre conversationnel et ludique. Déployer cet usage massif dans le contexte d'une insertion professionnelle ne peut se faire que si l'utilisateur a les « capacités » pour le faire et s'il accorde une confiance suffisante au dispositif pour le mobiliser dans d'autres sphères de pratiques sociales.

Dimension 3) Un ensemble de valeurs associées aux représentations individuelles et collectives des technologies numériques

Les cultures numériques sont porteuses de valeurs et peuvent être identifiées par les pratiques sociales au travers desquelles elles se déploient. Cela signifie tout d'abord une prise de distance vis-à-vis des thèses fondées sur le déterminisme technique : les technologies n'imposent rien en terme normatif qui ne soit porté par un choix humain. Les valeurs sont portées par les pratiques sociales de communication qui elles-mêmes sont façonnées par les technologies. Comme le souligne Dominique Wolton (1996) l'enjeu est ce que les sociétés font de ces techniques et non l'inverse.

Les pratiques sociales reposant sur l'usage des technologies numériques induisent des perturbations dans l'ordre établi des représentations et des règles socio-économiques qui régissent nos sociétés. Quelques constats importants ont déjà été dressés :

- La remise en cause des frontières et des acteurs légitimes de l'espace public avec la mise en évidence par les travaux de Dominique Cardon (2011) d'un milieu inédit, l'espace en clair-obscur, défini comme un entrelacs complexe entre espace privé et public.

- La remise en cause des règles sociales comme celles régulant la valeur d'échange des industries culturelles, avec la remise en cause du droit d'auteur (Doueihi, 2007).

- La remise en cause des modalités traditionnelles d'apprentissage dans la sphère de l'éducation. Ici, « l'impact » des technologies numériques est évalué et débattu sous un angle normatif. Citons par exemple la thèse de Michel Serres (2012) pour qui la perte du monopole du savoir engendré par le développement du web comme un espace de ressources documentaires et de savoirs est une opportunité inespérée pour ouvrir de nouvelles dynamiques de créativité. Mais l'intégration des technologies dans l'espace des savoirs et de l'apprentissage est une question complexe qui est conditionnée en grande partie par un modèle de société.

- La remise en cause et l'évolution du concept d'identité au travers des usages qui sont faits des technologies numériques. Citons par exemple, les travaux de Louise Merzeau (2009) sur la présence numérique et les médiations de l'identité où elle cherche à comprendre si se manifeste un individualisme croissant ou au contraire une sociabilité renouvelée.

Dans cette étude, nous avons donc cherché également à **montrer l'articulation entre les pratiques relationnelles et sociales des jeunes liées aux usages des dispositifs numériques et leur perception des règles sociales qui régissent l'espace de régulation de leurs pratiques.**

2 METHODOLOGIE

Rappelons que la présente étude empirique porte sur le rôle des cultures numériques dans l'insertion professionnelle des jeunes. Pour cela, nous mobilisons le cadre conceptuel défini plus haut, en articulant notre étude autour des trois dimensions des cultures numériques. Pour chacune de ces dimensions, nous avons défini un axe d'investigation qui nous a permis par la suite de construire notre enquête.

2.1 Les axes d'investigation

Dimension 1) La culture numérique comme un espace de pratiques individuelles modifiées par les usages des technologies numériques

Axe 1 : Usages des TICs dans les trajectoires d'insertion sociale et professionnelle

De nombreux travaux ont questionné les usages d'Internet chez les jeunes, mais peu se sont interrogés sur la mobilisation de cette culture dans leurs trajectoires d'insertion sociale et professionnelle.

Il s'agit ici d'étudier différents contextes d'usages (conversationnel, ludique, professionnel, gestion de la vie quotidienne...), de mettre en exergue les usages spécifiques dans les trajectoires d'insertion sociale et professionnelle. Il s'agit aussi de comprendre si les compétences à « chatter », « bloguer », « surfer », ... dans un contexte de loisir ou de sociabilité amicale sont mobilisées dans le contexte professionnel (chercher une formation, un emploi ...). Enfin, il s'agit aussi de mettre en évidence l'importance des médias sociaux dans la construction des relations sociales et professionnelles mais aussi dans l'insertion professionnelle. Les médias sociaux et en particulier les réseaux sociaux occupent une place prépondérante dans les usages numériques pour une forte majorité des jeunes de 16 à 25 ans puisque 86% des lycéens ont un compte Facebook (Guillou, 2012). Cependant, toutes les relations sociales d'un jeune ne sont pas nécessairement médiatisées via Facebook. Qui sont leurs amis sur ces réseaux sociaux ? De quelles sphères sont issus ces liens médiatisés (famille, école, expérience professionnelle, club, village, etc.) ? La sphère intime se mêle-

t-elle à la sphère liée à la professionnalisation ? Si les ingrédients relationnels semblent essentiels dans le processus d'intégration professionnelle, qu'en est-il des relations médiatisées ? Il est pertinent d'étudier les rapports pouvant exister entre le processus d'intégration professionnelle et l'usage de médias sociaux comme Facebook.

Dimension 2) La culture numérique comme habiletés et capacités informationnelles et communicationnelles

Axe 2. Connaissances et niveau de maîtrise des TICs

Il s'agit d'évaluer si la population jeune est homogène ou bien hétérogène (et si oui à quel niveau) en terme d'habiletés (ou compétences) numériques. L'enquête ne nous permettant pas de traiter tous les dispositifs numériques, nous avons fait le choix de circonscrire notre analyse à l'étude des dispositifs numériques liés au web 2.0, y compris dans des contextes spécifiques d'usage.

A l'intérieur de cet axe, nous chercherons également à comprendre si, afin d'accéder à certains emplois, les jeunes doivent posséder des compétences TIC particulières, différentes des compétences liées aux usages récréatifs ou de sociabilité. Et il ne s'agit pas seulement de savoir « surfer », « chatter », entretenir un réseau sur les médias sociaux ou jouer en ligne. Savoir chercher l'information pertinente, produire du contenu de qualité, avoir une audience, maîtriser la bureautique, la micro-informatique, sont également des compétences essentielles pour un nombre croissant de métiers. Or, il n'y a pas nécessairement de lien entre ces compétences particulières et celles développées dans les usages récréatifs et sociaux (Enquête sur « la deuxième fracture numérique » de la Fondation Travail-Université de Namur, 2009). Cependant, tous les emplois ne sont pas encore concernés par l'usage intensif des NTIC : dans la restauration ou le bâtiment, par exemple, l'employabilité se mesure à bien d'autres compétences. Il serait donc intéressant de mieux explorer le rapport entre les compétences NTIC au sens large et les processus de professionnalisation, en prenant en compte les projets professionnels des jeunes.

Dimension 3) La culture numérique comme un ensemble de valeurs associées aux représentations individuelles et collectives des technologies numériques

Axe 3. Valeurs associées aux représentations des TICs

Nous nous focalisons ici sur l'appréciation de la distance critique des jeunes vis-à-vis d'Internet. Il s'agit d'identifier quelles sont les valeurs, individuelles et sociales, que ces jeunes attribuent à Internet comme média et d'évaluer s'ils perçoivent leur culture numérique comme un capital (ayant une valeur économique et/ou sociale).

Dans cette optique nous nous intéressons à la perception par les jeunes de la place des TICs dans le processus d'intégration professionnelle. Cette question est étudiée en relation avec les questions de compétences et d'employabilité posées dans l'axe 2.

2.2 Conception du questionnaire

A - Pour mettre en perspective le concept de cultures numériques des jeunes de 16-24 ans, nous avons conçu le questionnaire autour des trois axes d'investigation identifiés. Le questionnaire comportait donc trois parties :

Partie 1. Usages des TICs et des médias sociaux

Partie 2. Quizz sur ta culture numérique

Partie 3. Usages d'Internet dans les choix en termes d'orientation et d'insertion professionnelles

Les parties 1 et 3 répondent aux questions posées dans l'axe 1 ; la partie 2 correspond à l'axe 2. Enfin, des questions posées dans l'axe 3 sont présentes dans les trois parties du questionnaire, car le sujet des valeurs est un sujet transversal.

B - La catégorie « jeune » est très hétérogène car elle regroupe des individus confrontés à des réalités différentes :

- les lycéens devant se poser la question de leur formation et futur métier,

- les apprentis,
- les étudiants préoccupés par leur future insertion professionnelle,
- les individus au travail ou au chômage.

Le prisme « jeune » recouvre également une grande diversité de comportements et d'attitudes face à la vie sociale. Les préoccupations d'adolescents, d'adultes en devenir, « d'adolescents », en termes de maturité, d'indépendance, d'autonomie, d'insertion sociale, de dispositions psychologiques, etc., impliquent pour cette tranche d'âge un spectre vaste et diversifié

Evaluer auprès de cette population, considérée comme un tout, les cultures numériques et leur mobilisation dans les trajectoires d'insertion sociale est un exercice délicat au vu des réalités de vie différentes auxquelles ils font face. Compte tenu de ces différences, la partie 3 du questionnaire a été élaborée spécifiquement pour chacune des catégories identifiées : étudiants, lycéens, actifs (y compris apprentis), actifs en recherche d'emploi.

C - Pour le rendre attractif, nous avons conçu le questionnaire comme un jeu de profilage³ :

- a) le répondant s'inscrit et répond au questionnaire,
- b) notre application, à partir des réponses obtenues, construit le profil-type du répondant,
- c) le répondant peut alors publier son résultat synthétique sur sa page Facebook, et voir les résultats obtenus par ses amis.

Le questionnaire est reproduit intégralement dans l'annexe 1. La description des profils numériques recueillis est présentée dans l'annexe 2.

