

## Femmes, hommes et usages d'Internet : ségrégation ou différenciation ?

Christiane BERNIER et Simon LAFLAMME\*

### 1. PROBLÉMATIQUE

#### 1.1 Introduction

La « société du savoir », l'« autoroute de l'information », la « révolution numérique », autant de dénominations qui ont accompagné l'important virage technologique qu'ont vécu les principaux pays occidentaux depuis les années 1970, les faisant passer du statut de sociétés « développées » à celui de sociétés « branchées ».

À ce titre, on a tôt fait de s'inquiéter que l'avènement d'Internet dans les années 1990 ainsi que sa rapide diffusion aient un impact important sur les modes habituels d'accès à l'information et sur les formes sociales de communication tant interpersonnelle que familiale (Kraut *et al.*, 1998). Les analystes n'ont pas manqué d'en faire état et se sont appliqués à identifier soit, d'un côté, la part d'innovation appréciable qu'implique ce nouveau média au plan de l'information et de la communication, soit, de l'autre, celle de l'aggravation, à cause du « pouvoir du savoir », des inégalités structurelles déjà existantes (Orbicum, 2003).

Dans la recension des écrits qu'ils ont consacrée au sujet, DiMaggio et ses collaborateurs (2001) indiquent cinq domaines dans lesquels se sont déployés les débats sur les changements que provoque Internet depuis une quinzaine d'années : 1) les inégalités sociales ; 2) le capital social et communautaire ; 3) la participation politique ; 4) les transformations dans les organisations et les institutions économiques ; 5) l'identité et la participation culturelle. Chacun de ces domaines a ses adeptes enthousiastes et ses détracteurs selon que l'on considère qu'Internet, et, plus globalement, la technologisation de l'information et de la communication, représente un apport bénéfique ou négatif pour les sociétés actuelles (Lafortune, 2003 ; Laflamme, 2005).

Ce que l'on peut rapidement en dire, c'est que, alors que, pour les secteurs économiques, il est désormais clair que le *e-commerce* est en voie de modifier non seulement la notion de performance économique et les structures de commerce existantes (OCDE, 2004), tout comme les comportements et les pratiques d'achats de biens et de services des particuliers (*The Economist*, 2004 ; Statistique Canada, *Le Quotidien*, 11 décembre 2003), en ce qui a trait au rapport avec les autres médias, on semble de plus en plus reconnaître le fait que les technologies d'information et de communication (TIC) viennent davantage compléter que remplacer, auprès des consommateurs, les usages déjà inscrits dans la pratique sociale (Laflamme, 2005 ; Di Maggio *et al.*, 2003 ; Lafortune, 2003). De même que l'on craint de moins en moins qu'Internet ne sabre dans la socialité des comportements relationnels habituels, qu'ils soient interpersonnels, familiaux ou communautaires, les derniers résultats d'enquête ne confirmant pas les premières inquiétudes exprimées à ce sujet (Laflamme, 2005 ; Lafortune, 2003).

Au chapitre des inégalités sociales, par ailleurs, on s'est centré sur la question des différences d'accès – à un ordinateur d'abord, à Internet par la suite – que l'on a très vite stigmatisée sous différents vocables, *fracture numérique*, *fossé numérique* ou *clivage technologique* (« digital divide », « digital ditch »). À travers les diverses analyses produites, on a fait valoir à quel point les technologies de l'information et de la communication exercent,

---

\* Christiane Bernier, professeure titulaire, Département de sociologie, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada. Simon Laflamme, professeur titulaire, Département de sociologie, Université Laurentienne, Sudbury, Ontario, Canada.

dans une même société tout d'abord, une polarisation du fossé existant entre les groupes les mieux nantis et les autres, en fonction des variables socio-démographiques habituelles (statut socio-économique, genre, âge, ethnie, région, langue), mais aussi entre les pays développés et ceux en développement, en fonction des axes connus des rapports de force économiques (nord-sud, en excluant l'Australie et la Nouvelle-Zélande ; est-ouest, en excluant le Japon, Hong Kong, Singapour et la Corée du Sud) (Orbicom, 2003 ; Crow et Longford, 2000 ; Chen et Wellman, 2003 ; Fong *et al.*, 2001).

Dans cette optique, le fossé numérique se construirait sur la consolidation d'un clivage social qui comprend à la fois la connectivité (impliquant, de surcroît maintenant, l'accès à un réseau Haute Vitesse ou Haut Débit), l'accès social, la compétence technologique et l'usage social. Aussi parle-t-on désormais de plusieurs clivages selon que l'on en considère l'ensemble des aspects technologiques et sociaux (Chen et Wellman, 2003). Maintes recherches au Canada et aux États-Unis ont, depuis quelques années, démontré que les personnes âgées, les francophones, les femmes, le monde rural, les groupes ethniques et les personnes à faible revenu sont moins branchés que les jeunes, les hommes et les Blancs de façon générale, et que, lorsqu'ils le sont, ils utilisent moins de services, visitent moins de sites et y passent moins d'heures (États-Unis, 2002 ; Reddick et Boucher, 2000 ; Fong *et al.*, 2001 ; Statistique Canada, *Le Quotidien*, 18 septembre 2003).

