

Francophonies d'Amérique



Nouvelles technologies d'information et de communication : accès et usages chez les jeunes filles et garçons francophones en Ontario

Ann Denis et Michèle Ollivier

Numéro 12, automne 2001

Jeunesse et société francophone minoritaire en mouvance

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1005143ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1005143ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université d'Ottawa
Centre de recherche en civilisation canadienne-française

ISSN

1183-2487 (imprimé)

1710-1158 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Denis, A. & Ollivier, M. (2001). Nouvelles technologies d'information et de communication : accès et usages chez les jeunes filles et garçons francophones en Ontario. *Francophonies d'Amérique*, (12), 37–49.
<https://doi.org/10.7202/1005143ar>

NOUVELLES TECHNOLOGIES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION : ACCÈS ET USAGES CHEZ LES JEUNES FILLES ET GARÇONS FRANCOPHONES EN ONTARIO¹

Ann Denis et Michèle Ollivier
Département de sociologie
Université d'Ottawa

Le texte qui suit présente les résultats d'une recherche exploratoire portant sur l'usage des nouvelles technologies d'information et de communication, notamment le courriel, le clavardage (*chat*) et le Web, chez les jeunes filles et garçons francophones en Ontario. À partir de trois axes d'analyse, soit le sexe, la langue parlée à la maison et le revenu familial, nous examinons le degré d'accès des jeunes à la technologie, les usages qu'ils en font et les perceptions qu'ils nourrissent à propos de ses effets sur divers aspects de leur vie quotidienne. Cette recherche s'inscrit dans une réflexion plus large sur les formes d'inégalités liées à la culture dans un monde où l'acquisition de compétences culturelles diversifiées, surtout chez les jeunes, est vue comme la clé du développement économique des sociétés et de la réussite individuelle. Dans un premier temps, nous discutons brièvement des préoccupations théoriques qui sont à l'origine de notre recherche. Dans un deuxième temps, nous présentons les résultats d'une enquête par questionnaire et entrevues de groupe réalisée auprès de jeunes des écoles secondaires francophones de quatre régions de l'Ontario.

Culture et inégalités dans les sociétés du savoir

Dans l'étude sur les pratiques culturelles des jeunes Québécois de 15 à 35 ans publiée par le ministère de la Culture et des Communications du Québec en juin 2000, on affirme, en introduction :

La capacité d'adaptation du Québec aux changements profonds qui touchent de la même façon l'ensemble des pays industrialisés dépend à la fois des *compétences* et de la *qualification* acquises par la population de même que de sa capacité collective d'*ouverture sur le monde*. Qui mieux que les *jeunes*, avec la créativité, le dynamisme et l'esprit d'innovation qu'on leur reconnaît est en mesure de faire face à de nouvelles réalités ? Quelle plate-forme autre que celle de la *culture*, lieu privilégié d'intégration sociale des jeunes, offre de meilleures chances d'actualiser leur potentiel ? [...] Les pratiques

culturelles des jeunes, riches et diversifiées, sont un *atout majeur du développement social et économique du Québec* (Séguin-Noël et Garon, 2000 – C'est nous qui soulignons certains passages).

Dans ce texte, on retrouve les éléments clés du discours actuel sur la nature des transformations qui affectent les sociétés postindustrielles et sur les défis qui en découlent. Premièrement, on y affirme que la capacité d'adaptation au changement d'une société dépend des compétences, des qualifications et de l'ouverture au monde de sa population. Deuxièmement, que les jeunes, avec leur culture plurielle et dynamique, sont les mieux à même de faire face à cette nouvelle réalité. Troisièmement, que l'acquisition de compétences passe par l'accès à la culture, au sens de pratiques qui comprennent aussi bien la lecture et la fréquentation des musées que l'écoute de la télévision et l'usage des nouvelles technologies. Et finalement, que ce sont les jeunes, avec leurs pratiques culturelles riches et diversifiées, qui sont la clé du développement économique et social de demain.