2.3 Echantillonnage

La première étape a consisté à créer un échantillon par la méthode des quotas. Pour appliquer la méthode des quotas on respecte la répartition de la population en sélectionnant les deux variables de contrôle pertinentes :

³ Ce concept a déjà été utilisé en France par le Jeu *Socio Geek*, une enquête collaborative conduite par faberNovel, Orange Labs et le programme "Identités actives" de la FING : <http://sociogeek.admin-mag.com/index.html>.

- le statut (actif, chômeur, lycéen, étudiant),
- le sexe.

Les données de l'Insee et des ministères de l'Education Nationale et de l'Enseignement Supérieur ont permis de construire cet échantillon.

Remarque importante : étant donné le mode d'administration du questionnaire choisi (cf. partie suivante), il ne nous a pas été possible de respecter la composition de l'échantillon *ex ante*. Nous avons donc effectué un redressement d'échantillon *a posteriori* afin de respecter l'échantillonnage défini par les quotas.

Un échantillon de 1000 jeunes a été envisagé.

Données statistiques

Population-mère : les jeunes de 15-24 ans en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Dernier recensement INSEE (2009) : 587 392 individus.

Répartition par sexe : 298 679 hommes (50,8%) et 288 713 femmes (49,2%).

Répartition par statut : (chiffres 2006).

Population active : 40,6 % de la population totale dont :

- o Jeunes en activité : 77%,
- o Jeunes au chômage : 23 % de la population active.

Parmi les jeunes actifs, on compte 32 750 apprentis soit environ 13,7%.

Population non active : 59,4% (348 729) dont :

- o Etudiants : 45% (chiffres 2009, Atlas régional, site du Ministère de l'Enseignement Supérieur) dont 67,3% d'étudiants à l'université (IUT y compris), 6,7% en école de commerce, 6% en école médicale, 3% dans des formations d'ingénieur, 2,6% dans les écoles d'Arts...
- o 34 % lycéens par déduction (pas de chiffre trouvé).
- o Autres (militaires, inactifs...) : environ 9% (chiffres ORS PACA 2009).

Taille de l'échantillon sur 1000 répondants

580 871 jeunes : population mère 51% hommes et 49% femmes en Provence- Alpes-Côte d'Azur	JEUNES ACTIFS	
	244 084 (42% de la population mère)	
	En emploi	180 728 (74%) des actifs
	Au chômage	63 356 (26% des actifs)
	JEUNES SCOLARISES	
	351 769 (58% de la population mère)	
Enseignement supérieur	157 049 (46,6% des jeunes scolarisés)	
Lycéens	185 241 (52,6% des jeunes scolarisés)	
Autres	Inférieur à 1%	

2.4 L'administration du questionnaire

Le questionnaire a été posté en ligne pour la période du 28 mars au 1 septembre 2013 sur un site spécifique : www.tic1624.fr.

Nous avons utilisé deux modes complémentaires d'administration du questionnaire.

Le questionnaire a été soumis dans des structures pilotes :

- Lycées

Nous avons envoyé des courriers contenant une lettre et une affiche dans 73 lycées répartis dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, dans l'objectif d'avoir des profils en zone rurale et en zone urbaine, dans des formations généralistes et professionnelles.

Pour diffuser l'information, nous avons également sollicité Isabelle Breda (chargée de mission TIC au CRDP d'Aix-Marseille – L'ORME) qui a transmis une

lettre et des affiches aux responsables des CDI et a fait une présentation de l'étude le 28 mai lors d'un colloque avec les documentalistes des lycées.

- **Établissements d'enseignement supérieur**

Nous avons impliqué des étudiants des universités du Sud Toulon-Var, d'Aix-Marseille et de Nice, de l'école d'ingénieurs ISEN-Toulon et de Kedge Business School. Nous avons atteint le public-cible en mettant des affiches dans des enceintes d'universités et de CROUS et en distribuant des flyers. Des mails ont également été envoyés à des étudiants de l'ISEN-Toulon, de l'université du Sud Toulon-Var et de Kedge Business School par des personnes référentes (professeurs, personnel de l'administration).

- **Les actifs en recherche d'emploi**

Nous avons passé une demi-journée à la mission locale Sainte-Musse en demandant aux jeunes présents de répondre au questionnaire sur place. Nous avons laissé des flyers à la responsable d'orientation en lui demandant de transmettre l'information aux personnes qui viennent la consulter.

Nous avons sollicité l'aide de Stéphane Delahaye (délégué de l'association ARSENIC, fédération d'EPN) qui a partagé le lien sur l'étude sur sa page Facebook et son compte Twitter et a transmis les affiches vers les cyber-bases.

- **Les actifs :**

La difficulté principale était d'atteindre cette catégorie de jeunes. Nous avons choisi de communiquer auprès de cette population-cible en utilisant la stratégie de *community management* de pages spécialisées Facebook, en comptant sur la diffusion de l'information par viralité.

Administration en ligne par viralité :

Le questionnaire en ligne fonctionne comme un « quizz » permettant au répondant de s'auto-évaluer. A l'issue du questionnaire, notre système calcule donc un profil-type, qui est exposé de façon ludique au sondé (image amusante, description décalée du profil, etc.). Le répondant est incité à partager ce résultat sur sa page Facebook (FB). Ainsi, ce profil apparaît sur son mur FB et est visible par ses amis FB. Ces derniers reçoivent ainsi une incitation à se soumettre à leur tour à ce test. L'existence de notre questionnaire peut ainsi se répandre de proche en proche, en suivant la structure sociale des amis FB. Au départ, nous

avons donc tout simplement trouvé des « amis » susceptibles de recommander la page avec le lien sur l'enquête. Nous avons également contacté des CROUS et des organismes travaillant avec le public visés, afin de leur demander de poster un lien vers cette enquête en ligne.

2.5 Recueil et traitement des données

Nous avons recueilli 743 réponses. Les données ont été traitées avec les logiciels Sphinx pour les tris à plat et GRETl pour les tris croisés. Sphinx est un progiciel de traitement d'enquêtes et d'analyse de données qualitatives et quantitatives. GRETl est un logiciel multi-plateforme dédié à l'analyse économétrique.

3. RESULTATS CHIFFRES ET PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

3.1 Profil des répondants

Echantillon : strate jeunes 16-24 ans

Genre	Nb. cit.	Fréquence
Féminin	259	44,4%
Masculin	324	55,6%
TOTAL	583	100,00%

Fiche signalétique

Quelle est ta situation actuelle?	Nb. cit.	Fréquence
Non réponse	1	0,2%
ETUDIANT	360	61,7%

LYCEEN	144	24,7%
ACTIF EN EMPLOI	57	9,8%
ACTIF SANS EMPLOI	21	3,6%
TOTAL	583	100%

Remarque : nous ne disposons pas de suffisamment de répondants dans les catégories « actifs en emploi » et « actifs sans emploi » et nous avons donc une sur-représentation de la population étudiante.

Voici les proportions théoriques que nous devrions obtenir :

STATUT	Echantillon	Proportion réelle (%)	Proportion théorique (%) marge erreur 0.2	EFFECTIFS après redressement (arrondi à 0,2)
ETUDIANTS	360	61,7%	26%	48
LYCEENS	144	24,7%	32%	59
ACTIFS EN EMPLOI	57	9,7%	31%	57
ACTIFS SANS EMPLOI	21	3,6%	11%	20
TOTAL	583		100%	184

L'échantillon construit à partir de ces données est décrit dans la dernière colonne. On remarque facilement qu'il n'est pas représentatif car on a un nombre insuffisant (inférieur à 30 observations) pour la catégorie des « actifs sans emploi ». Nous avons donc fait le choix d'étudier la strate des 16-24 ans.

Fiche signalétique

Niveau de diplôme acquis	Nb. cit.	Fréquence
Non réponse	10	1,7%
CAP	8	1,4%
BAC GENERAL	158	27,1%
BAC PRO	10	1,7%
BAC +2	85	14,6%
BAC +3	107	18,4%
BAC +5 OU PLUS	103	17,7%
AUTRE	102	17,5%
TOTAL	583	100%

Filière de formation	Nb. cit.	Fréquence
Non réponse	2	0,3%
SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE	318	54,5%
LITTERAIRE	60	10,3%
SCIENCES SOCIALES (économie, commerce,...)	105	18,0%
JURIDIQUE	23	3,9%
MEDICALE OU PARAMEDICALE	10	1,7%
AUTRE	65	11,1%
TOTAL	583	100%

<i>Situation familiale ?</i>	<i>Nb. cit.</i>	<i>Fréquence</i>
Non réponse	4	0,7%
MARIE	21	3,6%
PACSE	8	1,4%
UNION LIBRE	93	16,0%
CELIBATAIRE	457	78,4%
TOTAL	583	100%

<i>Catégorie socio-professionnelle (CSP) des parents</i>	<i>Nb. cit.</i>	<i>Fréquence</i>
Non réponse	6	1,0%
AGRICULTEURS	103	17,7%
COMMERCANTS - ARTISANS	11	1,9%
CHEFS D'ENTREPRISE	33	5,7%
CADRES	66	11,3%
EMPLOYES	169	29,0%
OUVRIERS	259	44,4%
SANS EMPLOI	71	12,2%
RETRAITES	38	6,5%
AUTRE	67	11,5%
TOTAL	583	

3.2 Premiers enseignements – lecture simple

3.2.1 Les usages des technologies numériques dans les pratiques individuelles

Les jeunes sont tous équipés en technologies numériques

On constate un fort équipement en ordinateur (quasiment 100%) et en smartphone (81%) ; viennent ensuite les consoles de jeu et lecteurs numériques (60 et 66%), et loin derrière les tablettes (26%). En croisant les équipements possédés avec la catégorie socio-professionnelle des parents, on ne trouve aucune corrélation significative. Si l'on regarde toutefois par type d'équipement on peut noter des différences légères mais sans corrélation significative. Pour les ordinateurs, le taux d'équipement des enfants de commerçants et chefs d'entreprise est de 100%, pour les cadres et les ouvriers et sans emploi il est similaire (97-98%). Pour les smartphones, les enfants de chefs d'entreprise sont quasiment tous équipés (96,2% avec une moyenne à 91%) et l'on peut remarquer que le taux d'équipement des enfants d'ouvriers est légèrement supérieur (84,2%) à celui des enfants de cadres (80,9%) par exemple.

