



**HAL**  
open science

## L'évolution de la représentation des médias de communication : le cas d'Internet

Edith Salès-Wuillemin, Rachel Morlot

► **To cite this version:**

Edith Salès-Wuillemin, Rachel Morlot. L'évolution de la représentation des médias de communication : le cas d'Internet. ILLETISIM, 2008, 1, pp.343-359. halshs-00596066

**HAL Id: halshs-00596066**

**<https://shs.hal.science/halshs-00596066>**

Submitted on 26 May 2011

**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.

# **L'évolution de la représentation des médias de communication : le cas d'Internet**

## ***Evolution of social representation of communication's media: the case of Internet***

### **Auteurs :**

#### **Edith Salès-Wuillemin**

Professeur de psychologie sociale

Université Paris 8, Laboratoire de Psychologie Sociale (Equipe d'Accueil N°351)

Unité de Formation et de Recherche N°7, 2 rue de la Liberté, F-93526 Saint-Denis Cedex FRANCE

[Edith.Sales-Wuillemin@univ-paris8.fr](mailto:Edith.Sales-Wuillemin@univ-paris8.fr)

#### **Rachel Morlot**

Maître de Conférences en Psychologie Sociale

Université de Bourgogne, Laboratoire de SocioPsychologie et Management du Sport (Equipe d'Accueil N°4180), Pôle AAFE - BP 26513, F-21065 Dijon Cedex FRANCE

[Rachel.Morlot@u-bourgogne.fr](mailto:Rachel.Morlot@u-bourgogne.fr)

### **REFERENCE A RAPPELER**

Salès-Wuillemin, E., Morlot, R. (2009). L'évolution de la représentation des médias de communication : le cas d'Internet, Evolution of social representation of communication's media: the case of Internet, *Iletisim*, Numéro spécial représentations sociales et la communication, 343-359.

## **RESUME**

Il s'agit de montrer les *modalités d'évolution* de la représentation d'un objet qui s'est peu à peu ancré dans les pratiques quotidiennes : Internet. Notre approche est longitudinale et se déroule sur 5 ans. 315 sujets, répartis en trois groupes indépendants d'utilisateurs réguliers d'Internet ont été interrogés à différentes reprises avec une cadence de deux années d'intervalle : en 2001, 2003 et 2005. La méthode de recueil est l'association verbale.

Les données sont traitées par analyse lexicale, sémantique et prototypique (cf. VERGES, 1992). Les résultats font apparaître une évolution notable du contenu et de l'organisation générale des éléments qui composent la représentation. La discussion fait ressortir deux principaux points. Le premier concerne les modifications qui apparaissent au sein de la représentation au cours des trois phases de mesure. Il apparaît un lien très net entre la représentation sociale et l'évolution des pratiques. Le deuxième souligne l'intérêt de la méthode utilisée pour l'étude de l'évolution des représentations sociales. Elle permet en effet de limiter l'effet d'une grande partie des biais inhérents aux méthodes classiques.

**Mots-clefs** : représentations sociales, méthodes, Internet, analyse lexicale, analyse prototypique.

**Abstract**: the aim of this study is to show the evolution of the social representation of an object which gradually anchored in daily practices. Our approach is longitudinal the study took place during 5 years. 315 subjects were divided in 3 independent groups of regular users of Internet. Measurement was done at 3 times: in 2001, 2003 and 2005. Subjects are solicited for a verbal association task. Results are treated by a lexical analysis followed by a prototypic analysis (VERGES, 1992). Results show an important evolution of general organization of elements constituting the social representation. Discussion underlies two main points. First concerns modifications appearing inside the representation during the three steps of measurement. It appears that there is a link between social representation and evolution of practices. Second emphasizes the interest of method used in this study for the analysis of social representations evolution. It limits lot of biases related to classical methods.

**Key-words**: social representations, methods, Internet, lexical analysis, prototypic analysis.

## OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ETUDE

L'objectif de cette recherche est de mettre en évidence les *modalités d'évolution* de la représentation sociale d'un média récent de communication : Internet.

Si l'on suit l'idée développée par MOLINER et ses collaborateurs, (cf. MOLINER, 1996, 2001 ; MOLINER, RATEAU & COHEN-SCALI, 2002), il s'agit là d'un véritable *objet de représentation*, pour deux raisons essentielles : 1- il a une grande *visibilité* en raison d'importants *débats* (cf. MCKENNA & BARGH, 2000), opposant les tenants de la libre circulation des informations, aux partisans d'une réglementation plus stricte pour éviter les dérives (sites pédophiles, nazis, ...) <sup>1</sup>; 2- Il a eu une large incidence sur d'autres objets en *termes de connaissances et de croyances*. Il s'est ainsi ancré au sein du paysage médiatique aux côtés de médias traditionnels comme la télévision ou la radio mais également (en France) d'un appareil plus ancien « Le Minitel » ; 3- Il a eu un impact sur les *pratiques* des individus (cf. MOSCOVICI, 1961). Il a ouvert la voie à de nouvelles procédures d'accès à l'information et de diffusion de celle-ci (blog, tchat, forum ...).

