



Mémoire
Présenté par
DALLA, Charles Félix

UNIVERSITE DE OUAGADOUGO J
(U.O) UNITE DE FORMATION ET
DE RECHERCHE SCIENCES
HUMAINES (UFR/SH)
DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE

**La prolifération des nouvelles technologies de
l'information et de la communication au Burkina Faso :
l'exemple des représentations sociales de l'Internet à
Ouagadougou**

Ouagadougou

Janvier 2004

MINISTERE DES ENSEIGNEMENTS
SECONDAIRE, SUPERIEUR ET DE
LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
(M.E.S.S.R.S)

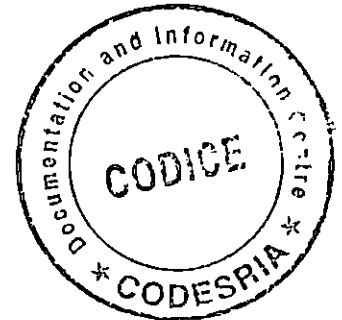
BURKINA FASO

UNITE - PROGRES - JUSTICE

UNIVERSITE DE OUAGADOUGOU
(U.O.)

UNITE DE FORMATION ET DE RECHERCHE
SCIENCES HUMAINES
(UFR/SH)

DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE



MEMOIRE DE MAITRISE DE SOCIOLOGIE

THEME :

La prolifération des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication au Burkina Faso : l'exemple des représentations sociales de l'Internet à Ouagadougou.

Présenté par:
DALLA Charles Félix

Sous la direction de
André NYAMBA
Docteur d'Etat
Maître de Conférences

Ouagadougou
Janvier 2004

190102
DAL
12772

30 JUIN 2004

MINISTERE DES ENSEIGNEMENTS
SECONDAIRE, SUPERIEUR ET DE
LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
(M.E.S.S.R.S)

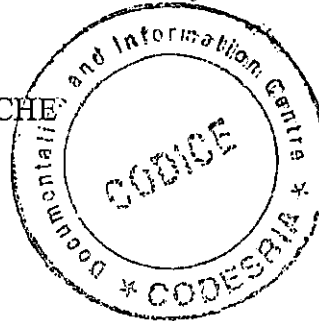
BURKINA FASO

UNITE - PROGRES - JUSTICE

UNIVERSITE DE OUAGADOUGOU
(U.O.)

UNITE DE FORMATION ET DE RECHERCHE
SCIENCES HUMAINES
(UFR/SH)

DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE



19.01.02
DAL
12772

MEMOIRE DE MAITRISE DE SOCIOLOGIE

THEME :

La prolifération des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication au Burkina Faso : l'exemple des représentations sociales de l'Internet à Ouagadougou.

Présenté par:
DALLA Charles Félix

Sous la direction de
André NYAMBA
Docteur d'Etat
Maître de Conférences

Ouagadougou
Janvier 2004

Thème : La prolifération des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication au Burkina Faso : l'exemple des représentations sociales de l'Internet dans la ville de Ouagadougou.

RESUME

L'Internet a été inauguré au Burkina Faso en décembre 1996 pendant le sommet France-Afrique qui s'est tenu à Ouagadougou. Il connaîtra une exploitation commerciale qui s'est ouvert au grand public en mars 1997 après l'atelier national sur les NTIC au Burkina.

Le Burkina Faso est un pays pauvre avec un PIB de 300 dollars US (le rap

port des Nations Unies de 1998), où 44,5 % vivent en dessous du seuil de pauvreté avec un revenu annuel de moins de 41 099 FCFA/habitant/an. Dans ce contexte, une grande partie de la population vit dans des conditions précaires. Elle n'a accès ni à l'éducation, ni aux soins de santé primaire, ni à l'eau potable... Au recensement de 1996, 81 % de la population ne savaient pas lire et écrire en français (INSD, 2000). L'accès à l'information et aux technologies de la communication reste un mirage pour une grande partie de la population.

En janvier 1999 trois ans après l'inauguration de son accès au grand public, on estimait à plus de 4000, le nombre d'abonnés dans la ville de Ouagadougou (DELGI,2000). Au 31 décembre de l'année 2001 sur les 350 cybers centres que compte le pays plus de 90 % sont concentrés à Ouagadougou. Pendant la même période, les internautes de la ville sont estimés à plus de 30000 (DELGI, 2002). Malgré la précarité de la vie dans nos cités l'engouement pour l'Internet est d'une notoriété. Ce constat suscite des interrogations sur les facteurs psychologiques, culturels et économiques qui expliqueraient l'engouement des Ouagalais pour cet outil.

L'Internet est perçu par les ouagalais comme un outil de communication, de travail et de recherche. Son accès exige un certain capital social, économique, et culturel difficilement réunit par certaines couches de la population. Son utilisation est sujette à des représentations sociales que les populations se sont forgées. Il faudrait être issu d'une couche aisée pour aspirer à son utilisation. Cette situation s'explique en partie par le déficit d'information sur le sujet. Ces représentations sociales sont des stéréotypes de la réalité de l'Internet à Ouagadougou.

Topic: the proliferation of NTIC in Burkina-Faso The example of the representation of Internet in city of Ouagadougou.

Summary:

Internet has been implemented in Burkina-Faso in December 1996 during the France-Africa meeting, which was held in Ouagadougou. It will know a commercial concern, which was splended to general public in March 1997 after the national group work on the NTIC in Burkina-Faso.

Burkina-Faso is a poor country which a GDP of 300 dollars US (according to the US report) where 44,5 % people live under the threshold of poverty with annual income inferior to 41099 CFA /in hbts/year. In this context, a lavage part of the population lives in a very poor condition. They are unable to access education, neither first aid nor drinking water.

At the census of 1996, 81 % of the population were unable to read and write in french (INSD,2000). The access to information and communication means remains a dream for the most part of population.

In January 1999, THREE years later after in opening to a general public, the number of subscriber in the city of Ouagadougou was estimated to more than 4000 (DELGI, 2000). In December 31th 2001 among the 350 cybers that the country has more than 90 % are in Ouagadougou. The Internet surfers of the city are estimated to more than 30 000 (DELGI, 2002). Despite the poor living condition in Our cities, the craze for Internet is a success. This state fact arouses. Some questions about the culture and economic psychological factors, which can be used to explain the craze of the Ouagalais for this tool.

Internet is saw by the Ouagalais as a teaching tool, a tool of communication a tool of research. It access is difficult to some people because it requires some social, economic cultural means it use is stereotyped by some people that is to say you have to come from a very family to be able to use it. This situation can be explained in a part by the lack of information are concerning the Net. These social, representation are stereotyped of reality of Internet in Ouagadougou.

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
DEDICACE	3
REMERCIEMENTS	4
LISTE DES SIGLES	6
INTRODUCTION GENERALE	7
CHAPITRE I	9
CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE	9
A- CONQUETE DE L'OBJET DE RECHERCHE	9
B- CONSTRUCTION DE MODELE D'ANALYSE THEORIQUE	14
B.5- DÉFINITION DES CONCEPTS	18
C- METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE	22
D- LES DIFFICULTES ET LES LIMITES DE L'ETUDE	26
CHAPITRE II	28
HISTOIRE DE L'INTERNET	28
CHAPITRE III	33
LES REPRESENTATIONS SOCIALES DE L'INTERNET	33
CHAPITRE IV	50
LES RAPPORTS D'USAGE DE L'INTERNAUTE A L'INTERNET A OUAGADOUGOU	50
CONCLUSION	71
BIBLIOGRAPHIE	72
II- OUVRAGES GENERAUX	72
V- POUR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS SUR LE CONTEXTE SE NAISSANCE ET DE L'EVOLUTION DE L'INTERNET CONSULTEZ LES SITES SUIVANT :	74
TABLE DES MATIERES	92

DEDICACE

A mon père, feu Tinmangui Jean-Martin DALLA, j'aurai voulu qu'il soit là aujourd'hui. Puisse-t-il trouver dans ce travail l'héritage de son éducation et de ses efforts. Qu'il repose en paix.

A ma mère Kandoa Regina ZERBO pour toute son affection et l'éducation qu'elle m'a donnée.

A mon oncle paternel Fougui Boureïma KI qui a cru en moi, qui m'a toujours soutenu, qu'il trouve dans ce travail le fruit de sa confiance et de son soutien,

A ma petite famille Elvis DALLA et ma fiancée Clarice Rosine TONE, pour son affection et son soutien.

A toute ma famille, je lui dis que je suis ce qu'elle a voulu que je sois.

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier particulièrement Monsieur André NYAMBA mon directeur de mémoire, pour tous les conseils pratiques qu'il m'a prodigués. Qu'il trouve dans ce travail, le fruit de ses efforts, malgré ses nombreuses charges professionnelles.

Je remercie Monsieur Ram Christophe SAWADOGO pour ses conseils.

Je remercie le programme de petites subventions de thèses et mémoires de CODESRIA pour son soutien financier et matériel.

Mes remerciements à Monsieur Abdoulaye ZERBO, à la Direction Générale de l'ONATEL, pour tout son soutien.

Mes remerciements à:

Monsieur Auguste TONE et Sékou TONI pour leur soutien logistique.

Messieurs Hippolyte MILLOGO, Seydou OUATTARA, Mamounata OUEDRAOGO, dit la "grande sœur", Issa SOMBIE, pour leur soutien matériel important,

Je remercie tous mes amis qui m'ont prodigué des conseils dans le cadre de cette recherche:

Monsieur Norbert SANON
Monsieur Hermann KAMBIRE
Monsieur Daouda GO
Monsieur Denis DAKOURE
Monsieur Félix BONKOUNGOU de l'INSD
Monsieur Célestin COULIBALY et sa famille
Monsieur Etienne LOMPO

Mes remerciements à tous ceux qui m'ont aidé pour la collecte des données:

Mademoiselle Fatimata OUEDRAOGO
Monsieur Touendé Bertrand OUEDRAOGO dit "ZORO"
Monsieur Siaka OUATTARA
Mademoiselle Marie ZAMBO
Mademoiselle Rahinatou SANGARE
Monsieur Moctar SAWADOGO
Monsieur Alexandre SANGUISSO

Tous mes remerciements à Monsieur Dieudonné OUEDRAOGO, Messieurs Mamadou REMBA et Ibrahim SORY à l'Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD) qui m'ont aidé dans le traitement informatique des données.

Mes sincères remerciements à Monsieur Sylvestre OUEDRAOGO de YAM PUKRI, à travers lui tout le personnel et particulièrement Monsieur AZIZ.

Je vous remercie de votre soutien moral continu très important:

Docteur Augustin ZEBA
Mademoiselle Sylvie Obi KAM
Monsieur Amadou BALIMA
Monsieur KODJO

Monsieur Mathias YAHO
Monsieur Abasse DAO
Monsieur François KABORE
Monsieur Justin KAFANDO
Mon petit frère Félix DALLA

Mes sincères remerciements à tous ceux que je n'ai pas pu nommer et à l'ensemble des institutions et services qui m'ont apporté un soutien de quelque nature que ce soit.

CODESRIA - BIBLIOTHEQUE

LISTE DES SIGLES

ARPA :	Advanced Research Projet Agency
AUPELF :	Association des Universités Partiellement ou totalement de Langue Française
BEPC:	Brevet d'Etudes du Premier Cycle
BUC :	Bibliothèque Universitaire Centrale
CAN :	Coupe d'Afrique de Nations
CFA :	Communauté Financière Africaine
CENATRIN :	Centre National de Traitement de l'Information
CEP :	Certificat d'Etudes Primaire
CISMA :	Conférence Internationale sur le SIDA et les Maladies Sexuellement transmissibles
DELGI :	Délégation Générale à l'Informatique
DOD :	Department of Defense
FESPACO :	Festival Panafricain du Cinéma de Ouagadougou
FONER:	Fond National pour l'Education et la Recherche
FTP :	File Transfert Protocol
INSD :	Institut National de la Statistique et de la Démographie
IRD :	Institut de Recherche sur le Développement
IP :	Internet Protocol
NCP :	NetWork Control Protocol
NCSA:	National SuperComputing Application
NSF:	National Science Foundation
ONATEL:	Office National des Télécommunications
PIB:	Produit Intérieur Brut
STMP :	Simple Mail Transfert Protocol
RUFEER :	Réseau Francophone pour l'Education et la Recherche
TCP :	Transfert Control Protocol
TMC :	Téléphone Mobile Cellulaire
USA:	United States of America
URSS:	Union des Républiques Socialistes et Soviétiques
ZCP:	Zongo's Consulting and Production

INTRODUCTION GENERALE

Le thème de recherche nous a été inspiré par un événement très banal. En février 1998, en pleine festivité de la Coupe d'Afrique des Nations (CAN) senior qui se déroulait à Ouagadougou, nous avons été témoins d'une discussion entre un groupe d'étudiants à la cité universitaire de la patte d'oie. A la mi-temps d'un match que nous suivions en direct dans la "salle télé", un étudiant annonçait à son voisin qu'il venait d'écouter le dernier album du chanteur ivoirien Alpha Blondy sur son site Internet. Du fond de la grande "salle télé" de la cité on pouvait entendre: "tu mens!" C'est ainsi qu'une violente discussion s'est engagée. Il était alors impossible de suivre le reste du match, de telle sorte que toute la salle s'intéressa à la discussion.

Pour le plus grand nombre d'étudiants, celui qui venait d'annoncer la nouvelle était un menteur. En effet, pour certains le Burkina n'avait pas les moyens et la technique nécessaire pour vulgariser le Net. L'Internet a été inauguré au Burkina pendant le XIX^{ème} sommet France - Afrique en décembre 1996. Juste après le sommet, l'Internet Burkina pouvait offrir, comme service que le courrier électronique. La rumeur en ce temps, disait que le pays n'avait pas les moyens techniques et économiques nécessaires pour s'offrir ce luxe (le Net). La discussion a été si passionnelle que l'on pouvait se demander s'ils n'arriveraient pas aux coups de poings.

Il ressortait de la salle que tous les étudiants étaient informés de l'existence du Net mais, rares étaient ceux qui l'avaient utilisé. C'est ainsi que pour faire la part des choses, une délégation dans laquelle nous faisons partie, s'est rendue à la DELégation Générale à l'Informatique (DELGI) pour de plus amples informations. Nous avons pu avoir les informations et visiter certains sites, notamment le site de Monsieur Alpha Blondy.

A l'instar de ces étudiants de la cité universitaire de la patte d'oie, bon nombre de Burkinabè arrivent à des situations similaires, parce qu'ils ne sont pas suffisamment informés, où parce qu'ils n'ont pas eu la patience d'écouter l'autre.