Les enfants d'ouvriers sont autant équipés que ceux des cadres ou chefs d'entreprise. La fracture numérique de première génération qui s'expliquerait par des disparités socio-économiques n'est plus visible. Si l'on regarde les taux d'équipement en tablette, dernier-né des technologies numériques nomades et qui fait l'objet du côté des constructeurs d'une bataille concurrentielle effrénée (Apple et Samsung), les enfants de chefs d'entreprise ont un taux d'équipement supérieur à la moyenne (41,5% avec une moyenne à 26%) mais il est intéressant de noter que les enfants d'ouvriers ont un taux d'équipement similaire aux enfants de cadres (autour de 30%).

L'analyse de la variable niveau d'étude ou statut (étudiant, lycéen, actif) ne montre aucune incidence significative (avec le test de khi deux).

Les lieux de connexion : prédominance de l'ubiquitaire

Les technologies sont de plus en plus nomades, et même si l'on constate que c'est dans l'espace privé, à la maison, qu'elles sont utilisées très majoritairement, les connexions dans les espaces publics sont loin d'être

négligeables (40%). Cela tend à montrer que les technologies utilisées disposent d'une connexion 3G (ou plus) permettant justement une connexion nomade. Ce sont les jeunes actifs qui utilisent le plus les technologies numériques dans les lieux publics (81% avec un moyenne à 60%). La variable âge n'a pas d'incidence sur les lieux de connexion.

Des intensités d'usage très contrastées suivant les technologies numériques

Apparaissent des connexions quotidiennes (plusieurs fois par jour) pour le smartphone et l'ordinateur (qui arrive en seconde position), suivies de loin par l'usage du lecteur MP3 (1/3 des jeunes se connectent plusieurs fois par jour). Arrivent en troisième position et devant les consoles de jeux, les tablettes (17% de connexions plusieurs fois par jour) alors que seulement 1 jeune sur 10 utilise la console au même rythme. L'usage des liseuses au quotidien est inexistant.

Des usages très diversifiés, révélateurs d'une rationalisation de pratiques individuelles et sociales ?

En premier choix (71,4%) vient la possibilité que donne Internet de gérer son quotidien au travail (avant le *chat* vidéo qui arrive en deuxième position avec 62%). Notons aussi que 59% ont aussi coché la gestion du quotidien privé, 60,5% l'organisation des loisirs et l'achat/vente en ligne (58%).

Il est vrai que les enquêtes effectuées sur les usages des TICs chez les jeunes se focalisent sur les pratiques culturelles et communicationnelles (au travers de l'usage des médias sociaux par exemple). Or, en élargissant le spectre des pratiques individuelles et sociales susceptibles de faire usage des technologies numériques, on constate des résultats intéressants. On aurait pu s'attendre en effet à ce que cela soit les pratiques communicationnelles qui arrivent en tête. Or, il apparaît clairement que **les technologies sont mobilisées, dans une large mesure, dans un contexte de pratiques « gestionnaires » de la vie quotidienne et de la vie professionnelle (ou scolaire)**. C'est donc la caractéristique « rationnelle » de la technique ici qui est indirectement promulguée. Les jeunes deviennent-ils des *homo numericus* ?

Les tris croisés révèlent pour les lycéens des résultats différents de ceux des étudiants dans le classement en particulier. En effet, l'activité « gestion de mon quotidien privé » n'est que de 14,7% et celle de « gérer son quotidien au travail » de 43,4%. On note une forte corrélation à ce niveau. Pour les plus jeunes, c'est l'utilisation du *chat* vidéo (69%) et la messagerie instantanée (65,1%) qui sont les deux usages privilégiés. L'usage des jeux vidéo arrive en troisième position.

En matière de « consommation » de biens culturels musicaux, on peut constater sans surprise qu'elle se traduit avant tout par des actes de « partage » (51,1%) avant des actes d'achat (22,5%) via Internet.

Pour autant, il n'y a pas de corrélation globale entre le statut des jeunes et les usages. Il n'y a pas non plus de dépendance significative avec la variable « diplôme ».

Les usages des médias sociaux

Comme d'autres études l'ont montré, les jeunes plébiscitent les réseaux sociaux et en particulier, Facebook (77,5%), qui détient un quasi-monopole chez cette tranche d'âge. Le tri croisé avec le statut ne montre d'ailleurs aucune dépendance significative. D'autres concurrents comme Google + sont quasi inexistants. On retrouve bien là l'effet de l'économie réseau et des externalités positives qu'elle produit (plus le réseau a d'utilisateurs, plus on va être incité à l'utiliser puisqu'il a pour fonction de favoriser la communication).

En seconde position, mais trop loin derrière pour que l'on puisse les classer, les jeunes placent les communautés de contenus comme Flickr, YouTube ou encore Myspace.

Enfin, une information importante que l'on peut tirer des réponses à cette question est la priorité donnée par les jeunes au microblogging plutôt qu'aux blogs traditionnels. Si, comme il a souvent été dit, les jeunes construisent sur le web leur identité numérique, celle-ci s'inscrit en même temps dans une forme d'instantanéité, un espace de conversation, permis justement par un réseau social comme Facebook et par le microblogging. La pratique du blog nécessite

une forme de prise de recul, un rapport au temps plus long et un rapport à l'écriture plus construit.

Les sujets de prédilection

En premier choix, les jeunes parlent de leurs loisirs et pratiques culturelles et de leur environnement quotidien. Viennent ensuite les conversations avec ou à propos des amis. La famille n'est pas du tout un sujet de prédilection sur les médias sociaux. En troisième position (30,5%) on trouve des sujets d'actualités (sociale, politique,...). A cet égard, les jeunes caractérisent bien ce que Pascal Lardellier (2010) décrit comme une « formidable chambre d'égo » qui autorise « *de nouvelles formes d'expressions, permettant à n'importe qui de prendre la parole pour « se raconter en ligne(s) »*. Les forums de discussions, les blogs, les sites de réseaux sociaux permettent à tout un chacun de donner son avis et de commenter tout ce qu'il souhaite, et surtout d'exprimer opinions et traits de personnalité, dévoilant par-là même des pans de son identité. On peut évoquer l'avènement d'un « Je expressif numérique ».

Dominique Cardon parle à cet égard de « déshabillage public de la conversation » (2010, p. 56) comme une tendance qui tend à s'accroître avec les réseaux sociaux (RS) en particulier. Si la conversation entre petits groupes a toujours été le moteur des usages d'Internet, avec le courrier électronique comme vecteur principal, puis les outils de communication de groupe comme le chat et la messagerie instantanée, avec les médias sociaux s'est accentuée l'exposition de soi, sous couvert d'anonymat, et l'intimité et l'imaginaire des internautes. Avec les RS s'est opérée une nouvelle articulation entre la conversation entre copains et le récit de soi. Or lorsque l'exposition de soi ne se fait plus vers des inconnus, mais vers des proches, on observe une tendance à vouloir sculpter son image, sa réputation et sa notoriété devant et pour les proches. Cardon et Lardellier arrivent au même constat d'un usage rationnel de Facebook. Pour le premier, « *ces pratiques d'exposition de soi ne peuvent être interprétées comme un processus narcissique, solitaire et irréfléchi... les internautes ne cessent d'arbitrer et donc de « calculer » entre ce qu'ils vont montrer et ce qu'ils préfèrent cacher...* » (p. 61). Les jeunes sculptent ainsi leur identité numérique et mobilisent à cet égard les technologies numériques avec une agilité certaine. Pour le second, l'usage utilitaire de Facebook est incontestable : « *les récents*

détournements d'usage de Facebook, qui se voulait initialement un réseau amical et désintéressé, le prouvent de façon plus manifeste encore ». De nombreux profilés, en effet, se servent aujourd'hui de ce site pour effectuer des rencontres amoureuses (évitant ainsi les frais inhérents à une inscription sur un site réservé à cette fin) ou pour faire de la publicité à moindre coût en l'utilisant comme un outil de marketing. D'autres encore s'en servent à des fins professionnelles, tentant de se faire recruter par des employeurs potentiels.

C'est pour cela que nous avons voulu savoir si les jeunes interrogés mobilisent les réseaux sociaux dans une logique utilitaire, précisément dans la construction de leur trajectoire professionnelle. Est-ce que Facebook (FB) est perçu comme un espace public par les jeunes ? Autrement dit est-ce qu'ils utilisent FB comme un moyen de parfaire leur identité sur un plan professionnel ? Ou utilisent-ils les réseaux sociaux estampillés professionnels (RSP) comme LinkedIn ou Viadeo ? Cette question nous a semblé d'autant plus pertinente qu'aujourd'hui les créateurs de ces plateformes incitent les jeunes à les utiliser. En effet, voici quelques temps à peine, les créateurs de ces sites ont affirmé qu'ils avaient pour ambition d'élargir le spectre de leurs « clients » en permettant aux jeunes inactifs en voie d'insertion professionnelle de s'inscrire dans leur réseau avec cette idée bien connue sur le marché du travail que la variable « réseau social » contribue fortement à la probabilité de trouver un emploi (cf. théories de Granovetter, 1973, etc.).

