

CONSTRUCTIONS DE LA PARTICIPATION EN LIGNE DES ADULTES ÂGÉS. LE CAS DES SITES DE RENCONTRES AMICALES ET AMOUREUSES CIBLANT LES « SENIORS »

Lucie DELIAS¹

Ces dernières années, un certain nombre de sites de sociabilité ciblant les « seniors » cherchent à outiller les aspirations à la participation sociale de ce groupe d'âge, qui compte de plus en plus d'internautes actifs. À travers l'étude d'un corpus de sites de rencontres amicales et amoureuses pour « seniors », l'article montre que les discours et fonctionnalités des sites construisent un « public imaginé » à partir de représentations du « bon vieillissement » donnant à voir qui, parmi les adultes âgés, devrait participer, et de quelle manière. Cette conception de la participation ne correspond que partiellement aux pratiques des internautes âgés : leurs usages en révèlent le caractère restrictif, ainsi que la difficulté à créer des « communautés » artificielles basées sur des critères d'âge.

Ces dernières dizaines d'années ont vu la participation sociale des adultes âgés devenir de plus en plus importante, à mesure que l'intégration socio-économique et les conditions de vie des retraités se sont améliorées. Autrefois considérée comme une quasi « mort sociale »

1 Lucie DELIAS est docteure en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Sorbonne Nouvelle – Paris 3, post-doctorante à l'UQAM (Laboratoire sur la communication et le numérique – LabCMO et Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie – CIRST).

(Guillemard, 1972), la retraite est désormais de plus en plus souvent vécue comme un moment d'activité, de loisirs, d'engagement et de sociabilité. Cette vision « activiste » de la retraite (Caradec, 2015), encouragée par les gérontologues et les décideurs politiques qui promeuvent un vieillissement « actif » et « réussi » depuis les années 1960, se conjugue aujourd'hui avec l'utilisation des technologies numériques. En effet, alors que la proportion des internautes de plus de 60 ans, restée pendant un temps marginale, ne cesse de croître (Crédoc, 2019) la participation sociale – qui peut être définie comme « l'ensemble des activités extérieures au domicile par lesquelles les personnes s'engagent volontairement dans la vie de la collectivité et de ses organisations, espaces communautaires, formes d'expression et événements » (Bickel, 2014, p. 207) – s'arriment au développement de pratiques en ligne de ce groupe d'âge.

Dans ce contexte, alors que les recherches sur le vieillissement et les politiques publiques s'interrogent sur la façon dont les usages des technologies numériques peuvent constituer un vecteur d'amélioration du bien-être des plus âgés en stimulant leur participation sociale, les entreprises du Web s'emparent du marketing générationnel et proposent d'outiller cette participation, à travers une offre de sites de sociabilité dédiés aux « seniors » qui ne cesse de s'étoffer ces dernières années. Il semble donc que les adultes âgés tendent désormais à être inclus, au même titre que les autres groupes d'âge, dans l'« injonction à participer au monde numérique » (Proulx, 2017 ; 2020) qui caractérise nos sociétés. Si ce phénomène peut sembler révéler une meilleure inclusion d'un groupe longtemps ignoré par les acteurs du numérique, l'examen des discours sociaux portant sur la participation en ligne des adultes âgés montrent que les individus à qui ils s'adressent en priorité ont un profil particulier dans lequel l'ensemble de cette population ne se reconnaît pas nécessairement.

À côté de la littérature en Sciences de l'information et de la communication qui interroge la participation en ligne en lien avec les pratiques politiques et informationnelles des individus et des collectifs, nous proposons dans cet article d'explorer la façon dont la participation sociale des adultes âgés – envisagée au sens large, c'est-à-dire aux diverses façons de maintenir des activités sociales au moment de la retraite – est captée par certains acteurs du Web dans le but de générer des interactions en ligne à des fins commerciales. Si cette marchandisation des espaces de sociabilité en ligne semble désormais bien éloignée de l'idéal participatif des débuts du « Web 2.0 » (Monnoyer-Smith,

2011 ; Coutant & Stenger, 2012), les sites générationnels répondent cependant au besoin de participation d'un public âgé de plus en plus connecté, qui s'avère conscient des normes d'âge véhiculées et des possibilités de les négocier.

À partir de l'analyse d'un corpus composé d'une vingtaine de sites français d'organisation de sorties et de rencontres amoureuses (à la fois dédiés aux « seniors » et généralistes) complétée par des entretiens avec des utilisateurs de ces sites réalisés dans le cadre d'une recherche doctorale sur les usages numériques des adultes âgés (Delias, 2019b), il s'agira de mettre en avant les modes de participation spécifiques, attribués à un public idéal répondant à certaines normes d'âge, que ces sites mettent en avant. On reviendra d'abord sur l'émergence de la participation sociale des adultes âgés et sa valorisation par les divers acteurs du vieillissement, qui ont contribué à la construction de la figure positive du « senior dynamique et connecté » (1). À travers les discours et fonctionnalités des sites étudiés, leurs concepteurs construisent un « public imaginé » à partir de ces représentations du « bon vieillissement » donnant à voir qui, parmi les adultes âgés, devrait participer, et de quelle manière (2). Cette conception de la participation ne correspond que partiellement aux pratiques des internautes âgés : leurs usages en révèlent le caractère restrictif, ainsi que la difficulté à créer des « communautés » artificielles basées sur des critères d'âge (3).

1. « Bien-vieillir » et participation sociale des adultes âgés au temps du numérique