Cependant, malgré ces potentialités, il a fait l'objet d'un faible nombre d'investigations dans le cadre des représentations sociales.

## CADRE THEORIQUE

L'étude de la représentation sociale d'un objet donne un aperçu de la manière dont les individus le comprennent, s'adaptent à son évolution ou aux variations de l'environnement, ce qui permet de passer de l'étude stricte de l'objet à celle de sa *connaissance*. Pour ROUQUETTE (1999), l'étude de la *genèse* de la représentation est de ce point de vue capitale : « Le problème le plus intéressant n'est pas tant celui de la nature de l'Objet que celui de sa nouveauté dans les paysages de notre connaissance : que serait cet objet émergent sans la construction que nous en opérons collectivement et d'où vient que nous le reconnaissons quand même pour ce qu'il est ? Comment pouvons-nous réussir à comprendre ce que nous n'avions encore jamais compris et comment pouvons-nous cesser d'admettre ce qui nous tenait lieu d'évidence ? Il semble à tout prendre, que la part du donné et la part du dérobé se compensent. Lorsque le donné se dérobe, nous en savons encore assez pour prospecter ; lorsque la nouveauté apparaît, nous ne sommes pas sans ressources pour lui trouver une place » p. 225.

---

<sup>1</sup> L'étude de MCKENNA ET BARGH (2000) montre que les réactions populaires vis-à-vis d'Internet se sont avérées largement négatives, Internet a ainsi été décrit comme « imbibé de pornographie » ou comme ayant pour effet de rendre les individus « tristes et solitaires ».

L'analyse des *conditions d'évolution* de la représentation peut également s'avérer très heuristique, non seulement pour comprendre *l'activité de mise en place* des éléments de la représentation mais également pour saisir les *processus de gestion* de celle-ci, ce qui inclut par exemple les mécanismes de *préservation* ou de *défense* qui reposent sur un processus de rationalisation (cf. MOLINER, 2001, p. 36-37) ou au contraire les processus *adaptatifs* qui permettent un ajustement de la représentation en fonction des variations situationnelles.

Deux ensembles de facteurs adaptatifs sont en jeu : 1-les facteurs « *macrosituationnels* » liés par exemple à une évolution historique, économique, environnementale. Ils se soldent par exemple par des changements de pratiques (cf. ROUQUETTE & GARNIER, 1999), ils sont durables dans le temps ;2- les facteurs « *microsituationnels* », sont en relation au contexte spécifique de la situation de recueil (ABRIC & GUIMELLI, 1998), ils sont le plus souvent éphémères dans le temps.

RATEAU (2001) se situe dans une perspective *macrosituationnelle* dans son étude sur l'affaire de la profanation du cimetière juif à Carpentras. Il montre que l'image que les individus ont de cet événement dix ans après les faits, diffère des témoignages retracés à l'époque par les médias. L'auteur observe également des différences de perception selon le lieu de résidence (Montpellier versus Carpentras). A Carpentras, cette image est reconstruite socialement, le rationnel laisse place à une adaptation sociale, les règles de raisonnement sont infléchies de manière à préserver l'identité sociale positive des habitants, ce qui se traduit par une disparition ou une distorsion de certains faits (les motivations des profanateurs, leurs caractéristiques, de même que le lieu du crime sont éliminés de la mémoire collective). Il y a donc une prise en charge communautaire des faits historiques qui se trouvent ainsi appropriés socialement. STEWART (2004) se situe dans une perspective *microsituationnelle*. Elle montre, à propos de la représentation sociale des infirmières, que selon qu'on interroge les sujets en associant la profession au genre féminin (« une » infirmière) ou au genre masculin (« un » infirmier) la représentation mobilisée diverge<sup>2</sup>. Lorsque les sujets évoquent *un* infirmier ils sont significativement plus nombreux à associer des traits caractéristiques du stéréotype masculin (capable, compétent ...), alors qu'ils citent des traits caractéristiques du stéréotype féminin (doux, gentil, souriant ...) lorsqu'ils pensent à *une* infirmière. Dit autrement, la manipulation du déterminant désignant la catégorie sexuelle du professionnel modifie la perception que les sujets ont du métier.

---

<sup>2</sup> De nombreuses autres études se situent dans cette perspective : par exemple FLAMENT (1999) puis plus tard GUIMELLI et DESCHAMPS (2000) font varier par des effets de consigne le niveau normatif ou le niveau identitaire des sujets et mesurent un impact sur la représentation sociale mobilisée ; TAFANI et SOUCHET (2001) montrent qu'une modification de l'attitude a des répercussions sur la représentation.