L'usage des réseaux sociaux à des fins professionnelles

Qui sont les « amis » des jeunes interrogés ? Certainement pas les membres de leur famille (80% n'ont aucun, ou moins de 10 amis issus de la famille) ! Beaucoup plus leurs amis dans la vraie vie oui (45% en ont entre 10 et 100 et 30% plus de 100) ! Et encore autant d'« amis » qui sont de simples connaissances. Autant dire que leur réseau est dense, tourné vers l'extérieur, mais pour autant il n'inclut pas les relations professionnelles. On peut comprendre que cela soit le cas pour les lycéens, mais qu'en est-il pour les jeunes étudiants en voie d'insertion professionnelle et les actifs ? Les actifs en emploi (43,8%) déclarent avoir entre 1 à 10 relations professionnelles dans leurs « amis » FB et sont suivis par les étudiants (32,9%). Notons que les actifs sans emploi n'ont aucun ami issu de la sphère professionnelle (pour 64,7%).

Si l'on regarde maintenant les réseaux sociaux professionnels, cette tendance se confirme. Plus de 78% des jeunes n'utilisent jamais (ne publient pas) les RSP (Viadeo et LinkedIn). Cela ne veut pas dire pour autant qu'ils n'ont pas de compte. De façon indirecte, si l'on cumule le nombre de répondants à la question sur le nombre d'amis qu'ils ont sur les RSP, on arrive à 25%. On peut donc supposer que ces 25% correspondent à la proportion des jeunes qui ont un compte. Les tris croisés sont significatifs eu égard au statut des jeunes. Les lycéens, en particulier, semblent méconnaître ce type de réseau avec 92,2% d'entre eux qui n'ont aucun contact. Les jeunes actifs à l'inverse représentent la catégorie qui a le plus de contacts (15,6% ont entre 1 et 10 contacts et 31,3% ont entre 10 à 100 contacts) soit environ, en cumulé, presque un sur deux. Autrement dit, on peut dire qu'à ce jour, ce sont des dispositifs qui commencent à être utilisés par les jeunes actifs dans la gestion de leur carrière. Pour cette catégorie, les réseaux sociaux professionnels constituent un dispositif permettant de construire une identité active professionnelle.

En guise de conclusion provisoire, on peut noter, chez les jeunes interrogés, une faible utilisation de FB dans une optique professionnelle (quasiment pas de contacts) et une faible utilisation aussi des réseaux sociaux professionnels en soi, à l'exception toutefois des actifs en emploi (environ un sur deux a un compte). D'ailleurs à la question « que penses-tu des réseaux sociaux professionnels ? », 61% des jeunes interrogés considèrent ne pas avoir d'avis sur la question et seulement 18% pensent que c'est un endroit où « il faut être ».

Pour autant, certains indices nous laissent supposer que ces résultats pourraient être amenés à évoluer dans un temps plus ou moins long. D'une part, en raison de l'incitation qui va être de plus en plus forte pour inviter les jeunes à utiliser les RSP comme nous l'avons mentionné plus haut. D'autre part, il nous semble que la logique sous-jacente aux deux catégories de réseaux sociaux étant de même nature et que nous qualifions comme un usage à des fins utilitaires et réfléchies en vue de se construire une identité numérique, on peut supposer qu'une perméabilité entre les deux va s'opérer progressivement. Cette hypothèse est renforcée par un autre résultat. En effet, les jeunes actifs en emploi considèrent le réseau des connaissances comme le second facteur prépondérant pour leur

embauche (37,5%) après leur formation (75%). De même, 1/3 d'entre eux ont déjà diffusé leur CV sur ces mêmes réseaux professionnels.

3.2.2 Les habiletés numériques

Globalement et quelque soit le statut, on note un niveau de connaissances numériques (relativement au test) qui est plutôt satisfaisant avec un taux de réussite global de 70,8%. Attention toutefois, il convient de remarquer que ce test est réduit (10 questions) et ne porte donc que sur les connaissances des répondants et non pas sur leur habileté à faire usage des dispositifs numériques. D'ailleurs, on va voir que si l'on se réfère aux modalités de recherche sur le web d'informations liées à l'insertion et l'orientation professionnelles, les résultats sont loin d'être très bons eu égard au nombre assez faible qui utilise des modalités de recherche sophistiquées. **Les jeunes restent sur un mode intuitif et non expert dans la recherche d'informations.** Notons aussi que les étudiants sont légèrement meilleurs que les lycéens, mais dans des proportions peu importantes.

Les modalités d'utilisation d'Internet dans la recherche d'information spécialisée

- Les sources d'information pertinentes pour le choix d'orientation :

Etudiants : en position quasi égale on trouve l'information informelle issue de l'entourage pour 51,3% et l'information formelle issue de la consultation de sites spécialisés sur Internet pour 52,6%. En troisième position arrivent l'information informelle issue du web via la consultation de réseaux sociaux, puis les forums d'écoles...

Lycéens : en première position on trouve l'information informelle issue de l'entourage (76,7%) puis l'information formelle issue de la consultation de sites spécialisés sur Internet (58,1%) et en troisième position les discussions informelles avec conseillers et enseignants. Très loin derrière apparaît le site officiel « admission post-bac » (15%) qui est censé être l'outil privilégié par les lycéens pour faire leurs choix....

- Sur les modalités de recherche sur Internet :

Pour trouver un stage ou un emploi pour les Etudiants :

La démarche intuitive est privilégiée (recherche par mots clé Google : 73,2% ou sites connus : 70% mais moins celui de Pôle Emploi : 30%) par rapport à une démarche plus experte (consultation de signets : 26,1%, réception automatique d'alertes : 18,7%). L'utilisation des RS est faible mais les RSP sont plus utilisés (16,8%) que Facebook (moins de 5%) qui reste donc cantonné à un usage conversationnel.

Pour trouver des infos sur l'orientation professionnelle pour les Lycéens :

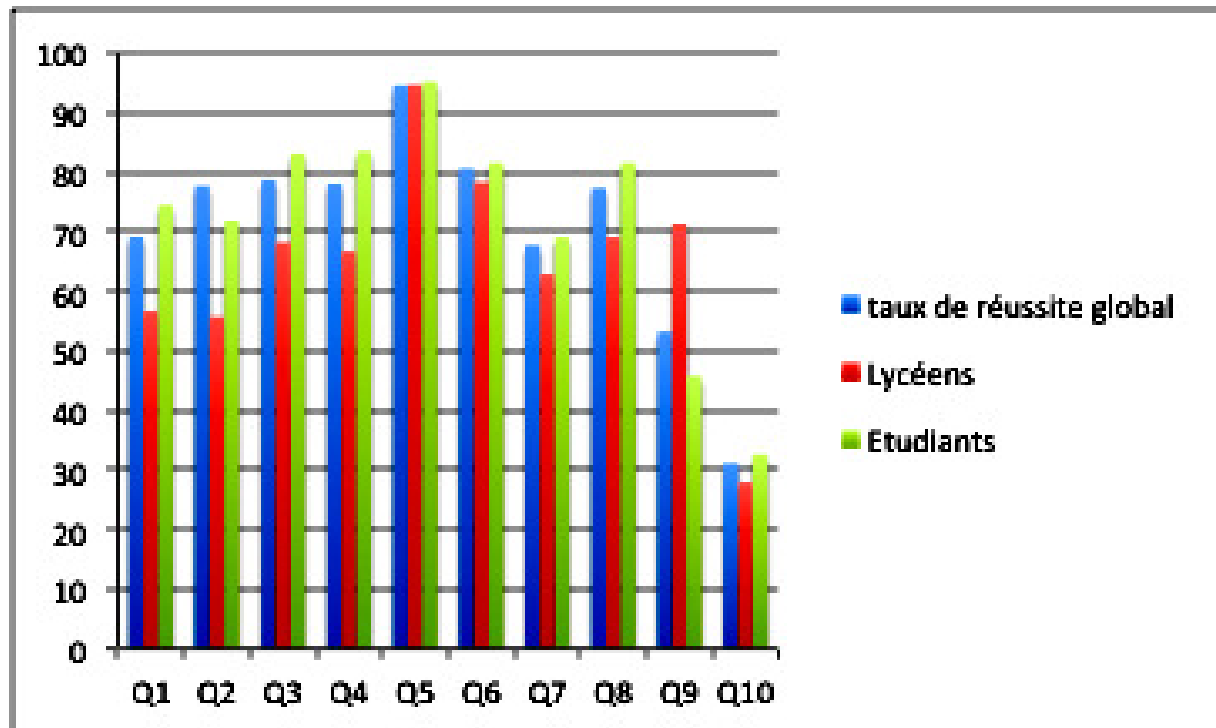
La démarche intuitive est également privilégiée (recherche mots clé Google : 61,2% ou sites connus 65,1%) par rapport à une démarche plus sophistiquée (consultation de signets : 24%, réception automatique d'alertes : 7%). L'utilisation des RSP est quasi inexistante (moins de 5%).

- Sur les modalités de diffusion du CV :

Etudiants et actifs ne privilégient pas un mode de diffusion au détriment des autres : ils envoient majoritairement leurs CV sous format numérique par mail (83% des étudiants et 65% des actifs) mais il est à noter que l'envoi sous format papier est loin d'être négligeable (surtout chez les étudiants : plus de 57,1% contre 32% pour les actifs). Le dépôt sur des sites spécialisés est plus important également chez les étudiants que chez les actifs.