Ces affirmations sont représentatives d'un discours omniprésent à l'heure actuelle, qui annonce l'avènement d'un nouveau type de société fondé sur le savoir (Castells, 1999). L'économie du troisième millénaire serait ainsi fondée non plus sur la production industrielle de biens, mais sur la capacité des entreprises et des individus de créer, d'acquérir et d'utiliser les connaissances, dans un contexte d'innovation technologique et scientifique accélérée. Les nouvelles technologies sont présentées comme jouant un rôle déterminant, dans ce nouveau type de société, notamment comme moyens d'accès à des sources quasi illimitées d'information. Comme les autres pratiques culturelles, les technologies d'information et de communication sont des outils qui contribuent à la constitution de répertoires culturels plus ou moins diversifiés. Dans ce contexte, il est préoccupant de constater que certains groupes, plus particulièrement les femmes, les francophones du Québec et du Canada et les personnes à faible revenu, accusent depuis longtemps un retard dans l'accès à la technologie (Ollivier, 2001).

Devant ce nouveau type de société, plusieurs annoncent la constitution de nouvelles formes d'inégalités sociales fondées avant tout sur la capacité d'accès aux connaissances. Dans les sociétés fondées sur le savoir, la diversité des répertoires culturels serait devenue une importante source de pouvoir. La connaissance des codes culturels appropriés à différents milieux de même que la capacité de passer rapidement d'un code à un autre deviendraient plus utiles socialement que la familiarité avec un nombre limité de codes culturels trop étroitement associés à une classe sociale, à un groupe ethnique ou à un contexte local (Ollivier et Fridman, 2001). Cette hypothèse de l'émergence de nouvelles formes d'inégalités semble confirmée par de nombreuses recherches récentes en sociologie de la culture, qui font état d'une forte association entre le statut socio-économique (mesuré en fonction du revenu et de l'éducation) et la diversité des répertoires culturels (Peterson, 1992; Donnat, 1994).

Ces réflexions constituent la toile de fond dans laquelle s'inscrit notre recherche. L'usage d'Internet chez les jeunes est-il réellement associé, comme on l'a souvent prétendu, à une démocratisation de l'accès aux connaissances ? Les nouvelles technologies favorisent-elles l'accès au savoir de façon uniforme chez tous les groupes sociaux ou, au contraire, mènent-elles à la reproduction ou même à la polarisation des inégalités existantes fondées sur le sexe, le revenu et la langue d'usage ? La seconde partie de cet article présente les résultats d'une recherche exploratoire visant à déterminer comment certaines dimensions de l'identité sociale liées au sexe, au revenu des parents et à la langue d'usage influencent l'accès aux nouvelles technologies et les usages qui en sont faits chez les jeunes vivant en milieu minoritaire.

Résultats

1. Échantillon

Dans le cadre de cette enquête exploratoire, réalisée au printemps 2000, nous avons distribué 98 questionnaires et réalisé dix entrevues de groupe auprès de jeunes de 12^e et 13^e années dans des écoles francophones de quatre régions de l'Ontario : Ottawa, Prescott-Russell, Toronto et Sudbury. La très grande majorité (84,2 %) des jeunes rencontrés ont 18 et 19 ans et les filles sont surreprésentées (62,2 %). Notre échantillon compte 37,5 % de francophones (qui parlent toujours français à la maison), 34,4 % de bilingues (qui le parlent souvent) et 28,2 % d'anglophones (qui parlent rarement ou jamais le français)². L'usage du français varie toutefois considérablement selon les écoles visitées, et les filles sont surreprésentées chez les francophones. Le revenu familial moyen³ des jeunes interrogés se situe dans la catégorie de 60 000 \$ à 69 999 \$. À titre de comparaison, le revenu moyen des familles époux-épouses était de 66 452 \$ dans l'ensemble du Canada en 1998. Dans le texte qui suit, le revenu familial a été réparti selon trois catégories, soit moins de 60 000 \$, 60 000 à 89 999 \$ et 90 000 \$ et plus. Pour alléger le texte, nous utilisons les termes suivants : familles à revenus modestes, moyens et élevés. Finalement, il est important de noter que les données doivent être considérées avec prudence puisqu'elles sont tirées d'un échantillon restreint, sélectionné de façon non aléatoire.