La présente recherche a pour objectif d'apporter une contribution à la compréhension générale de ce phénomène en mesurant de façon détaillée le rapport à Internet en fonction de l'âge et du genre auprès d'une population francophone nord-ontarienne.

## **1.2 Le rapport à l'âge dans les recherches**

En ce qui a trait au rapport entre l'âge et Internet, toutes les études s'entendent pour affirmer que la culture d'internaute en est une de « jeune ». Il y a nettement un rapport distinctif de génération en ce qui concerne l'intérêt que l'on porte autant au réseau qu'à l'usage que l'on en fait ; et bien que le revenu et la participation au marché du travail font varier les résultats, il n'en demeure pas moins que, généralement, plus les personnes sont âgées, moins elles sont branchées, moins elles se disent intéressées et moins elles utilisent Internet (OCDE, 2001 ; États-Unis, 2002 ; Reddick, 2000).

Aux États-Unis, le Département de Commerce, faisait état, en 2002, du fait que 75 % des adolescents de quatorze à dix-sept ans et 65 % des enfants de dix à treize ans utilisaient régulièrement Internet.

Dans *l'Enquête Sociale Générale* de Statistique Canada de 2000 (Rotermann, 2001), 85% des canadiens âgés de quinze à vingt-quatre ans et 66 % de ceux qui ont entre vingt-cinq et trente-quatre ans se déclaraient internautes alors que les proportions étaient toutes décroissantes pour les autres catégories d'âge, se réduisant à 19 % chez les personnes âgées de cinquante-cinq ans et plus (Fong *et al.*, 2001).

## **1.3 Le rapport au genre dans les recherches**

En ce qui concerne le rapport des femmes à Internet, on peut souligner qu'il a été particulièrement exploré. Plusieurs recherches soutiennent qu'il y a une différenciation marquée entre les hommes et les femmes, à la fois dans la connectivité, la fréquence d'usage et les types d'usage, bien que certaines des enquêtes – notamment celles qui présentent des données récentes et qui les comparent à celles des années antérieures – font aussi état d'un rétrécissement de cet écart, surtout en ce qui a trait à l'accès et, dans une moindre mesure, à la fréquence d'usage (Bimber, 2000 ; Schumacher et Morahan-Martin, 2001).

La plupart des auteurs expliquent cet écart en invoquant le fait que le rapport des

genres à l'ordinateur et à Internet est socialement construit à travers un ensemble de facteurs liés à la socialisation sexuée, à la perpétuation de la division des rôles sociaux de sexe – notamment au travail – et à la prévalence des stéréotypes sexuels et sexistes dans la société. Ainsi, le fait que les garçons s'adonnent beaucoup plus que les filles, dans leur enfance et leur adolescence, aux jeux vidéos sur ordinateur ou qu'ils sont, à l'école, davantage poussés vers des carrières en informatique ou, plus généralement, vers des emplois de type technologique, participe de cette construction.

Certaines analyses féministes parlent de la nature profondément *genrée* de la division du travail dans la nouvelle économie du savoir : d'un côté, on assiste à une féminisation du travail à temps partiel, à une surreprésentation des femmes dans l'économie informelle – dans le télétravail, par exemple – et, de l'autre, on est en présence d'un certain masculinisme dans les emplois de type « high-tech » qu'appelle cette nouvelle économie, la « mystique masculine » menant à une masculinisation de l'expertise technique en informatique et dans la technologie en général (Menzies, 1998 ; Crow et Longford, 2000). Ce qui a pour résultat que ce sont davantage les hommes qui définissent, organisent, gèrent et contrôlent les fonctions de l'espace virtuel, créant par là une culture masculiniste tant dans son essence que dans le style de ses présentations ou dans la forme et la sémantique de ses contenus, qui peuvent aller jusqu'à une expression non censurée de propos hostiles (le « flaming ») et à la pornographie en ligne (Durndell et Haag, 2002 ; Crow et Longford 2000 ; Schumaker et Morahan-Martin, 2001).

