

Que l'on soit à la maison, au travail ou en promenade dans le quartier, les réseaux sociaux sont pratiquement toujours accessibles grâce aux moyens technologiques. D'ailleurs, de nuit comme de jour, la plupart d'entre nous ont toujours leur cellulaire à portée de main, hésitant à se départir de cet outil qui est vite devenu notre principal moyen de communication, du simple coup de fil au courriel, en passant par le texto et le gazouillis destinés aux amis et à la famille.

Technologies : bien branchés, bien entourés

NATHAN BATTAMS

Au cours de la dernière décennie, l'évolution et l'expansion des moyens technologiques de communication mobile se sont produites à un rythme tout simplement stupéfiant. Téléphones intelligents, tablettes électroniques, ordinateurs portables et profils sur les réseaux sociaux suscitent encore et toujours l'engouement d'un nombre sans cesse croissant de Canadiens, si bien qu'il n'est peut-être pas loin le jour où les gens seront « connectés » en permanence. Encore considérés comme l'apanage des jeunes il n'y a pas si longtemps, ces outils de communication trouvent désormais leur place auprès d'une proportion grandissante de Canadiens soucieux d'enrichir leurs relations interpersonnelles et intergénérationnelles grâce à des avenues qui n'existaient tout simplement pas auparavant.

Connexions intergénérationnelles

Au Canada, de nombreux parents recourent désormais aux technologies de communication afin de favoriser et d'entretenir les liens familiaux, qu'il s'agisse de discuter en vidéo sur Internet avec les enfants partis étudier à l'université, ou seulement d'envoyer un texto à son conjoint au beau milieu d'une allée de l'épicerie. Parmi les parents canadiens interrogés plus tôt cette année,

sept répondants sur dix disaient « recourir à la technologie pour garder contact avec la famille »¹. Les études montrent aussi que les parents sont moins susceptibles que les plus jeunes Canadiens de passer par l'Internet mobile pour « maintenir des relations avec leurs amis » (soit à peine 38 % comparativement à 62 %), mais ils sont par contre *plus* enclins que leurs enfants à se brancher dans le but de « garder contact avec leur famille » (à raison de 52 % par rapport à 48 % respectivement)².

Malgré que l'on dépeigne généralement les 50 ans et plus comme étant peu à l'aise avec les technologies, voire indifférents aux gadgets modernes, les études montrent pourtant que de nombreux Canadiens plus âgés utilisent régulièrement les services de communication par vidéo en ligne pour garder contact avec leurs proches. Ainsi, dans le cadre d'une enquête sur l'utilisation des communications par vidéo en ligne chez les Canadiens de 55 ans et plus, la majorité des répondants déclarait utiliser les services de discussion en vidéo par Internet (comme Skype) au moins une fois par mois (et le quart de cet échantillon y recourait « plusieurs fois par semaine »)³. Les données de l'étude ont aussi révélé que les personnes qui s'adonnent régulièrement aux discussions vidéo pour communiquer avec la famille et les amis y trouvent une façon de consolider leur « présence sociale » grâce au mode

d'interaction directe de ce moyen de communication. Les répondants affirmaient que le bavardage en vidéo par Internet leur avait permis d'éviter les tracas du voyage, notamment pour les parents des secteurs ruraux dont les enfants habitent en milieu urbain. Finalement, les chercheurs concluaient n'avoir constaté « aucun stéréotype fondé sur l'âge permettant d'expliquer un éventuel désintéressement à l'égard de la technologie parmi les participants de cette étude » [traduction]⁴.

De toute évidence, quelle que soit la tranche d'âge, les technologies de communication modernes font de plus en plus d'adeptes, mais la génération des post-boomers est sans conteste la plus friande de technologies. De fait, exposés à un plus jeune âge à l'Internet et aux moyens de communication de l'ère moderne, ces derniers disposent d'une « longueur d'avance » par rapport à leurs prédécesseurs. D'ailleurs, les gens moins à l'aise avec l'utilisation d'Internet auront fort à faire pour apprendre le fonctionnement des menus et des applications des appareils à écran tactile, puisque téléphones intelligents et tablettes électroniques reposent sur des interfaces utilisateurs elles-mêmes calquées sur les navigateurs Web (sur le plan de la présentation graphique et des fonctionnalités).