En janvier 1999, par simple curiosité nous avons essayé de faire un sondage auprès des auteurs de la fameuse discussion de la "salle de télé" pour mesurer leur niveau de connaissance du Net. A notre grande surprise plus de 70 % de ceux que nous avons rencontré avaient une boîte électronique.

En 1999 alors que nous devrions choisir un thème de recherche pour le mémoire de maîtrise de sociologie, nous nous sommes demandés pourquoi nous ne profiterions pas de l'occasion pour en savoir plus sur le changement social dans la communication à Ouagadougou.

En effet la communication est un élément essentiel dans toutes les sociétés humaines. Elle serait même la base de toute forme de socialisation. Pour le philosophe Bloofield, l'information permet à l'individu d'accomplir une réaction quand un autre individu éprouve une stimulation. La stimulation est le message véhiculé dans le langage de l'homme. C'est à travers le langage que les Hommes communiquent entre eux. C'est ainsi que, dès ses débuts, l'humanité n'a cessé d'améliorer les conditions de la communication.

Le monde de la communication n'a jamais cessé d'évoluer. L'évolution, on le sait, a toujours entraîné de nouveaux rapports sociaux au sein des sociétés humaines. Le cas de l'Internet est très pertinent. Aujourd'hui, on ne peut assister à aucun débat d'idée sans que le mot "Internet" n'apparaisse dans les conversations. Des médias, aux débats entre individus en passant par les causeries dans les cabarets, partout, tout le monde parle de l'Internet sans peut-être n'avoir jamais visité un site. Cet outil a révolutionné les modes de vie, à telle enseigne qu'il suscite beaucoup d'interrogations.

La présente étude tente de connaître les facteurs psychologiques, sociologiques, économiques qui motivent les Ouagalais à parler du Net, et à devenir consommateurs de l'Internet.

Pour l'étude, nous aborderons le problème en quatre chapitres:

- le premier chapitre est consacré au cadre théorique et à la méthodologie de recherche.
- le deuxième chapitre porte sur l'histoire de l'Internet : le contexte de naissance de l'ARPAnet au FASOnet.
- le troisième chapitre porte sur les représentations sociales du Net par les Ouagalais.
- le quatrième chapitre porte sur les rapports d'usages de l'Internet à l'internaute

CHAPITRE I

CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE.

A- CONQUETE DE L'OBJET DE RECHERCHE

A.1- Justification du choix du thème

Le choix de mener une étude sur les représentations sociales de l'Internet à Ouagadougou a été motivé par l'engouement de la population pour cet outil de communication, la prolifération des maisons de prestation de service Internet d'une part. En effet de mars 1997 au 31 décembre 2001, les Ouagalais ont assisté à l'ouverture de 135 cybercentres dans la cité (¹). Depuis quelques temps les télécentres privés se sont spécialisés dans la prestation de services Internet. Les estimations portent à environ 225 cybercafés, cybercentres et télécentres qui offrent des prestations de services Internet au 31 décembre 2001 à Ouagadougou.

D'autre part l'absence d'étude sociologique sur les représentations sociales a aussi motivé le choix du sujet. Les études sur le sujet au Burkina ne se sont intéressées qu'à l'aspect strictement économique.

A.2- Question de départ.

Après la vulgarisation du Net au Burkina en mars 1997, ses utilisateurs avaient été estimés à 4000 abonnés en août 1999 dans la seule ville de Ouagadougou. A la date du 31 décembre 2001 on estimait à plus de 30000 utilisateurs. Chaque jour l'effectif des utilisateurs va de plus en plus croissant. La prolifération, l'adhésion rapide au Net ne se font pas sans une incidence sociale. L'altérité radicale que constitue l'outil Internet, conduit à s'interroger sur l'engouement des Ouagalais pour cet outil. Est-ce un problème de coût, de goût, Ou un phénomène de mode?

C'est au regard de toutes ces interrogations que nous pensons qu'un nouvel outil comme l'Internet génère de nouveaux rapports sociaux, où un phénomène de concurrence est ouvert et certains se l'approprient.

¹ Ouédraogo Sylvestre, 2002, Les réseaux et association de développement dans la dynamique de l'appropriation des TIC : Analyse de la situation au Burkina, P8.

A.3- Phase exploratoire

Pour mener à bien cette étude sur les représentations sociales de l'Internet à Ouagadougou, nous avons eu recours à des documents disponibles à la DELGI, à la bibliothèque du projet pluri, celle du centre culturel français, celle du département de Sociologie et la bibliothèque universitaire centrale.

Des entretiens ont été réalisés avec un ingénieur de travaux informatiques de la DELGI, en janvier 1999, un gérant de cybercentre, en août 2000, avec un agent de l'ONATEL en Avril 2001, un ingénieur statisticien économiste de L'INSD en septembre 2001. Ces entretiens ont permis de corriger le questionnaire et de s'imprégner des réalités du terrain.

A.4- Les objectifs et l'intérêt de l'étude

A.4.1 Objectifs de l'étude

Nous avons choisi comme thème de recherche les représentations sociales de l'Internet dans la ville de Ouagadougou pour:

- déceler l'intérêt qu'ont les Ouagalais de l'Internet, compte tenu de la croissance rapide du nombre d'Internauts, en tentant de découvrir les vrais mobiles qui expliquent l'expansion rapide du phénomène Internet.
- en plus de cet objectif global, cerner les facteurs sociaux, psychologiques, économiques qui expliqueraient l'augmentation rapide du nombre d'internautes.
- enfin connaître le statut socio-économique de l'utilisateur de l'Internet.

A.4.2 Intérêt de l'étude

Ce travail, que nous entreprenons a une importance particulière car dans notre analyse nous intégrerons le processus d'appartenance sociale et culturelle des utilisateurs de l'Internet. Aussi, prendons en compte dans notre analyse les représentations sociales, les facteurs psychologiques, économiques, le statut socio-économique de l'utilisateur. Ce qui nous permettra de déterminer les principes générateurs des pratiques objectivement classables qui expliquent la formation des représentations sociales.

La connaissance des représentations sociales est fondamentale dans la réussite de tout projet social. *«Si nous assistons souvent impuissant à l'échec de certains programmes de développement, c'est tout simplement par méconnaissance des représentations sociales ou parce que nous ne les avons pas considérées à leur juste valeur dans l'exécution des programmes »*⁽²⁾. La connaissance des représentations sociales est primordiale dans la réussite des programmes et projets de développement *"toute politique d'introduction du téléphone dans leur milieu, ou même toute innovation technologique de façon générale, devra tenir compte de chaque spécificité en milieu rural"* (NYAMBA André, 2000: 209)³.

Sur le plan théorique les résultats de nos travaux pourraient servir pour d'autres recherches sur l'Internet dans la ville de Ouagadougou ou du Burkina tout entier. Car, durant notre phase de recherche documentaire, nous n'avons pas rencontré un travail sociologique sur l'Internet à Ouagadougou.

A.5- Problématique

Le Burkina est un pays sahélien avec une population de 10 312 609 habitants ⁽⁴⁾. Quatre vingt cinq pour cent (85 %) de la population du pays vivent en milieu rural. L'agriculture occupe plus de 95 % de la population. Compte tenu des conditions climatiques défavorables, du manque de matériel, de technique culturale et de moyens financiers, l'agriculture n'arrive pas à nourrir la population. Ce qui entraîne des conditions de vie précaires pour une grande partie de la population. Selon le Rapport des Nations Unies de 1998 dans les résultats de l'enquête prioritaire II de l'INSD, le PIB du Burkina était de 300\$ US. Dans le profil et évolution de la pauvreté de l'INSD de 1996, 44,5 % de la population vit en dessous du seuil de pauvreté avec un revenu annuel de 41 099 FCFA par adulte et par an.

Cette situation a pour conséquence directe la malnutrition, le non accès pour une grande partie de la population aux soins de santé primaire, réduisant ainsi l'espérance de vie à 49 ans. La pauvreté de la population a aussi pour effet le faible niveau de scolarisation (81 % de la population ne sait ni lire ni écrire). Le taux d'analphabétisme très élevé de la population (81 %) fait que l'accès à l'information et à la modernisation reste un mirage pour une grande partie de la population.

² Mémoire de Kisito BABO, la représentation sociale du téléphone par les Ouagalais, Université d'Abidjan, département de Sociologie mai 1996

³ NYAMBA, André, 2000: La "parole du téléphone" Signification sociale et individuelle du téléphone chez les Sanan du Burkina Faso, (SS. Dir.) ANNIE Chénau-Loquay, et Al, 2000, Enjeux des technologies de la communication en Afrique, du téléphone à l'Internet, Paris, Karthala-Régards, 408p.

⁴ INSD décembre 2000 Analyse de résultats du recensement général de la population et de l'habitat de 1996, Ouagadougou, vol 1

Par contre dans les grands centres urbains, on assiste à un style de vie à l'européenne ou à l'occidentale. Les dernières technologies (le téléphone mobile cellulaire, voiture de luxe, antenne parabolique numérique, chaîne télé numérique, appareil de musique dernier cri: lecteur vidéo CD, lecteur DVD, chaîne HIFI...) font partie du quotidien des citoyens. On croirait plutôt à un développement à deux vitesses: le milieu rural où l'effet de la modernisation est souvent limité à la mobylette, au poste radio cassette,... et les centres urbains avec une facilité d'accès aux produits de la modernité.

L'Internet a été vulgarisé au Burkina en mars 1997 sous la direction de FASOnet de l'ONATEL. En janvier 1999, en moins de trois ans d'existence, les estimations de la Délégation Générale à l'Informatique (DELGI) faisaient état de 4000 abonnés. A la date du 31 décembre 2001, on estimait à plus de 30 000 internautes pour la ville de Ouagadougou avec plus de 250 cybercentres concentrés à plus de 90 % dans cette même ville ⁽⁵⁾. Au vu de cette situation on constate un engouement pour l'Internet dans la ville de Ouagadougou. Il faut donc noter que l'Internet reste un outil de communication incontournable.

L'Internet est le prolongement de l'oreille, de l'œil. Il englobe à lui seul plusieurs sous unités de communication qui fonctionnent en général indépendamment. Ces sous unités sont : le téléphone, le fax, le courrier électronique, la vidéo conférence, la téléconférence, le multimédia, les bibliothèques, les banques de données, les affaires, la télévision, la radio...

L'Internet est donc un objet de modernité par excellence, en ce sens qu'il bénéficie des dernières techniques et sciences dans les télécommunications. C'est un outil qui permet de vaincre l'obstacle de la distance géographique. C'est un support de conservation de recherche et de stockage d'informations.

Ouagadougou est une ville en pleine construction, en pleine urbanisation. La population de Ouagadougou est passée successivement de 59 126 habitants en 1960 à 172 661 habitants en 1975, et de 441 514 habitants en 1985, à 709 736 habitants en 1996. Aujourd'hui, Ouagadougou compte plus de 1 000 000 d'habitants. La ville a un taux d'accroissement de 4,3 % par an ⁽⁶⁾.

Cette urbanisation sauvage a pour corollaire le chômage, la délinquance, le grand banditisme, la malnutrition, la non-scolarisation des

⁵ Sylvestre OUEDRAOGO, 2002, Les réseaux et associations de développement dans la dynamique de l'appropriation des technologies de l'information et de la communication: analyse de la situation au Burkina, Ouagadougou, pp-8.

⁶ INSD décembre 2000 Analyse de résultats du recensement général de la population et de l'habitat de 1996, Ouagadougou, vol 1

enfants,... et l'analphabétisme qui touchent 41,91 % de la population. A Ouagadougou 20 % de la population vivent avec moins de 35 176 FCFA par an, les 40 % autres avec 56 251 FCFA par an, 20 % avec 92 625 FCFA par an, les 20 % restantes ont un revenu supérieur au SMIG qui est de 299 016 FCFA an et par adulte⁽⁷⁾. Dans cette ville 80 % de la population mènent une vie dans des conditions très précaires. La précarité de la vie ne permet pas un épanouissement pour une grande partie de la population.

S'informer devient alors un luxe pour beaucoup de Ouagalais. Car le prix d'un quotidien (journal) est de 150 FCFA. La possession d'un poste radio est synonyme d'achat de pile d'au moins 1 000 FCFA par mois. La présence d'un poste téléviseur couleur dans un ménage est un signe extérieur d'aisance. Aussi, il y a l'analphabétisme.

Dans un tel environnement les individus ne sont pas en contact direct avec l'information, dans la mesure où celle-ci est diffusée en grande partie en français ou sur d'autres supports écrits. Ce qui ne voudrait pas dire qu'il n'existe pas d'autres supports de communication (journal, radio...), il en existe en langue nationale mais le lectorat ou l'audimat reste très faible voire insignifiant.

Une telle situation « *communicationnelle favorise la communication de "bouche à oreille". Dans nos pays africains ce canal est le plus utilisé depuis l'antiquité à nos jours. C'est le moyen le plus indiqué pour véhiculer certains messages sur l'économie, le social et le politique. Seulement, ce mécanisme est peu garant et influe sur les formes de connaissances que l'individu pense faire d'un objet donné. Le phénomène de « bouche à oreille », la fertilité de l'imagination favorisent le mythe autour des objets de la modernité* »⁽⁸⁾ suscitant ainsi des interrogations sur l'Internet.

Par conséquent nous nous sommes posés comme question principale : quelles représentations sociales, quelles images mentales se donnent les Ouagalais de l'utilisation de l'Internet? Pour mieux élucider ce problème nous nous posons une série de questions secondaires :

1° Quels sont les facteurs sociologiques, socioculturels, économiques, psychologiques, communicationnels qui permettent d'expliquer l'ampleur du phénomène ?

2° Qui sont les utilisateurs de l'Internet, quel est leur statut socio-économique, leur statut social?

⁷ INSD décembre 2000 Analyse de résultats du recensement général de la population et de l'habitat de 1996, Ouagadougou, vol 1

⁸ KAFANDO Nicomède, 2000, Etude de la représentation sociale du téléphone cellulaire dans la ville de Ouagadougou, Université de Ouagadougou, Département Arts & Communication, Mémoire de Maîtrise,

B- CONSTRUCTION DE MODELE D'ANALYSE THEORIQUE

B.1- hypothèses

B.1.1- Hypothèse principale

L'Internet dans la ville de Ouagadougou est perçue par la population comme un objet de luxe et de prestige social réservé seulement à une classe sociale spécifique notamment la classe aisée ou riche.

B.1.2- Hypothèses secondaires

La vérification d'une telle hypothèse passe par les hypothèses secondaires suivantes:

1° Le coût, la rapidité, et la fiabilité de la communication influencent les rapports des internautes à l'Internet.