Un nombre important de travaux de sociologie de la vieillesse montrent que la participation sociale des adultes âgés, et en particulier des retraités, s'est largement développée depuis un demi-siècle. La capacité des plus âgés à prendre part à la vie sociale s'est renforcée, notamment en raison des effets conjugués de la généralisation et de l'augmentation des pensions de retraite, de l'allongement de la vie et des progrès de la médecine, contribuant à apporter aux franges les plus âgées de la population un niveau et des conditions de vie plus propices à leur intégration socio-économique. Longtemps synonyme d'une forme de marginalisation sociale (Beauvoir, 1970 ; Feller, 1997), la retraite est aujourd'hui de plus en plus investie comme un moment favorable aux activités associatives et sportives, aux sorties culturelles, aux échanges intergénérationnels (Guillemard, 2002 ; Caradec, 2003 ; Bickel *et al.*, 2005 ; Hénaff-Pineau, 2009 ; Petit, 2010). Cette émergence du « troi-

sième âge » comme un moment d'épanouissement par les loisirs et de prolongement de la participation sociale (qu'elle se déploie dans le cadre d'organisations dédiées ou de manière informelle), si elle correspond indéniablement à une réalité empirique qui s'observe dans les pratiques et les aspirations des retraités, est aussi encouragée par les institutions qui encadrent la vieillesse (Lenoir, 1979). Ainsi, les politiques publiques et les gérontologues promeuvent un vieillissement « actif » et « réussi » passant par le maintien des activités et de la sociabilité des plus âgés, envisagé comme un moyen de rester fonctionnel, autonome et en santé le plus longtemps possible, et ainsi de réduire les risques liés au vieillissement. Le secteur commercial, à travers les offres de tourisme adaptées ou des salons dédiés aux « seniors » (Eraly, 2014), contribue lui aussi à installer une image positive et aspirationnelle du « senior actif et dynamique », qui s'oppose à celle du « vieux » passif et reclus dans son foyer. Cependant, certains auteurs pointent les aspects normatifs de cette « idéologie du bien-vieillir », en soulignant notamment que ce mode de vie correspond principalement à celui des classes moyennes et supérieures et qu'il n'est pas nécessairement accessible aux retraités les moins favorisés ; mais aussi qu'il véhicule un message néolibéral et individualiste fondé sur la promotion d'une forme d'« entrepreneuriat de soi » (Hummel, 2002 ; Puijalón & Trincaz, 2014 ; Katz & Calasanti, 2015).

Plus récemment, la diffusion d'internet a contribué à renouveler cette question au regard des usages numériques : de nombreux acteurs s'interrogent sur la participation en ligne des adultes âgés, et en particulier sur ses potentiels bénéfiques individuels. En effet, si les travaux qui mettent en avant les significations sociales complexes des pratiques numériques des plus âgés sont de plus en plus nombreux, beaucoup de recherches en sciences sociales sur la question sont encore tributaires d'une certaine approche gérontologique. Partant du principe que les activités en ligne ou la manipulation d'outils numériques peuvent réduire la solitude ou améliorer les performances cognitives, un certain nombre de travaux cherchent à identifier des solutions pour stimuler l'intégration dans la culture numérique d'une population envisagée à partir des manques et des risques qui lui sont propres (Richardson *et al.*, 2011). Empreints d'un certain « solutionnisme technologique » (Vigouroux-Zugasti, 2017), ces discours tendent à présenter la participation en ligne des adultes âgés comme un moyen complémentaire d'accès au « bien-vieillir ».

De fait, malgré la persistance des disparités en termes de milieu social et d'âge – les adultes âgés les moins favorisés et ceux issus des générations les plus anciennes ont moins de chances d'être internautes (Hargittai & Dobransky, 2017) – les taux de connexion et d'équipement des plus de 60 ans ne cessent d'augmenter ces dernières années, notamment en raison du vieillissement des *baby-boomers* qui ont souvent eu l'occasion de se familiariser avec l'informatique connectée au cours de leur vie familiale ou professionnelle. De nouvelles pratiques apparaissent, entraînant le développement d'un nouveau marché. Dans une perspective de marketing générationnel (Aribaud & Tréguer, 2016 ; Boulbès & Guérin, 2018) les plateformes en ligne dédiées à ces « seniors connectés » se multiplient – bien que plus tardivement et plus timidement en France que dans d'autres pays comme les États-Unis. Prenant acte d'une présence toujours plus importante des tranches les plus âgées de la population sur les sites de rencontres amoureuses, mais aussi sur les sites d'organisation de sorties entre particuliers, les entreprises du Web proposent d'encadrer ces pratiques de socialisation en développant des versions « réservées aux seniors » de ces services, dont l'accès est souvent conditionné au paiement d'un abonnement. Quintonic, créé en 2011, reprend le principe du très populaire OnVaSortir (voir Pharabod, 2016) en proposant à ses membres « seniors » d'organiser des sorties et des activités entre inconnus de la même région partageant des affinités culturelles ; tandis que le site de rencontres Disons Demain, lancé par le groupe Meetic en 2017, revendique « déjà 1 million d'inscrits² ». Ces deux plateformes sont, au sein de notre corpus, les plus importantes en termes de visibilité et de trafic ; mais elles coexistent avec de nombreux autres sites spécialisés plus ou moins confidentiels. L'étude porte sur 23 sites de sociabilité amicale et amoureuse dédiés aux « seniors » et « tout public », les premiers étant parfois la déclinaison des seconds (tableau 1).

2 Voir <https://www.disonsdemain.fr/>

Tableau 1. *Liste des sites Web du corpus*

Sites de rencontres amoureuses	
Déclinaisons « seniors » et sites généralistes associés	Disons Demain (Meetic) Nos Belles Années (E-darling) Proximeety Senior (Proximeety) Single50 (Be2)
Sites « seniors » classiques	2seniors Contact Senior Maxi Rencontre pour seniors Rencontre un Senior Net Senior Seniors Rencontre Zone Seniors
Sites d'organisation de sorties	
Sites « seniors »	Fiftiz Seniori Sortie
Sites « généralistes »	AmieZ OnVaSortir Yoos
Sites « seniors » mixtes proposant à la fois des rencontres amoureuses et l'organisation de sorties	
	Quintonic Affinity50 Club50plus

Une analyse discursive et sémiotique des interfaces et de leur propriétés sociotechniques (Bonaccorsi, 2013 ; Paveau, 2017) a été effectuée, portant à la fois sur les discours rédactionnels et promotionnels produits par les concepteurs des sites (pages d'accueil, contenus destinés aux annonceurs et aux journalistes) et sur les outils encadrant les pratiques d'écriture des internautes (processus d'inscription, éléments composant les pages de profil). Elle dégage l'image spécifique du public âgé et de ses modes de participation que les professionnels du Web mettent en avant, qui est tributaire à la fois des représentations socioculturelles circulantes de la figure du « senior dynamique » et des enjeux commerciaux propres aux plateformes. Afin de saisir comment les internautes s'approprient ces outils et négocient ces normes, nous

avons mené des observations ethnographiques des plateformes³ (Jouët & Le Caroff, 2013 ; Hine, 2015) en accordant une attention particulière aux modalités de présentation de soi, complétées par des entretiens avec des utilisateurs de ce type de sites âgés de 62 à 82 ans⁴.

