

# Les adolescents et leurs pratiques de communication : nouveaux objets, nouveaux usages

**Hélène Delaunay-Téterel & Céline Metton-Gayon**

*Hélène Delaunay-Téterel : sociologue, doctorante à l'EHESS/Centre d'études des mouvements sociaux (CEMS).*

*Céline Metton-Gayon : docteur en sociologie, chef du projet « Jeunesse » à la Caisse centrale des activités sociales, et membre associé du CEMS - Centre d'études des mouvements sociaux (CNRS/EHESS).*

- » [Introduction](#)
- » [I. Des usages complémentaires et rationalisés des TICs](#)
- » [II. Les usages du blog adolescent](#)
- » [Conclusion](#)
- » [Notes](#)
- » [Bibliographie](#)

## Introduction

Les adolescents d'aujourd'hui sont souvent qualifiés de « génération internet » : ils ont grandi avec les TICs (notamment le téléphone portable et internet), et en ont des usages intenses et innovants. Pourtant, ils sont souvent considérés par les adultes comme des consommateurs irréfléchis et incompréhensibles.

Dans cette culture commune, marquée par la prépondérance de la sociabilité, les valeurs d'authenticité, d'expression de soi et de communication interpersonnelle, la transmission horizontale des valeurs culturelles semble plus forte et plus active que la transmission verticale telle que l'opérait le « programme institutionnel » à travers l'école et les parents [Dubet, 2002]. A cela s'ajoutent une émancipation et une individualisation des pratiques médiatiques des jeunes : téléphones portables, ordinateur et connexion Internet personnels, télévision, console de jeux vidéos, magazines forment désormais « cet espace unique où les adolescents peuvent exprimer leur identité, exercer un contrôle personnel, diriger à distance leur relation à la famille et aux amis » [Livingstone, 2004].

Il s'agit ici de montrer, dans ce contexte d'homogénéisation culturelle et d'autonomisation des relations et des pratiques de communication, combien les adolescents développent de grandes qualités de réflexivité et de rationalisation de leurs usages des outils de communication au service de leur affiliation au groupe et de leur construction identitaire. Selon leurs besoins, ils savent à la fois se saisir des nouvelles propositions du marché, et continuer d'utiliser les services existants.

## I. Des usages complémentaires et rationalisés des TICs

Les adolescents font preuve d'une étonnante capacité réflexive sur leur utilisation des diverses techniques : ils utilisent le téléphone fixe, portable et internet dans un grand souci de rationalité et de complémentarité, selon des critères aussi divers que le type de correspondant, la nature du message, ou, de manière plus pragmatique, les coûts, les règles parentales, et les temporalités quotidiennes.

Pour maintenir le lien avec les pairs, le téléphone fixe reste un outil central. Il permet en effet une communication considérée comme plus directe et vivante que par internet, plus économique que le portable, et surtout, il reste l'outil le plus répandu. Les filles, notamment, apprécient de pouvoir dialoguer de longs moments :

*« Le téléphone, j'adore, je passe des heures et des heures, je peux rester trois heures au téléphone quand on m'appelle pour un exo de maths. Genre, Sarah elle m'appelle : "Colombe, c'est quoi l'exercice ?" Et puis : "Ah ouais, tu te souviens..." Et puis on reste trois heures. Alors qu'on vient juste de se quitter... On se reparle de tout ce qui s'est passé dans la journée. Quand on voit les copines, on se fait des petits signes sous la table, des clins d'œil, et puis dès qu'on est au téléphone, on se raconte vraiment tout... »*