Cependant, et sans vouloir diminuer en rien l'intérêt de ces recherches, on constate aujourd'hui que le rapport des femmes à Internet semble obéir à des facteurs variés et plus complexes et qu'il est nécessaire de garder une perspective sociologique critique face à toute explication essentialiste du phénomène. La rapidité de la transformation du rapport des femmes à Internet oblige, en effet, à relativiser en partie certaines des conclusions, peut-être hâtives, auxquelles aboutissent diverses recherches. Certains résultats d'enquête ont fait voir que la différenciation entre les sexes était beaucoup plus une question socio-économique qu'une question de genre (Bimber, 2000 ; Denis et Ollivier, 2003). Selon l'*Enquête sociale générale* de Statistique Canada effectuée en 2000, à revenu égal, les différences entre les sexes disparaissent entièrement, sauf chez les ménages gagnant moins de 20 000 \$ par année (Denis et Ollivier, 2003)

Si, à la fin du dernier millénaire, les hommes étaient encore de plus grands utilisateurs des TIC que les femmes (Fong *et al.* 2001 ; Reddick, 2000), cela semble être en voie de renversement aujourd'hui, du moins dans les pays les plus branchés de la planète. Dans un récent article sur le sujet, *The Economist* (mai 2004) affirme même que les femmes sont désormais, aux États-Unis, plus nombreuses que les hommes à être branchées. Quant aux usages, il y a, sans nul doute, des différences dans l'utilisation que font les femmes et les hommes du réseau, tant en fréquence qu'en diversité. Et bien que les données ne concordent pas toujours, il semble que les hommes naviguent davantage, téléchargent plus de matériel – logiciels, dossiers – (Thompson et Lim, 2000 ; Jackson *et al.*, 2001 ; États-Unis, 2002), sont de plus grands adeptes du cybercommerce et des opérations bancaires en ligne (Ahkter, 2003 ; Fong *et al.* 2001 ; États-Unis, 2002) ; les différences entre les sexes sont moins nettes, par contre, pour l'exposition à des sites d'actualité et d'information, le clavardage, l'usage du courrier électronique et des sites de divertissement.

Dans le même ordre d'idée, on peut soulever un dernier élément critique face, cette fois, à l'utilisation même de la notion « Internet » : dans la majorité des recherches, la représentation qui en est véhiculée le présente comme un média statique, préconçu, objectif alors qu'Internet est, et encore peut-être plus que tout autre média – parce qu'il en est encore

au stage pré-institutionnalisé – un instrument multiple, malléable, multi-directionnel et soumis à transformation continue et rapide (Hagittai, tel que cité dans DiMaggio *et al.*, 2001 ; Lindroos et Pinkhasov, 2003). Internet est d'autant plus malléable et évolutif, qu'il fait appel à diverses formes d'habiletés et d'innovation et qu'il fusionne en lui l'ensemble des autres médias existant. Il se présente, en fait, comme un méta-média, ce qui permet aux utilisateurs de choisir leur mode propre d'appropriation. Précisément parce qu'il est un ensemble de médias, il est soumis aux forces et aux contradictions des groupes qui l'habitent, se construisant chaque jour en fonction d'impératifs divers – ludiques, économiques, politiques, juridiques – qui le structurent et le transforment (Di Maggio *et al.*, 2001 ; Castells, 2001).

En fait, on a tendance à considérer Internet simplement dans un rapport unidirectionnel pour diverses catégories sociales, alors qu'il faut l'aborder, comme tout autre média, de manière dialectique (Laflamme, 2005).

## **2. MÉTHODOLOGIE**

### **2.1 Hypothèses**

C'est dans le but de contribuer à cette polémique sur les différences d'usage d'Internet entre les hommes et les femmes que nous avons fait la présente recherche. Nous avons voulu voir où en sont, aujourd'hui, ces différences. Et comme ces différences peuvent difficilement se comprendre en dehors du rapport à l'âge, nous avons également inclus cette variable dans l'analyse.

Compte tenu de ce que nous avons vu précédemment, on peut, s'attendre à ce que, en ce qui a trait aux divers usages d'Internet :

1. l'écart dans la fréquence et la variété des usages entre les hommes et les femmes soit beaucoup moindre, en moyenne, que ce qui a été rapporté dans les études antérieures à 2003 ;
2. là où il y a différence entre les hommes et les femmes, elle sera moins grande chez les plus jeunes que chez les plus vieux ;
3. les différences significatives entre les sexes se verront surtout là où les usages correspondent à des comportements sociaux stéréotypés selon le genre, alors qu'*a contrario*, on devrait observer de grandes similitudes pour toutes les activités qui ne comportent pas une prémisse de genre.

### **2.2 Instrument de collecte et échantillon**

Dans le but de vérifier ces hypothèses, nous avons mené une enquête par questionnaire en stratifiant l'échantillon en fonction du sexe. La collecte de données a eu lieu en 2003, auprès de francophones, au Nord de l'Ontario. Elle a permis de faire porter les analyses sur 633 répondants, dont 378 femmes et 255 hommes, soit deux ensembles relativement importants. La moyenne d'âge de l'échantillon est de 32,35 ans ; l'écart type est de 15,18 ; les personnes les plus jeunes ont quinze ans, et elles sont au nombre de quatre ; la personne la plus âgée a quatre-vingt-six ans, dix-sept personnes ont plus de soixante-neuf ans ; nous pouvons donc affirmer que l'échantillon présente une bonne distribution des âges.