2. Représenter la participation des « seniors connectés »

L'analyse des sites pour « seniors » sélectionnés révèle les contours du « public imaginé » et de ses comportements attendus tels qu'ils sont envisagés par leurs concepteurs (Assogba *et al.*, 2015), et qui contribuent à (re)produire certaines normes sociales d'âge. Celles-ci sont inscrites à un premier niveau dans les éléments de discours qui se donnent à voir sur les différentes pages des sites (textes, images). Diverses assignations sont également inscrites dans les outils qui composent le dispositif. Par exemple, les formulaires d'inscription, dont le remplissage est indispensable pour avoir accès aux services de ce genre de sites, reproduisent des normes genrées en proposant la plupart du temps seulement deux options (« homme » ou « femme »), contraignant les utilisateurs à se conformer à une identité de genre binaire (Bergström, 2014 ; Julliard, 2014). De la même manière, des prescriptions liées à l'âge peuvent également être lues dans ces éléments technosémiotiques.

Les sites générationnels prétendent s'adresser à un public correspondant à une catégorie d'âge spécifique, désignée par la grande majorité d'entre eux par le terme de « senior ». Selon Vincent Caradec (2005), ce mot, issu du langage professionnel du marketing, entre dans les usages courants et institutionnels à partir des années 1990. Son succès s'explique par son caractère flou et ambigu : souvent utilisé pour qualifier toutes les personnes concernées par le vieillissement, il désigne parfois la partie la plus dynamique de cette population en opposition aux « personnes âgées » isolées et passives. « Senior », au

3 Celles-ci se sont déroulées principalement entre septembre 2018 et août 2019.

4 Dans le cadre de ce travail doctoral, 35 entretiens semi-directifs ont été menés dans le but de comprendre les rapports entre le vieillissement et les usages et représentations des technologies numériques par les adultes âgés. Les enquêtés, résidant tous en Île-de-France, ont été recrutés principalement à travers certains sites du corpus (Quintonic, OnVaSortir et Club50Plus) et dans trois associations proposant des cours d'initiation à l'informatique destinés aux retraités. Le guide d'entretien portait à la fois sur les trajectoires d'usage des enquêtés et sur leurs pratiques actuelles, notamment sur leur éventuelle utilisation des sites de rencontres amicales et amoureuses.

contraire du désormais dépassé « troisième âge », a pour avantage d'euphémiser la référence à l'âge des individus, évoquant plutôt un statut ou un mode de vie, et devient ainsi une catégorie plus enviable – ou en tout cas moins stigmatisante dans une société où les normes jeunistes demeurent fortement ancrées (Rennes, 2019). L'âge à partir duquel un individu devient « senior » n'est pas consensuel et varie en fonction des contextes. La plupart des sites du corpus annoncent s'adresser « aux plus de 50 ans », mais les formulaires de création de profil de certains d'entre eux autorisent dans les faits la déclaration d'un âge compris jusqu'à 45 ans. L'âge à partir duquel on ne serait plus « senior », en revanche, n'est jamais précisé, laissant ainsi entendre que la catégorie s'étendrait jusqu'à la fin de la vie.

Si ces sites s'adressent donc en principe à toutes les personnes se situant dans la seconde partie de la vie, les stratégies rhétoriques mobilisées pour qualifier leur public mettent en réalité en avant la portion la plus jeune de ce groupe, à savoir les cinquantenaires et dans une certaine mesure les sexagénaires. Cette tendance peut se lire dans divers éléments discursifs, à commencer par le nom des sites eux-mêmes (Quintonic, Fiftiz, Single50, Affinity50...) ou dans le profil des utilisateurs mis en avant. Par exemple, la première vidéo promotionnelle apparaissant sur la page d'accueil de Quintonic en 2011 met en scène « Alain, 58 ans⁵ », tandis que la nouvelle version utilisée à partir de 2015 présente « Patrick, 50 ans » et « Bernard, 58 ans » en train de s'adonner au jogging sur une plage⁶. Les « témoignages » d'internautes satisfaits se trouvant sur les pages d'accueil, sont, la plupart du temps, attribués à des cinquantenaires. Sur le site Rencontre un senior, on retrouve ceux de Nathalie, 52 ans, et de Magali, 56 ans ; tandis que l'âge des membres du couple aux cheveux blancs, visiblement plus âgés, n'est pas précisé : ils sont pudiquement qualifiés de « seniors » (figure 1).

Un examen des chiffres officiellement communiqués par les sites, couplé à nos propres observations, montre que les personnes qui y sont actives font effectivement partie des franges les plus « jeunes » des « seniors », les plus de 80 ans étant peu présents parmi leurs utilisateurs. Cependant, les sexagénaires et les 70-75 ans – qui correspondent aux premières cohortes du *baby-boom* – sont souvent plus représentées que les cinquantenaires parmi les inscrits et les personnes participant à

5 Vidéo consultée sur la WayBack Machine de l'Internet Archive le 15 septembre 2018.

6 Vidéo consultée sur quintonic.fr le 15 septembre 2018.

TÉMOIGNAGES DE SENIORS



Je ne suis pas fan des sites de rencontres à la base car je trouve le concept quelque peu "ringard" mais RencontreSenior.com à tout de suite su me mettre à l'aise en me proposant des profils adaptés à ma personnalité. Nathalie, 52 ans.



Après un divorce douloureux, je ne pensais pas retrouver l'amour... Depuis 3 ans, je suis de nouveau tombée amoureuse d'un homme formidable que j'ai rencontré sur ce site. Je recommande à tous les célibataires séniors. Magalie, 56 ans.



Aujourd'hui nous avons retrouvé notre jeunesse et nous avons l'impression de revivre. C'est un réel bonheur de profiter de la vie à deux et nous espérons passer le reste de notre vie ensemble. Jean-Pierre et Maryline - Seniors

Inscription rencontre senior

Figure 1. Page d'accueil de *rencontreunior.com*

l'animation des espaces en ligne. Ce rajeunissement de leur public par les sites relève avant tout d'une stratégie commerciale, la cinquantaine correspondant souvent au moment où le niveau de vie des individus est le plus élevé, alors que le pouvoir d'achat et la consommation baissent progressivement après le passage à la retraite (Crédoc, 2013). Cette invisibilisation des membres les plus âgés n'est cependant pas neutre, et elle révèle autant qu'elle alimente les représentations dévalorisantes du vieillissement, qui continue d'être associé à l'idée négative de déclin – et ce malgré l'allongement de l'espérance de vie (Gullette, 2004).