Mais le téléphone fixe est aussi très contrôlé par les parents [Jouët et Pasquier, 1999]. C'est pourquoi le portable constitue un outil précieux il permet de maintenir les contacts hors du contrôle parental. Toutefois, le coût prohibitif des communications oblige les adolescents à une rationalisation extrême de leurs pratiques, puisque la plupart ne disposent que d'un petit forfait ou d'une carte téléphonique rechargeable. Les adolescents déploient donc des stratégies diverses, telle que la multiplication d'appels brefs et fréquents. Ces appels sont d'ailleurs souvent régis par un principe de solidarité visant à pallier les inégalités de ressources de chacun – par exemple, les adolescents qui ne disposent que d'une carte "bipent" ceux qui possèdent un forfait, qui les rappellent par la suite. Toujours dans ce souci de rationalisation financière, les 11-15 ans ont également un usage très actif des messages courts sur téléphone portable, appelés communément "textos" ou "sms" : *« Moi c'est les textos, parce que ça coûte beaucoup moins cher et puis des fois ils te font des cadeaux, par exemple 50 textos en plus... »* (Kelly, 12 ans.) Ces messages, d'un volume maximal de 160 caractères, visent à préparer des échanges plus longs sur un autre support on envoie un texto pour se donner rendez-vous, pour dialoguer sur internet ou appeler sur le fixe... Mais le plus souvent, ils visent à maintenir un lien à caractère phatique : *« On délire aussi avec des textos. Texto, téléphone. Les textos, en fait, c'est des délires en raccourci. Quand on est à la foire ou au musée avec nos parents, par exemple, ou des trucs dans le genre... Là je passe des textos toute la journée à tout le monde. Ou alors des fois aussi dans mon lit quand mes parents, ils me disent : "Couche-toi tôt, comme ça t'as plus de chances de t'endormir." Et ben c'est : "Tu dors pas, tu fais quoi ?" en textos ... »* (Colombe, 14 ans.) Le contenu de ce qui est dit compte moins que le fait d'envoyer un message.

Pour entretenir le contact, l'usage d'internet vient compléter celui du téléphone. La communication y est plus économique, mais surtout elle est moins soumise au contrôle parental – son usage est plus discret, notamment lorsque le poste informatique se trouve dans la chambre de l'adolescent. Parmi les services de communication proposés, le courrier électronique, outil asynchrone, permet d'envoyer des messages dont le contenu est contrairement aux textos plutôt long et riche. Les adolescents rapprochent ce type d'écrit à la correspondance épistolaire, à la différence près que le mail permet une communication plus quotidienne que les lettres postales.

Mais le courrier électronique est loin d'être autant plébiscité que les blogs, que nous évoquerons en seconde partie, ou encore que la messagerie instantanée. Plusieurs raisons peuvent expliquer la réussite de la messagerie instantanée de type « MSN ». Tout d'abord, ce système de communication synchrone rend possible le dialogue de groupe et permet d'évoquer les « scoops » impossibles à révéler devant le groupe, dans la cour de récréation. Alizé explique que *« (sur internet), c'est pas pareil, on peut se dire les trucs (...). Dans la cour,*

*il y a tout le monde, tout... Surtout les filles, je les aime bien, je voudrais les garder comme amies, mais je suis plutôt proche de mon autre groupe d'amies, donc (sur internet), je reste avec elles. On se raconte les trucs du collègue : genre il y a des têtes nouvelles, y en a qui se croient super belles et tout permis. C'est genre : "Ah, y a X qui me fait la gueule : c'est génial !" Ou alors : "Ouais, t'as vu comme elle est coiffée : trop moche !" »*

La messagerie instantanée permet en quelque sorte une communication plus fluide pour les confidences du groupe que le face à face et le téléphone.

Chaque service de communication assure une fonction particulière : le téléphone fixe et le mail pour prendre le temps de se raconter, les textos et la messagerie instantanée pour rester en contact continu. Organisés en fonction des réseaux spécifiques d'amis et des potentialités de communication de chacun, ils se complètent dans un objectif de rationalisation des coûts et des temporalités quotidiennes.

## II. Les usages du blog adolescent

C'est dans ce contexte d'autonomisation des pratiques de communication que les Skyblogs sont venus renforcer l'équipement de l'« entre-soi adolescent ». Le réseau social « gigogne » des adolescents [Bidart, 1997] se caractérise par le volume, la faible spécialisation, l'intensité et la variété des liens mêlant amis très proches et simples connaissances, amis d'enfance et connaissances lycéennes, liens forts et liens faibles. Le blog offre des ressources particulièrement adaptées à la gestion de ces variations d'intensité au sein d'un réseau amical large.

Le blog est un outil de communication à distance fortement utilisé par les adolescents<sup>(2)</sup>, qui joue un rôle important dans la gestion des relations entre pairs. Les blogs adolescents sont très majoritairement hébergés par la plateforme communautaire Skyrock<sup>(3)</sup>. Les visiteurs, ici les pairs, peuvent entrer en contact avec l'auteur et laisser une trace de leur passage en commentant un article. Le blog constitue une interface relationnelle, où à travers le couple article-commentaires, les échanges forment une sorte de conversation collective. Il s'agit d'un « échange communicationnel triangulé » [Cardon et Delaunay-Téterel, 2006].

