

Bibliographie citée

- Abric, J.-C. (1994). Pratiques sociales et représentations. Paris : Presses Universitaires de France.
- Amichai-Hamburger, Y. (2002). Internet and personality. Computers in Human Behavior, 18, 1-10.
- Andréo, P., Jégou, P., Crété, M.-F. & Rouet, J.-F. (2000). Représentations et usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Premier rapport d'étape de l'étude "100 Fenêtres sur Internet". Poitiers : Maison des Sciences de l'Homme et de la Société, 22p..
- Auton, Yves, (2002). Rapport Internet et développement local. Document téléchargé depuis l'adresse <http://www.admiroutes.asso.fr/espace/proxim/auton/index.htm>, 29 décembre 2002.
- Baddeley, A. D. (1992). Is working memory working ? The fifteenth Bartlett Lecture, Quarterly Journal of Experimental Psychology (pp. 1-31), 44A.
- Balpe, J.P. (1990). Les hyperdocuments - Hypertextes - Hypermedia. Paris: Eyrolles.
- Bastien, C. (1997). Les connaissances de l'enfant à l'adulte. Paris, Armand Colin
- Breton, P. (2000). Le Culte de l'Internet. une menace pour le lien social ? Paris : La Découverte.
- Clay, H.M. (1956). A study of performance in relation to age at two printing works, in Journal of Gerontology (pp. 417-424), 11.
- Czaja, S. J. & Sharit, J. (1998). Age difference in attitudes toward computers. Journal of Gerontology : Psychological Sciences (pp. 329-340), 53B.
- Dee Lucas, D. (1996). Effects of overview structure on study strategies and text representations for instructional hypertext. In J.-F. Rouet, J.J. Levonen, A.P. Dillon and R.J. Spiro (Eds.) Hypertext and Cognition (pp. 73-108). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Deshayes, S., Le Marec, J., Pouts-Lajus, S., Tiévant, S. (1998). Culture et autoroutes de l'information. Observation et analyse d'usages des réseaux. Rapport au Ministère de la Culture et de la Technologie, non publié.
- Dillon, A. (1994) Designing Usable Electronic Text: Ergonomics Aspects of Human Information Usage. London: Taylor and Francis
- Dinet, J., Rouet, J.-F. & Passerault, J.M. (1999). Recherche documentaire et nouvelles technologies de l'information: Les "nouveaux outils" sont-ils compatibles avec les stratégies cognitives des

- élèves? in J.F. Rouet & B. de La Passardière (sous la direction de). Actes du Quatrième Colloque Hypermédias et Apprentissages (pp. 149-162). Paris: INRP et EPI.
- Eveno, E., Cavet, E., Desbordes, F. & Golovtchenko, N. (1998). IMAGINE - Rapport d'étape de la recherche en sciences sociales. GRESOC-CIEU, Université de Toulouse II.
- Eveno, E. et al. (2000). PARTHENAY et le Projet européen IMAGINE. Quand le développement local de la "Ville numérique" rencontre des Usages des TIC et des Usagers. Université de Toulouse-Le Mirail, GRESOC.
- Eveno, E. & Jaëcklé, L. (1997). Parthenay, modèle de "Ville numérisée". Rapport MIND/Chercheurs, juillet 1997. Disponible sur le site www.district-parthenay.fr
- Gernsbacher, M.A. (1991). Language Comprehension as Structure Building. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Giroux, L., Bergeron, G., Lamarche, J.-P. (1987). Organisation sémantique des menus dans les banques de données", Le Travail Humain, 50(2), 97-107.
- Gouvernement Britannique (1999). Modernizing government. Report Presented to Parliament by the Prime Minister and the Minister for the Cabinet Office. (www.cabinet-office.gov.uk/moderngov/whtpaper/index.htm)
- Guthrie, J.T. (1988). Locating information in documents: examination of a cognitive model. Reading Research Quarterly, 23, 178-199.
- Hervé, M., (1997). Nouvelles technologies de l'information et démocratie : les expériences menées à Parthenay. Transversales, Sciences et Cultures, juillet-août 1997, n°46, 6 p. <http://www.globenet.org/horizon-local/transver/46.html>
- Jégou, G. (2001). Recherche d'informations dans les portails Internet : Vieillesse cognitive et stratégie de sélection. Mémoire pour le Diplôme d'Etudes Approfondies en psychologie. Université de Poitiers : Laboratoire Langage et Cognition.
- Jégou, G., Andréo, P. & Rouet, J.-F. (2001). Le rôle de la structuration de la tâche lors de la recherche d'informations dans un site Web. In E. de Vries, J.ph. Pernin & P.-P. Peyrin (Dir.) Actes du Cinquième Colloque Hypermédias et Apprentissages (pp. 291-298). Paris : INRP et EPI.
- Jodelet, D. (1997). Les représentations sociales. Paris : Presses Universitaires de France.
- Katz, J.E., & Aspden, P. (1997). A nation of strangers ? Communications of the ACM, 40, 81-86.
- Kintsch, W. (1998). Comprehension: a paradigm for Cognition. Cambridge, MA: Cambridge University Press.

- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being ? American Psychologist, 53, 1017-1031.
- Lazonder, A.W., Biermans, H.J.A., & Wopereis, I.G.J.H. (2000). Differences between novice and experienced users in searching information on the World Wide Web. Journal of the American Society for Information Science, 51, 576-581.
- Lévy, P. (1990). Les technologies de l'intelligence: l'avenir de la pensée à l'ère informatique. Paris: Editions La Découverte.
- Lévy, P. (2000). Cyberculture. Rapport au conseil de l'Europe. Paris : Editions Odile Jacob.
- Marquié, J.-C. (2001). Changements cognitifs, contraintes de travail, et expérience : les marges de manœuvre du travailleur vieillissant. In J.-C. Marquié, D. Paumès & S. Volkoff (Eds.) Le travail au fil de l'âge (pp. 211-244). Toulouse : Editions Octarès.
- Marquié, J.-C., & Baracat, B. (2001). Les plus de 45 ans dans un contexte technologique mouvant. In J.-C. Marquié, D. Paumès & S. Volkoff (Eds.) Le travail au fil de l'âge (pp. 359-375). Toulouse : Editions Octarès.
- Marquié, J.C., Jourdan-Boddaert, L. & Huet, N. (2002). Do older adults underestimate their actual computer knowledge ? Behaviour and Information Technology,
- Mattelart, A. (2001). Histoire de la société de l'information. Paris : La Découverte.
- Mohageg, M.F. (1992). The influence of hypertext linking structures on the efficiency of information retrieval. Human Factors, 34(3), 351-367.
- Mucchielli, A. (1998). Les sciences de l'information et de la communication. Ed. Hachette supérieur.
- Rouet, J.-F. (2002). "What was I looking for ?" The influence of task specificity and prior knowledge on students search strategies in hypertext. Interacting with Computers.
- Rouet, J.F. & Chollet, K. (1998). Chercher de l'information dans un document complexe: Evolution des stratégies cognitives entre 9 et 13 ans. Atelier de conjoncture de la Société Française de Psychologie "Apprendre à l'Ecole", Nantes, 5 et 6 mars.
- Rouet, J.-F. & Tricot, A. (1998). Chercher de l'information dans un hypertexte: vers un modèle des processus cognitifs. in A. Tricot & J.-F. Rouet (Eds.) Hypertextes et Hypermédiats (pp. 57-74). Paris: Hermès.
- Rouquette, C. (2002). Un tiers des adultes ont déjà utilisé Internet. Insee Première, no 850, juin 2002.