2. Questions d'accès (voir le tableau 1)

Accès à l'ordinateur et à Internet à la maison

Presque tous les élèves (92,6 %) déclarent avoir accès à un ordinateur à la maison. Il s'agit d'une proportion très élevée quand on la compare aux chiffres de l'Enquête sociale générale 2000 de Statistique Canada, selon laquelle 75 % seulement des jeunes de 15 à 24 ans en Ontario disposent d'un ordinateur à la maison (ces chiffres sont tirés directement d'une analyse des données brutes fournies par Statistique Canada). Cette différence s'explique sans

doute en partie par le fait que la quasi-totalité des jeunes de notre échantillon (95,9 %) sont inscrits au niveau avancé, c'est-à-dire à un programme menant aux études universitaires. On note cependant d'importantes différences selon le revenu des parents. En effet, plus le revenu familial est élevé, plus les jeunes déclarent avoir accès à un ordinateur à la maison. Il existe des différences selon la langue d'usage, mais elles sont beaucoup moins importantes (données brutes). Une forte majorité d'élèves ont un branchement Internet à la maison (83,5 %), ce qui encore une fois est supérieur au taux de 59,7 % obtenu dans l'Enquête sociale générale de Statistique Canada pour les jeunes de l'Ontario. Les différences selon le revenu des parents sont ici encore plus accentuées.

Fréquence de l'utilisation

Tous les élèves, sans exception, avaient déjà utilisé Internet au moment de l'enquête et presque tous (92,8 %) l'utilisaient depuis plus d'un an. Le revenu des parents joue ici aussi un rôle déterminant, puisque tous les élèves de familles à revenus élevés disent avoir utilisé Internet pour la première fois il y a plus d'un an tandis que ce nombre est plus faible pour les élèves de familles à revenus moyens (92,9 %) et modestes (86,7 %). La très vaste majorité des élèves (91,8 %) sont des utilisateurs réguliers; ils affirment en effet avoir utilisé souvent ou très souvent Internet. À cet égard, il y a peu de différences entre garçons et filles mais les différences persistent quant au revenu.

Comme dans toutes les enquêtes sur le sujet (voir Ollivier, 2001; Dryburgh, 2001), les garçons disent passer plus de temps en ligne que les filles. En fait, 51,4 % des garçons disent passer plus d'une heure par jour en ligne les fins de semaine contre 28,6 % des filles. En semaine, une proportion semblable de garçons (37,1 %) et de filles (33,9 %) disent passer plus d'une heure par jour en ligne. Par contre, seulement 7,1 % des filles passent plus de deux heures en ligne la semaine contre 20 % des garçons. Si ces différences sont parfois attribuées au peu de temps libre dont disposent les femmes en raison de leur travail non rémunéré (Menzies, 1998), une telle explication est moins convaincante lorsqu'on parle des jeunes.

Lieu de la première utilisation

C'est à l'école que la grande majorité des élèves ont pour la première fois utilisé Internet : 43,9 % des élèves ont été initiés à Internet à l'école comparativement à 26,5 % à la maison et 18,4 % chez des amis. On constate également que ce sont surtout les filles et les jeunes de familles à revenus modestes qui ont été initiés à Internet à l'école. Ces résultats portent à croire que l'école a joué un rôle important d'initiation à Internet chez les membres de groupes qui accusent depuis toujours un retard dans l'accès aux technologies, notamment les filles et les jeunes économiquement défavorisés.

3. Types d'usages

Travaux scolaires et loisirs (voir le tableau 2)

Une forte majorité des élèves interrogés (89,1 %) utilisent souvent ou très souvent Internet pour leurs travaux scolaires. Il existe cependant des différences assez importantes selon les catégories sociales. L'utilisation d'Internet pour les travaux scolaires est plus fréquente chez les filles que chez les garçons de même que chez les francophones et les bilingues par comparaison aux anglophones. Sa fréquence augmente également directement en fonction du revenu. Une majorité moins forte (70,7 %) déclare utiliser souvent ou très souvent Internet pour les loisirs. À l'inverse de ce nous avons constaté pour les travaux scolaires, la proportion est cette fois plus forte chez les garçons que chez les filles; elle est aussi plus élevée chez les anglophones que chez les bilingues et les francophones.