Le tableau ci-dessous résume les résultats obtenus au Quizz « habiletés numériques » pour les jeunes interrogés. Un écart important apparaît entre les questions liées à l'informatique connectée et celles liées aux questions d'ordre économique et juridique de l'environnement numérique.

	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	SCORE MOYEN
taux de réussite global	69,1	77,7	78,7	78,1	94,5	80,6	67,7	77,3	53,2	31,1	70,8
Lycéens	56,6	55,7	68,2	66,7	94,6	78,3	62,8	69	71,3	27,9	65,11
Etudiants	74,5	71,9	83,2	83,5	95,2	81,6	69	81,6	45,8	32,6	71,89



Il nous semblait intéressant à ce niveau d'introduire la question de la « fracture numérique », notion employée dans les sphères institutionnelles, en particulier depuis les années 90, dans deux sens : fracture du premier degré qui se traduit par des inégalités en terme d'accès et fracture de second degré, terme apparu ultérieurement pour qualifier les inégalités en terme d'usage. Si l'on revient au cadre de notre étude, on peut dire qu'au vu du taux d'équipement important en technologies numériques et du répertoire diversifié des usages chez les jeunes interrogés, ces deux types de fractures se sont progressivement estompés au cours de la dernière décennie. Par contre, on peut s'interroger sur l'existence d'une autre forme de fracture numérique, proposée par Granjon (2011), et qu'il définit comme la capacité des jeunes à transformer en bien-être (social, économique), les usages qu'ils font des dispositifs numériques. Autrement dit, il s'agit de savoir si les usages pour le moins diversifiés qui sont faits d'Internet par

les jeunes, les habiletés et connaissances mobilisées dans ce nouvel environnement numérique, sont « exploités » dans une optique de bien-être. Si tel est le cas on pourrait en déduire, que les jeunes mobilisent leur culture numérique comme une forme de capital (en particulier dans le contexte de leur trajectoire professionnelle). Notre enquête ne nous permet pas de répondre directement à cette question même si elle tend à montrer une étanchéité toujours réelle entre la sphère individuelle et la sphère professionnelle. On peut aussi avancer qu'il s'agit là d'un enjeu sociétal que les jeunes au travers de leurs usages des technologies numériques ne peuvent initier sans l'aide de médiateurs les guidant et les éclairant justement dans l'éventail des potentialités des dispositifs numériques dans une optique de bien-être.

3.2.3 Représentations et valeurs associées aux technologies numériques

Sur les questions relatives à Internet comme moyen de communication

C'est pour une grande majorité des jeunes interrogés (62%) une technologie qui favorise le partage et la discussion, qui permet de s'exprimer quel que soit son statut (59%) et qui est jugée comme efficace (42%).

Dans le contexte de l'insertion professionnelle, Internet est un dispositif jugé très favorablement.

Sur la consommation des biens culturels (livres, musiques)

Concernant le livre, les répondants pensent que les deux formes, papier et numérique, vont subsister : ils ne les voient pas en concurrence.

Concernant le téléchargement illégal : ils se prononcent massivement en sa faveur et disent le pratiquer tout d'abord pour des raisons économiques, mais pour 50 % la raison invoquée est qu'ils considèrent Internet comme un espace de partage et de gratuité. Environ 10% affirment ne pas le pratiquer.

Concernant la musique en ligne : le partage de fichiers reste la norme, même si certains sont attirés par la formule de streaming par abonnement (1/3), 1/3 ne trouvent pas cela intéressant et au final seulement 10% en font leur mode de

consommation dominant de musique. On ne constate pas de différence notable entre les différentes catégories lycéens/étudiants/jeunes actifs.

Les jeunes sont en phase avec cette nouvelle culture numérique qui entraîne un nouveau rapport aux biens culturels en particulier : un nouveau savoir-lire, un nouveau savoir-écrire, des nouvelles pratiques liées à l'usage de ces biens qui entrent en tension avec les règles sociales existantes qui régulent des espaces de pratiques (droit d'auteur,...).

3.3 Le rôle des TICs pour l'insertion professionnelle – tris croisés

3.3.1 Construction de variables proxi

Pour mieux comprendre le rôle des usages, des habiletés numériques et des valeurs associées au web dans le processus d'insertion professionnelle des jeunes, nous avons construit une variable proxi **active_tool**. Il s'agit d'un score mesurant la diversité d'utilisation d'instruments de recherche web disponibles pour des fins de recherche d'un stage, d'un emploi ou d'information sur son futur métier. Cette variable ne concerne que les lycéens, les étudiants et les actifs en recherche d'emploi. Elle est construite à partir des réponses aux questions 52, 59 et 72 :

Q52. Quand tu vas sur Internet pour chercher un stage ou un emploi, quelle est ta démarche? (pour un étudiant)

Q59. Quand tu vas sur Internet pour chercher des renseignements sur ton orientation future, quelle est ta démarche ? (pour un lycéen)

Q72. Quand tu vas sur Internet chercher un emploi, quelle est ta démarche ? (pour un actif à la recherche d'emploi)

Le score est calculé en sommant les options choisies parmi les réponses possibles proposées (un point est attribué à chacune des options choisies) :

- Je lance une requête sur Google (ex.: commercial en région Provence-Alpes-Côte d'Azur).
- Je vais sur Google pour rechercher des sites pertinents.

- Je vais consulter mes signets de sites spécialisés que je consulte régulièrement.
- J'utilise mon compte LinkedIn (ou Viadeo).
- J'utilise mon compte Facebook (ou Google+).
- Je reçois automatiquement des alertes sur mon mail.
- Je vais sur le site de Pôle Emploi.

Un score plus élevé signifie que la personne utilise une plus grande diversité d'outils pour rechercher un stage, un emploi ou des renseignements sur son futur métier. Le nombre maximum de points possible s'élève à 7.

Nous voulions comprendre dans quelle mesure l'intensité de l'utilisation des dispositifs numériques, les connaissances du web et les valeurs associées au web sont corrélées à la diversité de l'utilisation des outils de recherche disponibles à des fins professionnelles.

La variable représentant l'intensité d'utilisation des dispositifs numériques **score_int** est calculée en sommant les réponses aux questions 6 -11 :

Tu utilises	Plusieurs fois par jour	Plusieurs fois par semaine	Moins souvent	Jamais
6. Tu utilises l'ordinateur	1	0	0	0
7. Tu utilises la tablette	1	0	0	0
8. Tu utilises le téléphone portable (dont le smartphone)	1	0	0	0
9. Tu utilises la console de jeux	1	0	0	0
10. Tu utilises le lecteur numérique (MP3)	1	0	0	0
11. Tu utilises la liseuse (Kindle, Kobo, ...)	1	0	0	0
Total Score_int	7 (max)	0 (min)	0 (min)	0 (min)

Le score 1 est attribué à la réponse « plusieurs fois par jour », 0 aux autres réponses. L'utilisation intensive de plusieurs dispositifs se traduit par un score plus élevé. L'idée est de voir si l'utilisation intensive de plusieurs dispositifs est corrélée avec l'utilisation d'une plus grande diversité d'outils de recherche web. Nous voulions également comprendre s'il existe une différence entre, par exemple, l'utilisation intensive d'un ordinateur ou d'une tablette, et d'une console de jeu. Intuitivement, le savoir-jouer n'implique pas automatiquement une bonne connaissance de la réalité du marché de travail et des outils disponibles pour trouver un stage, un emploi ou pour trouver sa voie professionnelle.

Nous avons utilisé les résultats du Quizz pour construire la variable **score_K** comme variable proxi du niveau des connaissances du web. Ce score est calculé en sommant le nombre de réponses correctes aux questions 33-41 et 43.

Question	min	max	Réponse correcte
33. Un wiki c'est	0	1	un site web que n'importe quel internaute autorisé peut modifier
34. Comment fais-tu pour qu'un blog que tu viens de créer soit bien référencé sur les premières pages de Google?	0	1	je dois optimiser mon blog
35. Qu'est-ce qu'un tag sur le web?	0	1	un mot clé pour valoriser le contenu
36. Comment tu définis ta e-reputation?	0	1	c'est l'image ou l'opinion que l'on peut se faire à mon propos
37. Qui produit des informations sur WIKIPEDIA?	0	1	Des participants bénévoles
38. Comment s'appellent ces petits fichiers que les sites envoient sur notre ordinateur pour recueillir de l'information sur nos goûts et nos préférences?	0	1	Cookies
39. Est-ce que FACEBOOK a le droit d'utiliser tes données personnelles (de ton profil) dans un but commercial?	0	1	Oui
40. Qui peut voir les informations que tu publies sur ton mur Facebook?	0	1	Cela dépend de mes paramètres de confidentialité
41. si tu mets un commentaire sur le blog de ton ami, qui est responsable de l'information publiée?	0	1	Mon ami qui a édité le site 1
43. Si oui, la fonctionnalité FB connect transmet tes informations publiques et la liste de tes amis?	0	1	Oui
Total score_K	0	10	

Le maximum de points possible est 10, témoignant d'un très bon niveau de connaissances du web. Notre hypothèse est que la bonne connaissance du web est synonyme d'une bonne maîtrise dans l'utilisation d'une grande diversité d'outils web pour trouver l'information concernant son parcours professionnel.