- Salthouse, T. A. (1996). The processing-speed theory of adult age differences in Cognition, Psychology and Aging, 4, 403-428.
- Scardigli V. (1992). Les sens de la technique. Collection PUF-Sociologie d'aujourd'hui.
- Schnotz, W. (2001). Sign systems, technologies, and the acquisition of knowledge. In J.-F. Rouet, J.J. Levonen & A. Biardeau (Eds.). Multimedia learning: cognitive and instructional issues (pp. 9-30). London: Elsevier Science.
- Siegler, R.S., Adolph, K., & Lemaire, P. (1996). Strategy choices across life span. In L. Reder (Ed.), Implicit memory and metacognition. (pp.79-122). Mahwah, NJ: LEA.
- Syssau A. (1998). Le vieillissement de la mémoire : approche globale et approche analytique. L'Année psychologique, 98, 451-473.
- Westerman, S.J., Davies, D.R., Glendon, A.I., Stammers, R.B. & Matthews, G. (1995). Age and cognitive ability as predictors of computerized information retrieval. Behaviour and Information Technology, 14, 313-326.
- Wolton, D. (2000). Internet, et après ? Une théorie critique des nouveaux médias. Paris : Flammarion, coll. Champs.
- Wright, P. (1991). Cognitive overheads and prostheses: Some issues in evaluating hypertexts. In R. Furuta & D. Stotts (Eds.) Proceedings of the Third ACM Conference on Hypertext (pp. 1-12). New York, NY: ACM Press.

ANNEXES

N.B. les annexes sont numérotées à partir du chapitre et de l'ordre de citation dans le chapitre.

Annexe 2.2. Composition de la population de la CAP de 20 ans et plus hors étudiants en pourcentage, par genre, âge et CSP

Tranche d'âge (en années)	20-24		25-29		30-39		40-49		50-59		> à 60		Tot.
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	
1. Agriculteurs, exploitants	0	0	0,1	0	0	0	0,1	0	0,1	0	0	0	0,3
2. Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	0	0	0,1	0,1	0,6	0,2	0,8	0,3	0,7	0,3	0,1	0,1	3,3
3. Cadres, professions intellectuelles sup.	0,2	0,1	0,7	0,6	1,9	1	2,2	1,1	1,4	0,5	0,2	0,1	10
4. Professions intermédiaires	0,8	0,8	1,5	1,4	2,7	2,4	2,2	1,8	1,4	0,9	0,2	0,1	16,2
5. Employés	0,6	2,2	0,8	3	1,7	5	1,2	3,9	0,8	2,4	0,1	0,4	22,1
6. Ouvriers	1,6	0,4	2	0,3	3,2	0,8	2,3	0,8	1,6	0,6	0,1	0,1	13,8
7. Retraités	0	0	0	0	0	0	0	0,1	0,8	0,6	9,7	11,2	22,4
8. Autres sans activité professionnelle	0,2	0,3	0,2	0,6	0,4	1,5	0,3	1,7	0,3	2,1	0,1	4,2	11,9
Totaux	3,4	3,8	5,4	6	10,5	10,9	9,1	9,7	7,1	7,4	10,5	16,2	100

Annexe 2.3. Composition des candidatures reçues par genre, âge et CSP

Tranche d'âge (en années)	20-24		25-29		30-39		40-49		50-59		> à 60		Tot.
	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	
1. Agriculteurs, exploitants	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2. Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	0,2	0	0	0	0,4	0	0,2	0,2	0	0	0	0	1,1
3. Cadres, professions intellectuelles sup.	0	0,2	0,7	0,7	4,1	1,5	4,3	3,0	2,4	2,0	1,1	0	20
4. Professions intermédiaires	0,7	0,2	2,2	1,1	3,5	1,5	2,8	2,0	0,4	1,3	0,2	0,2	16,1
5. Employés	0,7	1,1	1,1	1,7	2,4	3,7	3,5	3,3	2,0	1,5	0	0	20,9
6. Ouvriers	0,7	0,2	0,4	0	2,6	0	1,3	0	0,4	0	0,2	0	5,9
7. Retraités	0	0	0	0	0	0	0	0	1,5	0,9	8,5	2,6	13,5
8. Autres sans activité professionnelle	4,8	4,8	3,5	1,1	2,6	1,5	2,8	0,4	0,7	0,4	0	0	22,6
Totaux	7	6,5	7,8	4,6	15,7	8,3	15	8,9	7,4	6,1	10	2,8	100

Annexe 2.4. Questions sur les logiciels Internet

A. Boutons et options du navigateur Internet Explorer

" Je vais à présent vous poser quelques questions sur le navigateur Internet Explorer ®. Si vous ne connaissez pas la réponse, dites-le moi. "

- 1) Savez-vous à quoi sert le bouton Arrêter ? (Réponse : interrompre le téléchargement d'une page).
- 2) Savez-vous à quoi sert le bouton Actualiser ? (Réponse : recharger la page, vérifier que l'on dispose de la dernière version de la page Web active).
- 3) a) " Est-ce que vous savez à quoi sert l'Historique ? (Réponse : rechercher des pages récemment consultées).
b) " Si oui, est-ce que vous vous en servez régulièrement ? "
- 4) a) " Est-ce que vous savez à quoi servent les Favoris ? (Réponse : ajouter des pages favorites à une liste pour y accéder rapidement et avec facilité par la suite). b) b) " Est-ce que vous vous en servez ? "
c) " Si non, pourquoi ?"
d) (Si le participant connaît et/ou se sert des Favoris :) Montrez-moi en ajoutant le site actuel à vos Favoris" (Si la tâche est réussie : " A présent supprimez-le ", le faire si la personne n'y arrive pas).
- 5) " Savez-vous comment rendre un site disponible hors connexion pour pouvoir le re-consulter plus tard sans être connecté ? Montrez-moi. (Réponse : favoris > ajouter ou organiser (si le site est déjà dans les Favoris) > cocher la case "rendre disponible hors connexion ")
- 6) " Savez-vous régler la taille des caractères pour que ce soit écrit en plus gros ou en plus petit ? Montrez-moi. (Réponse : menu déroulant " Affichage " > Taille du texte >).
- 7) a) " Savez-vous ce qu'est la page de démarrage d'Internet Explorer? "
(Réponse : page qui s'affiche lorsque l'on ouvre le navigateur).
b) " Savez-vous changer la page de démarrage de votre navigateur ? Montrez-moi.
(Paramétrage : Outils > Options Internet > Général > dans le zone " Page de démarrage " taper l'url ou cliquer sur l'un des boutons " page en cours ", " page par défaut " et " page vierge ").
- 8) a) " Les " cookies ", est-ce que ça vous dit quelque chose (à part les gâteaux...) ? ".
(Réponse : " Fichier créé par certains sites Web sur le disque dur de l'utilisateur")
b) Comment peut-on paramétrer les " Cookies " ? Montrez-moi
(Réponse : Outils > Options internet > Sécurité > Personnaliser le niveau > menu avec ascenseur jusqu'à " Cookies " et deux niveaux de paramétrages : " Cookies par session " et " Cookies stockés " puis Répondre " Oui " au message d'avertissement).

B. Logiciel Microsoft Outlook Express®

1) " Pouvez-vous me dire à quoi servent les dossiers suivants : "

- a) Boîte de réception (Réponse : stockage des e-mails reçus).
- b) Boîte d'envoi (Réponse : lorsque vous composez un message hors ligne, il est enregistré dans la " Boîte d'envoi " et envoyé automatiquement lors de votre prochaine connexion).
- c) Éléments envoyés (Réponse : par défaut, Outlook Express® conserve une copie du courrier envoyé dans le dossier " Éléments envoyés ").
- d) Éléments supprimés (Réponse : lorsque vous supprimez un message il est alors placé dans le dossier " Éléments supprimés ").
- e) Brouillon (Réponse : lorsque vous enregistrez un message pour le retravailler plus tard, celui-ci est conservé dans le dossier " Brouillons ").