Pourquoi les filles, les francophones et les jeunes économiquement favorisés sont-ils plus nombreux à utiliser Internet pour les travaux scolaires ? Pourquoi les filles et les francophones sont-ils moins portés à l'utiliser pour les loisirs ? On peut penser à un ensemble de causes possibles, que la faible taille de notre échantillon ne nous permet pas d'explorer davantage. Il est possible par exemple que l'utilisation d'Internet pour les travaux scolaires traduise un plus grand engagement envers l'école en général, surtout chez les filles. Chez les jeunes issus de familles économiquement favorisées, c'est sans doute le fait d'avoir accès à Internet à la maison qui joue un rôle déterminant. Il se peut toutefois qu'une plus grande utilisation à des fins de loisirs reflète l'ancienneté et la fréquence de l'utilisation (Ministère de l'éducation nationale de France, 2001).

Types d'activités (voir le tableau 2)

De façon générale, les activités les plus populaires auprès des jeunes (celles auxquelles ils s'adonnent souvent ou très souvent) comprennent : l'utilisation d'outils de recherche, la recherche d'information pour les travaux scolaires, la visite de sites Internet, la recherche d'information par intérêt personnel et le courrier électronique. Parmi les activités les moins populaires, on peut mentionner les transactions commerciales, les groupes de discussion et la rédaction de commentaires.

Les garçons sont plus nombreux que les filles à utiliser Internet pour faire souvent ou très souvent les activités suivantes : jouer à des jeux vidéo en ligne, regarder des vidéos ou écouter de la musique, télécharger des jeux ou des logiciels. Les filles sont un peu plus nombreuses que les garçons à utiliser le courrier électronique souvent ou très souvent, mais moins nombreuses à faire du clavardage. Il faut noter qu'au cours des entrevues de groupes, les jeunes ont exprimé de très fortes réserves face au *chat* comme mode de communication. Plusieurs ont déclaré l'avoir déjà fait lorsqu'ils étaient plus jeunes mais considèrent maintenant cette activité comme une perte de temps.

La très grande superficialité des rapports, le fait de ne pas savoir à qui on a affaire et la possibilité de harcèlement sexuel, surtout chez les filles, les ont assez rapidement détournés de ce mode de communication. Le courriel est moins populaire chez les francophones que chez les bilingues et les anglophones. Cette situation pourrait être due au fait que la diffusion des nouvelles technologies a été plus lente en milieu francophone que chez les anglophones (voir Ollivier, 2001).

Sites visités (voir le tableau 3)

Les sites qui sont de loin les plus populaires auprès des jeunes que nous avons interrogés sont ceux qui se rapportent à l'éducation et au divertissement. Viennent ensuite les sites traitant des biens et services, du travail, de l'actualité politique et sociale, de sport et de médecine/santé. On note d'importantes différences entre les filles et les garçons, les garçons ayant visité plus souvent que les filles la majorité des sites mentionnés. Les différences sont particulièrement marquées en ce qui concerne les biens et les services, l'actualité politique et sociale, les sports ainsi que les ordinateurs et Internet. Il est intéressant de constater qu'en ce qui concerne les sites visités, on retrouve entre filles et garçons des clivages similaires à ceux observés dans d'autres pratiques culturelles comme la lecture, clivages qui se retrouvent non seulement chez les jeunes, mais aussi chez les adultes (Séguin-Noël et Garon, 2000, p. 27).