Dans un tel contexte, il n'est pas étonnant que les jeunes soient les plus fervents adeptes des technologies émergentes, et qu'ils s'en servent plus fréquemment. Pour les jeunes Canadiens, les cellulaires ou les téléphones intelligents sont vite devenus des articles de base. En effet, interrogés un peu plus tôt cette année, 81 % des répondants de 18 à 35 ans affirmaient utiliser de tels appareils (comparativement à 61 % chez les 50 à 64 ans)⁵. Et pour plusieurs, ces appareils mobiles sont rapidement devenus le principal point d'accès à Internet. À cet égard, une étude réalisée par Statistique Canada en 2011 montrait qu'un tiers des internautes canadiens se servaient d'appareils portables sans fil pour naviguer en ligne (et de ce groupe, 59 % étaient âgés de moins de 35 ans)⁶.

Des liaisons mobiles

Même s'il semble difficile d'imaginer aujourd'hui que le monde n'a pas toujours été « branché » en continu, il faut pourtant se souvenir que le premier BlackBerry n'a fait son apparition qu'en 2003, et que le premier iPhone a été lancé *il y a six ans* à peine. Au début, ces appareils étaient principalement destinés aux technophiles et aux travailleurs itinérants, mais ils ont désormais la cote auprès des Canadiens de tous les horizons : près de la moitié (47 %) des Canadiens interrogés plus tôt cette année utilisait un téléphone intelligent, alors que ce type d'appareil ne trouvait preneur que chez 23 % d'entre eux, en 2011⁷.

Depuis la commercialisation de l'iPad en 2010, on a également constaté une percée spectaculaire des tablettes numériques. Cette année, les utilisateurs de tablettes électroniques représentaient un cinquième des répondants au Canada, soit *le double* de la proportion mesurée l'année précédente⁸. Compte tenu de l'évolution

fulgurante du segment des technologies de communication mobile, les statistiques sur les habitudes d'utilisation au sein de la population canadienne deviennent vite périmées (tout comme les technologies d'ailleurs). Toutefois, une chose est sûre : ces outils sont là pour rester, puisque l'utilisateur moyen se sert désormais de 2,3 appareils de ce type, et que les données sur l'acquisition et l'utilisation de ces outils indiquent une progression constante⁹.

Non seulement les technologies de communication mobile sont-elles plus répandues, mais on les utilise par ailleurs plus fréquemment. En cours d'année, la plupart (55 %) des répondants de 16 à 64 ans au Canada affirmaient n'éteindre « jamais » ou que « rarement » leurs cellulaires ou téléphones intelligents. Du reste, les plus jeunes semblent beaucoup plus réticents que les autres à se départir de leur appareil : à peine 14 % des 18 à 35 ans disaient l'éteindre « souvent », comparativement à 32 % chez les Canadiens de 50 à 64 ans¹⁰.

Les liens sociaux

À l'échelle mondiale, le Canada figure parmi les pays où le réseautage social est le plus en vogue. En 2011, la moitié des répondants au sein de la population (c'est-à-dire 60 % des Canadiens branchés) avait un profil sur les médias sociaux¹¹. Bien entendu, le groupe d'âge des 18 à 34 ans remporte la palme en ce qui concerne la participation aux sites de réseautage social (86 %), mais il n'en demeure pas moins que la majorité des personnes de 35 à 54 ans (62 %) et un nombre croissant de Canadiens de 55 ans et plus (43 %) ont aussi leur propre compte¹². Un sondage plus récent portant sur la fréquence d'utilisation des médias sociaux révélait que 51 % des personnes de 50 à 64 ans *n'utilisent pas* les médias sociaux sur une base quotidienne (parce qu'ils ne les fréquentent qu'à l'occasion, ou encore pas du tout), alors que le taux descend à seulement 22 % chez les 35 ans et moins¹³.

Les outils de communication trouvent désormais leur place auprès d'une proportion grandissante de Canadiens soucieux d'enrichir leurs relations interpersonnelles et intergénérationnelles.





© Bigstock 12050396

Sept répondants sur dix disaient « recourir à la technologie pour garder contact avec la famille ».