Que la perspective soit macro ou micro, la mise en évidence de l'évolution peut se faire de deux manières : soit dans une perspective *longitudinale*, soit dans une perspective *transversale*. La perspective longitudinale suppose la répétition d'une mesure dans un paradigme de type pré-test/post-test. C'est dans cette perspective que se trouve l'étude de SINGERY (1994) à propos du changement technologique en entreprise. Un délai de 8 mois sépare les deux mesures, l'analyse des résultats montre que l'introduction de l'outil informatique sur des postes de travail dans le cadre d'une relation de service, a un impact sur la pratique du métier et sur la représentation que les opérateurs en ont. Ce type de recherche reste malheureusement fort rare, et parmi celles qui existent, la période de temps qui sépare le pré-test du post-test dépasse rarement quelques semaines. La raison en est assez simple, ce sont des études qui s'avèrent lentes et coûteuses en temps. Par ailleurs, ce type de dispositif comporte de nombreux biais : il est difficile d'échapper à l'effet de variables confondues comme l'évolution « naturelle » des groupes testés, ou à des variables parasites comme le biais de cohérence dû à la répétition de la mesure. Aussi, la perspective la plus souvent adoptée est transversale, il s'agit de comparer des groupes ou des sous-groupes d'individus en mettant en évidence ce qui *fonde leur différence* (ou de manipuler *directement* les caractéristiques de la situation) de façon à *expliquer les variations observées* à propos de la représentation de l'objet. Par exemple, l'étude de GUIMELLI & ROUQUETTE en 1992 concernant le groupe des infirmières dans laquelle sont mises en évidence des différences dues à la pratique du « rôle propre ».

Les recherches réalisées à propos d'Internet sont peu nombreuses certaines portent sur l'analyse du contenu et de l'organisation de la représentation, d'autres se focalisent sur les facteurs qui ont une incidence sur la modification de la représentation. CAPOZZA, FALVO, ROBUSTO & ORLANDO (2003) se situent dans la première perspective. Ils montrent qu'Internet est perçu comme un moyen de communication rapide et étendu, qu'il délivre des informations récentes et à grande vitesse, qu'il améliore les relations sociales, qu'il constitue un passe-temps, qu'il permet d'augmenter les connaissances individuelles, qu'il est un indicateur de modernité...SALESSES (2003)<sup>3</sup> révèle un effet des pratiques sur la représentation de l'objet. 4 conditions sont comparées fruit du croisement de deux variables : type de connaissance (connaissance par pratique directe *versus* connaissance par description) et du positionnement social (dirigeants *versus* salariés). Les mots associés à Internet par les dirigeants sont communication, information, mondial, ouverture, rapidité et progrès. Les salariés asso-

---

<sup>3</sup> Cf. aussi le chapitre de ROUSSIAU et BONARDI (1999).

cient Internet à information, mondial, recherche, communication. SALES-WUILLEMIN, LACASSAGNE, MORLOT & JEBRANE, 2001 et SALES-WUILLEMIN, STEWART & DAUTUN, 2004 montrent un effet contextuel de la tâche, la représentation mobilisée par les sujets dépend de la méthode utilisée pour le recueil des données (entretiens versus associations verbales). L'entretien fait référence à des aspects concrets de l'utilisation de l'objet (être en contact avec des gens, avoir des informations sur le monde, trouver des sites, moyen de communication, faire des recherches, passer du temps, écrire des e.mail, utiliser un ordinateur). L'association verbale met l'accent sur les concepts associés (recherche, communication, information, e.mail, tchat, sites, ordinateur, web, surfer, téléchargement).

Ces études présentent un grand intérêt pour ce qui concerne l'analyse du contenu et de la structure de la représentation elle-même, mais elles ne révèlent pas la dynamique du processus, dit autrement la manière dont la représentation s'ajuste diachroniquement à l'évolution de l'environnement.

A propos d'un objet comme Internet, cette prise en compte est essentielle : 1-parce que sont en jeu des aspects sociaux faisant l'objet de débats vigoureux concernant les limites du droit à l'information. ; 2- parce que cet objet évolue rapidement, au niveau médiatique et technologique. Cette évolution a modifié les pratiques, celles-ci ont à leur tour eu une incidence sur la représentation. Au niveau médiatique, cet objet participe à une révolution majeure des moyens de communication, parce qu'il s'agit d'un média bidirectionnel, une information peut être diffusée par n'importe qui dans le monde à un nombre significatif d'individus. Au niveau technologique, en raison des progrès de l'informatique et de l'électronique concernant les matériels de stockage, de transfert et de gestion des données numériques. L'ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)<sup>4</sup> a par exemple eu un impact sur le téléchargement de musique, d'images et de vidéos, mais également sur tout le commerce en ligne.

Notre objet d'étude nécessite une perspective longitudinale, aussi nous avons choisi d'interroger un échantillon homogène d'individus à trois reprises sur une période de temps relativement longue (5ans) de 2001 à 2005 pour opérer des comparaisons. Cependant, pour éviter les biais dus à un dispositif pré-test/post-test, nous n'avons pas opté pour une mesure répétée sur un même échantillon de sujets, la mesure a été réalisée sur un ensemble d'individus de mêmes caractéristiques dans une situation qui a totalement été standardisée.