4. *Langue de navigation*

Une forte majorité (94,5 %) de jeunes consultent souvent ou très souvent des sites en anglais. Une proportion beaucoup plus faible (40,7 %) consultent souvent ou très souvent des sites en français, tandis que 46,2 % des jeunes les consultent rarement et 13,2 % ne les consultent jamais. Cette situation tranche avec celle que l'on retrouvait dans l'enquête de Pons *et al.* réalisée en 1997 dans la région de Sherbrooke. Sans donner de chiffres précis, ils affirment dans leur rapport que « les jeunes Québécois visitent surtout des sites en français » (1999, p. 82). La différence entre les deux groupes s'explique sans doute en partie par le fait que plus on parle français à la maison, plus on a tendance à consulter des sites en français. En effet, la proportion des jeunes qui naviguent souvent ou très souvent en français est de 56,3 % chez les francophones, de 41,9 % chez les bilingues et de 23,1 % chez les anglophones. Comme dans toutes les enquêtes sur le sujet (Ollivier, 2001), les filles sont plus nombreuses que les garçons à visiter souvent ou très souvent des sites en français. Il est intéressant de constater que cette situation vaut aussi pour la lecture en général (Séguin-Noël et Garon, 2000, p. 53 et 109).

5. *Opinions* (voir le tableau 4)

Les jeunes ont en général des attitudes plutôt positives face aux nouvelles technologies. Une majorité, surtout parmi les garçons, voient Internet avant

tout comme un divertissement. Une minorité seulement croient qu'on se parle moins quand on a Internet, voient Internet comme une menace pour la langue française et pensent que l'usage d'Internet requiert une bonne connaissance de l'informatique. Par contre, près de la moitié croient qu'il est difficile de trouver ce que l'on cherche.

Il existe des différences assez importantes entre les filles et les garçons, les filles ayant des vues moins positives que les garçons sur certaines questions. Elles sont ainsi plus nombreuses que les garçons à considérer qu'on se parle moins quand on a Internet et plus nombreuses à estimer qu'il est difficile de trouver ce que l'on cherche. On observe des différences du même ordre entre les jeunes de familles à revenus modestes et ceux qui sont plus favorisés, les premiers ayant une image moins positive que les seconds. On peut supposer que les opinions moins favorables des filles et des jeunes à revenus modestes reflètent une moins grande familiarité avec la technologie. Les filles sont aussi moins nombreuses que les garçons à considérer qu'une bonne connaissance de l'informatique est essentielle à l'usage d'Internet.

S'il y a peu de différences entre filles et garçons en ce qui concerne le fait de percevoir Internet comme une menace pour la langue française, les réponses varient toutefois selon la langue d'usage à la maison. En effet, le tiers des francophones et des bilingues voient Internet comme une menace contre un peu moins du quart des anglophones. Les jeunes de familles à revenus élevés sont également moins nombreux à considérer Internet comme une menace à la langue française que ceux et celles de familles à revenus moyens et modestes.

Par ailleurs, une majorité des élèves sont d'accord avec l'idée selon laquelle il est plus agréable d'apprendre avec Internet qu'avec des livres. De même, une faible majorité ne croit pas que les livres soient plus efficaces qu'Internet pour faire une recherche. Encore une fois, on retrouve des différences entre les filles et les garçons. Les garçons sont plus nombreux que les filles à considérer qu'il est plus agréable d'apprendre avec Internet qu'avec des livres. Les filles sont légèrement plus nombreuses que les garçons à considérer qu'il est plus efficace de faire des recherches avec des livres que sur Internet. Cette plus grande valorisation du livre chez les filles que chez les garçons peut être mise en parallèle avec la propension plus marquée chez les femmes que chez les hommes pour la pratique de la lecture (Noël-Séguin et Garon, 2000). Finalement, une très forte majorité croit que pour travailler dans la société de demain, il faudra maîtriser Internet. Cette proportion est plus forte chez les filles de même que chez les francophones et chez les jeunes de familles à revenus élevés.