2) a) " Savez-vous ce qu'est le carnet d'adresses d' Outlook Express® et à quoi ça sert ? "

(Réponse : le carnet d'adresses permet d'enregistrer des informations concernant vos contacts et de leur écrire sans avoir à taper l'adresse)

- b) Vous en servez-vous ? oui non
- c) Si oui combien de contacts avez-vous enregistrés ? "

3) " Savez-vous envoyer un courrier électronique à plusieurs personnes en même temps ? Si oui, montrez-moi mais sans l'envoyer "

(Réponses :

Première méthode : dans le champ " A " écrire les adresses des destinataires en les séparant d'un point-virgule.

Deuxième méthode : lors de la composition d'un nouveau message = cliquer sur le bouton " A " pour ouvrir le Carnet d'Adresses puis double cliquez sur les Contacts à qui envoyer le courrier ou cliquez une fois sur le nom puis cliquez sur " A ". Pour envoyer une copie à une ou plusieurs personnes la procédure est la même mais avec le bouton " Cc " .

Troisième méthode : créer une liste de diffusion = Carnet d'Adresses > Fichiers > Nouveau Groupe > donner un nom au Groupe et cliquer sur Sélectionner les membres).

4) Savez-vous régler la taille des caractères des courriers électroniques que vous recevez ? Montrez-moi (Réponse : menu déroulant " Affichage " > Taille du texte).

5) a) " Outlook Express® peut vous servir à accéder à un autre service que les courriers électroniques, savez-vous lequel ?

(Réponse : les forums de discussions (newsgroups) sur Usenet).

b) Si oui, vous en servez-vous ?

c) Si oui, à combien de forums êtes-vous abonné ? "

6) " Savez-vous comment joindre un fichier, comme une image par exemple, à votre e-mail ? Si oui, montrez-moi sans envoyer le message "

(Réponse : dans la fenêtre " Nouveau message " cliquez sur le bouton " Joindre ", ou dans le menu déroulant " Insertion " cliquez sur " Pièce jointe ", sélectionnez le fichier puis cliquez sur " Joindre ". Dans la fenêtre " Nouveau message ", un nouveau champ intitulé " Joindre " apparaît sous le champ " Objet ". Annuler.)

Annexe 4.1. Question sur la fréquence d'usage des différents services d'Internet Q13).

Indiquer dans quelle mesure vous utilisez chacun des services cités ci-dessous ?
Il se peut que vous ne connaissiez pas l'un de ces services ; dans ce cas, cochez la colonne
« Service inconnu ».

	inconnu	+ fois par jour	1 fois par jour	2 à 5 par semain e	1 à 3 fois par mois	moins souvent	jamais
A. consultation du courrier électronique							
B. commerce électronique							
C. recherche d'informations							
D. participer à des groupes de discussion							
E. écrire en direct (chat)							
F. jouer tout seul							
G. jouer en interaction avec d'autres							
H. télésurveillance							
I. caméra à distance (webcam)							
J. échange avec les administrations							
K. téléchargement de programmes							
L. consultation d'informations locales							
M. Web-TV							

Annexe 4.2. Distribution des utilisations des services Web au cours des enquêtes 2, 3 et 4.Base = 76 participants.

NB. 0 = service inconnu, de 1 = jamais à 6 = plusieurs fois par jour, 7 = pas de réponse

Signification des codes A - M : Cf. Annexe 4.1.

E4	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
0	0	4	0	1	1	0	1	8	6	2	1	0	7
1	1	33	1	60	55	41	67	66	65	31	27	14	57
2	1	29	2	9	12	13	4	0	3	27	22	21	5
3	5	6	24	3	2	9	3	0	2	10	22	30	2
4	23	3	33	1	1	4	1	0	0	6	1	7	2
5	36	0	12	2	1	4	0	0	0	0	1	3	1
6	10	0	4	0	1	4	0	0	0	0	1	1	0
7	0	1	0	0	3	1	0	2	0	0	1	0	2
%	97	12	96	8	7	28	5	0	3	21	33	54	7
E3	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
0	0	1	0	2	0	2	2	8	2	0	3	0	8
1	0	47	0	53	49	40	62	64	68	33	22	7	46
2	1	19	1	9	13	13	7	1	4	19	24	11	11
3	6	6	24	8	6	4	0	1	0	15	16	34	3
4	17	1	32	1	5	6	1	0	0	3	5	19	3
5	43	1	11	0	1	7	1	0	0	2	1	2	2
6	9	0	8	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
7	0	1	0	3	2	2	3	2	2	4	5	3	3
%	99	11	99	12	16	25	3	1	0	26	29	72	11
E2	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
0	0	3	0	4	10	5	7	20	16	5	9	0	16
1	0	49	0	54	43	34	55	49	51	45	21	6	41
2	2	10	0	10	9	7	7	0	2	12	18	9	6
3	8	4	9	1	1	7	2	1	2	7	15	21	3
4	19	2	45	2	4	8	0	0	0	1	8	28	5
5	34	0	13	0	1	4	0	0	0	2	1	6	0
6	8	0	4	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0
7	5	8	5	5	8	6	5	6	5	4	4	6	5
%	91	8	93	4	8	32	3	1	3	13	32	72	11

Annexe 4.3. Pourcentage d'utilisateurs réguliers des différents types de services lors des enquêtes 2, 3 et 4, selon les variables individuelles.

Différences selon la variable "genre"

	Hommes			Femmes			E4 : différence
	E2	E3	E4	E2	E3	E4	
courrier élect.	88,24	100	94,12	92,86	97,62	100	5,88
commerce élect.	5,88	8,82	14,71	9,52	11,90	9,52	-5,18
recherche d'info	91,18	97,06	94,12	95,24	100	97,62	3,50
groupes de discussion	2,94	2,94	5,88	4,76	19,05	9,52	3,64
"chat"	11,76	17,65	5,88	4,76	14,29	7,14	1,26
jouer seul	29,41	23,53	29,41	33,33	26,19	26,19	-3,22
jouer "online"	2,94	2,94	8,82	2,38	2,38	2,38	-6,44
télesurveillance	0,00	0,00	0,00	2,38	2,38	0,00	0,00
webcam	2,94	0,00	0,00	2,38	0,00	4,76	4,76
échange avec admin.	8,82	23,53	26,47	16,67	28,57	16,67	-9,80
téléchargements	35,29	38,24	41,18	28,57	21,43	26,19	-14,99
infos locales	73,53	67,65	47,06	71,43	76,19	59,52	12,46
Web-TV	14,71	11,76	8,82	7,14	9,52	4,76	-4,06

Différences selon le niveau d'âge

	Supérieur à Bac + 2			Bac à Bac + 2			Secondaire			Dif. E4
	E2	E3	E4	E2	E3	E4	E2	E3	E4	
recherche d'info	95,65	100	91,30	90,32	96,77	96,77	95,45	100	100	8,70
courrier élect.	86,96	100	95,65	93,55	100	100	90,91	95,45	95,45	-0,20
infos locales	78,26	82,61	52,17	64,52	58,06	32,26	77,27	81,82	86,36	34,19
téléchargements	30,43	43,48	43,48	29,03	29,03	29,03	36,36	13,64	27,27	-16,21
jouer seul	30,43	8,70	13,04	25,81	22,58	19,35	40,91	45,45	54,55	41,50
échange avec admin.	8,70	17,39	21,74	6,45	19,35	16,13	27,27	45,45	27,27	5,53
commerce élect.	4,35	17,39	13,04	9,68	6,45	6,45	9,09	9,09	18,18	5,14
"chat"	0,00	13,04	8,70	16,13	16,13	0,00	4,55	18,18	13,64	4,94
Web-TV	13,04	13,04	4,35	0,00	3,23	6,45	22,73	18,18	9,09	4,74
groupes de discussion	0,00	17,39	4,35	6,45	9,68	6,45	4,55	9,09	13,64	9,29
jouer "online"	0,00	4,35	0,00	3,23	0,00	6,45	4,55	4,55	9,09	9,09
webcam	4,35	0,00	4,35	3,23	0,00	0,00	0,00	0,00	4,55	0,20
télesurveillance	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4,55	4,55	0,00	0,00

Annexe 4.4. Pourcentage d'utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois) des sites Web selon les variables individuelles.