Nous avons divisé les âges en quatre groupes. Le premier réunit les plus jeunes, les individus qui ont entre quinze et vingt-cinq ans et qui ont très probablement été exposés à l'informatique, et même à Internet, dans un cadre scolaire. Dans le deuxième groupe, nous trouvons les personnes qui ont entre vingt-six et trente-neuf ans dont on peut prévoir qu'elles ont eu à recourir à l'informatique dans des études avancées ou dans leur milieu de travail. Le troisième groupe rassemble les personnes qui ont entre quarante et quarante-neuf ans ; on peut penser que, dans bien des cas, pour des raisons diverses selon la profession, les personnes aient eu à employer l'informatique. Dans le quatrième groupe, les individus ont cinquante ans ou plus: l'ensemble est hétérogène, mais c'est tout de même en lui qu'on verra le plus grand

nombre de personnes qui n'ont pas été contraintes d'utiliser l'informatique.

Le questionnaire comprend dix-neuf questions, dont douze sont relatives aux données socio-démographiques et sept représentent l'ensemble des énoncés portant sur le comportement des individus en relation à leur usage d'Internet et à d'autres médias.

Les recours à Internet sont d'ordres divers. On utilise Internet au moins de six façons différentes : 1) pour la communication avec les autres, 2) pour la recherche d'informations, 3) pour des fins éducatives, 4) pour procéder à des opérations multimédiatiques, 5) pour le divertissement et 6) pour obtenir des services. Il faut ajouter à ces usages le recours à des systèmes qui consistent à filtrer les contenus, par exemple pour empêcher que les enfants n'accèdent à certains sites. En marge d'Internet, l'ordinateur rend possible l'emploi de logiciels (traitement de texte, gestion de données, jeux). Ces divers recours à l'informatique donnent lieu à des impressions ; il est certainement souhaitable de vérifier si la variation des usages selon le genre est liée ou non à des perceptions différentes.

Ainsi le questionnaire est conçu de telle manière que les répondants peuvent faire état de leur situation en prenant position sur une échelle de Likert à cinq niveaux<sup>1</sup>. Ils ont pu, de cette façon, s'exprimer sur cinquante-trois possibilités d'usage ou de représentations d'Internet.

### **3. ANALYSE DES DONNÉES**

#### **3.1. L'influence combinée des variables de l'âge et du genre**

Toutes les études qui ont porté sur les utilisateurs d'Internet font état de la très grande influence de l'âge. Il nous semble donc essentiel, en plus de vérifier l'incidence du sexe sur les variables dépendantes, d'examiner le rôle de l'âge. Nous avons donc choisi d'aborder les données en effectuant des analyses de variance à deux facteurs où chaque usage, chaque perception, constituera une variable endogène (ou dépendante) et où le genre et l'âge représenteront les variables exogènes (ou indépendantes). Dans l'ensemble, quelle que soit la catégorie invoquée : communication, information, éducation, dans un cadre multimédia, divertissement, recours à des services, contrôle des contenus, en ce qui a trait à Internet ; dans l'usage de logiciels ou par rapport à l'auto-estimation de la compétence en informatique ; ou même dans la manière de se représenter Internet, on a pu constater à la fois certaines similitudes et certaines différenciations entre les comportements des hommes et des femmes, plus souvent à la faveur des hommes lorsqu'il y avait différence. Mais, dans l'ensemble, ce qui est apparu le plus net, c'est que l'influence de l'âge se révèle plus récurrente que celle du genre ; nous l'observons trente-neuf fois sur cinquante-trois possibilités, comparativement à dix-neuf fois pour le sexe. Et elle est aussi plus marquée<sup>2</sup>.

#### **3.2 Internet, une question d'âge plus que de genre**

En effet, si nous prenons la valeur la plus élevée et la plus faible partout où la différence des moyennes est inférable et que nous soustrayons ces deux valeurs, nous pouvons

<sup>1</sup> Pour les usages, l'échelle va de « 1 », « jamais », à « 5 », « souvent ». Le répondant lit, par exemple, un énoncé comme celui-ci : « J'utilise Internet pour acheter des produits », puis il encercle une valeur de « 1 » à « 5 ». Pour les représentations, l'échelle propose toujours cinq valeurs, mais, cette fois, elles correspondent à « tout à fait d'accord », pour « 1 » et à « pas du tout d'accord », pour « 5 ».

<sup>2</sup> Compte tenu du cadre restreint de cette publication, il nous est impossible de faire état de tous les résultats d'analyse tels qu'ils ont été présentés dans le cadre de la communication du Congrès de l'AISLF 2004, à Tours. Une publication plus détaillée suivra.

calculer une *moyenne des différences de moyennes* ; or ce score est de 0,84 ( $s = 0,45$ ) pour les groupes d'âge et de 0,44 ( $s = 0,25$ ) pour les sexes. Dans le même esprit, l'étendue des différences de moyennes est supérieure à un dans onze cas entre les groupes d'âge – où deux fois elle franchit même la valeur de deux –, alors qu'elle ne surpasse la valeur de un dans un seul cas entre les hommes et les femmes.