2° L'utilisateur de l'Internet est perçu comme quelqu'un qui suit la mode, comme quelqu'un qui est à « la page ⁹ ».

B.2- Les variables

Une variable est une quantité susceptible de prendre un certain nombre de valeurs (par opposition à une constante). A l'origine le terme de variable était réservé aux cas où les valeurs sont numériques. Par extension, on appelle variable toutes caractéristiques soumises à une analyse sociologique dont les valeurs ne sont pas forcément numériques (¹⁰).

Dans cette étude nous avons distingué trois types de variables :

1° La variable nominale ou catégorie:

On parle de variable nominale lorsque les modalités d'une variable quantitative sont un ensemble de réponses simples distinctes dont on pourrait écrire la liste dans n'importe quel ordre.

Exemple: qui utilise Internet dans la ville de Ouagadougou?

- 1- Les riches
- 2- Les hommes d'affaires/ commerçants
- 3- Les Intellectuels/ les chercheurs

⁹ Etre à la « page » est une expression emprunté à OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, Accès aux TIC au Burkina Faso, Ouagadougou, Yam Pukri, p-17.

¹⁰ BERTHIER Nicole, (1998) Les techniques d'enquête (Méthodes et exercices corrigés) Armand Colin, Paris.

- 4- Les élèves/ les étudiants
- 5- Les cadres
- 6- Les pauvres
- 7- Toutes les couches sociales
- 8- Autres à préciser

Cette catégorie de variables constitue un ensemble de variables nominales.

2°- Les variables quantitatives ou numériques:

Avec l'échelle numérique ou quantitative non seulement les modalités sont ordonnées, mais on dispose aussi d'une mesure avec un intervalle constant: c'est-à-dire que l'augmentation a toujours la même signification.

Exemple: l'âge; le nombre d'enfants; le niveau d'instruction; la commune d'habitation.

Ces variables sont encore appelées variables indépendantes. Elles nous permettront d'identifier la population cible de l'échantillon de l'enquête et des entretiens.

3° Les variables créées par fusion de réponses à deux ou plusieurs questions pour donner une nouvelle variable par combinaison des modalités de deux questions.

Nous avons cherché à mesurer ces variables avec les indicateurs suivants: les conditions d'abonnement, le coût des abonnements, les conditions de connexion, la vitesse de connexion, les coûts de la connexion, le temps de connexion, les délais d'expédition et de réception, les centres de navigation, le lieu d'habitation, le milieu d'habitation, les rapports d'habitation.

B.3- La revue de la littérature

Des recherches effectuées dans le domaine de l'Internet, nous pouvons citer les travaux de Jean Michel CEDRO (1998), d'Arnaud DUFFOUR (1994) et de Thierry CROUZET (1997). Ces travaux sont pour la plupart des études techniques, des guides de navigation, des ouvrages généraux sur les avantages économiques de l'Internet. Nous constatons aujourd'hui que l'Internet occupe une place très importante dans les télécommunications. Par-là, nul ne peut ignorer sa place dans le développement d'un pays.

Nous avons orienté notre recherche documentaire sur deux axes, le premier axe sur les documents généraux ayant trait à l'Internet, dans un second temps sur des documents sociologiques sur notre objet d'étude, malheureusement nous n'en avons pas rencontrés. Nous nous sommes contentés de ce qui était disponible, constitué en général des documents techniques et de guides d'utilisation de l'Internet. Nous proposons ici le

résumé de quelques-uns qui ont orienté notre thème de recherche et la formulation de notre problématique.

1 – Dans l'ouvrage de CEDRO Jean Michel, l'auteur se fait porte-parole de l'Internet. Il donne une description technique et scientifique en relevant ses mérites, en faisant ses louanges. Pour lui, le multimédia, père de l'Internet est comme un arbre à trois racines à savoir l'ordinateur, le téléphone, la télévision. Le tronc épais et les branches sont : le texte, les images, et les fruits sont les CD, CD Rom, CD I ... Grâce à l'Internet les entreprises peuvent développer un partenariat interplanétaire en faisant des recrutements sur d'autres continents et profitant ainsi du décalage horaire (l'entreprise fonctionnera dans ce cas vingt quatre heures sur vingt quatre tout en profitant des bas salaires des autres continents) pour accroître son chiffre d'affaires. Dès lors, le mode de travail change avec l'Internet. On peut tout faire à partir de son véhicule ou de sa maison, à n'importe quel point du globe à partir d'une connexion ⁽¹¹⁾.

2 - L'ouvrage de CROUZET Thierry montre les méthodes techniques d'utilisation de l'Internet. C'est un guide de travail qui aide à naviguer. Il indique à l'internaute des méthodes simples de navigation qui lui permettent de ne pas se perdre parmi les milliers de sites. Il propose des adresses utiles où l'on peut télécharger des logiciels. Il propose également des méthodes pour pouvoir accroître sa vitesse de navigation. Ce qui permettra à l'internaute d'économiser en temps et en argent ⁽¹²⁾.

3 - DUFFOUR présente les possibilités qu'offre l'Internet dans le domaine de la recherche scientifique, technique, et économique. Ainsi peut-on rester dans n'importe quel endroit du globe chercher, acheter, vendre, demander, et recevoir ce que l'on veut. L'Internet devient donc une issue favorable pour les chercheurs, les hommes d'affaires, les particuliers... On peut tout faire avec l'Internet à partir de n'importe quel endroit, ce qui isolera l'individu de la communauté en l'intégrant dans une nouvelle communauté virtuelle qui est la "cybercommunauté". DUFFOUR à la fin de son ouvrage propose quelques définitions du vocabulaire des Internaute et de l'Internet ⁽¹³⁾.

La deuxième partie de notre revue de la littérature porte sur les ouvrages dont l'objet devrait être l'Internet au Burkina. Mais malheureusement nous n'avons pas rencontré un ouvrage sociologique sur Internet. Nous nous sommes intéressés à quelques mémoires ayant trait aux

¹¹ 1°- CEDRO Jean Michel, 1998, Multimédia, Milan, Ed. Essentiels, 121p.

¹² 2°-CROUZET Thierry, 1997, Internet en un clin d'œil, Trucs et astuces pour une productivité accrue, 142p, Ed Microsoft press.

¹³ 3° DUFFOUR Arnaud, 1995. "Internet", Paris, Ed. PUF, 128p (collection "Que sais-je ?")

NTIC notamment les mémoires de BADO Kisito (1996), KABORE Haoua (2001), KAFANDO Nicomède (2001) tous ayant travaillé sur le téléphone ou le téléphone portable dans la ville de Ouagadougou. Il y a aussi deux rapports d'études sur le Net à Ouagadougou : celui de Zannou Charlemagne (2000) et de Ouédraogo Sylvestre (2000). Ces ouvrages, ont beaucoup orienté la formulation de notre problématique de recherche.

1 - Pour Monsieur BADO Kisito la représentation sociale du téléphone par les Ouagalais se construit autour de quatre éléments centraux qui sont: moyen de communication, objet d'urgence, réduction du déplacement, objet de luxe. La notion saillante de la représentation sociale, comme moyen de communication, réduction de déplacement, demeure un luxe parce qu'il coûte cher. La surestimation des coûts par les Ouagalais par manque d'informations pousse les gens à en faire usage seulement en cas d'urgence. En effet, pour la population le téléphone est fait pour les riches (¹⁴).

2 - Dans son mémoire, Nicomède KAFANDO voulait dégager les divers prismes à travers lesquels le Ouagalais accueille le téléphone cellulaire. Ces divers prismes étant les représentations sociales. Il appelle représentation sociale un système d'interprétation quelconque sur un objet donné qui est en quelque sorte la perception ou l'image qu'on se fait de cet objet. Il ressort de sa conclusion que le téléphone portable est perçu comme un moyen de communication, un outil de travail utilisé dans les affaires et contribuant au développement économique d'un pays. On aboutit à une situation où la population considère le téléphone cellulaire comme un outil réservé à la classe sociale des riches. Chaque membre de la population aimerait avoir son téléphone cellulaire mais leur situation financière ne le permet pas (¹⁵).

3 - Dans le mémoire de KABORE Haoua le téléphone mobile cellulaire (TMC) est perçu par la population comme un objet de communication qui sert à réduire les distances. Mais il demeure un objet de luxe car la population croyait qu'il n'était pas à sa portée. Tous ceux qui l'utilisaient étaient classés dans la catégorie sociale des riches. Seuls ceux qui voulaient s'affirmer en faisaient usage. Mais avec l'arrivée des deux nouveaux opérateurs TELECEL et CELTEL, le paysage du TMC a quelque peu changé (¹⁶).

¹⁴ 1° BADO Kisito, 1996 la représentation sociale du téléphone par les Ouagalais, Université d'Abidjan, département de sociologie, 123p

¹⁵ 2° KAFANDO Nicomède, 2000, Etude de la représentation sociale du téléphone cellulaire dans la ville de Ouagadougou, Université de Ouagadougou, Département Arts & Communication, Mémoire de Maîtrise, 102p.

¹⁶ 3° KABORE Haoua, 2001, L'utilisation du téléphone mobile cellulaire et les implications socio-économiques dans la ville de Ouagadougou. Université de Ouagadougou, Département de Sociologie, Mémoire de maîtrise, 133p.

4° L'ouvrage de Zannou Charlemagne présente le contexte de naissance de l'Internet au Burkina du sommet France-Afrique de 1996 à 2000 et les avantages économiques liés à l'utilisation du Net à Ouagadougou⁽¹⁷⁾.

5° Celui de Ouédraogo Sylvestre présente l'Internet et les avantages économiques offerts par les centres communautaires aux internautes au Burkina. Il présente les opportunités que l'Internet offre aux Burkinabè en terme de qualité de services et d'accessibilité des coûts par rapport au téléphone, au fax, au télex et au télégramme ⁽¹⁸⁾.

Cette revue de littérature nous donne des connaissances générales sur l'Internet, des connaissances sur les représentations sociales du téléphone fixe et du téléphone mobile, mais n'apporte pas une réponse à notre question de départ.

B.5- Définition des concepts

Dans la recherche sociologique l'une des exigences est la claire formulation des concepts utilisés. C'est à ce titre que nous explicitons quelques notions prises en compte dans notre travail en nous appuyant sur les travaux antérieurs.

Représentation sociale

Selon le Petit Larousse illustré 2002, la représentation est l'action de rendre sensible quelque chose au moyen d'une figure, d'un symbole, d'un signe. La représentation est l'image, la figure, le signe qui représente un phénomène, une idée.

Selon Roquette Michel « les représentations sociales peuvent être "collectives" tant qu'elles sont consensuelles entre les groupes d'une société à un moment donné, "sociales" en tant qu'elles se révèlent différenciatrices de ces mêmes groupes selon les positions qu'ils occupent ; "indifféremment collective ou sociales" lorsqu'il s'agit d'un consensus intra-groupe.. ¹⁹».

Pour Gustave-Nicolas Fisher: la représentation sociale est un processus d'élaboration perceptive et mentale de la réalité qui transforme les objets sociaux (personnes, contextes, situations) en catégories symboliques (valeurs, croyances, idéologies,) et leur confère un statut cognitif permettant d'appréhender les aspects de la vie ordinaire par un recadrage de nos propres conduites à l'intérieur des interactions sociales.

¹⁷ 4°- ZANNOU Charlemagne, 2000, *L'Internet au Burkina Faso*, Ouagadougou, RIFO, 41p.

¹⁸ 5°- OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, *Accès aux TIC au Burkina Faso*, Ouagadougou, Yam Pukri, 18p

¹⁹ ROQUETTE Michel-Louis, 1998, *Introduction à l'étude des représentations sociales*, PUG, Grenoble p-15.

Les représentations sociales sont l'ensemble des éléments significatifs et déterminants de la vie et de l'organisation d'un peuple ou d'une société. Ce sont des modèles et schémas imaginaires et/ou concrets qui caractérisent l'organisation : l'organisation familiale, les pratiques politiques, les orientations idéologiques, le fonctionnement religieux. Ce sont des éléments significatifs propres à un groupe ethnique.

Pour nous, la représentation sociale est l'ensemble des valeurs, des croyances et connaissances sur un phénomène dans la vie et l'organisation d'un peuple, d'une société à un moment donné de son existence.

Statut socio-économique

Statut vient du mot latin "stare" qui veut dire occuper une position. C'est la position de l'individu, son rang dans une société donnée, le rôle qui lui incombe, la fonction sociale qui lui est dévolue.

Ici c'est la position sociale de l'individu par rapport à son assise financière et/ou à celui de ses parents, s'il est toujours pris en charge par ses parents.

La mode

Dans le langage courant (dictionnaire de sociologie Raymond BOURDON et Cie) la mode s'applique soit à la faveur particulière et momentanée dont jouit quelque chose, soit au changement qui affecte l'habillement et la parure, soit encore aux vêtements lui-même. Elle est conçue comme le processus de transformation incessant et de tendance cyclique des préférences proposées aux membres d'une société donnée dans toute sorte de domaine.

Pour le lexique des sciences sociales de Madeleine GRAWITZ, c'est un mouvement constituant un changement rapide mais de courte durée dans la façon de penser, de peindre, de s'habiller, de parler. Il est d'abord le fait d'une minorité qui veut se distinguer (les snobs, les jeunes), ensuite d'une majorité qui suit le mouvement pour ne pas se faire remarquer.

Nous considérons dans nos travaux que la mode c'est l'engouement momentané et sans cesse croissant pour l'utilisation de l'Internet.

Objet de modernité

Pour Anthony Giddens dans « l'avènement de la modernité on distingue progressivement l'espace du lieu, en favorisant les relations avec un autrui "absent", avec lequel on est jamais en situation de face à face. Dans le contexte moderne, le lieu est de plus en plus fantasmagorique : les différents "théâtres" sociaux sont complètement pénétrés et façonnés par des influences

sociales lointaines²⁰ ».

La modernité a le caractère de ce qui est moderne. Est moderne ce qui appartient au temps présent ou à une époque relativement récente et qui bénéficie des progrès récents.

Un objet de modernité est un objet qui appartient au temps présent et qui bénéficie des progrès récents de la technique et de la science dans sa fabrication ou sa conception et bénéficiant d'une influence sociale lointaine. Il implique une valorisation de la nouveauté même au-delà de la technique, dans les transformations sociales et culturelles.

Communication

Selon Robert Escarpit « la communication est un système complexe fonctionnant à travers un certain nombre d'appareil de manière générale, ce terme suppose deux entendements à savoir :

- action de communiquer, de transmettre, de faire participer à,
- avis, renseignement, informations et exposés oraux ou écrits faits à l'adresse d'une société savante sur telle question²¹ ».