Au-delà de la définition de l'âge de ce public idéal de « seniors connectés » qui tend à effacer les plus âgés, les discours des sites contribuent aussi à énoncer des prescriptions concernant les modalités de cette participation. Celles-ci sont fortement associées au mode de vie actif socialement valorisé pour cette tranche d'âge. Au moment de la sortie du site en 2017, DisonsDemain axe son discours sur la déclinaison du thème de la « jeunesse » : il se décrit comme « le site de rencontre des jeunes de plus de 50 ans », présentés comme « plus jeunes d'esprit et connectés que jamais ». De son côté, Quintonic met en avant le « dynamisme » de ses utilisateurs, qualifiés de « seniors dynamiques » formant une communauté de « quintoniciens actifs et dynamiques ». L'énonciation de ce mode de participation attendu, qui reprend les éléments de l'éthique activiste de la retraite, s'articule avec des « adresses » inscrites dans les outils d'écriture des sites (Voirol, 2011) qui encouragent les internautes à produire une présentation de soi

conforme à ces représentations. C'est le cas au moment de l'inscription, quand il est demandé de remplir les différentes rubriques pour créer un profil. Si les utilisateurs sont *a priori* libres d'indiquer les informations qu'ils souhaitent, ils sont soumis par le dispositif à un ensemble de suggestions qui peuvent contribuer à orienter leurs réponses. Sur Affinity50, l'internaute est invité à sélectionner les traits de personnalité qui lui correspondent dans une liste d'items pré-établis : parmi des adjectifs communs comme « calme », « indépendant(e) » ou « gai(e) », on trouve les incontournables « jeune d'esprit » et « dynamique ». Sur Quintonic, la rubrique intitulée « Prenez quelques instants pour vous présenter », destinée à recueillir un texte libre, est pré-remplie avec la formule suivante : « Ex : Je suis dynamique et j'aime danser le rock », suggestion qui s'efface lorsque l'on clique à l'intérieur du champ (figure 2).

Figure 2. Inscription sur le site de *Quintonic*

L'injonction à produire le plus de contenu possible pour favoriser les interactions, et la tonalité « euphorique » utilisée sont des caractéristiques habituelles des plateformes du Web contemporain (Gomez-Mejia, 2016) et ne sont pas propres aux sites pour « seniors ». Cependant, on retrouve à travers les prescriptions de ces sites de rencontres (aussi bien amicales qu'amoureuses) la promotion d'un mode de vie basé sur la multiplication des activités sportives et culturelles et les

nouvelles rencontres qui renvoie à une image idéale de la retraite des classes aisées, lors de laquelle il s'agit de maximiser son temps libre pour atteindre l'épanouissement personnel. La mise en valeur de la « jeunesse » et du « dynamisme », dont le maintien voire l'augmentation de la participation sociale est le signe, met à distance certaines réalités du vieillissement – vulnérabilité, changements physiques, aspiration au repos – qui apparaissent comme négatifs et stigmatisants et n'ont pas leur place dans cet idéal de « vieillesse juvénile » (Pecolo, 2011).

3. Les internautes âgés face aux normes d'âge véhiculées par les sites

L'analyse des discours produits par les utilisateurs de ces sites – issue d'observations en ligne et d'entretiens en face à face – permet d'appréhender l'écart entre la réalité des pratiques et ces discours, ainsi que la façon dont ils sont reçus par les internautes. L'examen des textes de présentation sur 400 profils consultés sur Quintonic et DisonsDemain montre qu'une grande partie des personnes inscrites reprennent à leur compte les adresses du dispositif et le vocabulaire utilisé par les sites pour se décrire elles-mêmes ainsi que leurs attentes⁷. Cela produit des textes relativement stéréotypés qui mettent au centre le mode de vie « dynamique » de leurs auteurs :

Jeune de corps et d'esprit, aimant le sport (vtt, randonnées, ski, natation) et la culture (expo, cinéma et théâtre) ainsi que la vie (restaurant, un pot avec les copains...) (Homme, 73 ans, Quintonic)

J'aimerais partager les bons moments de la vie tout en gardant nos résidences respectives, idéalement dans un rayon de 50 km. J'aime la randonnée, le vélo, la musique (jazz, classique...), les sorties théâtre, cinéma, les bons restaurants, les voyages découverte... Toutes ces activités

7 Les profils ont été sélectionnés à partir de l'outil de recherche de la base d'inscrits des sites : les 100 premiers profils féminins affichés dont la rubrique de présentation en texte « libre » était remplie ont été sélectionnés, puis les 100 premiers profils masculins, pour chacun des deux sites. L'analyse du contenu des descriptions montre que les éléments que les internautes choisissent pour se présenter sont en priorité leurs traits de personnalité (40 % des profils), à part presque égale avec l'énonciation des activités et loisirs privilégiés (39 %), mettant en avant la centralité du mode de vie dans les pratiques de représentation de soi sur ces sites.

sont plus agréables à vivre à deux... Évidemment aussi, connaître d'autres activités pratiquées par celui qui serait mon ami. (Femme, 71 ans, Disons Demain)

Il est possible que cette appropriation des ressources identitaires suggérées par le dispositif s'explique par la « valeur persuasive » découlant des efforts de construction de leur public idéal par les sites (Assogba *et al.*, 2015), ou constitue un geste stratégique de la part des internautes (Cardon, 2008) qui utilisent ces formules pour produire une image de soi attirante, répondant aux standards énoncés, et ainsi augmenter les chances de rencontres. Cependant, nos entretiens montrent que ces éléments correspondent effectivement aux aspirations et au mode de vie des retraités interrogés : la plupart d'entre eux pratiquent un certain nombre de loisirs, de manière indépendante ou dans le cadre d'associations. Les célibataires, au-delà de l'envie de (re)trouver une vie affective et sexuelle, expriment la volonté de rencontrer un·e partenaire qui pourra aussi (voire avant tout) être une compagne ou un compagnon pour partager des activités et des voyages. C'est par exemple le cas de Guy (71 ans, ancien cadre dans la fonction publique) :

L. Vous la personne idéale que vous aimeriez rencontrer ça serait quoi ?

G. Oh, vous savez, à mon âge... Ben je sais pas, c'est surtout une question de goûts, une personne qui aime les voyages, qui aime bien bouger un peu. Pas aller tous les ans en Chine, Mongolie, Sibérie, mais voyager. Et plus pratiquement pour partager les frais d'hôtel ! Parce que je vous dis, 80 euros par nuit...