### **Hypothèses**

---

<sup>4</sup> Selon les statistiques de l'institut Médiamétrie, la France serait véritablement entrée dans l'ère du numérique au troisième trimestre 2004. A cette date étaient recensés 43,5% d'internautes dont 50% reliés au haut débit. Ces statistiques faisaient de la France le troisième pays européen en terme d'équipements haut-débit, derrière l'Allemagne et l'Espagne.

Compte tenu des éléments présentés ci-dessus nous nous attendons à une adaptation de la représentation que les utilisateurs ont d'Internet à l'évolution des pratiques. Cela devait se traduire par l'intégration au sein de la représentation de nouveaux éléments en relation avec les nouveaux outils technologiques (comme l'ADSL).

## **METHODE**

### **Dispositif**

#### Les sujets

315 sujets, répartis en 3 groupes de 105 utilisateurs d'Internet ont été interrogés à différentes reprises avec une cadence de deux années d'intervalle : en 2001, 2003 et 2005. La méthode est longitudinale mais pour éviter les biais dus au test / re-test, nous avons utilisé (en suivant la méthode éprouvée par SALES-WUILLEMIN et BROMBERG (2004) des groupes indépendants. Les sujets sont tous étudiants en première année de psychologie à l'Université de Bourgogne. Ils utilisent régulièrement Internet dans le cadre de leurs études.

#### La tâche

Les sujets sont invités à réaliser une tâche d'association verbale. Ils doivent donner les 5 premiers mots qui leur viennent à l'esprit lorsqu'ils évoquent « Internet ».

#### Méthode de traitement des données

Deux types d'analyse ont été réalisés à partir des données. 1- une analyse se focalisant sur le contenu de la représentation : traitement *lexical* et *sémantique* des données issues de l'association verbale puis ; 2- une analyse se focalisant sur la structure de la représentation : traitement en termes de *prototypicalité* croisant les paramètres de fréquence et de rang d'apparition.

#### L'analyse de contenu

Seuls les mots cités par un nombre significatif de sujets sont sélectionnés. Pour déterminer le seuil à retenir, nous appliquons un test de probabilités (test binomial). Une analyse qualitative et quantitative est réalisée : elle porte sur les traits sémantiques caractérisant les mots induits. Des tests de  $\chi^2$  permettent de comparer les fréquences de citation selon la phase de recueil.

#### L'analyse structurale

Une *analyse prototypique*, est réalisée. Elle permet d'identifier les éléments susceptibles d'être centraux en croisant la *fréquence de citation* et le *rang moyen d'apparition*. Les mots ayant une fréquence de citation élevée et un rang moyen faible sont les meilleurs candidats à la centralité.

## RESULTATS

### Sélection du corpus

Le test binomial prend en compte à la fois le nombre de sujets, le nombre moyen de termes associés par sujets et le nombre total de termes différents associés pour chaque population. Il permet de calculer avec précision pour chaque population l'effectif minimum permettant de dépasser la répartition au hasard des termes associés. Par exemple, si le résultat est de 2, cela signifie qu'un terme associé par au moins 3 sujets est socialement significativement partagé par les membres du groupe considéré. Nous avons retenu les seuils pour lesquels le test binomial affichait une probabilité de  $p < .05$ .

**Tableau I. Résultats du test binomial dans les trois phases de recueil**

	2001	2003	2005
Nombre de mots différents	147	188	145
Nombre moyen de mots par sujets	5	4,92	4,99
Nombre de sujets nécessaires pour dépasser une répartition au hasard	7	6	7
Valeur du $p$	.027	.02	.028

Les seuils calculés à partir du test binomial ont été adoptés pour la suite des traitements. En d'autres termes, cette méthode nous permet d'établir la liste des termes retenus pour la suite de l'analyse. N'ont ainsi été retenus que les termes pour lesquels le consensus était fort (effectifs strictement supérieurs aux effectifs préconisés par le test binomial).

Nous avons retenu que les mots ayant une fréquence de citation supérieure ou égale à 7 sujets (la probabilité que 7 sujets sur les 105 qui composent chacun des échantillons, produisent le même mot est de  $p < .001$ , loi binomiale) pour les modalités 2001 et 2005 et les mots ayant une fréquence de citation supérieure ou égale à 6 sujets ( $p < .001$ , loi binomiale) pour la modalité 2003. Ce seuil est retenu pour l'ensemble des analyses (lexicale, prototypique et sémantique).

### Analyse lexicale

L'analyse lexicale consiste à répertorier tous les mots induits, produits par les sujets dans l'une des 3 phases de recueil à un seuil significatif, puis à comparer les fréquences de citations entre les 3 phases. Aucun regroupement n'est réalisé, il n'y a donc ni lemmatisation des

mots par racine commune, ni regroupement thématique. Cette sélection fait apparaître un ensemble de 25 mots.