Usages des hommes et des femmes, différence observée à l'enquête 4.

Groupe	Hommes			Femmes			différence enquête 4
	E2	E3	E4	E2	E3	E4	
Mot. rech., annuaires	88,24	82,35	79,41	78,57	73,81	76,19	-3,22
Actu gen.	55,88	61,76	61,76	69,05	66,67	57,14	-4,62
Actu informatique	26,47	26,47	20,59	11,90	16,67	14,29	-6,30
Constr. Inf., logiciels	20,59	14,71	20,59	9,52	7,14	2,38	-18,21
Voyages	38,24	44,12	44,12	50,00	45,24	50,00	5,88
Actu de l'internet	35,29	32,35	29,41	16,67	21,43	21,43	-7,98
Infos ciné	23,53	26,47	5,88	42,86	38,10	35,71	29,83
Météo	44,12	44,12	41,18	50,00	54,76	54,76	13,59
Jeux	32,35	35,29	26,47	40,48	33,33	23,81	-2,66
Actu sportive	41,18	35,29	41,18	14,29	16,67	4,76	-36,41
Actu éco. et financière	20,59	23,53	14,71	19,05	30,95	19,05	4,34
pet. ann. d'emploi	11,76	11,76	17,65	21,43	23,81	26,19	8,54
distrib. de CD audio	17,65	8,82	8,82	14,29	9,52	9,52	0,70
Banques	17,65	38,24	52,94	35,71	47,62	64,29	11,34
Matériel Hi-fi, photo	5,88	11,76	11,76	7,14	2,38	14,29	2,52
Sites d'enchères	14,71	11,76	8,82	14,29	4,76	7,14	-1,68
Autos-Motos	26,47	17,65	23,53	11,90	11,90	7,14	-16,39
distrib. de livres	14,71	11,76	8,82	19,05	23,81	28,57	19,75
Sites d'héberg. de pages perso	17,65	17,65	20,59	7,14	11,90	14,29	-6,30
Sites de l'admin.	20,59	23,53	20,59	16,67	26,19	28,57	7,98
Érotisme	11,76	11,76	11,76	2,38	2,38	0,00	-11,76
pet. ann. immo.	17,65	8,82	8,82	7,14	4,76	19,05	10,22
pet. ann. auto.	20,59	17,65	17,65	11,90	4,76	11,90	-5,74
Mode	11,76	2,94	2,94	11,90	21,43	19,05	16,11
Cosmétique	2,94	0,00	0,00	16,67	16,67	23,81	23,81
distrib. de vin	5,88	2,94	8,82	2,38	2,38	0,00	-8,82
Comptes d'entreprises	2,94	0,00	0,00	0,00	7,14	4,76	4,76
Autres produits alimentaires	2,94	5,88	0,00	7,14	2,38	2,38	2,38

Annexe 4.4 (suite). Evolution des usages des sites Web selon les variables individuelles.Usages selon l'âge, différence entre participants âgés et jeunes observée à l'enquête 4.

	20-36 ans			37-53 ans			54-76 ans		
	E2	E3	E4	E2	E3	E4	E2	E3	E4
Mot. rech., annuaires	80,95	95,24	85,71	86,21	75,86	79,31	80,77	65,38	69,23
Actu gen.	71,43	85,71	61,90	65,52	65,52	75,86	53,85	46,15	38,46
Actu informatique	33,33	38,10	23,81	13,79	20,69	17,24	11,54	7,69	11,54
Constr. Inf., logiciels	33,33	23,81	28,57	6,90	6,90	3,45	7,69	3,85	3,85
Voyages	57,14	61,90	52,38	37,93	41,38	44,83	42,31	34,62	46,15
Actu de l'internet	33,33	38,10	33,33	24,14	24,14	24,14	19,23	19,23	19,23
Infos ciné	47,62	42,86	23,81	34,48	37,93	34,48	23,08	19,23	7,69
Météo	57,14	61,90	61,90	37,93	48,28	48,28	50,00	42,31	38,46
Jeux	47,62	33,33	33,33	37,93	44,83	27,59	26,92	23,08	15,38
Actu sportive	42,86	38,10	38,10	20,69	13,79	10,34	19,23	26,92	19,23
Actu éco. et financière	14,29	23,81	19,05	13,79	20,69	6,90	30,77	38,46	26,92
pet. ann. d'emploi	38,10	28,57	38,10	17,24	20,69	20,69	0,00	7,69	11,54
distrib. de CD audio	28,57	19,05	19,05	20,69	10,34	6,90	0,00	0,00	3,85
Banques	42,86	66,67	76,19	20,69	34,48	55,17	23,08	34,62	50,00
Matériel Hi-fi, photo	14,29	19,05	28,57	3,45	3,45	13,79	3,85	0,00	0,00
Sites d'enchères	23,81	9,52	14,29	17,24	10,34	6,90	3,85	3,85	3,85
Autos-Motos	28,57	23,81	19,05	20,69	13,79	10,34	7,69	7,69	15,38
distrib. de livres	4,76	14,29	19,05	27,59	20,69	24,14	15,38	19,23	15,38
Sites d'héberg. de pages perso	19,05	28,57	28,57	6,90	13,79	20,69	11,54	3,85	3,85
Sites de l'admin.	19,05	28,57	28,57	24,14	34,48	41,38	11,54	11,54	3,85
Erotisme	19,05	19,05	14,29	3,45	3,45	3,45	0,00	0,00	0,00
pet. ann. immo.	28,57	14,29	19,05	3,45	0,00	13,79	7,69	7,69	11,54
pet. ann. auto.	28,57	14,29	23,81	17,24	13,79	10,34	3,85	3,85	11,54
Mode	19,05	9,52	19,05	10,34	24,14	13,79	7,69	3,85	3,85
Cosmétique	23,81	9,52	23,81	6,90	13,79	10,34	3,85	3,85	7,69
distrib. de vin	4,76	4,76	0,00	0,00	0,00	3,45	7,69	3,85	7,69
Comptes d'entreprises	4,76	4,76	4,76	0,00	3,45	3,45	0,00	3,85	0,00
Autres produits alimentaires	4,76	14,29	0,00	6,90	0,00	3,45	3,85	0,00	0,00

Annexe 4.4 (suite). Evolution des usages des sites Web selon les variables individuelles.

Usages selon le niveau d'études. différence entre niveau secondaire et supérieur observée à l'enquête 4.