Conclusion

Notre enquête indique que si les écarts numériques liés au sexe, à la langue d'usage et au revenu ont considérablement diminué par comparaison aux enquêtes précédentes (Ollivier, 2001), tant en ce qui concerne l'accès que la

fréquence d'utilisation, ils sont loin d'être entièrement comblés. Comme l'ont souligné de nombreuses recherches sur les technologies, celles-ci sont implantées à l'intérieur de rapports de pouvoir qu'elles permettent de subvertir ou de reproduire, mais avec lesquelles elles doivent nécessairement composer. Le revenu continue ainsi d'avoir une influence déterminante sur l'accès et les usages. Les jeunes de familles à revenus modestes sont beaucoup moins nombreux que ceux et celles de familles plus aisées à avoir accès aux nouvelles technologies à la maison. De même, si les filles ont pratiquement comblé l'écart qui les séparait des garçons en ce qui concerne l'accès, des différences persistantes subsistent néanmoins quant à la fréquence d'utilisation. Toutefois, ces différences dénotent sans doute une façon autre d'aborder la technologie plutôt qu'un retard. Il est important de souligner le rôle initiateur très important joué par l'école auprès de certains groupes.

En ce qui concerne les usages, on peut affirmer qu'ils semblent s'inscrire dans une relation de continuité et non de rupture avec les pratiques existantes. Ainsi, les sites visités par les filles et les garçons reproduisent les mêmes clivages que les autres pratiques culturelles, notamment la lecture. Dans les entrevues de groupe, les filles étaient d'ailleurs beaucoup plus nombreuses que les garçons à exprimer des réticences face aux aspects plus techniques de l'usage d'Internet. À l'encontre des prédictions trop optimistes ou trop pessimistes des dernières années, nos analyses donnent à penser, comme nombre d'enquêtes récentes, qu'Internet, « quoique reconnu technologiquement comme "révolutionnaire", s'intègre facilement au quotidien et sans perturbation majeure » (Piette *et al.*, 2001).

Finalement, notre recherche n'a que très peu abordé les questions identitaires liées à l'implantation des technologies d'information et de communication. Quelle influence ont-elles sur le désir et la capacité des jeunes de vivre en français en Ontario ? Bien qu'une forte majorité de jeunes ne perçoivent pas Internet comme une menace à la langue française, l'anglais demeure la langue de navigation et de communication pour une très large proportion d'entre eux, surtout pour ceux et celles qui parlent anglais à la maison. De plus, plusieurs ont affirmé en entrevue ne pas se reconnaître dans les sites francophones visités, puisqu'il s'agit le plus souvent de sites québécois ou français qui ne reflètent ni leur niveau de langue ni leur réalité. Par ailleurs, il faut souligner que les jeunes perçoivent souvent leur capacité de naviguer dans les deux langues comme un élément très positif. C'est dans un tel contexte que le discours sur la diversité des compétences requises pour réussir dans le monde actuel prend tout son sens. Malgré l'opinion positive des jeunes, le danger demeure que la force d'attraction de l'anglais n'exerce une pression tendant à marginaliser l'identité francophone minoritaire et que « l'ouverture au monde » ne se traduise par une domination accrue de la culture anglo-saxonne majoritaire.

Tableau 1
Questions d'accès

	Tous (%)	Sexe (%)		Langue d'usage (%)			Revenu familial (%)		
		Garçons	Filles	Anglos	Bilingues	Franco	-59 999\$	60 000\$- 89 999\$	+90 000\$
Ordinateur à la maison	92, 6	91, 4	95, 0	88, 9	90, 3	100	78, 6	92, 9	100
Branchement Internet à la maison	83, 5	86, 1	82, 0	81, 5	84, 4	83, 3	60, 0	71, 4	94, 1
Utilisateurs réguliers	91, 8	91, 9	91, 8	92, 6	93, 3	88, 9	86, 7	92, 9	94, 4
Plus d'une heure/jour sur semaine	35, 2	37, 1	33, 9	38, 5	35, 5	31, 3	61, 5	15, 4	22, 2
Plus d'une heure/jour fin de semaine	37, 4	51, 4	28, 6	46, 2	38, 7	25, 0	30, 8	15, 4	33, 3
Première utilisation : école	43, 9	35, 1	49, 2	44, 4	48, 5	38, 9	73, 3	23, 1	35, 0