**Tableau II. Effectifs et fréquences des mots produits dans les 3 phases de recueil**

mots induits	2001	2003	2005	Total	p	CHI <sup>2</sup>
<b>recherche</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>58</b>	<b>118</b>	<b>0,00001</b>	<b>24,17</b>
<i>communication</i>	<i>37</i>	<i>37</i>	<i>35</i>	<i>109</i>	<i>0,94</i>	<i>0,11</i>
<b>e.mail</b>	<b>47</b>	<b>25</b>	<b>24</b>	<b>96</b>	<b>0,0005</b>	<b>15,19</b>
<i>ordinateur</i>	<i>30</i>	<i>25</i>	<i>29</i>	<i>84</i>	<i>0,71</i>	<i>0,68</i>
<b>web</b>	<b>35</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>72</b>	<b>0,006</b>	<b>10,04</b>
<i>informations</i>	<i>23</i>	<i>25</i>	<i>21</i>	<i>69</i>	<i>0,81</i>	<i>0,44</i>
sites	26	24	17	67	0,28	2,54
<b>surfer</b>	<b>33</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>62</b>	<b>0,0007</b>	<b>14,49</b>
<b>tchat</b>	<b>10</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>51</b>	<b>0,018</b>	<b>8,001</b>
<b>réseau</b>	<b>25</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>44</b>	<b>.0006</b>	<b>14,63</b>
<b>téléchargement</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>.021</b>	<b>7,65</b>
monde	5	5	11	21	.15	3,67
<b>virus</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>19</b>	<b>.016</b>	<b>8,17</b>
pratique	2	7	9	18	.11	4,59
<b>connexion</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>.047</b>	<b>6,09</b>
informatique	7	4	5	16	.063	0,92
<b>discussion</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>.006</b>	<b>10,008</b>
communiquer	4	3	9	16	.12	4,08
rencontre	2	9	5	16	.087	4,87
moteur recherche	2	5	7	14	.24	2,84
forum	8	3	3	14	.15	3,73
découverte	3	6	3	12	.45	1,55
<b>adsl</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>.0005</b>	<b>15,07</b>
<b>échange</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>.011</b>	<b>8,92</b>
<b>modem</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>.004</b>	<b>11,03</b>
TOTAL	356	308	335	999		

**Légende :** Les résultats significatifs apparaissent en gras et à l'opposé les résultats ayant un *p* proche de 1 apparaissent en italique.

Eléments spécifiques d'une phase de recueil :

Un élément peu être spécifique parce qu'il est soit significativement plus présent dans une phase que dans les autres, soit significativement moins présent dans une phase que dans les autres.

Parmi les éléments spécifiques : *réseau*, *connexion*, *modem*, *e-mail*, *web* et *surfer* se manifestent essentiellement en 2001, l'analyse statistique fait ressortir que cette différence d'utilisation est significative ( $\chi^2(2)=14,63$  ;  $p=.0006$  ;  $\chi^2(2)=6,09$  ;  $p=.045$  ;  $\chi^2(2)=11,03$  ;  $p=.004$  ;  $\chi^2(2)=15,19$  ;  $p=.0005$  ;  $\chi^2(2)=10,04$  ;  $p=.006$  ;  $\chi^2(2)=14,49$  ;  $p=.0007$ ). Pour leur part, *téléchargement* ( $\chi^2(2)=7,65$  ;  $p=.021$ ), *ADSL* ( $\chi^2(2)=15,07$  ;  $p=.0005$ ), *tchat*

( $\chi^2(2)=8,001$  ;  $p=.018$ ) et *échange* ( $\chi^2(2)=8,92$  ;  $p=.011$ ) sont exprimés plus spécifiquement en 2003. De plus, pour cette même période il est à noter que le terme *discussion* est significativement très peu utilisé en regard des deux autres périodes ( $\chi^2(2)=10,008$  ;  $p=.006$ ). Enfin, *virus* ( $\chi^2(2)=8,17$  ;  $p=.016$ ) et *recherche* ( $\chi^2(2)=24,17$  ;  $p=.00001$ ) sont significativement davantage associés en 2005.

Il est possible de conclure qu'en 2001 Internet était associé à un ensemble de *moyens qui permettent de communiquer (discussion) et à un ensemble de systèmes techniques (connexion et modem)*. En 2003 l'aspect technique s'est traduit par l'accès au *haut débit (ADSL)*, les moyens de communiquer par *un mode de communication (le tchat)*. Enfin en 2005 l'aspect technique se traduit par *un objectif : la recherche*, mais par un *risque : la contamination par les virus*.

### Eléments stables entre les 3 phases

La stabilité au sein de la représentation sociale s'exprime au travers des éléments pour lesquels la probabilité ( $p$ ) d'une différence entre les 3 phases est proche de « 1 ». Selon ces critères, 3 termes peuvent être jugés comme stables : *communication* ( $\chi^2(2)=0,11$  ;  $p=.94$ ), *ordinateur* ( $\chi^2(2)=0,68$  ;  $p=.71$ ) et *informations* ( $\chi^2(2)=0,44$  ;  $p=.81$ ). Ces trois éléments résistent en dépit des facteurs situationnels liés à l'évolution de l'objet, on peut donc supposer qu'ils sont de bons candidats à la centralité. Seule l'analyse prototypique permettra de confirmer ce résultat.