On retrouve le même type de motivation chez Noëlle (75 ans, ancienne ingénieure) :

L. Tu as déjà utilisé des sites de rencontres ?

N. Non, j'ai dû y rester 3 mois [...] Quelques fois y'a des hommes qui rentrent tout de suite dans des conversations un peu limites.

L. Sexuellement ?

N. Oui, tu peux t'amuser mais bon... c'est plus de mon âge quand même ! (*rires*) Moi à l'époque je cherchais à voyager, et je me suis dit, j'en ai marre d'être *single*, donc si je trouve un compagnon qui aime voyager ça serait une bonne idée.

Ces aspirations à une continuité de la participation sociale à travers le tourisme et les loisirs, mais aussi la remise en couple, correspond au mode de vie des retraités appartenant aux classes moyenne et supérieure, qui constituent la majorité des utilisateurs des sites du corpus. Cependant, elles se manifestent aussi chez les retraités les moins favorisés, qui énoncent eux aussi l'importance de conserver une vie active – à la différence qu'ils regrettent de ne pas toujours avoir les moyens financiers nécessaires pour y accéder. Les usages des sites permettent donc de mettre en évidence, dans une certaine mesure, le phénomène de renforcement mutuel des représentations et des pratiques des « seniors » (Lenoir, 1999).

Malgré tout, les annonces affichées sur les profils vont parfois à l'encontre de la figure idéale du « senior dynamique », et laissent transparaître des manifestations de vulnérabilité. Alors que certains usagers n'hésitent pas à évoquer leur solitude et leur ennui, il n'est pas rare de trouver des annonces qui font état de la difficulté de certains internautes à utiliser les sites :

je maîtrise très mal cet objet pourtant formidable, je pense que cela devrait aller en s'arrangeant ; l'espoir demeure rien n'est perdu. je remercie Lila pour sa gentillesse et son dévouement, au plaisir de faire votre connaissance à toutes et tous ; bien amicalement henri dupont⁸ (Homme, 72 ans, Quintonic)

Ces textes, auxquels s'ajoutent divers signes de « mésusages » des sites (comme les photos ou commentaires postés au mauvais endroit) remettent ponctuellement en question l'image uniforme d'un public de « seniors connectés » nécessairement à l'aise avec les outils numériques

8 Le nom, qui correspondait manifestement à l'identité civile de l'internaute, a été modifié.

que les discours marketing promeuvent. Tous les adultes âgés qui utilisent des services en ligne ne maîtrisent pas toujours les fonctionnalités des sites ou plus généralement les codes du Web, en raison des fortes disparités qui existent à l'intérieur de ce groupe d'âge (trop souvent homogénéisé) en termes de compétences numériques, dont l'acquisition dépend de l'interaction complexe de différents facteurs sociaux (Delias, 2019a). Les statistiques concernant l'augmentation de l'accès à internet des plus de 60 ans, évoquées plus ou moins explicitement dans les discours de promotion des sites, tendent à masquer la grande variété des situations d'usages qui ne peut être évacuée lorsque l'on se penche sur la participation en ligne des adultes âgés.

La confrontation des internautes aux assignations et normes d'âge produites par les sites de sociabilité montre également des tensions liées à leur caractère restrictif. Ainsi, Édith (82 ans, ancienne comptable) a souhaité sur les conseils d'une amie s'inscrire sur le site généraliste d'organisation de sorties OnVaSortir, fréquenté par de nombreux pré-retraités et retraités. Alors que le formulaire d'inscription de la plupart des sites permet de déclarer une date de naissance correspondant à un âge allant jusqu'à 100 ans, voire au-delà, celui d'OnVaSortir ne permet pas de dépasser 80 ans⁹ :

J'ai vu que si je faisais mon inscription, ils n'acceptaient plus ma date de naissance. Sans doute qu'ils considèrent qu'à partir de mon âge on a plus... Enfin j'ai peur, parce que de toute façon ma date de naissance ils n'en veulent pas. Donc du coup je l'ai pas fait. [...]

Elle reviendra sur cet incident plus tard dans l'entretien, révélant l'importance qu'elle lui accorde :

Vous savez moi j'en ai marre parfois d'être toute seule le week-end. On a envie de vivre encore. J'en ai encore envie en plus ! Parce que je suis pas toute jeune, mais bon ! J'ai eu 82 ans, donc c'est quand même un âge. Même si je les fais pas d'après ce qu'on dit ! Dans mon caractère, je

9 Une consultation des formulaires d'inscription sur le service d'archivage du Web d'Internet Archive montre que lors du lancement d'OnVaSortir en 2008, la limite d'âge maximale pour pouvoir s'inscrire était de seulement 55 ans, augmentant progressivement au fil du temps pour atteindre 80 ans en 2018.

suis quand même restée quelqu'un de jeune, donc je pense qu'il y a ça aussi. C'est ça qui est terrible, parce que j'ai envie encore de beaucoup de choses. Mais j'ai été déçue quand même de penser qu'ils voulaient pas ma date de naissance. Ben oui, parce qu'ils partent de [19]38, et moi je suis de [19]35.

Édith, en raison d'un âge trop avancé qui l'exclut du public idéal des « seniors dynamiques », trouve donc son envie de participer invalidée à travers les limites imposées par le dispositif – déni de reconnaissance dont elle semble souffrir. Si les sites réservés aux « seniors », de leur côté, mettent en place une limite d'âge minimale, mais pas de limite maximale, cela ne signifie pas pour autant que leurs utilisateurs échappent aux injonctions jeunistes. Celles-ci peuvent se lire dans les modalités d'affichage de l'âge civil sur le profil, dont la modification par les internautes dans le but de se « rajeunir » ou se « vieillir » est une pratique relativement courante (Bergström, 2018). Jeanne (71 ans, ancienne secrétaire de direction), interrogée sur la raison pour laquelle elle a choisi de se rajeunir d'une année sur Quintonic, explique :

J. Je sais pas pourquoi. Parce que [19]47 c'est une bonne année de vin, et pas [19]46 ! Non mais c'est vrai en plus ! Non, je sais pas.