Si nous excluons les indicateurs de l'autoestimation de la compétence et ceux de la représentation d'Internet, l'analyse porte sur trente-neuf usages d'Internet et de l'informatique. Seulement quinze d'entre eux distinguent les hommes et les femmes. Dans la plupart des cas, donc, il n'y a pas de différence significative entre les genres. Quand il y a une différence, elle est à l'avantage des hommes douze fois sur quinze. Souvent, il y a peu de distance entre la moyenne des hommes et celle des femmes, comme en témoigne la moyenne des soustractions (0,44). Cela signifie que, la plupart du temps, même quand nous observons une inégalité inférable des moyennes entre les genres, les comportements ne sont pas tout à fait ségrégués. Dans quatre cas, cependant, la différence de moyennes dépasse la valeur de 0,50 : il s'agit de la projection de vidéo-clips (0,56), de la visite de sites en rapport avec un hobby (0,73), de l'accès à des sites érotiques (0,75) et de la lecture des pages sportives (1,21), toujours à la faveur des hommes.

À moins, donc, que nous ayons affaire à des comportements fortement stéréotypés au plan social, il faut conclure que la différence entre les hommes et les femmes, pour ce qui est de l'usage d'Internet et de l'informatique, n'est pas à ce point marquée.

### 3.3 Sources habituelles de variation

Nous pouvons approfondir cette analyse en s'interrogeant sur l'ensemble des déterminants qui, dans la perspective d'une sociologie traditionnelle, sont susceptibles d'influer sur l'usage d'Internet. Au sexe et à l'âge, nous ajoutons alors d'autres variables indépendantes de type sociodémographique : la scolarité, le revenu, le temps de travail, le fait qu'on vive en milieu urbain ou rural, qu'il y ait ou non des enfants à la maison, qu'on vive seul ou non, qu'on travaille à l'extérieur du foyer ou non ou qu'il y ait ou non un ordinateur dans le domicile.

Nous prenons aussi en considération divers types d'activité : la lecture de quotidiens ou encore de revues ou de magazines imprimés, le fait d'écrire des lettres ou d'en recevoir au travail et hors du travail, de recevoir des parents et des amis, d'aller à la bibliothèque, au restaurant, au théâtre ou au cinéma, le nombre de sorties, le fait de recevoir ou non des journaux ou des magazines à la maison. Nous tenons compte également de l'exposition à la musique enregistrée ou aux autres médias comme la télévision ou la radio. Toutes ces informations permettent de découvrir dans quelle mesure les usages d'Internet et les représentations qu'on a du média sont corrélés à un profil particulier d'utilisateur, une situation particulière (liée à la richesse ou au revenu, par exemple) ou à diverses activités sociales.

Pour effectuer cette analyse, nous avons procédé à une analyse de régression multiple en utilisant la méthode sélective d'entrée et de sortie des variables indépendantes (*stepwise* dans le logiciel SPSS). Les résultats obtenus montrent que les variables indépendantes qui sont soumises à l'analyse n'expliquent que partiellement, voire dans certains cas faiblement, la variation des usages ; mais, à l'intérieur de ce cadre limité, l'intensité de l'influence présente une certaine étendue. Dans les équations, il entre d'une à huit variables, la moyenne étant de 4,45 ( $s = 2,24$ ). On voit à nouveau se manifester un effet de diversité des possibilités. La corrélation entre le nombre de variables et la variance expliquée est positive et relativement forte ( $r = 0,70$ ) ; ce qui signifie que plus l'équation contient de variables indépendantes, plus est grande la variance expliquée.

### 3.4 Influence mitigée des variables socio-démographiques

En général, pour l'ensemble des variables soumises à l'analyse, la variance expliquée est faible. Quand elle l'est un peu moins, soit c'est que la variable dépendante est corrélée à une activité redondante ou à une situation qui y ressemble, soit c'est que l'âge ou le sexe se manifeste. Nous pouvons donc très certainement conclure que l'usage d'Internet n'est que marginalement prédit par des facteurs sociodémographiques.

Nous pouvons aussi conclure que cet usage se laisse très peu appréhender par les variables indépendantes dont nous disposons. Certes, nous observons à nouveau l'influence du sexe et de l'âge ; certes, nous constatons, de ci, de là, des incidences d'un attrait pour l'écrit ou pour le monde culturel ; mais jamais dans des proportions notoires. L'usage d'Internet ne correspond pas à une logique simple. L'âge, d'abord, et, bien après, le sexe, et puis un ensemble plus ou moins éclaté de facteurs, parviennent à n'expliquer qu'une partie de la variance des usages. Ce n'est plus, semble-t-il, uniquement par recours aux catégories sociales habituelles qu'il faut désormais comprendre le rapport à Internet.