Tableau 2
Types d'activités
(% souvent ou très souvent)

	Tous	Sexe		Langue d'usage			Revenu familial		
		Garçons	Filles	Anglos	Bilingues	Franco	-59 999\$	60 000\$- 89 999\$	+90 000\$
Travaux scolaires	89,1	85,7	91,3	73,1	93,5	97,0	84,6	92,3	93,4
Loisirs	70,7	82,8	63,2	84,6	74,2	66,7	61,5	69,2	66,7
Info pour travaux scolaires	89,1	82,4	91,2	73,1	90,3	96,9	84,6	84,6	94,4
Sites Internet	75,0	94,3	64,9	88,5	74,2	66,7	69,2	76,9	77,8
Info. pour intérêt personnel	73,9	82,9	66,7	88,5	64,5	69,7	53,8	92,3	61,1
Outils de recherche	91,3	97,1	91,2	92,3	96,8	90,9	92,3	100	94,4
Jeux vidéos en direct	13,0	28,6	3,5	7,7	25,8	3,0	0	7,7	5,6
Vidéos ou musique en direct	45,1	61,8	35,1	53,8	51,6	31,3	38,5	46,2	44,4
Télécharger jeux ou logiciels	26,1	42,9	15,8	26,9	35,5	15,2	15,4	23,1	16,7
Courrier électronique	72,8	65,7	79,0	80,8	83,9	57,6	77,0	61,5	72,2
Communication en direct	47,8	57,1	40,3	53,8	61,3	24,2	46,2	23,1	27,8
Groupes de discussion	3,3	2,9	3,5	7,7	0	3,0	7,7	0	0
Commander ou acheter	2,2	0	3,6	7,7	0	0	7,7	0	0
Écrire des commentaires	5,4	8,6	3,6	11,5	6,5	0	7,7	0	16,7
Cliquer sur des pubs	10,0	17,6	5,4	3,8	12,9	12,5	16,7	15,4	0
Monter une page web (oui %)	40,7	45,7	37,5	38,5	48,4	34,4	38,5	33,3	35,0

Tableau 3
Sites visités
 (% quelquefois ou plusieurs fois)

	Tous	Sexe		Langue d'usage			Revenu familial		
		Garçons	Filles	Anglos	Bilingues	Franco	-59 999\$	60 000\$-89 999\$	+90 000\$
Éducation et formation	78,3	77,1	78,9	69,2	83,9	84,8	84,6	84,6	83,3
Divertissement	77,2	85,7	71,9	84,6	67,7	78,8	69,2	69,2	88,9
Biens et services	63,0	77,2	54,4	65,4	67,7	57,6	69,2	53,8	72,2
Travail	47,8	54,3	43,9	46,2	48,4	51,5	53,8	46,2	50,0
Actualité politique	46,7	54,3	42,1	57,7	48,4	39,4	61,5	46,2	44,4
Sports	44,6	65,8	31,6	42,3	45,2	42,4	46,2	38,5	33,3
Médecine ou santé	42,4	42,9	42,1	42,3	48,4	39,4	23,1	53,8	72,2
Programmes gouvernementaux	37,0	40,0	35,1	34,6	35,5	42,4	61,5	30,8	38,9
Services ou activités locaux	37,0	37,1	36,9	26,9	48,4	36,4	30,8	38,5	27,8
Voyages	34,8	40,0	31,6	23,1	45,2	36,4	15,4	15,4	33,3
Ordinateurs et Internet	25,0	51,4	8,8	34,6	32,3	12,1	23,1	15,4	16,7

Tableau 4
Opinions à propos d'Internet
(% plutôt d'accord et très d'accord)