	Supérieur (Bac+3)			Intermédiaire (bac à bac+2)			Secondaire		
	E2	E3	E4	E2	E3	E4	E2	E3	E4
Mot. rech., annuaires	78,26	69,57	65,22	83,87	77,42	83,87	86,36	86,36	81,82
Actu gen.	65,22	73,91	65,22	61,29	54,84	45,16	63,64	68,18	72,73
Actu informatique	17,39	21,74	30,43	12,90	16,13	3,23	27,27	27,27	22,73
Constr. Inf., logiciels	17,39	4,35	4,35	16,13	12,90	9,68	9,09	13,64	18,18
Voyages	52,17	47,83	47,83	38,71	45,16	51,61	45,45	40,91	40,91
Actu de l'internet	21,74	34,78	17,39	16,13	9,68	16,13	40,91	40,91	45,45
Infos ciné	26,09	34,78	17,39	32,26	25,81	22,58	45,45	40,91	27,27
Météo	30,43	52,17	39,13	67,74	54,84	54,84	36,36	40,91	50,00
Jeux	34,78	26,09	17,39	38,71	32,26	19,35	36,36	45,45	40,91
Actu sportive	13,04	21,74	13,04	29,03	19,35	22,58	36,36	36,36	27,27
Actu éco. et financière	30,43	34,78	17,39	9,68	25,81	9,68	22,73	22,73	27,27
pet. ann. d'emploi	21,74	17,39	21,74	12,90	9,68	12,90	18,18	31,82	36,36
distrib. de CD audio	17,39	4,35	0,00	16,13	9,68	12,90	13,64	13,64	13,64
Banques	26,09	34,78	52,17	25,81	41,94	67,74	31,82	54,55	54,55
Matériel Hi-fi, photo	13,04	4,35	13,04	3,23	9,68	12,90	4,55	4,55	13,64
Sites d'enchères	26,09	17,39	4,35	9,68	3,23	12,90	9,09	4,55	4,55
Autos-Motos	21,74	21,74	17,39	16,13	9,68	6,45	18,18	13,64	22,73
distrib. de livres	13,04	26,09	21,74	9,68	6,45	16,13	31,82	27,27	22,73
Sites d'héberg. de pages perso	8,70	17,39	13,04	12,90	16,13	19,35	13,64	9,09	18,18
Sites de l'admin.	13,04	21,74	26,09	9,68	19,35	16,13	36,36	36,36	36,36
Erotisme	0,00	4,35	0,00	12,90	9,68	6,45	4,55	4,55	9,09
pet. ann. immo.	8,70	4,35	8,70	6,45	0,00	16,13	22,73	18,18	18,18
pet. ann. auto.	17,39	13,04	21,74	12,90	6,45	6,45	18,18	13,64	18,18
Mode	0,00	17,39	8,70	16,13	9,68	12,90	18,18	13,64	13,64
Cosmétique	4,35	4,35	4,35	16,13	6,45	12,90	9,09	18,18	22,73
distrib. de vin	0,00	0,00	0,00	3,23	0,00	3,23	9,09	9,09	9,09
Comptes d'entreprises	0,00	8,70	4,35	3,23	0,00	3,23	0,00	4,55	0,00
Autres produits alimentaires	0,00	0,00	0,00	9,68	6,45	0,00	4,55	4,55	4,55

Annexe 5.1. Termes et expressions cités en réponse à la question "Quels sont les mots qui vous viennent à l'esprit quand vous pensez à Internet ?"

NB. Certains termes à l'orthographe incertaine ont été conservés tels qu'ils étaient rédigés par les participants ou rapportés par les enquêteurs.

Enquête 1

Mots cités par au moins deux personnes (ordre de fréquence décroissante, n=34) :

communication (33) ; information (26) ; web (13) ; email (10) ; recherche (9) ; site (7) ; découverte (6) ; échange (6) ; multimédia (6) ; réseau (6) ; surfer (6) ; culture (5) ; avenir (4) ; dialogue (4) ; mondial (4) ; rapidité (4) ; toile (4) ; courrier (3) ; informatique (3) ; monde (3) ; ordinateur (3) ; ouverture (3) ; start-up (3) ; connaissance (2) ; enrichissement (2) ; futur (2) ; modernité (2) ; ouverture sur le monde (2) ; partage (2) ; progrès (2) ; rencontre (2) ; universalité (2) ; virus (2) ; voyage (2)

Mots cités par une personne (ordre alphabétique, n=98) :

accès ; accessibilité ; actualité ; amusement ; AOL ; apprendre ; argent ; cédérom ; chat ; cliquer ; commerce ; communication interactive ; communiquer ; communiquer très loin ; complexité ; compliqué ; confus ; contact indirect ; convivialité ; correspondance ; correspondre ; courrier électronique ; couverture ; curiosité ; découvrir ; diffusion mondiale ; discussions ; divertissement ; données ; échange - achat ; échange de culture ; efficacité ; électronique ; élitiste ; enrichissement (culture) ; enrichissement personnel ; évolution ; facilité de recherche ; forfaits ; formation ; formidable ; fournisseur ; gains de temps ; onéreux ; html ; images ; info-net ; informations dangereuse ; innovation ; interaction ; interactivité ; intercommunication ; interconnexion ; international ; internationalisation ; intranet-extranet ; libre échange ; loisirs ; maniement précis ; manipulation ; méfiance ; messagerie ; Microsoft ; m'informer ; modem ; moins de solitude ; monde entier ; mondial/réseau ; mondialisation ; moteur de recherche ; multiculturel ; net business ; nouveau ; nouveautés ; nouvelles connaissances ; nouvelles technologies ; ouverture au monde ; rapidité d'information ; recherche approfondie ; recherche d'information ; relation ; réseau mondial ; ressources d'informations ; rêve ; risqué ; risques ; saturation ; sciences et techniques ; site internet ; surf ; technologies nouvelles ; téléphone ; utilité ; vaste ; virtuel ; vitesse ; Wanadoo ; world

Enquête 2

Cités par au moins deux personnes (n=54) : communication (23) ; recherche (17) ; information (15) ; web (13) ; curiosité (7) ; échange (7) ; culture (6) ; e-mail (6) ; moteur de recherche (6) ; rapidité (6) ; surfer (6) ; courrier (5) ; site (5) ; connaissance (4) ; jeux (4) ; navigateur (4) ; réseau (4) ; voyage (4) ; Wanadoo (4) ; cd-rom (3) ; connexion (3) ; courrier électronique (3) ; découverte (3) ; dictionnaire (3) ; mondial (3) ; naviguer (3) ; surf (3) ; toile (3) ; universalité (3) ; accessibilité (2) ; actualité (2) ; amusement (2) ; bazar (2) ; commerce (2) ; correspondance (2) ; courrier électrique (2) ; diversité (2) ;

encyclopédie (2) ; évasion (2) ; facilité (2) ; liberté (2) ; lien (2) ; nouveauté (2) ; ordinateur (2) ; ouverture (2) ; pratique (2) ; proximité (2) ; publicité (2) ; recherche d'infos (2) ; relation (2) ; renseignement (2) ; serveur (2) ; utile (2) ; Yahoo (2)