La communication est l'action de transmettre, d'établir une relation avec autrui. C'est l'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion de messages écrits, audio, visuels et/ou audiovisuels auprès d'un public plus ou moins vaste et hétérogène. C'est l'action de transmettre des informations, des nouvelles à un interlocuteur ou un correspondant. C'est aussi l'ensemble des moyens et techniques de communication par lesquels les relations humaines se créent, se maintiennent, et se pérennisent, tout en permettant aux hommes de se connaître, de se comprendre, de se maintenir et de se développer dans une société donnée.

Internet ou Net

Réseau télématique international d'origine américaine qui résulte de l'interconnexion des millions d'ordinateurs par l'intermédiaire du réseau téléphonique utilisant un protocole commun (www ou web, réseau mondial, appelé la toile).

L'Internet est un Outil de communication qui permet aux Internauts de faire des échanges de courriers, de documents, de logiciels...

Naviguer

Naviguer c'est l'art ou la technique permettant de se déplacer, de passer

²⁰ GIDDENS Anthony, 1994, Les conséquences de la modernité, Harmattan, Paris, p-27.

²¹ ESCARPIT Robert, 1993, l'écrit et la communication, PUF, Paris.

d'une information à une autre dans un document *hypertexte* ⁽²²⁾ ou hypermédia, d'un site à un autre sur un réseau Internet.

Site web, site

Un site est un lieu, un paysage tel qu'il se présente aux yeux de l'observateur. Ce lieu en informatique correspond à l'adresse d'une personne, d'une société, ou du pays.

Le site Web est un serveur d'information, d'archivage de données dans un réseau de télécommunication. C'est l'ensemble des pages web accessible via l'Internet sur un serveur identifié par une adresse.

Internaute, utilisateur

Internaute et utilisateur ont le même sens : l'internaute c'est l'utilisateur du réseau Internet, c'est celui qui peut tirer profit, exploiter le réseau internet.

Une connexion

D'après le petit Larousse illustré 2002, connexion vient du mot latin "connexio", "connectere" qui veut dire lié. C'est une liaison entre deux ou plusieurs conducteurs.

Dans l'étude, la connexion est une liaison d'un micro-ordinateur au réseau télématique international par l'intermédiaire du réseau téléphonique en utilisant le protocole www.

Un cyber:

Un cyber est un espace de communication qui offre des prestations de services Internet. Il existe le cybercafé, le cybercentre à Ouagadougou.

1 - Le cybercafé

C'est un kiosque à café, spécialement aménagé dans lequel on met à la disposition de la clientèle au moins une dizaine d'ordinateurs pouvant permettre d'accéder au réseau Internet mondial.

2 - Le cybercentre

Un cybercentre est un centre ou toutes maisons spécialisées pouvant mettre à la disposition de sa clientèle des ordinateurs connectés au réseau Internet mondial.

²² Technique ou système qui permet, dans une base documentaire de texte de passer d'un document à un autre selon des système préétablis ou élaborés lors de la consultation

Un télécentre

Pour Gilles Mersadier cité par Aziz Zorom le télécentre est un lieu physique où l'on fournit au public les technologies de l'information et de la communication: téléphone, fax, équipement et logiciels de bureautique²⁸.

Dans les cahiers de charge de l'ONATEL, le télécentre est un local spécialement aménagé pour vendre les services de télécommunication sous réserve de l'autorisation de l'ONATEL²⁹.

C'est un centre téléphonique privé qui s'est aussi spécialisé dans la prestation de service Internet. Contrairement aux cybers, les télécentres spécialisés dans la prestation de services Internet ont une capacité réduite en terme d'ordinateurs connectés à l'Internet.

Un abonnement

C'est une convention ou un marché souvent au forfait, pour la fourniture régulière de connexion Internet passée entre l'ONATEL ou tout autre fournisseur agréé d'accès Internet et son client.

Niveau d'instruction

C'est le degré de fréquentation atteint dans le domaine scolaire par un individu. Aussi, c'est la dernière classe fréquentée avec succès par une personne durant sa vie scolaire.

Analphabète

Un analphabète c'est toute personne qui n'a jamais fréquenté un établissement scolaire, qui ne sait ni lire, ni écrire, dans aucune langue.

C- METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

C.1- Présentation du champ de la recherche

Ouagadougou est la capitale politique et administrative du Burkina-Faso. Ouagadougou abrite tous les ministères du pays. C'est là aussi, que se trouvent les ambassades et représentations diplomatiques des pays étrangers, les sièges de la plupart des organismes internationaux présents au Burkina,

²⁸ Abdoul AZIZ ZOROM, 2002, Les représentations sociales des télécentres à Ouagadougou, Université de Ouagadougou, mémoire de maîtrise, département de sociologie, p-8.

²⁹ cahier des charge des télécentre privés, ONATEL, Ouagadougou,(sans date), 4p.

de presque tous les organismes non-gouvernementaux qui travaillent à l'intérieur du pays.

Ouagadougou est une ville carrefour de part sa position géographique. Elle est au carrefour de routes terrestres entre la Côte d'Ivoire, le Niger, le Togo, le Bénin et le Ghana. Qui parle de carrefour parle d'affaires. Ouagadougou occupe une place économique très importante dans la sous région par rapport aux autres centres urbains du pays. Tout cela implique beaucoup de communications entre les différents acteurs à l'intérieur, comme avec l'extérieur du pays.

En plus du Festival Panafricain du Cinéma de Ouagadougou (FES.PA.CO.) et du Salon International d'Artisanat de Ouagadougou (S.I.A.O.), depuis 1996 Ouagadougou organise de grandes rencontres internationales (Sommet France-Afrique 1996, Sommet de O.U.A. 1997, Union interparlementaire 2001, CISMA 2001...) événements qui donnent à la ville un caractère exceptionnel, ce qui draine beaucoup de partenariats, de modifications du tissu social et une forte communication interurbaine, nationale et internationale. Aussi, la ville de Ouagadougou regroupe à elle seule 90 % des 350 cybers et téléc centres offrant des prestations de services Internet dans le pays à la date du 31 décembre 2001²³. C'est pour ces raisons que nous avons choisi la ville de Ouagadougou comme centre d'investigation pour cette étude sur la connaissance des représentations sociales de l'Internet.

C.2- Echantillonnage

Nous avons retenu 25 individus par commune suite à un entretien avec l'ingénieur statisticien économiste de l'INSD qui disait que: "*dans les études statistiques de population, des connaissances sur une partie de la population peuvent être étendues à la population totale, si le nombre total de la sous population retenue pour l'observation est supérieur ou égal à 25 individus et présentant les caractéristiques générales de la population*"⁽²⁴⁾.

Nous avons procédé à un échantillonnage par quota sur la base de l'enquête démographique prioritaire II réalisée en 1998 ayant servi de base à l'élaboration du "Profil et évolution de la pauvreté au Burkina Faso", (l'Institut Nationale de la Statistique et de la démographie (INSD) 1^{ère} Ed, Ouagadougou, mars 2000.).

En 1998, à la fin de l'enquête démographique la population réelle de Ouagadougou a été stratifiée comme suit:

²³ Sylvestre OUEDRAOGO, 2002, Les réseaux et associations de développement dans la dynamique de l'appropriation des technologies de l'information et de la communication: analyse de la situation au Burkina, Ouagadougou, pp-8.

²⁴ Entretien en septembre 2001, avec un ingénieur statisticien économiste de l'INSD

- Analphabètes	41,91%
- Niveau d'instruction du primaire	30,96%
- Niveau d'instruction du secondaire	22,81%
- Niveau d'instruction du supérieur	3,99%
- Niveau non déterminé	0,28%

Ainsi nous avons réparti notre échantillon de 125 individus sur la base de ce quota de la façon suivante:

- Analphabètes	$125 \times 0,4191$	= 50
- Niveau d'instruction primaire	$125 \times 0,3096$	= 40
- Niveau d'instruction secondaire	$125 \times 0,2281$	= 30
- Niveau d'instruction supérieur	$125 \times 0,0399$	= 5
- Niveau d'instruction non déterminé	$125 \times 0,0028$	= 0
- Nombre total de l'échantillon dans la ville de Ouaga = 125 personnes		

La répartition par commune se présente comme suit :

- Analphabètes	$50/5$	= 10
- Niveau d'instruction du primaire	$40/5$	= 8
- Niveau d'instruction du secondaire	$30/5$	= 6
- Niveau d'instruction du supérieur	$5/5$	= 1
- Niveau non déterminé		= 0
- Total		= 25 personnes par commune

NB: Dans la répartition de la population à observer par commune nous avons retenu par quota et par strate 52 % de femmes et 48 % d'hommes.

Nous avons choisi la répartition par niveau d'instruction parce que l'utilisation de l'Internet demande un minimum dans le niveau d'instruction, même si certains utilisateurs demandent à des initiés d'écrire ou de lire leurs courriers, ou même d'effectuer des recherches à leurs comptes. Dans tous les cas il reste très difficile pour un analphabète de pouvoir jouir totalement de son temps de connexion à Ouagadougou.

C.3- Technique de collecte des données

Nous avons retenu le questionnaire pour l'enquête qui comporte de nombreuses limites nous pourrions énumérer en difficultés. A savoir si l'on a bien choisi les variables, si le choix des réponses codées à l'avance permettent de contrôler ce que chaque enquêté pourrait dire. Nous avons fait ce choix pour des raisons pratiques parce que l'enquête par questionnaire permet de rassembler de nombreuses données sur plusieurs cas en peu de

temps. Sous un autre angle l'objectif de notre travail est d'arriver à une connaissance scientifique des représentations sociales de l'Internet par les Ouagalais et pouvoir étendre les conclusions au-delà des cas que nous avons concrètement étudiés. Pour cela il serait donc nécessaire de disposer d'un assez grand nombre d'observation. L'enquête par questionnaire répond donc très bien à un tel objectif.

Le choix de l'enquête par questionnaire ne signifie nullement que l'information qualitative soit sans importance pour cette étude. Du reste, les informations qualitatives ont été recueillies en ce que le questionnaire comportait des questions semi-ouvertes permettant aux enquêtés de produire des discours. En plus nous avons effectué des entretiens auprès des personnes ressources: informaticiens, agents de l'ONATEL, services fournissant des accès Internet, télécentre, cybercafé, simples utilisateurs et non-utilisateurs. Ce qui nous a permis d'approfondir nos connaissances sur les techniques de fonctionnement, sur les coûts de connexion, l'abonnement de l'Internet. Ces entretiens nous ont tout aussi permis d'avoir beaucoup de précisions dans l'élaboration des variables précodifiées dans le questionnaire.

Dans le but d'exclure dans l'analyse les nouveaux résidents et les visiteurs de passage à Ouagadougou, le questionnaire n'a été administré qu'aux personnes résidant dans la ville depuis au moins six mois. Cela pour n'avoir uniquement affaire qu'à des individus qui ont suffisamment eu le temps d'adopter certaines pratiques sociales de la ville.

La collecte a été faite par nous-mêmes, aidés par des amis de la promotion. Avant la collecte, nous avons eu une journée d'échanges sur le questionnaire, afin de nous mettre d'accord sur la façon dont le questionnaire devrait être administré et la traduction qu'il conviendra d'avoir en langue nationale.

C.4- Méthode de traitement des résultats.

Les analyses ont comporté une dimension quantitative et une dimension qualitative: elles sont effectuées sur la base d'un dépouillement informatique des données collectées par questionnaire.

Pour permettre de faire un traitement informatique des données, nous avons fait une codification qui comporte deux catégories:

1°- une première catégorie concernant les questions semi-ouvertes que nous avons pré-codifiée grâce aux résultats des entretiens préliminaires et de l'enquête test. Ces types de questions sont d'ailleurs les plus nombreuses.

2°- une deuxième catégorie qui concerne les questions qualitatives. Cette catégorie a fait l'objet d'une codification après la collecte des données.

Nous avons élaboré un répertoire systématique préalable des modalités de réponses à toutes les questions de la catégorie. Ce qui nous a donné un document de quatre pages pour la codification.

La saisie a été faite sur le logiciel Access conçu par un ingénieur statisticien économiste de l'INSD à cet effet. Après la correction des erreurs de saisie, ce document a été transféré sur le logiciel Excel version 2000.

La tabulation a d'abord produit des fréquences simples, à partir desquelles des croisements ont été effectués sur le logiciel statistique STATA (Statistics/data). Dans les tableaux nous avons pris le soin d'insérer les modalités des réponses aux questions.

L'analyse des résultats de l'enquête porte essentiellement sur les fréquences simples d'apparition des variables et les fréquences relatives croisées.

C.5- Sources documentaires

Nos sources de documentation sont entre autres: l'Institut de Recherche pour le développement (IRD), la Bibliothèque Universitaire Centrale (BUC), la bibliothèque du projet PLURI, la bibliothèque du département de sociologie, la bibliothèque du Centre Culturel Français, la DELGI, l'INSD.

D- LES DIFFICULTES ET LES LIMITES DE L'ETUDE

Au cours de cette recherche, nous avons rencontré des difficultés; difficultés qui ne manqueront pas d'influer d'une manière ou d'une autre sur ce travail.

Sur le plan de la documentation, nous avons consulté beaucoup d'ouvrages sur l'Internet. Mais ce sont des ouvrages généraux. Dans l'ensemble, ce sont des ouvrages sur l'histoire de l'Internet, sur la définition des concepts de l'Internet, des ouvrages d'apprentissage de la navigation, des ouvrages sur les enjeux économiques qu'offre l'Internet... Nous n'avons pas rencontré des ouvrages sociologiques sur l'Internet. Aussi, sur le plan national, les ouvrages sociologiques font défaut. Nous n'avons rencontré que deux rapports d'études sur les TIC au Burkina, de Charlemagne ZANNOU et celui de Sylvestre OUEDRAOGO. Ces deux ouvrages parlent des avantages que le Net présente pour les utilisateurs Burkinabè par rapport aux autres outils de la communication que sont: le fax, le courrier postal, le télex et le télégramme, le contexte de naissance de l'Internet Burkina. Le manque d'ouvrages sociologiques sur le sujet ne nous a pas facilité la formulation de la problématique d'ensemble.

Dans la collecte des données (sur le terrain), nous avons été confronté à beaucoup de difficultés, notamment celles liées à la traduction de certains concepts sur le Net en langue nationale. Ce sont des nouveaux concepts dont certains n'existent pas encore en français (Internet protocol (IP), backbone, Transfert Control Protocol (TCP),....