### Analyse prototypique

En conformité avec la technique utilisée par VERGES (1992) nous croisons la fréquence moyenne d'apparition des mots associés ainsi que leur rang moyen. Pour déterminer le seuil de citation à partir duquel un terme est retenu pour l'analyse, nous utilisons le test de probabilité précédent, la loi binomiale.

**Tableau III. Analyse prototypique pour 2001**

	Fréquence > 22,13	Fréquence < 22,13
Rang < 3,05	<b>Communication</b> <b>Web</b> <b>Surfer</b> <b>Ordinateur</b> <b>Réseau</b>	Connexion
Rang > 3,05	E.mail Sites	Chat Discussion

	Recherche Informations	Forum Informatique Modem
--	---------------------------	--------------------------------

**Tableau IV. Analyse prototypique pour 2003**

	Fréquence > 18,4	Fréquence < 18,4
Rang < 2,71	<b>Communication</b> <b>Ordinateur</b> <b>Site</b> <b>Tchat</b>	Web Surfer Découverte
Rang > 2,71	Recherche E.mail Informations	Téléchargement Adsl Rencontres Echanges Pratique

**Tableau V. Analyse prototypique pour 2005**

	Fréquence > 19,06	Fréquence < 19,06
Rang < 2,99	<b>Recherche</b> <b>Communication</b> <b>Ordinateur</b> <b>Informations</b> <b>Web</b>	Surfer Réseau Pratique Chat Moteur de recherche
Rang > 2,99	E.mail	Sites Virus Monde Communiquer Téléchargement

Les éléments *communication* et *ordinateur* sont présents, au niveau le plus central, au cours des 3 phases de recueil. Ce sont les éléments les plus stables.

D'autres éléments viennent s'agréger à ce niveau selon les phases du recueil. En 2001 la représentation d'Internet est structurée autour des 5 éléments, *communication*, *web*, *surfer*, *ordinateur*, *réseau*. En 2003, 4 éléments occupent une place centrale, *communication*, *ordinateur*, *site*, *tchat*. Enfin, en 2005, 5 éléments sont présents à ce niveau, *recherche*, *communication*, *ordinateur*, *informations*, *web*.

Si l'on examine la totalité des zones, si certains éléments restent communs (*E.mail*, *informations*, *recherche*, *surfer*, *sites*, *web*) des différences apparaissent néanmoins. En 2001, on note une importance des aspects techniques liés à l'utilisation d'Internet (*connexion*, *informatique*, *modem*). 2003 semble marqué par l'accès au haut débit (*téléchargement*, *ADSL*). 2005 reste centré sur les performances des moteurs de recherche et le souci majeur porté aux risques d'infection par les virus (*moteur de recherche*, *virus*).

Cette analyse nous permet de conclure à une évolution de la représentation avec des éléments persistants au niveau le plus central, mais également dans les zones périphériques. Bien que la durée du recueil soit néanmoins trop courte pour pouvoir analyser de manière fine le processus en jeu, il semble que les éléments persistants assurent une stabilité de la représentation tout au long du recueil alors que les éléments spécifiques, traduisent une adaptation de la représentation.

Pour compléter l'analyse nous proposons de nous focaliser sur un des éléments qui semblent le plus centraux au sein de la représentation : *Communication*. En effet, il s'agit d'un élément qui est persistant et qui se trouve apparaître très précocement dans la chaîne associative.

### Analyse sémantique de l'élément communication

L'élément communication semble avoir une grande stabilité au cours des 3 phases de recueil. Cependant, la communication revêt différents aspects. Pour mettre en évidence ses différentes formes, nous décidons de relever tous les termes présents dans le corpus et renvoyant à la communication. Nous mettons ensuite en évidence leur évolution au cours des 3 phases de recueil.

Cette analyse nous conduit à sélectionner les éléments : *e.mail, forum, tchat, discussion, rencontre, communication, communiquer et échange*. Nous constatons que ces éléments permettent d'opposer deux formes de communication : une communication immédiate (*tchat + discussion + rencontre*) et une communication différée (*e.mail + forum*).

**Tableau VI. Proportions des termes relationnels produits dans les 3 phases de recueil**

Nature des termes	2001	2003	2005	moyenne	p	Chi <sup>2</sup>
Termes renvoyant à la communication	0,33	0,35	0,30	0,33	.32	2,27
Communication différée	0,47	0,26	0,27	0,34	<b>.009</b>	<b>13,95</b>
Communication immédiate	0,186	0,312	0,270	0,256	<b>.085</b>	<b>4,9</b>

La répartition des termes renvoyant à la communication ne diffère pas en fonction des 3 phases de recueil. Cependant, une différence apparaît selon les modalités de la communication considérées : immédiate versus différée. On constate ainsi une baisse significative dans le temps du nombre de termes évoquant une relation différée ( $\chi^2(2)=13,95$  ;  $p=.009$ ) et parallèlement une augmentation tendancielle du nombre de termes évoquant une relation immédiate ( $\chi^2(2)=4,9$  ;  $p=.085$ ). Il est ainsi possible de conclure que la représentation d'Internet en

termes de moyen de communication se modifie progressivement dans le temps. Nous pouvons penser que cette variation est en rapport avec l'évolution technologique.