L. C'était pour vous rajeunir un peu, quand même ?

J. Oui, parce que là, je me dis que je veux pas dépasser la barre des 70. C'est épouvantable... J'ai du mal. Je me dis, peut-être qu'ils vont penser qu'à 70 ans, je suis plus capable de rien faire.

La réponse de Jeanne indique à la fois une intériorisation des normes liées à la participation sociale des adultes âgés, qui ne concernerait que les franges les plus jeunes d'entre eux, et l'angoisse personnelle générée par la menace que fait peser le passage symbolique dans la nouvelle décennie sur la continuité de son identité (tout comme Édith, elle se vit comme « jeune » malgré le fait que son âge civil la fasse désormais appartenir à la catégorie des « vieux »).

C'est là que réside toute l'ambiguïté des sites pour « seniors » : malgré leurs efforts rhétoriques pour produire un image positive de ce groupe (qui reste, on l'a vue, restrictive), renvoyer les utilisateurs à

leur âge dans un contexte socioculturel où le vieillissement demeure dévalorisé constitue un exercice délicat. Dans les faits, les pratiques des enquêtés montrent que ceux-ci ne se cantonnent pas aux sites réservés à leur tranche d'âge : il est courant qu'un internaute soit actif simultanément sur plusieurs sites de rencontres amicales et amoureuses, à la fois généralistes et pour « seniors ». Il semble que cela soit d'abord le résultat d'un rapport utilitaire aux services en ligne. Les inscriptions se font au gré des recherches en ligne, des promotions sur les abonnements ou des recommandations, et participer à plusieurs sites à la fois permet de maximiser les opportunités de rencontres et de sorties. Par exemple, l'observation des sites de sorties entre particuliers montre qu'un certain nombre d'utilisateurs retraités de Quintonic, qui y organisent régulièrement des activités, les proposent également sur plusieurs autres sites généralistes (OnVaSortir, AmieZ, Yoos...) sans doute afin de s'assurer un nombre de participants plus élevé ou de « brasser » la composition du groupe. Au-delà de cette approche relevant d'une forme de rationalité face aux outils numériques, les discours des enquêtés montrent une certaine réticence au « confinement monogénérationnel » (Viriot-Durandal, 2003) que l'usage des sites pour « seniors » implique. C'est le cas de plusieurs femmes interrogées, qui mènent un mode de vie actif et souhaitent avoir la possibilité de fréquenter des personnes plus jeunes dans le cadre de leurs loisirs, à l'image de Béatrice (70 ans, ancienne programmatrice informatique) :

Quand je vais sur [OnVaSortir], dans la case pour choisir des sorties, y'a une ligne « Les sorties de votre âge ». Systématiquement je désactive ce truc, je vois pas pourquoi j'irais pas au cinéma avec quelqu'un qui a 30 ans !

Cependant, cette envie de mixité n'est pas toujours évidente à mettre en pratique :

B. Je suis obligée d'avoir des contacts avec des jeunes, y'a que ça autour de moi, que ce soit chez les Iron Daughters [l'association de motards dont elle fait partie], ou dans mes activités associatives, j'ai l'impression d'être toujours la vieille. J'ai toujours rêvé d'être la plus rapide, la plus intelligente, maintenant je suis la plus vieille ! On fait ce qu'on peut !

L. Vous vous sentez dans une position particulière du coup ?

B. Très en retrait. Oui, j'observe. Peut-être que je fais la vieille sage, j'interviens peu. C'est pas un problème. Le seul problème c'est que ces gens-là ne sont pas libres en semaine !

En plus du fait que se retrouver « la plus vieille » au sein d'un groupe n'est pas une position évidente à gérer, l'envie de socialiser avec des personnes de tous âges se retrouve limitée par des différences d'emploi du temps : celui, très flexible, des retraités se heurte aux contraintes professionnelles et/ou familiales des personnes plus jeunes. Cette dimension s'applique également aux rencontres amoureuses : interrogés sur la possibilité de se mettre en couple avec quelqu'un de plus jeune qu'eux, les enquêtés évoquent souvent l'obstacle rédhibitoire que constituerait le fait de ne pas pouvoir partir en vacances toute l'année ou faire des activités en semaine avec leur partenaire s'ils fréquentaient une personne n'étant pas encore à la retraite.

Ainsi, si l'homogamie d'âge proposée par les sites pour « seniors » présente une certaine pertinence par rapport aux besoins et aux pratiques de leur public, ces services ne parviennent pas à capter totalement la participation sociale en ligne des adultes âgés. Cela peut s'expliquer par le stigmate persistant associé au vieillissement qui joue comme un repoussoir, d'autant plus que dans leur volonté d'« outiller la rencontre des plus de cinquante ans [pour] constituer une communauté homogène [...] à des fins mercantiles » (Julliard, 2013, p. 66) les sites produisent une représentation stéréotypée de leur public dans laquelle les internautes âgés ne se reconnaissent pas nécessairement.

Conclusion

À l'issue de cette analyse, il apparaît nécessaire de souligner que les usages d'internet par les adultes âgés ne peuvent être réduits aux sites de rencontres amicales et amoureuses, et que leur participation sociale se déploie dans bien d'autres espaces en ligne et sous d'autres formes. Cependant, les sites de sociabilité pour « seniors », au même titre que d'autres dispositifs s'adressant à cette tranche d'âge, constituent un point d'observation intéressant des « nouveaux processus culturels qui redéfinissent l'avancée en âge et la vieillesse dans le cadre du capita-

lisme avancé et de la mondialisation, qui se basent sur les modes de vie associés à la retraite, les technologies corporelles et cosmétiques, le marketing, et la hiérarchie des âges » (Katz, 2014, en ligne). Ces sites véhiculent une conception spécifique de la participation du public âgé, qui emprunte aux représentations traditionnelles (promotion d'un vieillissement « actif » et « dynamique ») tout en les renouvelant (la maîtrise et l'utilisation des outils numériques étant présentées comme un levier et une preuve du « bien-vieillir »). Si ces discours n'ont originellement pas d'autre prétention que celle de servir des intérêts commerciaux, ils n'en participent pas moins à façonner une certaine « culture du troisième âge » contemporaine (Gilleard, 1996).