cités par une personne (n=142): 24/24 ; accès difficile ; achat ; actuel ; adresse ; adresse électronique ; agressif ; amitié ; appréhension (pour l'utiliser) ; apprendre ; apprentissage ; approfondir ; attrayante ; autoroute ; avancée ; avenir ; banque ; bibliothèque ; Bill Gates ; boîte d'infos générales et mondiale ; bombardement d'infos difficile à vérifier ; business ; cadeau ; centre d'intérêt ; chargement ; chat ; cinéma ; communiquer ; complexité ; complication ; compliqué ; contact ; contacts éloignés ; convivialité ; coût ; coût de communication ; création d'emploi ; dangereux ; déception ; découverte sur le monde ; délicat ; dépasser les frontières ; déroulant ; difficile ; difficultés ; discussion ; divertissement ; données bancaires ; gestion de compte ; échange différent ; électrique ; empire ; enchères ; enrichissement ; envahissant ; envie ; envoyer ; espace de découverte ; étonnement (de certaines choses) ; étranger ; explorer ; foisonnement ; formation ; fouloir ; gestion d'un site ; global english ; hasard ; HIML ; e_formation ; idées ; imprécis ; inconnu ; inexploité (pour moi pas assez renseignée, assidue) ; infini ; informatique ; inquiétudes ; intéressant ; intérêt ; international ; interprétation ; le net ; lenteur ; longueur ; magins (sic.) ; magique ; mail ; matériel ; méfiance ; messagerie ; miraculeuse ; mon dieu ; mot commercial ; MP3 ; musique ; net ; non sécurisé ; nouvelle vie ; ola ; outil ; outil extraordinaire ; ouverture à toutes sortes d'infos ; ouverture sur le monde ; perversité ; petites annonces ; peur ; plantage ; point com ; possibilités multiples ; progrès ; proximité des renseignements ; raccourci ; rapide ; recevoir ; rechercher (des infos) ; renseignement (base de) ; réponse à tout ; rester dans le coups ; rigueur ; scientifique ; simplicité ; sites artistiques ; souris ; sport ; sublook express (sic.) ; suraloderer (sic.) ; surmédiation ; surpris ; technique innovante ; téléchargement ; téléphonie ; télétravail ; transfert ; USA ; utilité ; vague ; vaste ; vente ; virus ; visites ; voyages ; vulgarisation scientifique ; webeur (sic.) ; www

Enquête 3

Cités par au moins deux personnes (n=43) : Communication (37) ; Information (29) ; Recherche (21) ; Web (12) ; E-mail (11) ; Rapidité (11) ; Echange (9) ; Courrier (8) ; Site (8) ; Mondial (6) ; Commerce (5) ; Curiosité (5) ; Surfer (5) ; Connaissances (4) ; Culture (4) ; Découverte (4) ; International (4) ; Jeux (4) ; Messagerie (4) ; Wanadoo (4) ; Contact (3) ; Courrier électronique (3) ; Documentation (3) ; informatique (3) ; Monde (3) ; Moteur de recherche (3) ; Réseau (3) ; Voyage (3) ; Accessibilité (2) ; Achat (2) ; Adresse (2) ; Chat (2) ; Dialogue (2) ; Difficulté (2) ; Divertissement (2) ; Intérêt (2) ; Lenteur (2) ; Logiciel (2) ; Loisirs (2) ; Mondialisation (2) ; Ouverture (2) ; Renseignement (2) ; Toile (2)

Cités par une personne (n=114) : Apprentissage ; Argent ; Attractif ; Bazar (désordre) ; Beaux arts ; Bibliothèque ; Boite aux lettres ; Casse pied ; Commerce électronique ; Commodité ; Complexité ; Convivialité ; Correspondance ; Coût ; Création ; Décevant ; Dictionnaire ; Echange de savoirs ; Economie ; En phase avec aujourd'hui ; Encombrement ; Evasion ; Facile ; Facilité ; Facilité d'accès ;

Fatigant ; Fenêtre ; Fiasco ; Formation ; Formidable ; Forum ; Fraude ; Gain de temps ; Globalité ; Hacker ; [illisible] ; Indépendance ; Interaction ; Interactif ; Interactive ; Inter-communication ; intéressant ; Internaute ; Internet ; Lecture ; Liberté ; Ligne ; Lien ; Local ; Mail ; Mangeur de temps ; Message ; Message électronique ; Modem ; Mot clef ; MP3 ; Naviguer ; Organisation de planning ; Ouverture d'esprit ; Photos ; Piège ; Plaisir ; Qu'est-ce que c'est ; Pratique ; Précision ; Progrès ; Pseudonyme ; Rapide ; Rapidité de transmission ; Rapidité pour rechercher quelque chose ; Relations ; Relation pratique ; Satisfaction ; Savoir ce qu'est Internet ; Scanner ; Sexe ; Temps passé ; Tourisme ; Trouver ; Vente ; Webcam ; Yahoo ; Accès à l'information ; Adresse Internet ; Avenir ; Club ; Commode ; Communication internationale ; Communication par mail ; Complet ; Connexion ; Cookies ; Emploi ; Informatisé ; Instructif ; La bourse ; Le monde ; Menus ; Multimédia ; Multitude ; Navigation ; News ; Outil ; Outil de travail ; Page ; Portail ; Publicité ; Serveur ; Site Internet ; Surf ; Système ; Technologie ; Universel ; Virtuel

Enquête 4

Cités par au moins deux personnes (n=33) : Communication (24) ; Recherche (22) ; Information (16) ; Rapidité (12) ; Virus (12) ; Connaissances (7) ; Site (6) ; Web (6) ; Contact (5) ; E-mail (5) ; Echange (5) ; Courrier (4) ; Messagerie (4) ; Chat (3) ; Connexion (3) ; Convivialité (3) ; Culture (3) ; Jeux (3) ; Amitié (2) ; Communication mondiale (2) ; Courrier électronique (2) ; Curiosité (2) ; Découverte (2) ; Facilité (2) ; informatique (2) ; Mail (2) ; Mondial (2) ; Mondialisation (2) ; Pratique (2) ; Relations (2) ; Réseau (2) ; Surfer (2) ; Université (2)

Cités par une personne (n=98) : Accès ; Accès aux données bancaires ; Anglais ; Bcp de déchets ; Catch ; CD Rom ; Choix ; Collecte d'informations ; Commerce ; Commerce international ; Commodité ; Commodité ; Complicé ; Correspondance ; Courrier-relation ; Culture factice ; Désintérêt total ; Détail ; Dialogues facilités avec le courrier électronique ; Difficulté à trouver vite l'information ; Difficulté de tri ; Difficulté pour se connecter ; Disquette ; Divertissement ; Embêtement permanent ; Enseignement ; Envoi ; Explorer ; Facilité pour trouver des renseignements ; Favoris ; Forum ; Foule d'informations ; Futilité ; Globalité ; GlobalLocal ; Hoax (sic.) ; Impossibilité à trouver une information précise ; Indispensable ; Instructif ; Interconnexion ; International ; Internationalité ; Internaute ; Journaux ; Jpeg ; Lecture d'e-mail ; Liberté ; Lien ; Logiciel ; Loisirs ; Long ; Longueur ; Merveilleux ; Message ; Messagerie (facilité) ; Monde ; Monde nouveau ; MP3 ; Musique ; Navigation ; Ne voit pas ; Nouveauté ; Octet ; Ordinateur ; Outlook Express® Ouverture ; Ouverture sur le monde ; Pas facile ; Pas pratique ; Perte de temps ; Pix (sic.) ; Planète ; Portail ; Proximité ; Publipostage ; Rapprochement ; Ras le bol ; Recherche d'adresse ; Recherche d'informations ; Sauvegarde ; Savoir ; Site Internet ; SNCF ; Source de renseignements ; Sur-information ; Surf ; Téléchargement ; Temps ; Toile ; toile mondiale ; Très touffu ; Tri ; Utile ; Utilisation ; Vacances ; Variété ; Vaste ; Wanadoo

Annexe 5.2. Pourcentage des personnes qui "croient que (OUI)" ou que "sont sûres que (OUI)" Internet permet de..." selon l'enquête (base = 76 participants).