	Tous	Sexe		Langue d'usage			Revenu familial		
		Garçons	Filles	Anglos	Bilingues	Franco	-59 999\$	60 000\$- 89 999\$	+90 000\$
On se parle moins	26,7	22,2	27,8	24,0	28,1	25,0	38,5	7,1	25,0
Difficile de trouver ce que cherche	45,4	35,1	50,0	63,0	33,3	42,9	57,1	28,5	38,9
Une menace pour le français	29,3	28,1	29,4	22,7	32,1	31,3	33,3	33,3	20,0
Avant tout un divertissement	61,5	69,7	56,9	68,0	67,7	50,0	42,9	75,0	50,0
Il faut connaître l'informatique	24,7	32,4	18,3	18,5	25,0	27,8	26,7	14,3	22,2
Plus agréable que les livres	60,9	75,0	51,8	51,9	61,3	65,6	71,4	78,6	58,8
Les livres sont plus efficaces	47,7	41,2	49,1	52,2	44,8	45,5	35,7	46,2	31,3
Devra maîtriser Internet demain	82,1	78,3	86,2	77,8	81,3	88,6	80,0	85,7	88,9

BIBLIOGRAPHIE

CASTELLS, Manuel (1999), *La société en réseaux*, Paris, Fayard.

DONNAT, Olivier (1994), *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte.

DRYBURG, Heather (2001), *Les temps changent : pourquoi et comment les Canadiens utilisent Internet*, Statistique Canada, au catalogue n° 56F006XIF, en ligne à <<http://www.statcan.ca:80/francais/IPS/Data/56F006XIF.htm>>.

MENZIES, Heather (1998), *Les femmes dans la société et l'économie fondées sur le savoir*, Secrétariat de la recherche sur les politiques, Ottawa, Condition féminine Canada.

FRANCE, MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION NATIONALE (2001), *Les jeunes et Internet : représentations, usages et appropriations. Sommaire du rapport de*

recherche, en ligne à <http://www.clemi.org/ji_intro.html>.

OLLIVIER, Michèle (2001), « Femmes, francophonie et nouvelles techniques de communication », dans Andrea Martinez et Michèle Ollivier (dir.), *La tension tradition-modernité. Construits socioculturels de femmes autochtones, francophones et migrantes*, Ottawa, Presses de l'Université d'Ottawa.

OLLIVIER, Michèle et Viviana FRIDMAN (2001), « Taste/Taste Cultures », *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, London, Elsevier.

PETERSON, Richard A. (1992), « Understanding audience segmentation : From elite and mass to omnivore and univore », *Poetics*, n° 21, p. 243-258.

PIETTE, Jacques, Christian-Marie PONS et Luc GIROUX (2001), « Les jeunes et Internet :

tous les adolescents ont goûté à Internet », Montréal, *Le Devoir édition Internet*, en ligne à <<http://www.ledevoir.com/ago/2001a/piet090201.html>>.

PONS, Christian-Marie, Jacques PIETTE, Luc GIROUX et Florence MILLERANS (1999), *Les jeunes Québécois et Internet*, Québec, Ministère de la Culture et des Communications du Gouvernement du Québec, en ligne à <<http://www.gouv.qc.ca/culture/indexf.htm>>.

SÉGUIN-NOËL, Rosalie et Rosaire GARON (2000), *Les pratiques culturelles des jeunes de 15 à 35 ans en 1999*, Québec, Ministère de la Culture et des Communications, en ligne à <<http://mcc.quebectel.qc.ca/Mcc/Clin-Stat.nsf/Theme?OpenView>>.

NOTES

1. Cette recherche a bénéficié de subventions du Fonds universitaire d'aide à la recherche et du Centre de recherche en civilisation canadienne-française de l'Université d'Ottawa. Nous remercions Vickie Coghlan, étudiante à la maîtrise au Département de

sociologie, pour son aide tout au long de cette recherche et trois évaluateurs anonymes pour leurs commentaires sur une première version de l'article.

2. La question demandait aux élèves d'indiquer s'ils utilisaient le français à la maison jamais,

rarement, souvent ou toujours.

3. Parmi les jeunes de notre échantillon, 88,7 % déclarent n'avoir qu'un seul domicile. Le taux de réponse à la question sur le revenu était toutefois très faible, se situant à 48,9 %.