Le nombre d'entretiens réalisés dans le cadre de cette étude limite nécessairement la généralisation des résultats, mais l'analyse de la réception de ces discours et des modes d'appropriation des sites par les internautes âgés montre que l'image du public idéal qu'ils développent fonctionne avant tout comme une « suggestion identitaire » (Pillonel, 2017), les entretiens et observations révélant que les utilisateurs n'y adhèrent que partiellement et que leurs pratiques débordent largement le cadre imposé par les sites. Cependant, en énonçant qui peut participer – les plus « jeunes » et les plus actifs des retraités – et de quelle manière, ces discours contribuent à renforcer les hiérarchies basées sur l'âge, qui rejettent symboliquement une partie importante des adultes âgés en dehors des limites du « bon vieillissement ».

Alors que les recherches sur les pratiques de sociabilité en ligne des adultes âgés s'interrogent bien souvent sur les bénéfices en termes de bien-être psychosocial d'une population considérée en priorité à partir de ses manques (voir Nimrod, 2014 ; Newman *et al.*, 2021), nous avons proposé d'aborder la participation sociale en ligne de ce groupe depuis un point de vue critique, en explorant cette participation à deux niveaux. D'abord, nous nous sommes intéressée à la façon dont la participation sociale des retraités, qui s'est fortement développée au cours des dernières décennies et qui est désormais un élément central du mode de vie et de l'identité des adultes âgés, se décline aujourd'hui dans des espaces de sociabilité en ligne. Ensuite, cette recherche montre comment les adultes âgés, restés pendant un certain temps à l'écart des usages d'internet et largement ignorés par les acteurs du Web, sont à présent, au même titre que les internautes des générations plus récentes, sujets aux injonctions à participer en ligne – participation qui, à l'heure des plateformes et de l'exploitation commerciale accrue des usages

numériques, se trouve fortement contrainte et encadrée par les dispositifs sociotechniques.

Références

- Aribaud, F. & Tréguer, J.-P. (2016). *Le Silver Marketing. Les meilleures pratiques pour communiquer aux seniors*. Paris : Dunod.
- Assogba, H., Coutant, A., Domenget, J.-C. & Latzko-Toth, G. (2015). Les publics imaginés et réels des professionnels d'internet. *Communication* 33(2). doi : <https://doi.org/10.4000/communication.5704>
- Bergström, M. (2014). *Au bonheur des rencontres. Classe, sexualité et rapports de genre dans la production et l'usage des sites de rencontre en France*. Thèse de doctorat en sociologie. Paris : Sciences-Po.
- Bergström, M. (2018). De quoi l'écart d'âge est-il le nombre ? L'apport des *big data* à l'étude de la différence d'âge au sein des couples. *Revue française de sociologie*, 59(3), 395-422. doi : <https://doi.org/10.3917/rfs.593.0395>
- Bickel, J.-F. (2014). La participation sociale, une action située entre biographie, histoire et structures. Dans C. Hummel, I. Mallon & V. Caradec (éds), *Vieillesse et Vieillissements. Regards sociologiques* (pp. 207-226). Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Bickel, J.-F., Épinay, C. & Vollenwyder, N. (2005). Changement et continuité dans les loisirs : une comparaison de cohortes. *L'Année sociologique*, 55(1), 129-169. doi : <https://doi.org/10.3917/anso.051.0129>
- Bonaccorsi, J. (2013). Analyse sémiologique du Web. Dans C. Barats (éd.), *Manuel d'analyse du Web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 125-141). Coll. U. Paris : Armand Colin.
- Boulbès, D. & Guérin, S. (2018). *La Silver économie : 60 acteurs de l'économie des 60+*. Paris : La Chartre.
- Caradec, V. (2003). Comportements culturels de la population âgée. *Empan*, 52(4), 54-61. doi : <https://doi.org/10.3917/empa.052.0054>
- Caradec, V. (2005). « Seniors » et « personnes âgées ». Réflexions sur les modes de catégorisation de la vieillesse. *Cahier d'Histoire de la Sécurité Sociale*, 1, 313-326.
- Caradec, V. (2015). *Sociologie de la vieillesse et du vieillissement*. Malakoff : Armand Colin.
- Cardon, D. (2008). Le design de la visibilité. Un essai de cartographie du web 2.0. *Réseaux*, 152(6), 93-137. Disponible à : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2008-6-page-93.htm>
- Coutant, A. & Stenger, T. (2012). Les médias sociaux : une histoire de participation. *Le Temps des médias*, 18(1), 76-86. doi : <https://doi.org/10.3917/tdm.018.0076>
- Crédoc (2013). Les seniors « connectés » entretiennent plus de relations sociales et consomment plus. *Consommation et modes de vie*, 261. En ligne. URL : <https://www.credoc.fr/publications/les-seniors-connectes-entretiennent-plus-de-relations-sociales-et-consomment-plus-the-online-elderly-have-a-better-social-life-and-spend-more>
- Crédoc (2019). Baromètre du Numérique (19^e édition). En ligne. URL : <https://www.credoc.fr/publications/barometre-du-numerique-2019>