A Ouagadougou une grande partie (52 % de la population totale de Ouagadougou) de la population évolue dans le secteur informel ⁽²⁵⁾ d'où les petites affaires. Cette situation fait que la population Ouagalaise, dans son ensemble est toujours pressée, chose qui explique la non disponibilité des gens à échanger longtemps sur un sujet, tant qu'ils n'y trouvent pas d'intérêts immédiats. De plus la collecte des données qui s'est déroulée du 29 août au 06 novembre 2002 a été fortement influencée par la saison des pluies, ajoutée à la mobilité de la population, certains rendez-vous n'ont pas été respectés. D'autres entretiens ont été tout simplement interrompus et non reconduits.

Malgré le fait que nous ayons toujours expliqué aux personnes interviewées que ce travail était strictement académique, qu'il ne comportait aucun enjeu économique, certains d'entre eux n'ont pas hésité à nous réclamer de l'argent ou des cadeaux à la fin des entretiens.

²⁵ Institut national de la Statistique et de la Démographie, 2000, Analyse des résultats du recensement général de la population et de l'habitat de 1996, Ouagadougou.

CHAPITRE II

HISTOIRE DE L'INTERNET

L'Internet est le plus vaste réseau de communication reliant le plus grand parc d'ordinateurs dans le monde. Pour arriver à une telle notoriété, il est passé par des étapes qu'il serait intéressant de connaître. Cela nous amène à parler de son histoire.

2.1- CONTEXTE DE NAISSANCE.

En 1945, à la fin de la seconde Guerre Mondiale, le monde était divisé entre deux idéologies (économique et politique):

Le bloc de l'ouest qui regroupe les pays à organisation politique et économique de type capitaliste. Les pays qui composent ce bloc ont pour chef de file les Etats Unis d'Amérique (USA).

A l'est, c'est le bloc socialiste. C'est l'ensemble des pays libérés de la domination nazi par l'URSS (Union des Républiques Socialistes et Soviétiques). Ce sont les pays à organisation politique et économique de type Marxiste et Léniniste.

On assistait ainsi à une bipolarisation du monde, avec pour corollaire la course à l'armement. Cette situation a conduit à la fabrication d'armes de tout genre, donc les fameuses armes atomiques ou nucléaires. Les effets de ces armes sont tels qu'aucune œuvre humaine d'alors ne pouvait y résister. C'est pour contourner ce danger que le département américain de la défense, la DOD, avait décidé d'inventer une technologie de communication qui résisterait même à une attaque nucléaire. La DOD (Department of Defense) mettra donc en place l'ARPA (Advanced Research Project Agency) en 1957 qui devrait réfléchir sur ce problème de communication.

2.1.1- L'ARPAnet

L'ARPA mis en place en 1957 par la DOD testera sa première expérience en matière de communication qui résisterait à une rupture de liaison téléphonique en 1969 par l'Université de Los Angeles en Californie (ULAC). Cette technologie fut baptisée ARPAnet au début des années 1970.

2.1.2- La NSFnet

L'Internet s'améliorera à partir de 1982 avec la découverte par le groupe de travail dirigé par Vinton Cerf et Bob Kahn le TCP/IP la base technologique fondamentale de l'Internet. En 1982 l'Internet essayera de relier le monde scientifique et universitaire. C'est en 1982 que l'Internet arrivera en Europe. En 1984 l'Internet a perdu son financement de l'ARPA. Désormais c'est un organisme civil la National Science Foundation (NSF) qui assura le financement. Le réseau est donc scindé en deux: le Milnet, réseau strictement militaire et la NSFnet le backbone ou l'épine dorsale de l'Internet. En 1989 après la chute du mur de Berlin le Net s'est ouvert au grand public et à une exploitation commerciale.

2.2- Le World wide Web (www)

La gratuité et l'accès aux sources d'informations de logiciels de l'Internet a considérablement favorisé l'imagination et l'innovation. Le réseau ne cessera d'évoluer, en 1991 avec la découverte du premier navigateur multimédia Goopher. Goopher sera détrôné par le World Wide Web (www) par Tim Berner-Lee du CERN à Genève. Ce navigateur était au départ destiné à faciliter l'accès à des bases de données hétérogènes et dispersées à travers les laboratoires de physique du monde entier. C'est l'interface "mosaïc" développé par la NCSA (National Center Supercomputing Application - University of Illinois 1992) qui va étendre la découverte au-delà de la communauté de physiciens. Peu à peu l'Internet deviendra un système de communication mondial.

2.3- LE RIOnet

De 1993 à 1994 les fournisseurs d'accès à l'Internet proposaient leurs prestations par le téléphone. L'accès au Net par téléphone va lui permettre de se développer et de s'étendre aux pays en développement. En 1992 lors du sommet de la terre à Rio de Janeiro, les réseaux de l'APC (Alliance for Progressive Communication <http://www.apc.org>) en Amérique Latine reliant les Universités de Sao Paolo, Rio de Janeiro et l'ORSTOM (aujourd'hui IRD), vont permettre d'assurer un service de communication entre les délégations et leurs bases.

En Afrique francophone, l'aventure du Net a commencé à Dakar, en 1989 avec l'installation d'un serveur Sun Microsystème au centre de recherche océanographique. Quand ce centre (l'ORSTOM), avait décidé d'associer ses partenaires africains à la construction des "réseaux de la recherche", l'acronyme de l'Internet n'était pas encore en vogue. Ce réseau étendu à tous les pays francophones sera baptisé "RIOnet

En 1994, parallèlement à RIONet l'AUPELF (Association des Universités Partiellement ou totalement de Langue Française), les initiatives Leland de USAID, proposeront des programmes de coopération à certains pays africains, l'installation de liaisons spécialisées à haut débit (64 à 128 Kbs) entre l'Internet Américain et les Opérateurs nationaux des pays en question (la conférence du G7 en mai 1996 à Midrand en Afrique du Sud).

Ces programmes auront non seulement des effets directs (au Mali et au Sénégal), mais aussi des effets indirects. Le Burkina et le Cameroun, non éligibles à l'initiative Leland, ont choisi de s'équiper, dans le même temps sur fonds Propres.

2.4- LE FASOnet

2.4.1- Présentation de l'opérateur national

L'opérateur national des télécommunications au Burkina Faso est l'ONATEL (Office National des Télécommunications). L'ONATEL est sous la tutelle du Ministère des télécommunications.

L'ONATEL est né de l'éclatement de l'Office des Postes et Télécommunications (OPT) par kiti (décret) n° An IV 274/CNR/TRANS du 19 février 1987. L'ONATEL était dans un premier temps un Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC). Ensuite en 1994, il sera transformé en Société d'Etat (SE) par décret n°94-338/PRES/MIC/MCC du 02 novembre 1994. Sous ce nouveau statut, il sera placé sous la triple tutelle du Ministère de la Culture et de la Communication, celui du Commerce, de l'Industrie et de l'Artisanat et celui du Ministère de l'Economie et des Finances. Il aura en charge la mission d'assurer le service public des télécommunications, la réglementation et la législation en matière des télécommunications. En outre, l'ONATEL représente le Burkina dans les organisations internationales des télécommunications telles que l'Union Internationale des Télécommunications (UIT), l'Union Panafricaine des Télécommunications (UPAT), etc.

Le réseau de transmission interurbain de l'ONATEL est constitué essentiellement de liaisons hertziennes numérisées à 87,5 %, d'une longueur totale de 2700 Km. Ce réseau de transmission interconnecte entre eux quinze centrales téléphoniques dont neuf centrales électroniques temporelles. L'accès à l'international se fait par deux stations terriennes, l'une de standard A, l'autre de standard B. A côté de ce réseau national, il existe une dizaine de stations VSAT et DAMA installées par des privés pour des usages spécifiques. C'est le cas de la Société Nationale Burkinabè d'Hydrocarbures (SONABHY), la Loterie Nationale Burkinabè (LONAB), la Caisse Nationale de Péréquation (CGP), qui ont ces types de stations en réception uniquement.

La représentation nationale de la Banque Mondiale, l'Agence pour la Sécurité et la Navigation Aérienne (ASECNA), la banque ECOBANK, la Bourse Régionale des Valeurs Mobilières (BRVM), la station SHELL, le Programme Alimentaire Mondial (PAM), la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (BCEAO), disposent de ces mêmes types de stations (VSAT,DAMA) en émission/réception.

2.4.2- La naissance de FASOnet

En décembre 1996, il s'est tenu à Ouagadougou le XIXème sommet France-Afrique. Ce sommet fut l'une des plus grandes rencontres organisées par le Burkina Faso. Il a réuni plus d'une trentaine de chefs d'Etats africains et celui de la France. Compte tenu de la dimension internationale de l'événement, il fallait une grande couverture médiatique. Situation qui demandait alors de grands moyens de communication, pour ainsi permettre à la presse de couvrir l'événement, et permettre aux délégations de communiquer avec leur base. C'est alors que le téléphone mobile cellulaire et l'Internet furent lancés durant cette période, pour combler le déficit d'outil de communication. Ce raccordement du Burkina au backbone international du Net avait un débit initial de 64Kbs. Le débit sera relevé à 256Kbs en 1998 à la veille de la Coupe d'Afrique des Nations qu'il a organisé.

Après le XIXème sommet France-Afrique, le seul service dont disposait l'Internet Burkina n'était que le courrier électronique. Ce service était offert par des structures comme l'ORSTOM (aujourd'hui l'IRD), au moyen d'une liaison de transmission de type X25 permettant des échanges de courriers par UUCP (Unix to Unix Copy Program) deux à trois fois par jour entre le serveur de messagerie de la représentation de l'ORSTOM à Ouagadougou et celui de Montpellier en France.

L'atelier national organisé en mars 1997 sur les NTIC a permis de jeter les bases de l'organisation et du développement de celui-ci au Burkina. Il fut confié à l'ONATEL la mission de bâtir un backbone national (la gestion du domaine bf) et la fourniture de liaisons spécialisées pour l'accès à ce backbone, soit à des pourvoyeurs privés de services d'accès à l'Internet, soit directement à des administrations ou à des entreprises. De ce fait l'Internet sera vulgarisé et commercialisé dans tout le pays à partir de mars 1997 sous la direction de FASOnet de l'Office National des Télécommunications (ONATEL). Jusqu'à la fin de l'année 2000, il y avait quatre fournisseurs d'accès à l'Internet au Burkina:

1°- FASOnet (<http://www.fasonet.bf>) qui est une émanation du légendaire opérateur national des télécommunications. C'est cette structure qui a en charge le domaine bf, la construction du backbone national et la

fourniture de liaisons spécialisées commerciales ou non. FASOnet offre aussi toute une gamme de prestations Internet à des particuliers et à des entreprises.

2°- Le CENATRIN (Centre National du Traitement de l'Information <http://www.cenatrin.bf>). Cette société semi étatique créée en 1970, assurait principalement aux entreprises d'Etat, la vente, la maintenance et la réparation d'équipements et d'accessoires informatiques. En outre, elle assure la formation à l'utilisation de logiciels informatiques. En 1997, elle a ajouté à ses prestations, celle de la fourniture d'accès à l'Internet.

3°-Le LIPTINFOR (LIPTAKO Informatique <http://www.liptinfor.bf>). C'est une entreprise de prestations informatiques qui a commencé en 1999 à offrir des services de connexion à l'Internet.

4°- Zongos Consulting and production (ZCP <http://www.zcp.bf>). C'est le quatrième fournisseur de prestations de services Internet. C'est un cabinet informatique qui affiche une vocation de contribuer au développement et à la vulgarisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) au Burkina.

Au 31 décembre 2001, il existait au Burkina plus d'une quinzaine de fournisseurs de service Internet. L'ONATEL à lui seul, comptait plus de 6000 abonnés à cette date. Les estimations portent à penser à plus de 100 000 utilisateurs au 31 décembre 2002 dans la ville de Ouagadougou. Comment en est-on arrivé à cette situation, en si peu de temps dans un pays où, plus de 44,5 % de la population vivent avec moins de 42 000 FCFA/an et par habitant et où 81 % de la population totale ne savent ni lire, ni écrire?

CHAPITRE III

LES REPRESENTATIONS SOCIALES DE L'INTERNET.

3.1- CONNAISSANCE ET SOURCES D'INFORMATION SUR L'INTERNET.

Pour faire une analyse des représentations sociales que les Ouagalais ont de l'Internet, nous avons posé une série de questions aux personnes qui composent notre échantillon. L'analyse des résultats des interviews pourrait nous permettre de comprendre le phénomène Internet.

3.1.1- Connaissance de l'Internet.

Nous avons demandé à nos enquêtés s'ils avaient déjà entendu parler de l'Internet. A cette question 70,48 % d'entre eux ont déclaré en avoir déjà entendu parler. Les 29,52 % autres n'en ont jamais entendu parler. Au début, nous avons cru à une mauvaise foi de leur part mais très vite nous nous sommes rendus à l'évidence de cette culture sociale, compte tenu de certains éléments:

1°- En effet, il existe des familles dans la ville de Ouagadougou qui n'ont ni poste téléviseur, ni poste radio (20,40 % de la population de la ville de Ouagadougou ne possèdent pas de poste radio, 73 % ne possèdent pas de poste téléviseur: INSD, Profil et évolution de la pauvreté au Burkina, mars 2000, 1^{ère} éd).

2°- Dans la même catégorie, il s'avère que la plupart du temps ce sont des gens qui n'ont pas été scolarisés, soit 41,91 % de la population totale. Il s'agit entre autre de la quasi-totalité de ceux qui travaillent dans le secteur informel tels que les maçons, les blanchisseurs, les charretiers (48,80 % de la population totale) etc. Ou qui exercent des travaux de domestiques (16,8 %).

Ce sont des emplois où les individus sont rarement en contact avec leurs clients, amis, ou parents, et autres. Très occupés dans la journée, ils n'ont d'autres contacts que ceux issus de leur milieu social. Ils ont des amis dans le même cercle de métier où ils font presque le même type de travail. Ils travaillent plus de 12 heures par jour. Ils n'ont pas assez de temps pour être à l'écoute des informations, des amis, des parents, ou de ce qui se passe en dehors de leur zone d'activités. Ils ont les mêmes habitudes et les mêmes prédispositions, du fait qu'ils sont issus d'un même milieu social. Par

conséquent, ils ont la même compréhension, la même vision des choses. Leurs sources d'information étant limitées, ils reçoivent tardivement les informations.