Des familles branchées

Si les médias sociaux servent à toutes les sauces, plusieurs les utilisent cependant pour alimenter et préserver les liens familiaux. En 2012, la plupart des répondants (52 %) de la tranche des 18 à 24 ans disaient compter leurs parents parmi leurs amis sur Facebook. De même, à peine un dixième des parents ayant un compte Facebook ne comptaient pas leurs enfants parmi leur cercle d'« amis »¹⁴. Pour ceux et celles dont les enfants sont partis étudier au collège ou à l'université, les médias sociaux représentent un moyen très pratique de s'informer du quotidien des plus jeunes, et cette réalité leur aurait été tout à fait impensable s'ils avaient dû s'en tenir à quelques coups de fil ou à des visites sporadiques. En 2012, 21 % des parents canadiens interrogés disaient se servir des médias sociaux pour mieux « suivre » leurs enfants, ce qui pourrait alimenter un certain mécontentement chez les jeunes plutôt jaloux de leur vie sociale en ligne. Malgré cela, plusieurs cherchent plutôt à favoriser activement ces liens intergénérationnels : quatre jeunes sur dix disaient aider leurs parents à mieux utiliser les technologies qui leur permettent de se rapprocher¹⁵.

Les moyens de communiquer ont considérablement évolué depuis une décennie. L'Internet à haut débit a

envahi pratiquement chaque recoin des agglomérations urbaines, et continue sa progression dans les régions rurales et éloignées. Sans risque de se tromper, on peut s'attendre à une augmentation continue du nombre d'utilisateurs canadiens qui s'en remettront aux moyens technologiques de communication mobile ou en ligne pour garder contact avec leurs familles ou leurs amis. Pour peu que l'on dispose d'un accès, ces appareils et services donnent la possibilité de communiquer où que l'on soit et aussi souvent qu'on le souhaite, en s'affranchissant du même coup des contraintes que supposaient les réseaux filaires et le « courrier escargot ». Par contre, même si les nouvelles technologies ont révolutionné la nature et la fréquence des communications, le contenu à transmettre reste essentiellement le même : il s'agit en réalité d'entretenir et de préserver des liens sociaux, peu importe les canaux qui permettent d'y arriver.

Nathan Battams est chercheur et auteur au sein de l'Institut Vanier de la famille (Ottawa, Ont.).

¹ Ipsos (2013). *Four in Five (84%) of Canadian Parents Believe Technology Allows Families to Be Better Connected*. (Page consultée le 28 juin 2013) <http://bit.ly/13hDPET>

² Vision Critical (2012). *Rogers Innovation Report: 2012 Trend Watch* (août 2012). (Page consultée le 16 janvier 2013) <http://roge.rs/10pStMI>

³ Mary C. Milliken, Susan O'Donnell, Kerri Gibson et Betty Daniels (2012). « Older Citizens and Video Communications: A Case Study » dans *Journal of Community Informatics* (vol. 8, n° 1). (Page consultée le 5 juillet 2013) <http://bit.ly/1cGIWVG>

⁴ Milliken et autres (2012).

⁵ Ipsos (2013). « Socialogue: Think Small » dans *Ipsos Open Thinking Exchange* (tableaux détaillés). (Page consultée le 3 juillet 2013) <http://bit.ly/13lwaek>

⁶ Statistique Canada (2011). « Utilisation d'Internet et du commerce électronique par les particuliers » dans *Le Quotidien* (12 octobre 2011). (Page consultée le 5 juillet 2013) <http://bit.ly/qB9gMf>

⁷ Ipsos (2013). « Close to Half of Canadians Now Own a Smartphone » dans *Mobil-ology* (tableaux détaillés). (Page consultée le 3 mars 2013) <http://bit.ly/13hEy9f>

⁸ Ipsos (2013). « Close to Half of Canadians Now Own a Smartphone » dans *Mobil-ology*. (Page consultée le 3 mars 2013) <http://bit.ly/13hDPET>

⁹ Ipsos (2013). « Socialogue: Think Small » dans *Ipsos Open Thinking Exchange*. (Page consultée le 28 juin 2013) <http://bit.ly/14PudTJ>

¹⁰ Ipsos (2013). « Socialogue: Allergic to the Off Switch » dans *Ipsos Open Thinking Exchange* (tableaux détaillés). (Page consultée le 28 juin 2013) <http://bit.ly/11aPHKD>

¹¹ Ipsos (2011). *Canada's Love Affair with Online Social Networking Continues*. (Page consultée le 8 juillet 2013) <http://bit.ly/nnDhvk>

¹² *Ibidem*

¹³ Ipsos (2012). « Socialogue: The Most Common Butterfly on Earth Is the Social Butterfly » dans *Ipsos Open Thinking Exchange* (tableaux détaillés, section 2). (Page consultée le 9 juillet 2013) <http://bit.ly/1eqOT9j>

¹⁴ Vision Critical (2012).

¹⁵ *Ibidem*