Enfin, nous avons construit la variable **Internet_valeur** comme proxy des valeurs associées à Internet à partir des réponses données aux questions 12-14. Nous avons attribué 3, 2, 1 et 0 points respectivement à chaque réponse « d'accord », « plutôt d'accord », « ni d'accord, ni pas d'accord » et « pas d'accord ». Le score maximal possible de 9 points témoigne d'une grande confiance et d'une forte adhésion aux valeurs d'Internet comme moyen de communication efficace, de partage et d'expression. Nous pensons que cette adhésion est corrélée avec la bonne connaissance, la confiance et l'utilisation des outils de recherche sur le web dans le domaine professionnel.

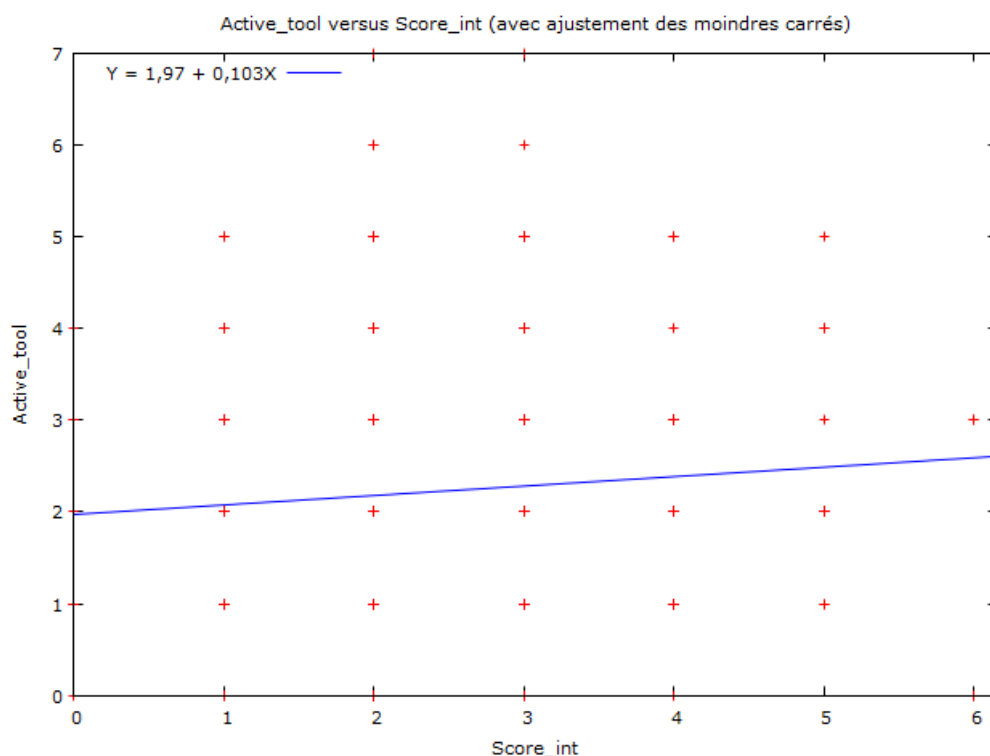
	D'accord	Plutôt d'accord	Ni d'accord, ni pas d'accord	Pas d'accord
12. Internet est un moyen de communication efficace (rapide, sûr,...)	3	2	1	0
13. Internet est un moyen de communication qui permet à chacun de s'exprimer quel que soit son statut	3	2	1	0
14. Internet est un moyen de communication qui favorise le partage et la discussion	3	2	1	0
Total Internet_valeur	9 (max)	6	3	0 (min)

Nous avons construit des graphiques de nuages de point avec une droite représentant la tendance moyenne pour apercevoir la relation entre ces variables.

3.3.2 Les usages des technologies numériques dans les pratiques individuelles :

Il existe une relation linéaire positive entre la diversité d'utilisation intensive de dispositifs numériques et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelle (figure 1).

Figure 1 : Relation entre la diversité d'utilisation intensive de dispositifs numériques et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelles



Cette relation est plus prononcée si l'on prend seulement l'intensité d'usage de l'ordinateur ou de la tablette, comme l'illustrent les figures 2 et 3.

Figure 2 : Relation entre l'utilisation intensive de l'ordinateur et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelles

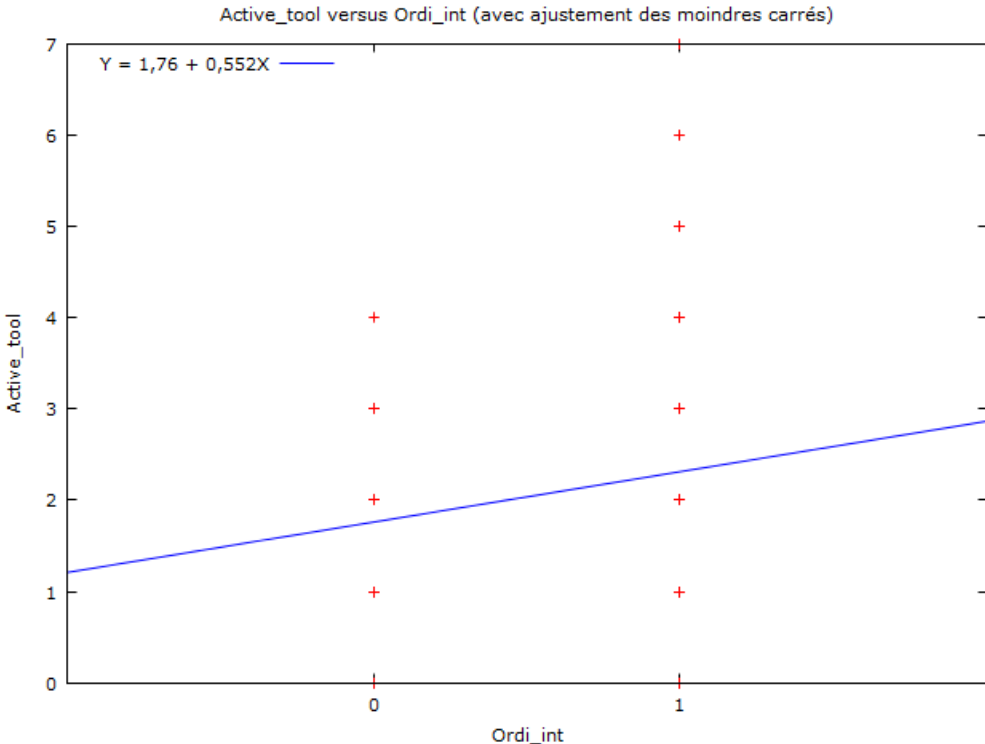
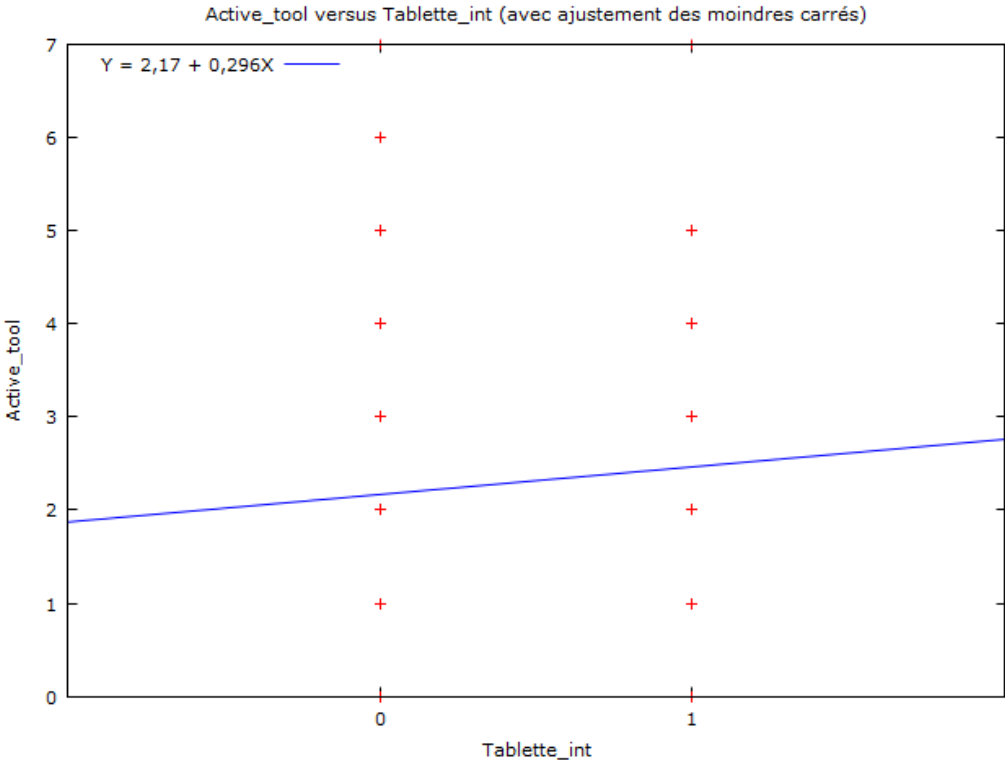
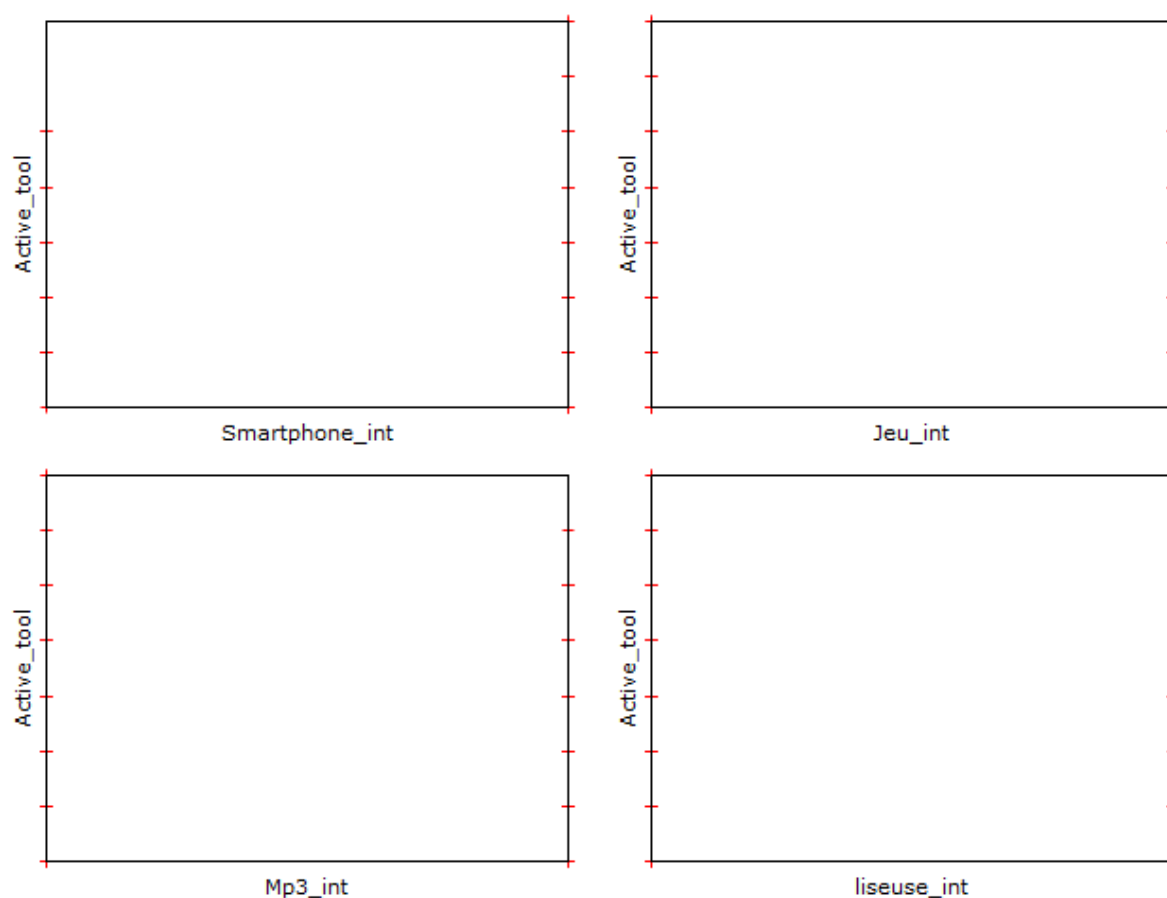