Dans ce groupe, la majorité des gens, pour la plupart des femmes (25 sur 37 sont des femmes) ignorent l'existence de l'Internet soit 20,00 % de la population totale de l'échantillon. Parmi elles, les mariées (37,82 % celles qui ne connaissent pas l'Internet) sont les plus nombreuses et ont au moins deux enfants (34,43 % qui ne connaissent pas le Net). Elles sont toutes des femmes au foyer. Elles pratiquent des activités non rémunératrices. Elles ont un statut économique relativement faible, elles paraissent ne pas être intéressées par la modernisation, car n'ayant pas les moyens de s'offrir ce "luxe".

Il est à noter que les organes spécialisés dans la diffusion des nouvelles que sont la presse écrite, la télévision, la radio n'écrivent ou n'émettent qu'en français. Il existe des émissions en langue nationale mais pas celle scientifiques ou techniques. Ces radios ont pour la plupart des programmes de communiqués nécrologiques, de remerciements, de publicité et beaucoup de variétés musicales, etc. Il n'est pas à ignorer que, pendant les heures du journal radiophonique, ou télévisé, les femmes sont en majorité occupées à faire le ménage, la cuisine, ou encore autre chose pour le bien-être de la famille.

La seule source d'information disponible pour tous sans le moindre coût est le phénomène de «bouche à oreille». Là aussi un contact avec le monde extérieur s'impose. C'est à partir de ce constat que l'on pourra expliquer le fait, qu'il y a toujours des gens dans la ville de Ouagadougou qui ne sont pas au courant de l'existence de l'Internet.

Le croisement de la variable connaissance de l'Internet et le niveau d'instruction serait encore plus explicite du phénomène. Le niveau d'instruction intervient beaucoup dans la connaissance de l'Internet

Tableau n°3: Répartition de la connaissance de l'Internet selon le niveau d'instruction.

connaissances de l'Internet	0	1	2	3	Total
Oui	23	32	28	5	88
Non	29	8	0	0	37
Total	52	40	28	5	125

NB: 0 = Analphabètes, 1 = Niveau d'enseignement du primaire, 2 = Niveau d'enseignement du secondaire, 3= Niveau d'enseignement du supérieur.

Le niveau d'instruction est un facteur très important dans l'acquisition de l'information. Le fait de savoir lire et écrire en français permet de diversifier sa source d'information. Comprendre le français permet de suivre les informations à la radio et à la télévision (chaînes nationales et internationales). Savoir lire permet d'accéder à la presse écrite. Une chose qui n'est pas possible pour un analphabète. Il n'est pas rare de voir une personne suivre une information à la radio ou à la télévision et chercher la même information dans un journal ou n'importe quel autre document. Ces personnes cherchent à vérifier toujours la véracité de l'information. Ces conditions de vérification d'une information n'est possible que quand on sait lire et écrire en français. C'est ainsi que l'on pourra justifier l'évolution des connaissances de l'Internet en fonction du niveau d'instruction.

L'accès aux sources d'informations reste difficile pour un analphabète et celui dont le niveau d'instruction est faible même si l'individu peut s'offrir un des moyens de communication que sont la radio et la télévision. Malgré les tentatives de création de la presse écrite en langues nationales et l'implantation des radios communautaires en modulation de fréquence (F.M.) dans les grandes villes et dans quelques villes secondaires, la source d'information la plus utilisée reste encore le phénomène de «bouche à oreille». Le phénomène garantit moins l'originalité de l'information et très souvent, est source d'inspiration qui suscite la fertilité de l'imagination. L'esprit de créativité entraîne alors un mythe autour des objets de la modernité que sont l'Internet et les autres médias modernes (le téléphone portable, la télévision numérique par satellite,...)

3.1.2- Source de la première information sur l'Internet

Tableau n°2: Lieux d'information sur le Net pour la première fois.

Lieux	Fréq. Absolue	Fréq. Relative
A l'école	11	12,50
Rue/ Bouche à oreille/ Marché/ Famille/ Amis	42	47,73
Radio /Télé/ Presse	31	35,23
Dans un service	2	2,27
Autre	2	2,27
Total	88	100,00

Les sources d'informations sur le Net sont des lieux de socialisation par excellence. C'est dans ces cadres de vie que l'on éveille un certain nombre d'états physiques, intellectuels et moraux chez l'individu. Cette socialisation se fait suivant les exigences politiques, et le milieu spécial pour lequel l'individu est destiné (milieu professionnel, religieux et culturel). C'est ainsi que sur un total de 125 personnes, 37 n'ont jamais entendu parler de l'Internet. Les 47,73 % des Ouagalais ont entendu parler de l'Internet pour

la première fois soit dans la rue, ou avec des amis, soit au marché, ou en famille. Ils l'ont appris verbalement, c'est-à-dire le phénomène de «bouche à oreille» et jamais par une institution spécialisée, mais surtout pas par une institution spécialisée dans le traitement de l'information, et de transmission du savoir.

Il ressort que: 35,23 % ont entendu parler de l'Internet pour la première fois par les médias tels que la radio, la télévision, la presse écrite.

«J'ai entendu parler de l'Internet pour la première fois à la télévision nationale»²⁶.

«J'ai déjà entendu parlé de l'Internet. La première fois que j'ai entendu parler de l'Internet, c'était dans un journal. Je crois que c'est sideways ou l'Observateur Paalga»²⁷.

« Les médias sont considérés comme un phénomène social qui véhicule des contenus culturels et produit ce que l'on a appelé une culture de masse qui est un ensemble de connaissances, de valeurs, de stéréotypes et de mythes (...). Les médias sont des modes de communication par lesquels se font la communication qui a un impact sur les conduites et les croyances, plus que les images que l'on donne à voir ou les informations que l'on donne à entendre »⁽²⁸⁾

12,50 % des personnes interviewées ont entendu parler de l'Internet à l'école. L'existence de l'école pour Dewey se justifie comme une institution formelle d'éducation par le fait que la distance entre les capacités des jeunes et les préoccupations des adultes s'agrandit. On ne peut plus apprendre par imitation et par observation directe des adultes⁽²⁹⁾. L'école c'est le lieu où l'enfant apprend par une participation directe aux activités des adultes, c'est par le biais de l'école que l'on transmet toutes les ressources et les réalisations d'une société aussi complexe soit-elle. L'école est aussi la source de formation des préjugés⁽³⁰⁾

Les 4,54 % des personnes interviewées ont découvert l'Internet dans leur service. C'est le lieu où l'individu exerce son travail. C'est un lieu de

²⁶ référence à l'entretien Nong 012, p1

²⁷ référence à l'entretien Nong 003, p1

²⁸ Gustave-Nicolas Fisher, (1987): les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, pp 157, Paris, Bordas

²⁹ Dewey John, 1983, démocratie et éducation, Nouveaux Horizons, pp 9, L'Age d'Homme (1^{ère} éd 1916 Mac Millan Publishing Co), p155

³⁰ La scolarisation, la formation et leur impact dans la formation des préjugés sont véhiculés par les manuels scolaires. Une étude sur les préjugés concernant la Suisse, à partir de l'examen d'un certain nombre de manuels de géographie de l'enseignement secondaire français, montre qu'une grande partie de la représentation qu'on les Français du monde, de la Suisse en particulier, provient de l'école et du collège. David J. (1982): La Suisse dans les manuels français. In Gustave-nicolas Fisher, (1994): les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Paris, Bordas.

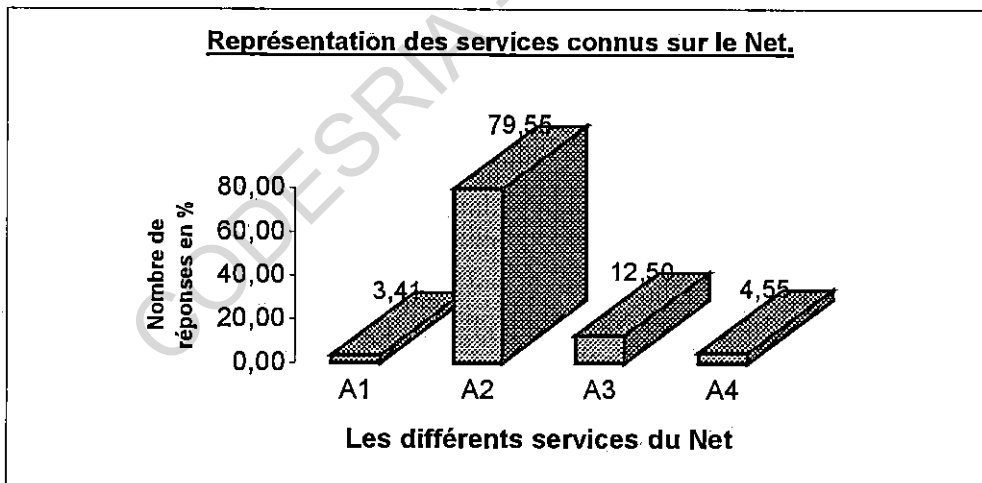
rencontre et de partage d'expérience entre différents acteurs sociaux. C'est en tant qu'outil de travail que ces personnes y ont découvert l'Internet.

Bien qu'il existe des sources officielles d'information, la majorité (47,72 % de la population totale de l'échantillon PTE) des gens interviewés ont entendu parler de l'Internet par le biais du phénomène de «bouche à oreille» (la rue, ou avec des amis, soit au marché, ou en famille). Ces lieux de socialisation que sont la rue, les lieux de causerie avec des amis, le marché, le cadre familial sont des lieux où l'individu apprend les comportements sociaux par observation ou par imitation: c'est par ce processus que l'on acquiert les attitudes et, surtout, les préjugés de la société.

3.2- LES REPRESENTATIONS SOCIALES DE L'INTERNET.

3.2.1- Connaissance des services de l'Internet

Dans le sous-titre "sources d'Informations sur l'Internet" il est ressorti que 47,73 % des Ouagalais ont entendu parler de l'Internet dans la rue, au marché, avec des amis ou en famille, c'est-à-dire par le phénomène de «bouche à oreille». Pour savoir si les enquêtés connaissent les aspects usuels de l'Internet, nous leur avons demandé s'ils connaissaient les services dont l'Internet dispose.



A1 =Internet sert à faire la recherche, A2 = Internet sert à communiquer/ à échanger/ expédition et réception de courriers, A3 = Internet sert à faire les affaires/ à travailler, A4 = NSP.

Les réponses obtenues à cette question sont représentées sur le graphique ci-dessus. En observant cet histogramme, nous constatons que 70 personnes, soit 79,55% (des personnes ayant répondu à la question qui sont 88 au total) pensent que l'Internet est un outil de communication, c'est-à-dire

qu'il sert à faire de l'expédition et de la réception de courriers électroniques, facilitant les échanges entre personnes morales ou physiques de divers horizons.

Pour 12,50 % des personnes interviewées l'Internet sert à la recherche et au travail. Pour 3,41 % l'Internet est un outil de recherche. Les 2,40 % ne savent rien des services disponibles sur L'Internet. Dans l'ensemble 64,00 % des personnes interrogées connaissent au moins un des services offert par l'Internet.

L'Internet est un réseau télématique international d'origine américaine qui résulte de l'interconnexion de millions d'ordinateurs utilisant un protocole commun www. L'Internet est un réseau de communication international qui associe désormais aux services vocaux classiques, le fax, la messagerie électronique, les services de téléconférence, de vidéo conférence, les éléments interactifs, le multimédia, les banques de données, la radio, la télévision, etc. C'est dire alors que l'Internet est la fusion de plusieurs outils de communication.

Les représentations sociales constituent un remodelage de la réalité sociale. Le remodelage se traduit le plus souvent en travail de naturalisation de la réalité sociale. Dans sa finalité, la représentation sociale fonctionnerait comme une réduction d'éléments constituant la réalité sociale. La réduction a pour rôle essentiel de faire une présentation revue et corrigée, par un allègement du caractère ambigu et pesant d'une réalité sociale⁽³¹⁾. Le remodelage conduit le plus souvent à la dénaturation des phénomènes ou des faits sociaux. C'est ce qui explique le fait que certains interviewés en reconnaissant à l'Internet son aspect d'outil de communication ne connaissent que la messagerie électronique, le plus souvent, en comparaison au courrier postal de l'Office National des Postes. Les représentations sociales, en cherchant coup sur coup à remodeler tout phénomène, finissent par biaiser la réalité. Parce que l'objet de représentation sociale désigne ce qui est absent de notre perception immédiate. Cet objet absent prend signification en s'appuyant sur un symbole, conférant à ce symbole des qualités qui l'investissent de sens. L'absence de la réalité (objet social) dans les représentations sociales, entoure toujours les objets de la modernité de mythe. Le contenu symbolique des représentations sociales se réfère à l'imagination des individus comme mode de transcription de la réalité. La référence à l'imagination pour la traduction du symbole de la représentation conduit à une projection de nos sentiments, nos attentes sur la réalité sociale.

³¹ Gustave-Nicolas Fisher,(1987): les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, p 118,119, Paris, Bordas

C'est ainsi qu'une jeune femme interviewée, nous a supplié de lui créer une boîte de messagerie électronique avec l'ordinateur portable que nous tenions. Nous étions en ce temps précis, dans une zone où il n'y avait pas de téléphone fixe (à câble). Quand nous lui avons expliqué qu'il fallait d'abord que l'on connecte l'ordinateur à une ligne téléphonique, qu'on soit abonné au réseau Internet du Burkina par l'intermédiaire d'un opérateur, elle nous croyait à peine. Pour cette jeune femme, c'était un refus de lui faire profiter des services de notre ordinateur portable. Car pour elle, tout ordinateur sans aucune autre condition que l'alimentation électrique est connecté à l'Internet. Elle n'est pas la seule personne à penser de cette façon. Nous en avons rencontré tant d'autres.

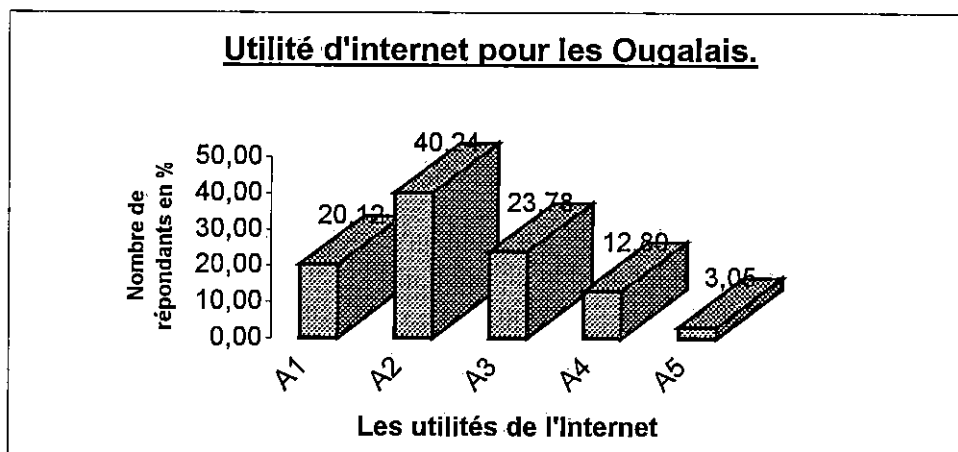
Les services de l'Internet présentent chez les utilisateurs et les non-utilisateurs des réalités qui transcendent souvent le cadre de la réalité de l'Internet lui-même. En serait-il de même pour l'utilité.