	Enquête 1 (sept 2000)	Enquête 2 (jan. 2001)	Enquête 3 (juil. 2001)	Enquête 4 (juil. 2002)
Répondre à toutes les demandes d'informations	69,74	63,16	65,79	63,16
se former à distance	63,16	57,89	61,84	63,16
s'informer sur les actualités	97,37	93,42	94,74	100,00
Elargir sa culture	96,05	92,11	96,05	93,42
créer et diffuser des informations	92,11	89,47	93,42	96,05
avoir des contacts avec les proches (familles, amis)	88,16	90,79	89,47	92,11
avoir des contacts avec des personnes locales	80,26	78,95	84,21	68,42
avoir des contacts avec des anonymes	78,95	76,32	78,95	73,68
s'ouvrir sur le monde	94,74	88,16	88,16	81,58
Faciliter ses échanges avec les administrations	68,42	53,95	65,79	64,47
Diminuer réellement la solitude	44,74	27,63	34,21	31,58
Tendre vers plus de justice sociale	7,89	2,63	9,21	9,21
faire son courrier	75,00	85,53	89,47	85,53
lutter contre les propagandes extrémistes	19,74	11,84	17,11	11,84
Mieux connaître le système administratif	46,05	38,16	35,53	39,47
lutter contre la pédophilie	17,11	15,79	17,11	9,21
il existe un risque de violation de votre vie privée	42,11	63,16	59,21	76,32
les escroqueries liées aux cartes bleues sont nombreuses	85,53	65,79	60,53	65,79
la pornographie se développe plus qu'avec les autres médias	71,05	63,16	71,05	73,68
la pédophilie se développe plus qu'avec les autres médias	59,21	60,53	56,58	69,74
les propagandes extrémistes augmentent leurs adhérents	50,00	46,05	43,42	52,63
la circulation des informations est contrôlée	27,63	36,84	34,21	21,05
l'espionnage international s'amplifie	35,53	42,11	27,63	34,21
l'information (pas toujours sûre) est un réel problème pour vous	59,21	48,68	52,63	50,00
la fracture sociale en France va s'accroître	40,79	36,84	52,63	39,47
on aura trop d'informations et ce sera un problème pour vous	21,05	27,63	35,53	23,68
il sera difficile de s'en passer	72,37	73,68	77,63	72,37
de nouveaux problèmes de société apparaissent	57,89	56,58	65,79	64,47
tout le monde sera obligé de l'utiliser, c'est un problème	32,89	35,53	38,16	34,21

Annexe 5.3. Nombre et pourcentage de participants qui se disent "assez" ou "très" intéressés par chacun des services Web proposés, selon la classe d'âge (base = 76 participants ayant répondu aux quatre enquêtes).

e-mail	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
21-36	18	20	16	17	85,71	95,24	76,19	80,95
37-53	22	27	27	23	75,86	93,10	93,10	79,31
54-79	16	21	25	26	61,54	80,77	96,15	100,00
<i>Somme</i>	56	68	68	66	73,68	89,47	89,47	86,84

Commerce électronique	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
21-36	3	6	4	6	14,29	28,57	19,05	28,57
37-53	4	2	5	8	13,79	6,90	17,24	27,59
54-79	2	0	2	5	7,69	0,00	7,69	19,23
<i>Somme</i>	9	8	11	19	11,84	10,53	14,47	25,00

Recherche d'Info	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
21-36	20	21	19	18	95,24	100,00	90,48	85,71
37-53	27	27	27	25	93,10	93,10	93,10	86,21
54-79	24	21	28	23	92,31	80,77	107,69	88,46
<i>Somme</i>	71	69	74	66	93,42	90,79	97,37	86,84

Groupes de discussion	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
21-36	9	3	2	2	42,86	14,29	9,52	9,52
37-53	9	8	6	4	31,03	27,59	20,69	13,79
54-79	3	2	5	0	11,54	7,69	19,23	0,00
<i>Somme</i>	21	13	13	6	27,63	17,11	17,11	7,89

Chat	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
21-36	7	4	6	4	33,33	19,05	28,57	19,05
37-53	8	7	8	5	27,59	24,14	27,59	17,24
54-79	4	3	7	0	15,38	11,54	26,92	0,00
<i>Somme</i>	19	14	21	9	25,00	18,42	27,63	11,84

Annexe 5.3 (suite).

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Jouer seul								
21-36	5	5	3	5	23,81	23,81	14,29	23,81
37-53	7	8	10	9	24,14	27,59	34,48	31,03
54-79	4	6	8	5	15,38	23,08	30,77	19,23
<i>Somme</i>	16	19	21	19	21,05	25,00	27,63	25,00

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Jouer Online								
21-36	9	5	3	2	42,86	23,81	14,29	9,52
37-53	7	5	5	4	24,14	17,24	17,24	13,79
54-79	2	0	4	1	7,69	0,00	15,38	3,85
<i>Somme</i>	18	10	12	7	23,68	13,16	15,79	9,21

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
télesurveillance								
21-36	2	1	0	0	9,52	4,76	0,00	0,00
37-53	1	1	0	2	3,45	3,45	0,00	6,90
54-79	3	0	2	3	11,54	0,00	7,69	11,54
<i>Somme</i>	6	2	2	5	7,89	2,63	2,63	6,58

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Webcam								
21-36	5	7	5	4	23,81	33,33	23,81	19,05
37-53	5	7	4	6	17,24	24,14	13,79	20,69
54-79	3	1	4	5	11,54	3,85	15,38	19,23
<i>Somme</i>	13	15	13	15	17,11	19,74	17,11	19,74

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Echange avec les admin.								
21-36	7	6	9	7	33,33	28,57	42,86	33,33
37-53	15	11	13	16	51,72	37,93	44,83	55,17
54-79	10	6	7	9	38,46	23,08	26,92	34,62
<i>Somme</i>	32	23	29	32	42,11	30,26	38,16	42,11

Annexe 5.3 (suite et fin).

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Téléchargements								
21-36	14	16	15	14	66,67	76,19	71,43	66,67
37-53	10	16	17	14	34,48	55,17	58,62	48,28
54-79	6	6	11	8	23,08	23,08	42,31	30,77
<i>Somme</i>	30	38	43	36	39,47	50,00	56,58	47,37

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Consult. d'Infos locales								
21-36	17	15	12	13	80,95	71,43	57,14	61,90
37-53	22	22	21	17	75,86	75,86	72,41	58,62
54-79	19	12	22	11	73,08	46,15	84,62	42,31
<i>Somme</i>	58	49	55	41	76,32	64,47	72,37	53,95

	Effectif				Pourcentage			
	E1	E2	E3	E4	E1	E2	E3	E4
Web-TV (non inclus dans l'enquête 1)								
21-36		6	5	5		28,57	23,81	23,81
37-53		2	4	4		6,90	13,79	13,79
54-79		2	3	1		7,69	11,54	3,85
<i>Somme</i>		10	12	10		13,16	15,79	13,16

Annexe 6.1. Question 34 du questionnaire de représentation (items communs aux quatre enquêtes).

"Savez vous ce qu'est..."