## 4. RÉSULTATS ET INTERPRÉTATION

Les résultats obtenus confirment, dans l'ensemble, deux des hypothèses de départ de cette recherche, la première et la troisième.

En ce qui concerne les femmes, en effet, bien qu'elles aient mis un peu plus de temps sans doute à intégrer Internet dans leur quotidien, elles semblent aujourd'hui des utilisatrices assidues du média, tout autant que les hommes ; à n'en pas douter, si retard il y avait, il semble désormais comblé. Ce qui va dans le sens de ce qui avait été entr'aperçu par certaines recherches précédentes qui signalaient déjà, au début des années 2000, un rétrécissement de l'écart entre les sexes à cet égard (Bimber, 2000 ; Schumacher et Morahan-Martin, 2001).

Par contre, il est indéniable, comme l'ont souligné aussi bon nombre d'enquêtes présentées ci-dessus (Roterman, 2001 ; Fong *et al.*, 2001 ; Statistique Canada, 2000 ; OCDE, 2001 ; Reddick, 2000) que l'âge reste un déterminant important de plusieurs types d'utilisation du Net : de certains usages multimédiatiques notamment, et, en ce qui a trait au divertissement, à l'utilisation du courriel et du clavardage pour communiquer avec des amis ou encore dans un cadre éducatif, et ce, toujours en faveur des plus jeunes. Pourtant, à travers les groupes d'âge, on partage aussi certaines opinions ; ainsi s'entend-on pour dire que l'on n'aime pas la publicité sur Internet, que les sites sont mal organisés ou que l'informatique coûte cher.

Ceci dit, toutefois, en ce qui a trait à la deuxième hypothèse que nous formulions – à savoir que là où il y a différence entre les hommes et les femmes, elle sera moins grande dans les groupes les plus jeunes –, il faut convenir que la majeure partie des résultats ne vont pas dans ce sens ; cela est dû, selon nous, au fait que nous observons, globalement, beaucoup moins de différences de genre que ce à quoi nous pouvions nous attendre.

La deuxième hypothèse ne se voit donc confirmée que dans deux cas sur les dix-neuf où nous avons pu observer une différence de genre : dans la catégorie information, l'hypothèse n'est vérifiée que pour un seul cas, celui de l'utilisation d'Internet pour accéder à des sites d'information sur la bourse et les finances, où l'effet d'interaction montre qu'il n'y a pas de différences entre les sexes chez les plus jeunes ; et dans le cas du contrôle des contenus, où l'on peut en voir une confirmation partielle en ce qu'il n'y a pas de différence entre les hommes et les femmes pour deux groupes d'âge, soit ceux des 15-25 et des 40-49 ans. Pour toutes les autres variables, l'hypothèse est non confirmée – ainsi en est-il dans les catégories de la communication, de l'éducation, du recours aux services, des représentations

et du sentiment de compétence –, tout simplement parce que, bien qu'il y ait certains lieux de différenciation, il n'y a pas d'effet d'interaction entre les variables du sexe et de l'âge. Elle est non confirmée aussi, bien qu'indirectement, pour la catégorie portant sur l'utilisation de logiciels, parce que les résultats démontrent qu'il n'y a aucune différence entre les hommes et les femmes, quel que soit l'âge. Il y a toutefois deux catégories où l'hypothèse se voit carrément infirmée : il s'agit de cas relevant du multimédia et du divertissement où les jeunes hommes s'adonnent toujours plus que les jeunes femmes aux jeux électroniques et s'exposent toujours davantage aux sites pornographiques.

La troisième hypothèse, par contre, se voit vérifiée au delà des prédictions possibles et rappelle des résultats déjà observés lors d'enquêtes précédentes (Etats-Unis, 2002, Statistique Canada, 2000). En effet, même si, souvent, les écarts relevés entre les sexes ne sont pas très marqués, ils s'inscrivent néanmoins dans le cadre d'un certain modèle de comportement ou de symboliques sociales récurrentes : la majorité de ces écarts peut s'expliquer par la prévalence des stéréotypes de genre. En fait, là où l'on trouve une différenciation entre les femmes et les hommes, on trouve aussi, généralement, un comportement stéréotypique ou une symbolique sexiste.