Les usages du blog à l'adolescence sont paradoxaux. Alors que l'outil permet une conversation publique entre internautes, les adolescents cherchent à délimiter strictement le périmètre de leur audience ils sollicitent les individus avec lesquels ils aspirent à communiquer et écartent les inconnus. La constitution du public répond alors à une logique de bande coalisée en amont de la réalisation du blog. En avançant en âge, les jeunes bloggeurs écartent progressivement leur famille de leurs blogs pour le réserver à la seule conversation avec les copains<sup>(4)</sup>. Le blog s'insère, à côté de la messagerie instantanée et du téléphone portable, parmi les technologies conversationnelles permettant de maintenir un contact continu avec eux. Alors que le téléphone portable est utilisé pour la coordination et la messagerie instantanée pour des échanges interpersonnels quasi-synchrones en présence intermittente, le blog vient davantage enregistrer les moments forts de la vie collective des adolescents. On y affiche ses goûts, ses emblèmes culturels et le ressenti des auteurs. De sorte que les usages entrelacés du portable, de la messagerie instantanée et des blogs permettent aux adolescents de confier à ces derniers la mémoire vivante du collectif. En s'inscrivant ainsi dans la gamme des technologies de la conversation juvénile, la possession du blog apparaît aussi comme une quasi-obligation pour ne pas être exclu du groupe de pairs : « Bah, au Havre c'est la grande mode, alors tout le monde va raconter sa vie sur les blogs et pis ma cousine m'a dit : "Bah tiens, fais-en un". » (Lucille, 16 ans, lycéenne, Skyblog.)

Et cette pression sociale s'exerce encore sur la vie du blog qu'il faut constamment nourrir et commenter. Le public réclame des mises à jour, des nouveautés pour que la conversation dans les commentaires soit dense et régulière. La quête des commentaires constitue alors un défi central pour les jeunes bloggeurs, qui demandent inlassablement aux autres sur leur post : « *Lachez vos coms !* » :

*« Coucou moi c'est Julie j'ai 16 ans et je raconte ma vie dans ce blog alors cher visiteur n'oublie pas de laisser ta trace en laissant des commentaires gentils lol sinon si tu n'aimes pas mon blog et ben personne t'oblige à le regarder voila tout... sur ce bonne visite à tous !!! Julie. »*

L'affirmation de ses préférences culturelles joue en effet un rôle décisif à la fois comme instrument de conquête d'une réputation auprès des liens faibles (l'ensemble des adolescents) et de singularisation auprès des liens forts (les proches). Cette affirmation identitaire passe par un processus de stylisation des goûts « qui tend à radicaliser les appartenances culturelles en public » [Pasquier, 2005]. À travers l'énorme production de collages de photos de stars, de paroles de chanson, d'images de films ou de clips vidéo, les bloggeurs produisent un travail de stylisation afin d'articuler une image d'eux-mêmes mettant en cohérence leurs goûts musicaux, leurs pratiques sportives, leur tenue vestimentaire et leur rapport aux différents sous-genres cinématographique ou littéraire. Ce travail de stylisation collective est indispensable aux logiques d'affiliation qui se constituent dans la formation des sociabilités au collège et au lycée. Cependant, les productions de contenus culturels sur les blogs permettent aussi un travail d'individuation de la relation. Car la nature essentiellement plastique de l'écriture digitale facilite l'appropriation personnelle des emblèmes de la culture de masse : commentaires personnels associés aux paroles de chansons, rhabillages et collage personnel des photos de stars, billet de ressenti à propos de chanteurs, de films, etc.

Cette production identitaire passe aussi par l'affirmation de son genre et de son physique sur la scène que constitue le groupe d'amis proches, mais aussi et surtout de la nébuleuse de connaissances formées par ceux du collège ou du lycée. L'apparence physique des filles et des garçons est une donnée très importante que l'on souhaite voir confirmer par les autres. Les jeunes skybloggeurs ne cessent de se photographier et de photographier leurs proches en toutes circonstances. La photo apparaît généralement dès le premier post : « *Alors pour commencer voici ma tête... comme sa vous allez pas être surpris pour la suite du blog mdr...* » La photo des amis associés à une déclaration d'affection est aussi un exercice obligé. Et, incessamment, cette exposition photographique de la vie du blogueur s'accompagne de demande d'admiration. On pose, on rit, on grimace, seul ou en groupe, en attendant le commentaire obligé des amis proches, mais aussi des visiteurs de passage : « *tes belle* », « *ta u raison de la metre cte foto el es bien miss jtdr* ».