## DISCUSSION ET CONCLUSION

De manière générale, Internet semble être considéré comme un outil de communication via l'ordinateur quelle que soit la période considérée. Cependant, l'analyse réalisée fait apparaître des différences selon les périodes considérées. Tout d'abord, la communication n'est pas de même nature, elle renvoie à des aspects différents durant la première phase de recueil, pour inclure des aspects immédiats dans les périodes plus récentes. De plus, en 2001, Internet renvoie surtout à des aspects techniques, 2003 est marqué par l'accès au haut débit qui a favorisé le téléchargement, tandis que 2005 marque une amélioration des moteurs de recherche et une importance des virus.

L'intérêt de cette analyse est de montrer la constante évolution de la représentation d'Internet et ce malgré « l'ancienneté » de cet objet. Il est possible d'avancer l'hypothèse que cette évolution est en grande partie due à la spécificité d'Internet est un objet technique bénéficiant de constantes innovations.

Cependant étant donné la rareté des études visant à mettre en évidence une évolution des représentations à long terme, nous nous devons d'élargir la discussion. Deux réflexions s'imposent.

Tout d'abord en termes *théoriques*, se pose la question de la *stabilité* d'une représentation et par suite des *conditions de son évolution*. L'étude réalisée confirme le caractère dynamique des représentations sociales, elles ne se réduisent pas à un contenu, une structure, des dimensions, elles sont également et à la fois un mode et un produit de compréhension, en ce sens elles traduisent une adaptation des individus à leur environnement. Si l'on ajoute à cela que leur mobilisation peut être infléchie par des effets du contexte immédiat pouvant rapidement parasiter les résultats s'ils ne sont pas contrôlés, les implications deviennent redoutables et ne peuvent que nous obliger à une certaine prudence, une représentation mesurée même quelques semaines auparavant, dans un contexte donné peut toujours évoluer sans que l'on sache pourquoi. Cette réflexion nous conduit souligner l'intérêt de l'étude des représentations non pas comme un produit, mais comme un *processus*. Nombreuses sont les recherches qui permettent d'aboutir à ce constat. Depuis les travaux de Moscovici (1961) sur les modalités de constitution de la représentation de la psychanalyse jusqu'aux réflexions de FLAMENT (1989), GUIMELLI (1989), ABRIC (1994), ROUQUETTE & GARNIER (1999) ou encore MOLI-

NER (2001) pour ne citer qu'eux. Il reste néanmoins encore du chemin à parcourir pour comprendre tous les mécanismes en jeu.

Ensuite en termes *méthodologiques*, se pose la question de la mesure. Une attention à la validité s'avère essentielle pour accompagner la réflexion théorique. De nombreuses recherches mettent en avant le caractère adaptatif de la représentation, au contexte macro et micro. Il faut souligner dans cet ensemble l'existence d'un nombre croissant de recherches expérimentales visant à révéler les effets du contexte immédiat sur la mobilisation d'une représentation sociale. Bien plus rares sont celles qui visent à appréhender de manière systématique les effets du contexte global. Les difficultés rencontrées pour appréhender ces effets puis les opérationnaliser pour les manipuler dans un dispositif expérimental sont nombreuses. La mesure longitudinale de la représentation réalisée sur des échantillons indépendants a le mérite d'apporter une contribution pertinente à cette approche en limitant un certain nombre de biais majeurs. Cette entrée n'est toutefois pas exempte de toute critique, comme la confrontation aux biais d'échantillonnage qui reste un risque majeur dans ce type de paradigme.

La réflexion doit également être poursuivie en ce qui concerne la cadence minimale à adopter pour la mesure. Elle se déroule dans cette recherche au rythme d'une mesure tous les deux ans, il faudrait sans doute augmenter cette cadence, augmenter la durée et affiner les critères de choix du moment du recueil. Autant de réflexions qui contribueront à affiner l'appréhension des processus psychologiques en jeu dans l'émergence et l'évolution d'une représentation.

### **Références bibliographiques**

ABRIC, Jean-Claude. Les représentations sociales : aspects théoriques, In ABRIC, Jean-Claude. *Pratiques sociales et représentations*. Paris : Presses Universitaires de France, 1994, p. 11-37. (1994)

ABRIC, Jean-Claude et GUIMELLI, Christian. Représentations sociales et effets de contexte. *Connexions*, 1998, vol. 2, n° 72, p. 23-37.

CAPOZZA, Dora, FALVO, Rossela, ROBUSTO, Egidio et ORLANDO, Annalisa, Beliefs about Internet: Methods of Elicitation and Measurement. *Papers on Social Representations*, 2003, vol.12, p. 1.1-1.14.

FLAMENT, Claude. La représentation sociale comme système normatif. *Psychologie et société*. 1999, vol. 1, p. 29-54.