	Jamais entendu parler	Déjà entendu parler et pour moi le sens de ce terme est...				
		totale- ment inconnu	mal connu	un peu connu	assez bien connu	très bien connu
Un fournisseur d'accès						
Un modem						
Un moteur de recherche						
Un portail						
Une URL						
Le world wide web						
Un site web						
Un site FTP						
l'A.D.S.L.						
Le câble						
Le WAP						

Annexe 6.2. Moyennes, écarts-types et analyse de la variance (décomposition factorielle) des connaissances notionnelles (Q34) selon l'âge, le sexe et l'enquête.

	n=		E1	E2	E3	E4
20-36 ans Hommes	12	m	26,92	35,17	37,00	44,42
		s	6,46	7,71	9,12	8,31
20-36 ans Femmes	9	m	24,33	34,78	36,56	40,00
		s	9,35	6,89	6,39	7,02
37-53 ans Hommes	10	m	18,10	31,00	33,60	36,20
		s	5,00	11,07	11,89	8,38
37-53 ans Femmes	19	m	16,37	24,79	29,89	31,89
		s	9,62	8,94	8,43	8,45
54-76 ans Hommes	12	m	21,00	28,67	31,33	32,92
		s	5,26	8,45	7,70	8,78
54-76 ans Femmes	14	m	17,64	28,50	28,43	30,14
		s	7,73	13,60	7,49	10,35

Décomposition factorielle (programme var336.exe)

E= Enquête, A=Age, G=Genre

E		ED *	9686.7730 *	3 *	3228.9243 *		
	S(G) . T	*	7087.2875 *	210 *	33.7490 *	F =	95.674701
		*	*	*	*	(3- 210)
A		ED *	3207.1575 *	2 *	1603.5788 *		
	S(G)	*	14286.1600 *	70 *	204.0879 *	F =	7.857293
		*	*	*	*	(2- 70)
A.E		ED *	279.0455 *	6 *	46.5076 *		
	S(G) . T	*	7087.2875 *	210 *	33.7490 *	F =	1.378044
		*	*	*	*	(6- 210)
G		ED *	542.1227 *	1 *	542.1227 *		
	S(G)	*	14286.1600 *	70 *	204.0879 *	F =	2.656319
		*	*	*	*	(1- 70)
G.E		ED *	28.8940 *	3 *	9.6313 *		
	S(G) . T	*	7087.2875 *	210 *	33.7490 *	F =	.285382
		*	*	*	*	(3- 210)
G.A		ED *	58.0042 *	2 *	29.0021 *		
	S(G)	*	14286.1600 *	70 *	204.0879 *	F =	.142106
		*	*	*	*	(2- 70)
G.A.E		ED *	141.4960 *	6 *	23.5827 *		
	S(G) . T	*	7087.2875 *	210 *	33.7490 *	F =	.698767
		*	*	*	*	(6- 210)

Annexe 8.1. Feuille de recueil de données (recherche d'informations, expérience 1)

SUR ALTAVISTA® (www.altavista.fr) page d'accueil

Avez-vous déjà utilisé Altavista® ? non oui : _____

• Objectif : « Trouvez une liste de sites concernant la préhistoire »

Heure de début : _____

Nb de clics : 00000 00000 00000 00000 00000 00000

Relectures de la tâche : 00000 00000

Non respect de la consigne : 00000 00000

Problème technique _____

0 1

Heure de fin : _____

RETOUR A LA PAGE D'ACCUEIL

• Objectif : « Trouvez une liste de sites concernant les courts métrages »

Heure de début : _____

Nb de clics : 00000 00000 00000 00000 00000 00000

Relectures de la tâche : 00000 00000

Non respect de la consigne : 00000 00000

Problème technique _____

0 1

Heure de fin : _____

RETOUR A LA PAGE D'ACCUEIL

IX.2. Exemple de feuille de recueil de données (suite)

SUR LYCOS® (www.lycos.fr) page d'accueil

Avez-vous déjà utilisé Lycos® ? non oui : _____

• **Objectif : « Trouvez une liste de sites concernant des terrains de campings en Corse »**

Heure de début : _____

Nb de clics :

Relectures de la tâche :

Non respect de la consigne :

Problème technique _____

0 1

Heure de fin : _____

RETOUR A LA PAGE D'ACCUEIL

• **Objectif : « Trouvez une liste de sites concernant la colocation de maison ou d'appartement »**

Heure de début : _____

Nb de clics :

Relectures de la tâche :

Non respect de la consigne :

Problème technique _____

0 1

Heure de fin : _____

RETOUR A LA PAGE D'ACCUEIL

Annexe 8.2. Liste de questions utilisée dans l'expérience sur la recherche d'informations (3e recueil, été 2002). IC = inférentielle Complexe ; LC = littérale Complexe ; IC = Inférentielle Complexe ; IS = Inférentielle Simple (voir texte pour explications complémentaires).

0 (essai)	Les annonces de locations immobilières
01IC	La location occasionnelle d'une chambre dans un bel hôtel 5 étoiles parisien
01LC	L'hébergement occasionnel dans un bel hôtel parisien de type palace
01IS	La location d'une chambre dans un hôtel de type 5 étoiles
01LS	L'hébergement dans un hôtel de type palace
02IC	Les leçons particulières pour apprendre le solfège sur internet et à domicile
02LC	Les cours particuliers pour apprendre la musique en ligne et à domicile
02IS	Les leçons de solfège sur internet
02LS	Les cours de musique en ligne
03IC	Les sociétés ancestrales des pays du continent sud américain et leur évolution
03LC	Les cultures ancestrales des pays d'Amérique du Sud et leur évolution
03IS	Les sociétés du continent sud américain
03LS	Les cultures d'Amérique du Sud
04IC	Les meilleurs programmes de traitement de texte en français pour ordinateur personnel
04LC	Les meilleurs logiciels informatiques en français pour la bureautique personnelle
04IS	Les programmes de traitement de texte pour ordinateur
04LS	Les logiciels informatiques pour la bureautique
05IC	Les modèles français d'automobiles anciennes de particuliers
05LC	Les modèles français de véhicules de collection de particuliers
05IS	Les automobiles anciennes
05LS	Les véhicules de collection
06IC	Le soutien de l'Etat pour trouver une activité salariée à durée indéterminée
06LC	L'aide de l'Etat à la recherche d'un emploi à durée indéterminée
06IS	Le soutien pour trouver une activité salariée
06LS	L'aide à la recherche d'un emploi
07IC	Les comédiens américains des feuilletons étrangers retransmis sur le petit écran
07LC	Les acteurs américains des séries cultes étrangères retransmises à la télévision
07IS	Les comédiens des feuilletons du petit écran
07LS	Les acteurs des séries cultes de la télévision

Annexe 8.2 (suite). Liste de questions

08IC	Les meilleurs livres pour vacanciers francophones concernant le train en Europe
08LC	Les meilleurs guides de voyage francophones concernant le chemin de fer en Europe
08IS	Les livres pour vacanciers concernant le train
08LS	Les guides de voyage concernant le chemin de fer
09IC	Les petits lexiques de la langue française illustrés et en couleurs sur Internet
09LC	Les petits dictionnaires de français illustrés et en couleurs sur Internet
09IS	Les lexiques de la langue française
09LS	Les dictionnaires de français
10IC	Les stars reconnues mondialement de la variété francophone actuelle
10LC	Les personnalités reconnues mondialement de la musique française actuelle
10IS	Les stars de la variété francophone
10LS	Les personnalités de la musique française
11IC	Les examens d'entrée annuels pour devenir fonctionnaire dans les DOM-TOM ou en Corse
11LC	Les concours annuels pour faire carrière dans la fonction publique dans les DOM-TOM ou en Corse
11IS	Les examens d'entrée pour devenir fonctionnaire
11LS	Les concours pour faire carrière dans la fonction publique
12IC	La réalisation de pages Web commerciales et internationales pour tous types d'entreprises
12LC	La création de sites Internet commerciaux et internationaux pour tous types de professionnels
12IS	La réalisation de pages Web pour les entreprises
12LS	La création de sites Internet professionnels