Les pratiques culturelles et les modes de sociabilité ne sont pas homogènes entre filles et garçons au moment de l'adolescence. Alors que l'organisation sociale des contacts et des passions s'appuie chez les filles sur un petit groupe de liens électifs, autour de la famille et des amis très proches, elle se fonde chez les garçons autour d'un groupe plus large de personnes partageant les mêmes centres d'intérêts, sur un territoire très large et un engagement passionné [Pasquier, 2005]. La culture masculine du « faire ensemble » et celle, féminine, du « parler avec » engendrent des distinctions nettes dans le contenu affiché sur le blog. Le « faire ensemble » des garçons dans leur vie sociale se manifeste à travers les photographies et récits des activités collectives, qui priment sur la gestion des liens. Le ton

de la plaisanterie, de la vanne et de la moquerie, apparaît aussi comme le seul mode énonciatif légitime de la confiance masculine. Le « parler avec » des filles dans leur vie sociale se retrouve de la même manière sur leur blog avec une prépondérance de la présentation des amis, des cousins et cousines, des frères et sœurs. On les décrit avec leurs qualités, rarement leurs défauts, on présente leurs goûts, leurs préférences en matière culturelle, leur statut sentimental, leur position dans son réseau de relations et on leur fait de la publicité. Julie présente ainsi :

« *Ceux que j'aime beaucoup [pour] dire pourquoi je les aime bien, ce qu'ils aiment aussi... : "Alors voilà je vous présente arnaud c'est un mec vraiment trop gentil, y a rien à dire sur lui à part qu'il est compréhensible, gentil, beau (admirer mdr) et voilà quoi c'est un grand fan de Pleymo alors pas d'insulte svp... lol il adore le rouge comme vous pouvez le constatez et voilà quoi je l'adore il est comme mon meilleur ami gros bisous à toi..."* »

## Conclusion

Désormais, grâce à la démultiplication des supports de communication dont ils disposent, les adolescents maintiennent des liens extrêmement fréquents, ponctuels, et parfois ritualisés, comme on l'a vu, dans le cas des rendez-vous quotidiens sur internet. Le face à face du collègue est relayé par les échanges médiatisés en soirée. Les univers domestiques et amicaux se décloisonnent les adolescents, tout en restant au foyer, maintiennent un lien quasi continu avec leurs amis du collège et du lycée.

## Notes

(1) En juin 2008, 14 % des Français de 12 ans et plus se disent auteurs d'un blog ou d'un site, 53 % des 12-17 ans et 44 % des élèves et étudiants. La pratique du blog diminue ensuite avec l'âge (un tiers des 18-24 ans et seulement 6 % des 25-39 ans). Entre juin 2007 et juin 2008, la pratique a augmenté de 8 points chez les 12-17 ans et de 7 points chez les 18-24 ans.

(2) Le blog est un outil de gestion des relations préexistantes. Il s'agit pour les adolescents de se retrouver sur le même support pour communiquer. Cela fonctionne d'ailleurs de la même manière pour la messagerie instantanée. Selon l'analyse des statistiques des utilisateurs de la plateforme skyrock.com, nous savons que, en 2006, parmi les utilisateurs français, 97 % ont entre 12 et 19 ans ; 60 % sont des filles et 40 % des garçons.

(3) Les pré-adolescents ouvrent leur blogs à leurs parents, parlent d'eux et les montrent beaucoup en photo sur leur site. Cependant, à partir de 16 ans, on observe généralement une mise à distance de l'univers parental au profit des seuls amis (les parents n'ayant souvent même plus connaissance du pseudo de leurs adolescents). Sur les différences selon l'âge et les formes de sociabilité juvéniles, dans l'usage des Skyblogs, voir l'article de Cédric Fluckiger [2006].

## Bibliographie

- BIDART C., 1997, *L'Amitié, un lien social*, Paris, La Découverte, 2002.
- CARDON D. et DELAUNAY-TETEREL H., « La production de soi comme technique relationnelle : un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, n° 138, 2006, p. 15-71.
- DUBET F., *Le Déclin de l'institution*, Paris, Seuil, 2002. FLUCKIGER C., « Instrumenter la sociabilité juvénile : l'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens », *Réseaux*, n° 138, 2006.

JOUËT J. et PASQUIER D., « Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans », *Réseaux*, n° 92-93, 1999.

LIVINGSTONE S., « Du rapport entre audiences et publics », *Réseaux*, n° 126, vol. 22, 2004, p. 17-55.

PASQUIER D., *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*, Paris, éditions Autrement, 2005.