3.2.2- Utilité de l'Internet.

Pour approfondir la réflexion sur la connaissance des services disponibles sur l'Internet, nous nous sommes intéressés à son utilité, parce que entre l'utilité et les services, il y a une nuance, en ce sens qu'il est très simple d'énumérer les services sans pour autant savoir à quoi cela pourrait être utile. Il est vrai qu'il existe des services mais à quoi est-ce que ces services sont utiles pour le Ouagalais?

L'Internet est un bien de consommation. Le choix ou la convoitise d'un bien de consommation par un consommateur se fait en fonction du degré de satisfaction que la consommation du bien peut lui procurer. La satisfaction est la mesure de l'utilité. L'utilité d'un bien est la satisfaction que la consommation du bien procure au consommateur ⁽³²⁾. Les utilités connues par les personnes interviewées sont représentées par le graphique ci-dessous :

³² Lilibzanga Francis, 1999, cour d'économie politique de 3^{ème} année de sociologie, département de sociologie, Université de Ouagadougou.



NB: A1 = Internet est utilisé pour faire les affaires, A2 = On utilise le Net pour communiquer avec autrui, A3 = L'Internet est utilisé pour faire la recherche, A4 = Autres .

En regardant l'histogramme des utilités de l'Internet ci-dessus, la plus grande fréquence est 40,24 %. Cette valeur correspond à ceux qui considèrent la communication comme première utilité de l'Internet, 23,78 % des personnes interrogées choisissent la recherche, 20,12 %, les affaires, 12,8 %, les études, le reste c'est-à-dire, les 3,05 % ne connaissent aucune utilité de l'Internet.

Le choix de l'utilisation de l'Internet à des fins de communication s'explique par le fait que l'Internet procure en grande partie aux usagers une satisfaction totale dans le domaine des échanges de courriers entre différents acteurs sociaux.

Nous constatons que sur l'ensemble des 29 utilisateurs répertoriés dans notre échantillon (soit 23,20 % de la population générale de l'échantillon), 14 personnes, soit 48,28 % des utilisateurs de l'Internet, se servent généralement du Net pour l'expédition et la réception de courriers électroniques dans la ville de Ouagadougou (voir annexe tableau n°2.1). Cette situation s'explique en premier lieu par le manque de moyens financiers. Car selon le Profil et évolution de la pauvreté au Burkina-Faso (³³) plus de 44,5 % de la population vivent en dessous du seuil de pauvreté avec un revenu annuel de 41 099 FCFA/ an et par adulte. Il est donc difficile pour beaucoup de Ouagalais d'utiliser l'Internet pour faire des affaires ou de la recherche, puisqu'il ressort qu'un internaute Ouagalais utilise le Net environ 30 minutes par connexion et se connecte en moyenne 4 fois par mois (voir tableau n°11 et18). Le coût de connexion mensuel s'élève à environ 2500 FCFA (tableau n° 25). Or pour faire des affaires ou pour faire de la recherche sur le Net, il faudrait au moins une heure de navigation par connexion, ce qui reviendrait à doubler les frais mensuels de connexion.

³³ Institut National de la Statistique et de la démographie (INSD): 1^{ère} Ed, Ouagadougou, 2000, pp-9.

Il faut noter aussi que l'Internet a longtemps joué le seul rôle d'expédition et de réception de courrier à Ouagadougou⁽³⁴⁾. Le seul service disponible sur l'Internet était la messagerie électronique. Ce service était assuré par ORSTOM Ouaga (l'ORSTOM est devenu aujourd'hui l'IRD) et ORSTOM de Montpellier en France. En effet un échange de courriers électroniques se faisait deux ou trois fois par jour entre les deux serveurs de messagerie⁽³⁵⁾.

Durant tout le temps où l'Internet n'était pas accessible à tous, la rumeur avait beaucoup courue sur l'utilité de cet outil. La rumeur sur l'usage et l'utilité de l'Internet portait uniquement sur sa qualité de prestation de services dans le domaine du courrier. Ce rôle a beaucoup influencé, et continue d'influencer la connaissance du public de l'utilité du Net, ainsi que de ses usages sociaux.

Si 23,20 % des Ouagalais reconnaissent l'Internet comme un outil de recherche, cela pourrait s'expliquer par le fait que depuis le mois de mars 1997 (période de vulgarisation et de commercialisation de l'Internet) les premiers abonnés au réseau Internet furent les directions centrales et techniques de certains ministères: la primature, le ministère de l'économie et des finances, l'administration territoriale, la télévision nationale, le Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou, tous gérés par le serveur de la DELGI. Les centres de formation et de recherche comme l'ORSTOM, l'EIER, le centre SYFED, le RESAFAD, l'université de Ouagadougou sont eux hébergés par le RENER (Réseau National pour l'éducation et la Recherche). Le groupe des organismes internationaux, quelques représentations diplomatiques, les organes spécialisés de l'ONU (PNUD, PAM, UNSO, FAO, FUNAP) ont des liaisons spécialisées avec l'ONATEL. Le serveur de l'ONATEL héberge les ONG, le FESPACO, Zénith Edition et Communication (ZEDCOM), les fournisseurs d'accès à l'Internet autres que FASOnet que sont le Centre National de Traitement de l'Informatique (CENATRIN), LIPTINFOR. Le premier héberge le site de consulat de France, la Commission Electorale Nationale Indépendante CENI, la chambre de Commerce Industrie et l'Artisanat (CCIA). Le second héberge les sites du congrès pour la Démocratie et le Progrès (CDP), le CATHWEL. Tous ces fournisseurs d'accès Internet sont reliés au réseau mondial grâce à FASOnet⁽³⁶⁾.

³⁴ Décembre 1996 à mars 1997 les services du Net se limitaient uniquement aux services de la messagerie électronique. DELGI, Plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de la communication du Burkina-Faso, Projet horizon 2000-2004, Août 1999.

³⁵ DELGI, Plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de la communication du Burkina-Faso, Projet horizon 2000-2004, Août 1999 pp 33 à 38.

Les premiers utilisateurs de l'Internet sont issus du monde de la recherche ou de l'enseignement supérieur. Aussi, ces centres sont beaucoup spécialisés dans la production intellectuelle, que ce soient les nationaux ou les internationaux. Ces protagonistes font plus la recherche que la communication (courrier électronique). Jusqu'au 31 décembre 1997, Ouagadougou n'avait pas de petits centres privés et de cybers de commercialisation de l'Internet en dehors de ceux du CENATRIN, LIPTINFOR, ZCP. La plupart de ceux qui avaient un accès Internet, étaient considérés par la société comme des intellectuels ou des chercheurs car, ils avaient tous reçu une formation à l'université, ou dans un centre de formation supérieure. Les premiers utilisateurs de l'administration publique ont été formés à la DELGI. Ceux du privé, des représentations diplomatiques, des ONG et autres ont été formés soit au RESAFAD ou dans un centre supérieur de formation en informatique ou par quelqu'un qui a été formé dans un centre d'enseignement supérieur⁽³⁷⁾. La scolarisation et la formation ont toujours joué un rôle important dans la formation des préjugés⁽³⁸⁾. Le lieu de la formation (apprentissage) peut-être source de la formation de préjugés, de mythes pour l'observateur externe, même pour des utilisateurs ayant le niveau d'enseignement du supérieur comme ce cadre de la fonction publique Burkinabè qui nous avait confié lors de l'entretien que "*l'Internet est un outil de travail pour les intellectuels*"⁽³⁹⁾. Pour lui on utilise l'Internet pour faire la recherche. Tous ceux qui ont été formés au RESAFAD, à l'université, dans un centre supérieur de formation en informatique, à la DELGI dans la diffusion de la première information sur le Net diront, qu'on l'utilise pour faire la recherche. Etant donné que la majorité de la population de la ville est analphabète (41,91 %) ou n'a que le niveau de l'école primaire (30,96 %), elle a moins de chance d'avoir l'information sur l'Internet, de source fiable. Elle a été en majorité informée par le phénomène de «bouche à oreille» (47,73 % de la PTE) où l'originalité de l'information n'est pas garantie, où encore elle reste beaucoup influencée par les représentations sociales et les préjugés.

Pour 20,12 % des personnes interviewées (voir graphique à la page 39 "utilités de l'Internet") l'Internet est utilisé pour faire les affaires. Cela, parce que depuis 1997 l'Office National du Commerce Extérieur (ONAC) travaillait en partenariat avec la DELGI pour la mise au point d'un

³⁷ DELGI, Plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de la communication du Burkina-Faso, Projet horizon 2000-2004, Août 1999.

³⁸ La scolarisation, la formation et leur impact dans la formation des préjugés sont véhiculés par les manuels scolaires. Une étude sur les préjugés concernant la Suisse, à partir de l'examen d'un certain nombre de manuels de géographie de l'enseignement secondaire français, montre qu'une grande partie de la représentation qu'on les Français du monde, de la Suisse en particulier, provient de l'école et du collège. David J. (1982): La Suisse dans les manuels français. In Gustave-nicolas Fisher,(1994): les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Paris, Bordas.

³⁹ référence à l'entretien Bog 003 p-1

TradePoint. L'office sensibilise, depuis la création de FASONET, les opérateurs économiques locaux et autres grands commerçants à profiter des opportunités d'affaires qu'offre l'Internet. Ces possibilités sont entre autres les facilités d'entrer en contact avec les partenaires extérieurs en évitant les grosses dépenses pour les frais de téléphone, de fax, télex et même les déplacements inutiles qui peuvent porter préjudice au chiffre d'affaires des jeunes et petites entreprises.

Les hommes d'affaires burkinabè travaillent en étroite collaboration avec les petits commerçants et autres détaillants. C'est par ce biais que certains ont appris l'existence de l'Internet. Comme par exemple ce commerçant, qui disait qu'il avait entendu parler de l'Internet pour la première fois avec son grossiste.

«Je suis commerçant devant le ciné Burkina. J'ai entendu parler de l'Internet pour la première fois à Rood Wooko (...) c'est mon grossiste qui avait lancé une commande de batterie et de téléphone cellulaires par Internet...⁴⁰».

Le grossiste prétendait attendre une commande de batteries pour téléphone portable provenant de Doubaï; commande fait via l'Internet, qu'il devrait recevoir dans la même semaine par Faso Airway's. C'est aussi le cas de cette jeune femme commerçante au secteur n 9 de Ouagadougou:

« je suis vendeuse de pagnes au marché de gounghin. J'ai entendu parler d'Internet pour la première fois dans ce marché où j'exerce»⁴¹

Pour ce commerçant de batteries de téléphone portable, l'Internet serait réservé aux hommes d'affaires. Car, pour lui il serait très difficile pour les petits commerçants de faire de telles affaires avec Doubaï. Or, lui-même disait à ses clients de patienter car la prochaine commande viendra très rapidement parce qu'on la fait par Internet. Il faudra signaler au passage que 47,73 % de la population totale ont entendu parler de l'Internet par le canal du phénomène de «bouche à oreille» dont plus de 15 % au marché.

Pour 12,80 % des Ouagalais, l'Internet sert à faire des études. Dans la source d'information sur le Net, 8,80 % de la population totale avait entendu parler de l'Internet à l'école. Pour un étudiant ou un élève qui parlerait de l'existence de l'Internet, l'accent serait mis consciemment ou inconsciemment sur le volet étude ou la recherche car c'est là qu'il trouve satisfaction. C'est ainsi que la plupart des étudiants parlent des facilités d'inscription dans les universités étrangères, des possibilités d'obtention de bourses d'études, des consultations dans des bibliothèques d'universités étrangères, la disponibilité

⁴⁰ Référence à l'entretien Bog 023 p-1 à 3.

⁴¹ Référence à l'entretien Boul 020

des données, de recherche d'éventuels bailleurs pour des projets sociaux, etc. Expliquer à une personne qui n'a jamais connu l'existence de l'Internet, les facilités qu'il offre pour les études, reviendrait à lui dire que l'Internet servait à faire des études si l'on sait qu'une grande partie des internautes à Ouaga sont des élèves ou des étudiants (38,46 % des internautes voir tableau n°1.4). Ces élèves et étudiants qui utilisent le Net font la recherche de documents dans des bibliothèques d'universités européennes ou américaines:

« je suis élève en classe de terminale, je viens d'obtenir le bac. J'utilise l'Internet de temps en temps. Je fais des recherches dans le domaine scolaire, et j'envoie des courriers à des correspondants.⁴² »,

« je suis étudiant à l'université de Ouagadougou. J'utilise l'Internet. Je fais des recherches d'ouvrages dans les bibliothèques universitaires sur mon thème de mémoire⁴³. »

Les représentations sociales étant une façon d'organiser nos connaissances de la réalité, nous élaborons cette connaissance à partir de nos propres codes d'interprétation, culturels.

Il y a 3,05 % des personnes interviewées qui ne savent rien des utilités de l'Internet. Ce qui veut dire que sur les 70,40 % qui ont entendu parler de l'Internet, une partie d'entre eux ne connaît pas les usages de l'Internet. C'est le cas de cette dame qui ne cherche pas à s'y intéresser car pour elle, l'Internet n'est pas pour les pauvres.

« Je m'intéresse pas à l'Internet parce qu'il paraît que pour pouvoir travailler avec, il faudra au moins payer 2500 F. Moi, je suis divorcée et j'ai quatre enfants que je me débrouille pour les nourrir et les envoyer à l'école. Je ne pourrai jamais prendre 2500 F gaspiller en un seul jour à cause de l'Internet. Je voudrais utiliser l'Internet un jour si Dieu le veut⁴⁴ »

Elle avait appris qu'il fallait avoir au moins 2500 FCFA pour avoir accès au Net. Elle préférerait alors s'occuper des problèmes alimentaires et scolaires de ses enfants avec cet argent, au lieu de le dépenser en un jour pour une connexion Internet, qui n'aura aucun intérêt pour elle. Pour elle, son niveau d'instruction est tellement faible et ce serait difficile pour elle d'utiliser l'Internet

Aujourd'hui, l'utilité de l'Internet constitue le fondement de l'engouement pour cet outil. Les gens ne manquent pas de dire qu'ils utilisent l'Internet parce que c'est le moyen le plus rapide d'envoyer et de recevoir du courrier électronique.