Figure 3 : Relation entre l'utilisation intensive de la tablette et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelles



La figure 4 démontre qu'il n'existe pas de relation entre l'utilisation intensive du téléphone portable, de la console de jeux, du lecteur MP3 et de la liseuse numérique et le déploiement d'une grande diversité d'outils de recherche web pour l'insertion et l'orientation professionnelle.

Figure 4 : Absence de relation entre l'utilisation intensive du téléphone portable, de la console de jeux, du lecteur MP3 et de la liseuse et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelles



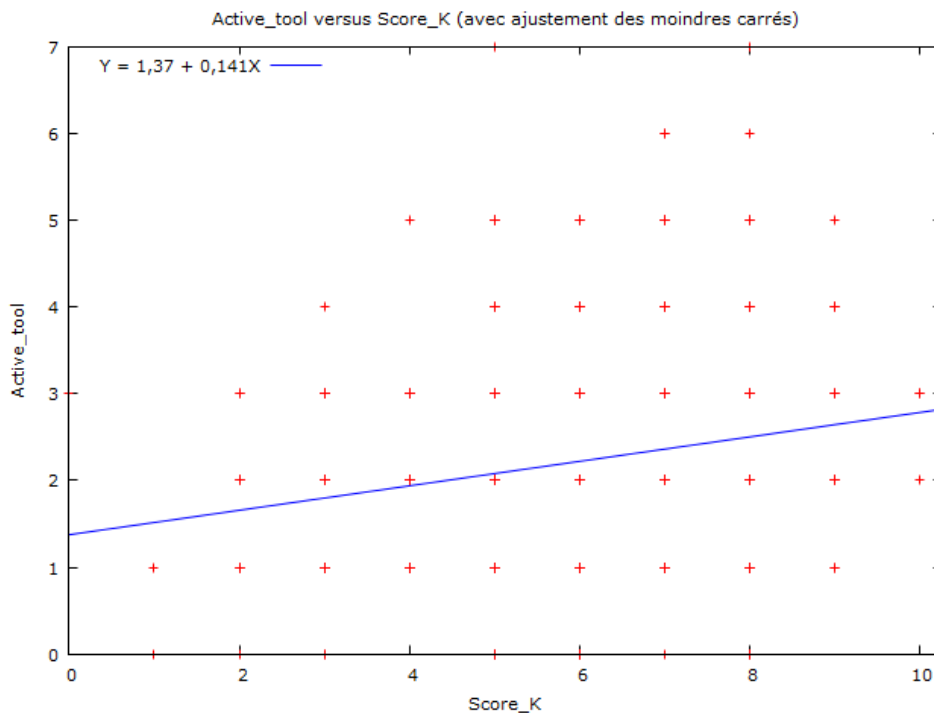
Ce résultat, en résonance avec la thèse des « digital naïfs », souligne que le savoir-utiliser et l'utilisation intense de dispositifs numériques dans le cadre des loisirs ne sont pas automatiquement transposables au cadre professionnel.

Cela nous permet d'avancer l'argument que des connaissances complémentaires, comme par exemple, la connaissance des organismes tels que Pôle Emploi et les Missions locales ou d'outils numériques d'aide à l'orientation et à l'insertion professionnelle sont indispensables pour que cette transposition soit effective.

3.3.3 Habiletés numériques

La figure 5 illustre l'existence d'une relation positive entre la connaissance du web et l'utilisation d'un large éventail d'outils de recherche web pour l'orientation et l'insertion professionnelle.

Figure 5 : Relation entre le niveau de connaissances du web et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelles

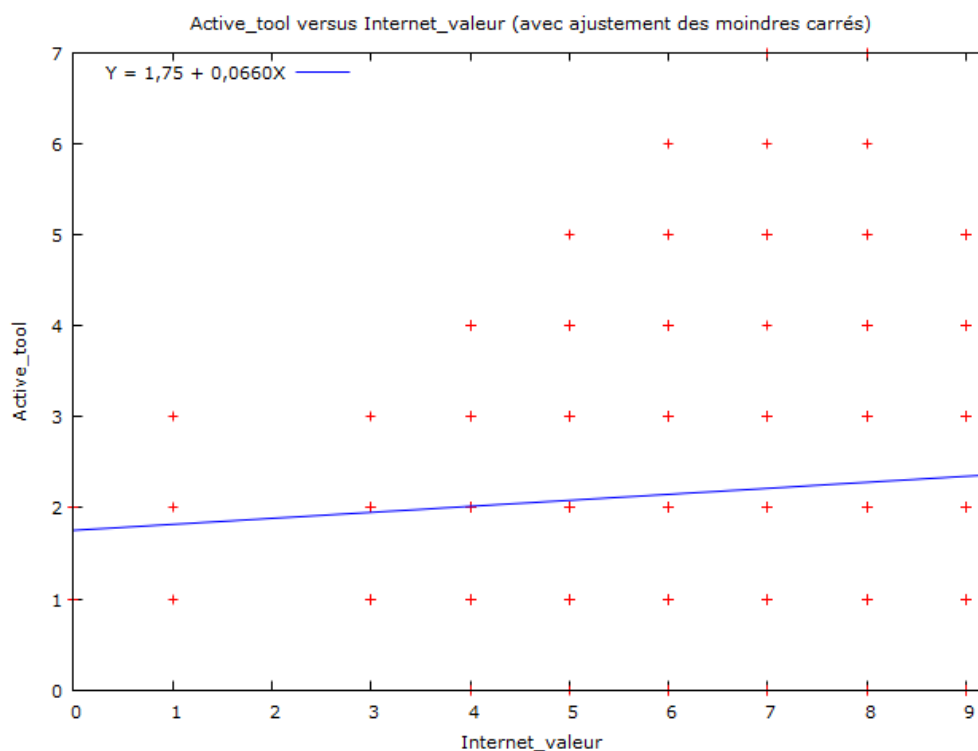


Nous pouvons supposer que cette relation statistique témoigne de l'existence d'une sorte de « culture générale » web. Lorsqu'on connaît bien le web d'une manière générale, on connaît et on utilise également ses outils, y compris pour l'orientation et l'insertion professionnelles.

3.3.4 Représentations et valeurs associées aux technologies numériques

Enfin, la figure 6 illustre l'existence d'une relation positive entre le degré de confiance et d'adhésion aux valeurs d'Internet et la diversité d'utilisation des outils de recherche web pour l'orientation et l'insertion professionnelles. Elle est plus faible par rapport aux cas précédents mais on peut supposer également que son influence est indirecte : plus on adhère aux valeurs d'Internet, mieux on le connaît et donc mieux on l'utilise.

Figure 6 : Relation entre le degré de confiance et d'adhésion aux valeurs d'Internet et la diversité d'outils de recherche web à des fins d'orientation et d'insertion professionnelle



Il est important de préciser que ces graphiques ne permettent pas d'évaluer la significativité statistique des résultats (c'est-à-dire, affirmer que les résultats obtenus sur l'échantillon sont aussi valables pour l'ensemble de la population). Des analyses plus approfondies pourraient être effectuées pour combler cette lacune.