Les hommes consultent plus les pages sportives et de finance, la bourse, les sites érotiques, téléchargent plus de matériel, lisent plus les journaux et s'adonnent plus à des jeux électroniques ? Les femmes s'intéressent davantage à la mode, aux informations sur la santé, déclarent moins de compétence en informatique, observent plus de représentations sexistes sur le Net et contrôlent davantage l'accès au contenu du Net pour leurs enfants ? Même si on aurait bien souhaité qu'il en fût autrement, qu'y a-t-il là de bien nouveau ou de contraire aux représentations véhiculées en dehors de la Toile ? Sauf pour l'achat en ligne de produits, où il peut apparaître surprenant que les hommes s'y adonnent plus que les femmes (encore que...), et le fait que les jeunes femmes, autant que leurs condisciples masculins, utilisent les services bancaires en ligne, il n'y a rien ici pour surprendre.

Par ailleurs, si l'on s'intéresse aux autres types d'inégalités sociales produites par et dans l'utilisation du Net, les résultats que nous avons obtenus n'ont pas révélé des distinctions aussi graves que celles qui ont été rapportées par les recherches précédentes (Etats-Unis, 2002 ; Reddick et Boucher, 2000 ; Fong *et al.*, 2001 ; Statistique Canada, 2003). Même si ce questionnement n'était pas au coeur de notre enquête, on a pu constater, à travers les analyses de régression, que la scolarité ou le revenu n'ont pas fait figure de facteurs déterminants forts dans l'explication des différences individuelles observées. Le revenu n'intervient que sept fois dans l'ensemble : pour le temps passé devant un ordinateur, le divertissement (de façon négative, ce qui confirme qu'il s'agit d'une question d'âge) et le recours aux services ; la scolarité, quant à elle, n'apparaît que deux fois et relativement au temps passé devant un ordinateur. Dans tous les cas, ces deux variables ne rendent compte que d'une très faible part de la variance.

On pourrait en conclure, certes, que la population sondée est assez homogène du point de vue de la scolarité et des revenus (des comparaisons entre ethnies et langues n'étaient pas prises en compte dans cette enquête), mais ce n'est pas le cas, l'échantillon étant suffisamment stratifié à plus d'un égard. On pourrait y voir aussi une mouvance importante des dernières années dans la pénétration des TIC auprès de groupes sociaux moins bien desservis. Toutefois, c'est surtout au niveau de la relation entre les plus riches et les moins bien nantis que ces résultats intéressent : constater qu'il y a moins de différenciations marquées entre classes sociales du point de vue de l'utilisation révèle que même les moins bien salariés, les chômeurs, les mères seules, etc. ont accès à un ordinateur et à Internet, si ce n'est à la maison, du moins à l'école, au travail ou dans des endroits publics, comme les

librairies ou les bureaux des services gouvernementaux.

## CONCLUSION

Nos résultats font état d'une amélioration certaine des rapports de toutes les strates de la population aux TIC au Canada. D'un côté, on peut penser qu'il y aura de moins en moins de «laissés pour compte » de l'autoroute de l'information et qu'il y en aura probablement moins que ce que la plupart des analyses sur les inégalités sociales ont prédit.

D'un autre côté, cela ne devrait pas surprendre outre mesure, considérant le fait que le Canada est l'un des pays les plus branchés de la planète<sup>3</sup>. Les populations ayant accès à Internet se diversifient ; la configuration de l'ensemble des internautes se transforme : non seulement de plus en plus de femmes sont-elles branchées, mais la moyenne d'âge des utilisateurs croît sensiblement chaque année et l'on trouve de plus en plus d'utilisateurs chez les moins scolarisés.

On peut voir en cela que le rapport à Internet appartient à la postmodernité ; il se construit davantage en fonction d'une dynamique médiatique qu'en fonction des classes sociales ou du genre, même si la postmodernité n'élimine pas les inégalités sociales. Nous avons bien affaire, avec le Net, à un méta-média qui s'impose de plus en plus à la postmodernité, qui fait de plus en plus corps avec elle, et qui, pour cette raison, est appelé à appartenir de moins en moins à une catégorie sociale.

## BIBLIOGRAPHIE

- AKTHER, Syed H., « Digital Divide and Purchase Intention: Why Demographic Psychology Matters », *Journal of Economic Psychology*, n° 24, 2003, p. 321-327.
- BIMBER, Bruce, « Measuring the Gender Gap on the Internet », *Social Science Quarterly*, vol. 81, n° 3, 2000, p. 868-876.
- CASTELLS, Manuel, *The Information Age*, tome 1, *The Rise of the Network Society*, Oxford, Oxford University Press, 1996.
- CASTELLS, Manuel, *The Internet Galaxy : Reflections of the Internet, Business and Society*. Oxford, Oxford University Press, 2001.
- CHEN, Wenhong et Barry WELLMAN, « Charting Digital Divides: Comparing Socioeconomic, Gender, Life Stage, and Rural-Urban Internet Access and Use in Eight Countries », (2003). [En ligne] [<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>] (consultée le 22 avril 2004).
- CROW, Barbara et Graham LONGFORD, « Digital Restructuring: Gender, Class and Citizenship in the Information Society in Canada », *Citizenship Studies*, vol. 4, n° 2, 2000, p. 207-230.
- DENIS, Ann et Michèle OLLIVIER, « L'utilisation des technologies d'information et de communication chez des femmes francophones en situation minoritaire au Canada », *Reflets*, vol. 9, n° 1, 2003 p. 222-230.
- DIMAGGIO, Paul, Eszter HARGITAI, W. Russel NEUMAN et John P. ROBINSON, « Social Implications of the Internet », *Annual Review of Sociology*, n° 27, 2001, p. 307-336.
- DURNDELL, Alan et Zsolt HAAG, « Computer Self Efficacy, Computer Anxiety, Attitudes Towards the Internet and Reported Experience with the Internet, by Gender, in an East