- de Beauvoir, S. (1970). *La Vieillesse*. Paris : Gallimard.
- Delias L. (2019a). Les facteurs de l'autonomie face à l'informatique connectée chez les retraités français. Génération et trajectoires genrées. *RESET. Recherches en sciences sociales sur Internet*, 8. doi : <https://doi.org/10.4000/reset.1321>
- Delias L. (2019b). *L'Âge des usages. Usages sociaux des technologies numériques par les adultes âgés et représentation du « bien-vieillir connecté »*, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Paris, Sorbonne Nouvelle-Paris 3.
- Eraly, H. (2014). Marketing senior et résistances des jeunes retraités au vieillissement. *Émulations - Revue de sciences sociales*, 13, 69-82. doi : <https://doi.org/10.14428/emulations.013.006>
- Feller, É. (1997). *Du vieillard au retraité. La construction de la vieillesse dans la France du xx^e siècle*. Paris : L'Harmattan.
- Gilleard, C. (1996). Consumption and Identity in Later Life: Toward a Cultural Gerontology. *Ageing & Society*, 16(4), 489-498.
- Gomez-Mejia, G. (2016). *Les Fabriques de soi ? Identité et Industrie sur le web*. Paris : Éditions MkF.
- Guillemard, A.-M. (1972). *La Retraite, une mort sociale. Sociologie des conduites en situation de retraite*. Paris/La Haye : Mouton.
- Guillemard, A.-M. (2002). De la retraite mort sociale à la retraite solidaire. La retraite une mort sociale (1972) revisitée trente ans après. *Gérontologie et société*, 25(102), 53-66. doi : <https://doi.org/10.3917/gs.102.0053>
- Gullette, M. (2004). *Aged by Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hargittai, E & Dobransky, K. (2017). Old Dogs, New Clicks: Digital Inequality in Skills and Uses among Older Adults. *Canadian Journal of Communication*, 42(2), 195-212. doi : <https://doi.org/10.22230/cjc.2017v42n2a3176>
- Hénaff-Pineau, P.-C. (2009). Vieillesse et pratiques sportives : entre modération et intensification. *Lien social et Politiques*, 62, 71-83. doi : <https://doi.org/10.7202/039315ar>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury.
- Hummel, C. (2002). Les paradigmes de recherche aux prises avec leurs effets secondaires. *Gérontologie et société*, 25(102), 41-52. doi : <https://doi.org/10.3917/gs.102.0041>
- Jouët, J. & Le Caroff, C. (2013). L'observation ethnographique en ligne. Dans C. Barats (éd.), *Manuel d'analyse du Web en Sciences Humaines et Sociales* (pp. 147-160). Coll. U. Paris : Armand Colin.
- Julliard, V. (2013). Éléments pour une « sémiotique du genre ». *Communication & langages*, 177(3), 59-74. doi : <https://doi.org/10.4074/S0336150013013045>
- Julliard, V. (2014). Un mode d'appropriation des *Gender Studies* par les sciences de l'information et de la communication : la sémiotique du genre. *Questions de communication*, 25(1), 223-243. doi : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9028>
- Katz, S. (2014). What Is Age Studies? *Age Culture Humanities*, 1. En ligne. URL : <https://ageculturehumanities.org/WP/what-is-age-studies/>
- Katz, S. & Calasanti, T. (2015). Critical Perspectives on Successful Aging: Does it "Appeal More than it Illuminates"? *The Gerontologist*, 55(1), 26-33. doi : <https://doi.org/10.1093/geront/gnu027>

- Lenoir, R. (1979). L'invention du « troisième âge ». Constitution du champ des agents de gestion de la vieillesse. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 26(1), 57-82. doi : <https://doi.org/10.3406/arss.1979.2630>
- Lenoir, R. (1999). Objet sociologique et problème social. Dans P. Champagne, R. Lenoir, D. Merllié & L. Pinto (éds), *Initiation à la pratique sociologique*, 2^e éd. augmentée (pp. 51-100). Paris : Dunod.
- Monnoyer-Smith, L. (2011). La participation en ligne, révélateur d'une évolution des pratiques politiques ? *Participations*, 1(1), 156-185. doi : <https://doi.org/10.3917/parti.001.0156>
- Newman, L., Stoner, C. & Spector, A. (2021). Social Networking Sites and the Experience of Older Adult Users: A Systematic Review. *Ageing and Society*, 41(2), 377-402.
- Nimrod, G. (2014). The Benefits of and Constraints to Participation in Seniors' Online Communities, *Leisure Studies*, 33(3), 247-266.
- Paveau, M.-A. (2017). *L'Analyse du discours numérique*. *Dictionnaire des formes et des pratiques*. Paris : Hermann.
- Pecolo, A. (2011). Médias et âges de la vie. Brève exploration de la figure du « senior ». *Le sociographe*, 35(2), 21-31. doi : <https://doi.org/10.3917/graph.035.0021>
- Petit, M. (2010). Les femmes retraitées en France : entre engagement bénévole et engagement familial. *Enfances, Familles, Générations*, 13, 79-96. doi : <https://doi.org/10.7202/045421ar>
- Pharabod, A.-S. (2016). Sortir avec des inconnus grâce à internet : une manière de se faire des amis ?, Dans O. Martin & É. Dagiral (éds), *L'Ordinaire d'internet. Le web dans nos pratiques et relations sociales* (pp. 17-35). Malakoff : Armand Colin.
- Pillonel, A. (2017). Au croisement des classes. Entre classe sociale et classe d'âge, un hommage à la gérontologie critique anglo-saxonne. Dans N. Burnay & C. Hummel (éds), *Vieillesse et classes sociales* (pp. 41-61). Coll. Population, Famille et Société. Berne : Peter Lang.
- Proulx, S. (2017). L'injonction à participer au monde numérique. *Communiquer. Revue de communication sociale et publique*, 20, 15-27. doi : <https://doi.org/10.4000/communiquer.2308>
- Proulx, S. (2020). *La Participation numérique : une injonction paradoxale*. Paris : Presse des Mines.
- Pujalon, B. & Trincaz, J. (2014). L'injonction normative au « bien vieillir ». Dans C. Hummel, I. Mallon & V. Caradec (éds), *Vieillesse et vieillissements. Regards sociologiques* (pp. 61-72). Coll. Le sens social. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Rennes, J. (2019). Déplier la catégorie d'âge. Âge civil, étape de la vie et vieillissement corporel dans les préjugés liés à l'« âge ». *Revue française de sociologie*, 60(2), 257-284. doi : <https://doi.org/10.3917/rfs.602.0257>
- Richardson, M., Weaver, K. & Zorn T. (2011). Older People and New Communication Technologies: Narratives from the Literature. Dans C. Salmon (éd.), *Communication Yearbook* (pp. 121-154). Londres: Taylor & Francis.
- Vigouroux-Zugasti, E. (2017). *L'expérience du numérique chez les aînés : Enjeux et limites du solutionnisme technologique*. Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Bordeaux Montaigne.

- Viriot-Durandal, J.-P. (2003). *Le Pouvoir gris. Sociologie des groupes de pression de retraités*. Paris : Presses universitaires de France.
- Voirol, O. (2011). L'intersubjectivation technique : de l'usage à l'adresse. Pour une théorie critique de la culture numérique. Dans F. Granjon & J. Denouël (éds), *Communiquer à l'ère numérique. Regards croisés sur la sociologie des usages* (pp. 127-153). Paris : Presses des Mines.



Publié sous la licence Creative Common
«Attribution – pas d'utilisation Commerciale – Pas de Modification 4.0. International»
(CC BY-NC-ND)