CONCLUSION

Cette étude nous aide à considérer de façon plus fine et plus nuancée la population des 16-24 ans, et de dépasser le portrait souvent caricatural que l'on pourrait faire des « Digital Natives ». En particulier, nous devons refuser les *allant-de-soi*, qui voudraient que ces jeunes, nés avec des ordinateurs et des dispositifs numériques, et donc utilisateurs intensifs du numérique, soient *de facto* des utilisateurs éclairés, habiles et conscients des ressources numériques. En réalité, cette étude nous montre que les cultures numériques des 16-24 sont diverses et de qualités très différentes.

Cela n'empêche pas constater que ce groupe présente des caractéristiques communes nombreuses. Par exemple, du côté de l'équipement et/ou des possibilités d'accès aux ressources numériques, il n'y a pas de fracture numérique franche : quelle que soit la catégorie socio-professionnelle des parents, les jeunes jouent sur des consoles de jeux, utilisent un ordinateur à la maison, où téléphonent depuis leur propre téléphone portable. Ce dernier point permet de comprendre un autre trait commun à la cohorte des 16-24 ans : les jeunes se connectent de plus en plus souvent aux ressources numériques en situation de mobilité (60 % depuis l'espace public, 40 % dans les transports en commun). L'Internet a pris une place privilégiée dans leur vie. A cet égard, nous le comparons volontiers à un couteau suisse, utilisé à la fois pour communiquer, se distraire et gérer sa vie. Cependant, à mesure que l'internaute s'insère dans la vie professionnelle, ce sont des usages plus rationnels qui émergent, en particulier chez les jeunes actifs. Enfin, dernier point de ralliement pour cette génération : FaceBook, qui est à l'heure actuelle le principal média social.

Malgré ces grands traits communs, nous constatons aussi des disparités au sein de la population des 16-24 ans, dès lors que nous tentons de comprendre les usages qui sont faits des ressources numériques dans un contexte aussi précis que celui de l'insertion professionnelle (recherche d'informations, orientation professionnelle, recherche d'emploi, etc.). Apparaissent alors des niveaux de connaissance et d'usage divers comme des valeurs différentes, ce qui permet de

distinguer au sein de ce groupe différents visages, différentes *cultures numériques*.

Sur le plan de la *literacy*, de la connaissance formelle du fonctionnement des outils de l'Internet, de son organisation, de ses institutions, tous les jeunes ne sont pas sur le même pied. Cette culture générale du numérique a tendance à suivre le niveau scolaire des jeunes : un élève de CAP a globalement de moins bons résultats à notre quizz de connaissances qu'un étudiant du cycle supérieur.

Il en va de même pour les usages : si presque tous les jeunes sont équipés ou ont accès à des dispositifs numériques, tous n'ont pas la même *intensité* d'usage. Nous remarquons alors que les 16-24 ans présentant le plus de diversité dans leurs usages (en particulier ceux qui combinent ordinateur et tablette) sont aussi ceux qui seront capables d'avoir des usages avancés et plus complexes des ressources numériques dans leurs stratégies d'insertion. Ils vont combiner diverses démarches (sites spécialisés, requêtes, blogs, etc.), alors que les autres vont se contenter de consommer l'Internet, en tapant des requêtes simples dans un moteur de recherche populaire.

A l'issue de cette étude, on peut donc valider notre hypothèse de travail, à savoir que la cohorte des 16-24 ans en région Provence-Alpes-Côte d'Azur peut être vue de deux façons complémentaires :

- Elle constitue **un ensemble assez cohérent sur certains traits caractéristiques**, comme son taux d'équipement en ordinateur et en téléphonie, l'importance qu'elle prête aux ressources et influences numériques dans sa démarche d'insertion, et sa consommation de média sociaux.
- Elle renferme en réalité **des profils culturels numériques divers**, qui se définissent en particulier selon des niveaux variables de connaissance de l'environnement numérique, et des intensités d'usages plus ou moins diversifiées.

Or, ces deux dimensions vont bel et bien jouer sur les parcours d'insertion des jeunes, sur leurs facultés à construire des stratégies plus ou moins complexes et efficaces d'insertion professionnelle. On comprend dès lors que la fracture

numérique qui désormais nous intéresse n'est plus celle de l'équipement, ni même celle de l'accès (les taux sont supérieurs à 95%) : il s'agit d'une fracture culturelle, qui met d'un côté ceux qui savent, qui maîtrisent les outils, comprennent le système sous-jacent et sont capables de le manipuler de façon réfléchie, et de l'autre côté ceux qui consomment l'Internet, le survolent, et parfois même le subissent.

Références

- Allard L. (2007). « Cultures numériques et cultures expressives », *Médiamorphoses*, n°21.
- Bévort B, Bréda I. (2003). Enquête européenne en éducation aux médias, les usages d'Internet chez les 12-18 ans, 2006: <http://www.clemi.org/international.html>
- Bévort B, Bréda I. (2011). Les usages de Facebook
- Boubée N. (2011). « Caractériser les pratiques informationnelles des jeunes : les problèmes laissés ouverts par les deux conceptions « natifs » et « naïfs » numériques ». Communication à la Rencontres Savoirs CDI, 24 octobre.
- Brotcorne P *et alii.* (2010) « Diversité et vulnérabilité dans les usages des TIC. La fracture numérique au second degré », Gent, Academia Press.
- Cardon D. (2011). « Les réseaux sociaux de l'Internet », *Communication*, n°88, pp. 131-141.
- Casilli A. (2011). « Cultures du numérique », *Communications*, n° 88.
- De Noblet J. (1981) « Manifeste pour le développement de la culture technique », Paris, édition du CRCT.
- Donnat O. (2007) « Pratiques culturelles et usages d'Internet », INSEE Cultures Prospectives, n°3.
- Doueïhi M. (2008) « La grande conversion numérique », Paris, éditions du Seuil, collection Essai.
- Doueïhi M. (2011) « Pour un humanisme numérique », Paris, éditions du Seuil.
- Flichy P. (2010) « Le sacre de l'amateur, sociologie des passions ordinaires à l'ère du numérique », Paris, éditions du Seuil, collection la République des Idées.
- Fondation Travail Université (2009), «Les jeunes off-line et la fracture numérique. Les risques d'inégalités dans la génération des 'natifs numériques'», rapport de Périne Brotcorne, Luc Mertens, Gérard Valenduc (Namur).
- Granjon F. (2001) « Fracture numérique », *Communication*, n°88, pp.67-75.
- Hargittai E. (2002), "Second-Level digital divide. Differences in people's online skills".
- Hargittai E. (2003), "How Wide a Web? Inequalities in Accessing Information ».
- Lardellier P. (2010) « Quelques considérations sur l'identité et les relations à l'ère du réseau », *Cahiers du Numérique*, n°1.
- Le Crosnier H. (2013). « Culturenum : jeunesse, culture & éducation dans la

vague numérique », C&F éditions.

Le Deuff. O. (2011) « La formation aux cultures numériques. Une nouvelle pédagogie pour une culture de l'information à l'heure du numérique », Paris, édition broché.

Le Guel F., Penard T., Suire R. (2004), « Une double fracture numérique », in Guichard E, « Mesure de l'Internet : approches croisées », Les Canadiens en Europe, pp. 115-125.

Lelong M. (2013) « Il n'y a pas d'âge pour le réseautage », M le magazine du Monde, 21.09.2013 à 08h31, mis à jour le 23.09.2013 à 09h53.

Liquète V, Delamotte E, Chapron F. (2011). « Introduction : L'éducation à l'information, aux TIC et aux médias : le temps de la convergence ? », Etudes de communication, n°38.

Longo M-E (2011). « Transitions des jeunes vers la vie adulte : processus d'insertion et rapports à la vie professionnelle », Perspectives pour les programmes d'action, INJEP, rapport d'études.

Merzeau L. (2009). « Présence numérique, les médiations de l'identité », Les enjeux de l'info com, n°1, pp. 79-91.

Moulier-Boutang Y. (2007). « Le capitalisme cognitif, la nouvelle grande transformation », Multitudes/idées. Edition Amsterdam.

Octobre S. (2009). « Pratiques culturelles chez les jeunes et institutions de transmission : un choc de culture ? » INSEE Cultures Perspectives, Téléchargeable sur le site : <http://www.culture.gouv.fr/deps>.

Prensky M. (2001) "Digital Natives, Digital Immigrants", *On the Horizon* ; MCB University Press, Vol. 9 No. 5, octobre 2001.

Serres, A. (2007). « Questions autour de la culture informationnelle », *The Canadian Journal of Information and Library Science*, vol 31, n°1, pp. 69 85.

Serres, A. et al. (2009) « Enjeux autour de la culture informationnelle », numéro spécial *Cahiers du Numérique*, vol 5, n°3.

Baromètres TIC (national et régional)

Rhône-Alpes : <http://fr.calameo.com/read/000119781ed9b9be33277>

Aquitaine : Etude « Jeunes & TIC » en 2008 pour le Baromètre Aquitaine.

Pays-de-Loire : « Usages numériques des lycéens et apprentis en Pays-de-Loire » en 2010 (Synapse).

Enquête Orange Labs : <http://sociogeek.admin-mag.com/>

Baromètre Calysto de Génération Numérique (association) sur les jeunes et Internet : <http://www.generationnumerique.com/actualites/2012/02/le-5eme-barometre-enfants-et-Internet/http://www.generationnumerique.com/actualites/2012/02/le-5eme-barometre-enfants-et-Internet/>

*

—