---

<sup>3</sup> En 2001, le Canada se classait au 6<sup>e</sup> rang en ce qui concerne la pénétration des TIC dans sa population et le 1<sup>er</sup> en ce qui a trait à l'évolution de l'info-utilisation (Orbicom, 2003).

- European Sample », *Computers in Human Behavior*, n° 18, 2002, p. 521-535.
- Economist, The*, « E-commerce takes off ». Vol. 371, n° 8375, 15 mai 2004.
- ÉTATS-UNIS, *A Nation Online : How Americans Are Expanding Their Use of the Internet*. National Telecommunications and Information Administration, Department of Commerce, Washington, DC., 2002.
- FONG, Eric, Barry WELLMAN, Melissa KEW et Rima WILKES, « Correlates of the Digital Divide: Individual, Household and Spatial Variation », 2001.  
[En ligne] [<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>] (consultée le 22 avril 2004).
- JACKSON, Linda A., Kelly S. ERVIN, Philip D. GARDNER et Neal SCHMITT. (2001). « Gender and the Internet: Women Communicating and Men Searching », *Sex Roles*, vol. 44, n° 5-6, p. 363-379.
- KRAUT, R., LUNDMARK, V., PATTERSON, M., KIESLER, S., MUKOPADHYAY, T. et W. Scherlis, « Internet Paradox : A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psycho-logical Well-Being ? », *American Psychologist*, vol.53, n° 9, 1998, p. 1017-1031 [En ligne] [<http://www.apa.org/journals/amp/amp5391017.html>], (consultée le 3 mai 2004).
- LAFLAMME, Simon, « Le paradoxe d'Internet », *Comparaisons internationales*, 2005. Sous presses.
- LAFORTUNE, Sylvie, *Internet et les relations interpersonnelles. Un média comme les autres*, Mémoire de M.A., département de sociologie, Université Laurentienne, Sudbury, 2003.
- LINDROOS, Pekka et PINKHASOV, Misha, « Société de l'information. Le défi des TIC », *L'Observateur*, n° 240/241, décembre 2003, p. 27-29.
- MENZIES, C. HEATHER, « La femme dans l'économie et la société axées sur le savoir ». Ottawa : Condition féminine Canada, Policy Research Secretariat, 1998, [En ligne] [[http://www.cfc-swc.gc.ca/pubs/kbeworkshop/womenkbes\\_f.html](http://www.cfc-swc.gc.ca/pubs/kbeworkshop/womenkbes_f.html)] (consultée le 21 avril 2004).
- OCDE, *Understanding the Digital Divide*, 2001, [Rapport en ligne] [<http://www.oecd.org/>], (consultée le 17 juin 2004).
- OCDE, *The Economic Impact of ICT : Measurement, Evidence and Implications*, Paris, 2004.
- ORBICUM, *L'observatoire de la fracture numérique ... et au-delà*. Publié par le Conseil national de recherches du Canada, 2003.
- REDDICK, Andrew, BOUCHER, Christian et Manon GROSEILLERS, *Le double fossé numérique : l'autoroute de l'information au Canada*, Ottawa, Industries Canada, Centre pour la défense de l'intérêt public, 2000.
- ROTERMANN, Michelle, « Jeunes Canadiens branchés », *Tendances sociales canadiennes*, Hiver 2001, p. 4-8.
- SCHUMACHER, P. et J. MORAHAN-MARTIN, « Gender, Internet and Computer Attitudes and Experiences », *Computers in Human Behavior*, n° 17, 2001, p. 95-110.
- STATISTIQUE CANADA, « Enquête sur l'utilisation d'Internet par les ménages ». *Le Quotidien*, 18 septembre 2003. [En ligne] <http://www.statcan.ca/francais> (consultée le 30 avril 2004).
- STATISTIQUE CANADA, « Utilisation d'Internet au Canada ». *Le Quotidien*, 11 décembre 2003, [En ligne] <http://www.statcan.ca/francais> (consultée le 30 avril 2004).
- THOMPSON S. H. Teo et Vivien K. G. LIM. « Gender Differences in Internet Usage and Task Preferences », *Behaviour & Information Technology*, vol. 19, n° 4, 2000, p. 283-295.