FLAMENT, Claude. Structure et dynamique des représentations sociales. In JODELET, Denise. *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France, 1989, p. 204-219.

GUIMELLI, Christian et ROUQUETTE, Michel-Louis. Contribution du modèle associatif de Schèmes Cognitifs de Base à l'analyse structurale des représentations sociales. *Bulletin de Psychologie*. 1992, vol. XLV, n°405, p. 196-202.

GUIMELLI, Christian. Pratiques nouvelles et transformation sans rupture d'une représentation sociale : la représentation de la chasse et de la nature. In BEAUVOIS, Jean-Léon, GUIMELLI, Christian et DESCHAMPS, Jean-Claude. Effets de contexte sur la production d'associations verbales : le cas des représentations sociales des Gitans. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 2000, vol ; 47, n° 78, p. 45-54.

JOULE, Robert-Vincent et MONTEIL, Jean-Marc. *Perspectives cognitives et conduites sociales : Des attitudes aux attributions : sur la construction de la réalité sociale*, Cousset (Fribourg) : Delval, tome II, 1989, p.117-138.

MCKENNA, Katelyn, Y. A et BARGH, John A. Plan 9 from cyberspace: the implications of the Internet for personality and social psychology. *Personality and Social Psychology*. 2000, vol. 4, n° 1, p. 57-75.

MOLINER, Pascal. *Images et représentations sociales*. Grenoble (France) : Presses Universitaires de Grenoble, 1996.

MOLINER, Pascal. Une approche chronologique des représentations sociales, In MOLINER, P. *La dynamique des représentations sociales*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2001, p. 245-268.

MOLINER, Pascal., RATEAU, Patrick et COHEN-SCALI, Valérie. *Les représentations sociales : pratique des études de terrain*. Grenoble (France) : Presses Universitaires de Grenoble, 2002.

MOSCOVICI, Serge. *La psychanalyse, son image et son public*. 2<sup>ème</sup> éd. Paris (France) : Presses Universitaires de France, 1976.

RATEAU, Patrick. Pensée sociale, mémoire collective et saillance d'un événement : l'affaire de Carpentras. *Psychologie et société*. 2001, vol. 2, n° 4, p. 105-130.

ROUQUETTE, Michel-Louis. Représentations sociales et épistémologie : le pont Jacques Cartier. In ROUQUETTE, Michel-Louis et GARNIER, Catherine. *La genèse des représentations sociales*. Montréal : Editions Nouvelles, 1999, p.224-239.

ROUQUETTE, Michel-Louis et GARNIER, Catherine, *La genèse des représentations sociales*. Montréal (Canada) : Editions Nouvelles, 1999.

ROUSSIAU, Nicolas et BONARDI, Christine. Socials practices and social representations of Internet. Pratiques sociales et représentations sociales d'Internet. In MARQUET Pascal,

SALESSES, Lucile. Niveaux de pratique et représentation sociale d'Internet chez les dirigeants et salariés de petites entreprises. *Actes de la 5<sup>ème</sup> conférence internationale sur les Représentations sociales*. 2003, Montréal (Canada), du 29 Août au 2 Septembre 2000, <http://www.unites.uqam.ca/geirso/>, p. 655-668.

SALES-WUILLEMIN, Edith et BROMBERG, Marcel. Modalités de constitution d'une représentation d'un objet nouveau, le cas des OGM. *8<sup>ème</sup> conférence Internationale de l'ADRIPS*. 2004, Lausanne (Suisse), 1er Septembre au 4 septembre, 25p.

SALES-WUILLEMIN, Edith, LACASSAGNE, Marie-Françoise, MORLOT, Rachel et JEBRANE, Ahmed. La représentation sociale d'Internet : analyse des indicateurs discursifs. *Colloque International de Psychologie Sociale de la Communication en hommage à R. Ghiglione*, 2001, 2-3 Février 2001, Université Paris 8 (France), 14p.

SALES-WUILLEMIN, Edith, STEWART, Isobel et DAUTUN, Marc. La représentation d'Internet : intérêt de l'analyse discursive pour l'étude des représentations sociales. *7<sup>ème</sup> conférence Internationale sur les représentations sociales*. 2004, Université de Guadalajara (Mexique), du 10 au 14 septembre, 25p.

STEWART, Isobel. La représentation sociale de la profession d'infirmier(ière) : effets de contexte liés à un changement de genre. *Psychologie et Société*. 2004, Vol 7, N°4(1), p. 171-209.

SINGERY, Joëlle. Représentations sociales et projet de changement technologique en entreprise, In ABRIC, Jean-Claude. *Pratiques sociales et représentations*. Paris : Presses Universitaires de France, 1994, ,179-216.

TAFANI, Eric et SOUCHET, Lionel. Changement d'attitude et dynamique représentationnelle. In MOLINER, Patrick. *La dynamique des représentations sociales*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 2001, p.59-88.

VERGES, Pierre. L'évocation de l'argent : Une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. *Bulletin de Psychologie*. 1992, Vol. XLV, n° 405, p. 203-209.