⁴² Référence à l'entretien Boul 002, pp 1 à 3

⁴³ Référence à l'entretien Boul 001, 1 à 3 plus note de commentaire.

⁴⁴ Référence à l'entretien Nong 009 pp 1 à 3.

«L'Internet est le moyen de communication le plus rapide et moins cher pour envoyer et recevoir du courrier⁴⁵».

C'est ce rôle d'expédition et de réception dans la communication sociale qui fonde les bases des représentations sociales.

3.2.3- La représentation sociale de l'Internet à Ouagadougou.

Pour connaître la représentation sociale de l'Internet par les Ouagalais, nous leur avons demandé ce qu'il représentait pour eux. Les réponses obtenues à cette question sont contenues dans le tableau n°3 ci-dessous

Tableau n°3: les représentations sociales du Net par les Ouagalais.

Les différentes représentations du Net par les Ouagalais	Fréq. Absolues	Fréq. Relatives
Moyen de communication	54	61,36
Outil de trav/ Modernisa/ Rech/ Intéressant, prat faci à utiliser	15	17,05
Représente des machines /d'ordinateur	6	6,82
Ne représente rien pour moi	8	9,09
NSP	5	5,68
Total	88	100,00

Le tableau n°3 nous montre que 61,36 % des personnes interviewées (88 personnes), répondent que l'Internet est un moyen de communication pour elle. En ce sens qu'il sert à expédier et à recevoir du courrier électronique, faire des échanges de documents entre partenaires de divers horizons, à téléphoner. Il y a 17,05 % qui trouvent en l'Internet un outil de travail, de recherche, très pratique, facile à utiliser. Il est considéré aussi comme un outil de modernisation. Pour 6,82 % l'Internet représente des machines, des ordinateurs qui sont utiles à ceux qui savent lire et écrire et pour les Blancs. Les 9,09 % des personnes interrogées pensent que l'Internet ne représente rien du tout. Comment en est-on arrivé à cette situation?

Les représentations sociales, si elles sont considérées comme un processus qui transforme la réalité sociale en un objet mental, ne sont pas un simple décalque de phénomènes sociaux. Elles ne sont pas une restitution intégrale des données matérielles. Elles font une sélection et une distorsion des choses en fonction de la position sociale que les individus occupent dans une situation sociale donnée, en fonction de leurs relations avec autrui et par rapport à une situation sociale donnée. Les représentations sociales sont notre façon d'organiser nos connaissances de la réalité, nous élaborons ces connaissances à partir de nos propres codes d'interprétation, culturels au moyen d'une image, d'un objet ou d'un événement absent.

⁴⁵ Référence à l'entretien Nong 002 pp 1 à 3.

La communication sociale est "un mécanisme par lequel les relations humaines existent et se développent"⁽⁴⁶⁾. La communication sociale s'appuie sur les objets sociaux, les transforme pour les inscrire dans le système social comme un élément d'échange. C'est ainsi qu'elle joue un rôle très important dans les représentations sociales.

Les représentations sociales fonctionnent comme un système d'interprétation. Cela se traduit par le fait que l'on attribue à la représentation sociale une valeur utile et sociale. L'interprétation peut-être plus ou moins riche, plus ou moins variée. Dans notre cas les représentations de l'Internet sont:

- 1°- L'Internet est un outil de communication, 61,36 %
- 2°- C'est un outil de travail, de recherche, de modernisation, 17,05 %
- 3°- L'Internet représente des ordinateurs, des machines utiles pour ceux qui savent lire et écrire, 6,82 %
- 4°- Internet ne représente rien, 9,09 %
- 5°- Ne sait pas ce que l'Internet représente, 5,68 %

Dans la ville de Ouagadougou, l'Internet est considéré comme, un moyen de communication. Pour les Ouagalais en général, la communication sur le Net c'est l'expédition et la réception de courrier électronique, le téléphone, alors que la communication englobe beaucoup d'autres aspects que les Ouagalais n'énumèrent pas. Cela est dû au fait que les représentations sociales sont un processus rationnel de transformation de la réalité sociale en un objet mental, qui se joue en fonction de la position sociale qu'occupent les individus dans un groupe, une institution, une catégorie sociale donnée. Les représentations sociales diffèrent d'une couche sociale à une autre. Elles sont aussi fonction du niveau d'instruction car, "*les ménages dont les individus ont un niveau d'instruction faible sont pauvres. Ceux dont le niveau d'instruction est élevé sont riches*"⁽⁴⁷⁾. Les représentations sociales sont aussi fonction de la situation socioprofessionnelle. Ces éléments sont caractéristiques du niveau de vie. Ils sont les déterminants du style de vie d'une société d'un peuple à une époque. Ce que représente l'Internet pour un mécanicien, un charretier n'est pas la même représentation chez un étudiant, ni chez un fonctionnaire de l'IRD, ou de L'EIER:

« je suis charretier au secteur 28 de Ouagadougou. Je ne suis pas allé à l'école. J'ai entendu parler d'Internet pour la première fois au cinéma.

⁴⁶ Cooley C.H., (1902): Human nature and the social order. New York, Scribner's.

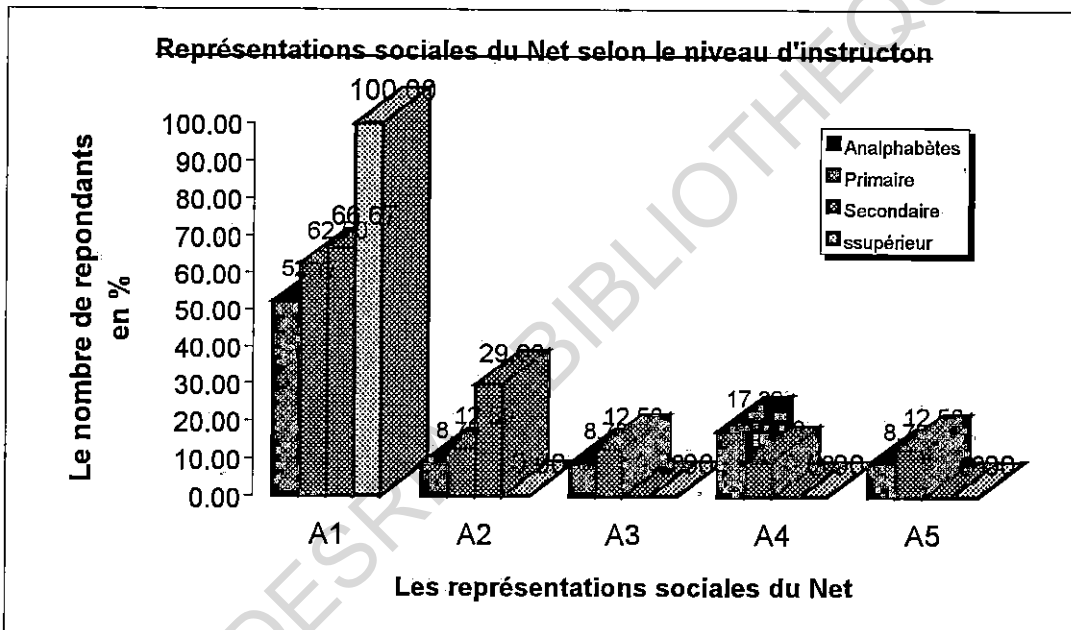
⁴⁷ Institut national de la Statistique et de la démographie (INSD): Profil et évolution de la pauvreté au Burkina-Faso, 1^{ère} Ed, Ouagadougou Mars 2000, page 35 à 36.

L'Internet sert à envoyer des lettres sans passer par la poste et recevoir aussi sans passer par la poste⁴⁸. »

« J'ai entendu parler d'Internet pour la première fois lors du Sommet France Afrique qui s'est déroulé à Ouaga. J'utilise l'Internet(...) l'Internet est un outil de travail et de recherche.⁴⁹ »

« Je travaille à l'IRD. Je suis biochimiste. J'ai entendu parler d'Internet pour la première fois à la radio. J'utilise Internet. Pour moi l'Internet est outil de travail.⁵⁰ »

Les représentations sociales s'annoncent encore plus aisément lorsque ces données sont rapportées au niveau d'instruction. En effet le croisement de la représentation sociale et le niveau d'instruction donne le graphique ci-dessous.



NB: A1 = moyen de communication, A2 = Outil de travail, de recherche, de modernisation, A3 = Internet représente des Ordinateurs, des machines, A4 = Internet ne représente rien, A5 = NSP.

En observant le graphique de la représentation sociale de l'Internet selon le niveau d'instruction, on en fait le constat suivant:

100 % de ceux qui ont le niveau d'enseignement du supérieur assimilent l'Internet à un outil de communication. Ils sont tous utilisateurs du net. Ils ne considèrent pas l'Internet comme un moyen de communication au sens commun du Ouagalais. Pour eux, la communication est encore plus complexe qu'on ne le pense. C'est l'ensemble des moyens et techniques par lesquels les relations humaines se créent, se maintiennent, et se pérennisent.

⁴⁸ référence à l'entretien Bog 023, pp 1 à 3.

⁴⁹ référence à l'entretien Boul 001, pp 1 à 3.

⁵⁰ référence à l'entretien Nong 001, pp 1 à 3.

Ce n'est pas seulement l'expédition et la réception de courrier, le téléphone. Mais tout ce qui permet aux hommes de se connaître, de se comprendre, de se maintenir et de se développer.

Aussi, les 66,67 % de ceux qui ont le niveau d'instruction du secondaire trouvent l'Internet comme un moyen de communication. Enfin les 29,63 % autres restant voient l'Internet comme un outil de travail, de recherche ou de modernisation. Il est à remarquer ici, un petit éclatement de ce que représente la communication pour ceux d'un niveau d'enseignement du supérieur. Pour eux, le travail, la recherche, la modernité de l'outil (un objet de la modernité, c'est un objet qui appartient au temps présent et qui bénéficie des progrès récents de la technique, et de la science) sont les produits de la communication entre les hommes. A travers la recherche, le travail, les hommes communiquent entre eux. Pour produire, distribuer, consommer, (qui sont les étapes du travail humain) il faut que les différents acteurs se communiquent :

« je fais des échanges de données avec des amis en France sur la nutrition des enfants à base de céréales locales. Nous travaillons sur le même projet depuis six mois environ⁵¹ »

La recherche et le travail permettent d'atteindre la modernisation dans le processus de la production, de relever certaines difficultés dans les relations inter-humaines.

Pour 62,50 % des personnes interrogées qui avaient le niveau du primaire l'Internet est un moyen de communication. Pour 12,50 % l'Internet est un outil de travail, de recherche, de modernisation. Pour 12,50 % l'Internet représente des machines ou des ordinateurs utiles pour les intellectuels et les Blancs. Pour 9,38 % l'Internet ne représente rien. 12,50 % ne savent rien de ce que l'Internet représente.

Chez les analphabètes 52,17 % pensent que l'Internet est un moyen de communication. 8,70 % pensent que c'est un outil moderne de travail, de recherche, Les 8,70 % autres pensent que l'Internet représente des ordinateurs ou des machines. Pour 17,39 % l'Internet ne représente rien. Pour le reste les 8,70 %, ils ne savent pas ce qu'il représente.

Le constat est que la représentation sociale de l'Internet varie selon le niveau d'instruction et la situation socioprofessionnelle. Pour ceux dont l'Internet ne représente rien ou qui ne connaissent rien de ce que l'Internet pourrait représenter en terme de représentation sociale (ceux du niveau d'instruction Primaire et les Analphabètes), connaissent l'Internet et ils en ont entendu parler. Mais seulement, ils sont issus d'un autre milieu social

⁵¹ Référence à Nong 001, pp-2,3.

(fonction du statut économique) dont ils représentent l'ensemble des schèmes identitaires. L'ensemble de ces schèmes identitaires que sont les normes, les images, les stéréotypes, et les préjugés constituant le principe générateur de leur habitus⁽⁵²⁾. Dans ce milieu les gens n'ont pas les moyens de profiter de la satisfaction que l'utilisation du Net pourrait leur procurer⁽⁵³⁾, car les dépenses moyennes de frais de connexion de l'Internet par mois dans la ville de Ouaga sont d'environ 2500 F.CFA (voir tableau annexe n°24). Aussi, même s'ils avaient les moyens ils ne le feraient pas, parce que celui-ci ne fait pas partie de leur habitus. Ainsi, les représentations sociales sont une sélection et une distorsion de la réalité sociale en fonction de la position sociale des individus.

CODESRIA - BIBLIOTHEQUE

⁵² Bourdieu Pierre ,(1979): la distinction , critique sociale du jugement, Ed Minit - p190.

⁵³ Au Burkina Faso 44,5 % de la population vivent en dessous du seuil de pauvreté fixé à 41 099 F.CFA en 1996. Dans les villes de Ouagadougou et de Bobo les dépenses moyennes annuelles sont de 177 100 F.CFA. Institut national de la Statistique et de la Démographie (INSD): Profil et évolution de la pauvreté au Burkina, 1^{ère} édition, Ouagadougou, mars 2000

CHAPITRE IV

LES RAPPORTS D'USAGE DE L'INTERNAUTE A L'INTERNET A OUAGADOUGOU

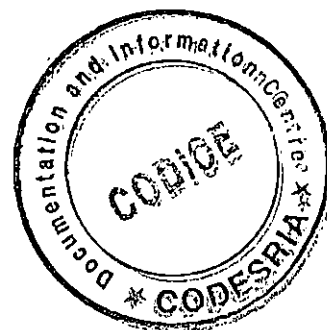
Dans le chapitre sur les représentations sociales du Net, il est ressorti que l'Internet est un outil de communication. Il est beaucoup utilisé dans les relations interhumaines. Il y a un engouement particulier à son égard. Dans ce chapitre nous nous efforcerons de connaître les raisons de cet engouement, et le statut socio-économique des utilisateurs.

4.1- LES CONNAISSANCES SUR LES CONDITIONS D'ACCES AU NET A OUAGADOUGOU.

Dans la consommation d'un bien ou d'un service, la connaissance des coûts est un élément très important. La connaissance des coûts peut inciter ou décourager la consommation, malgré les facteurs psychologiques liés au statut social du consommateur.

4.1.1- La connaissance des frais d'abonnement.

Sur les 125 personnes interviewées, 60 % ne connaissent ni le prix d'un abonnement, ni celui d'une connexion dans un cybercentre. Pour 35,23 % il faudra au moins 30 000 FCFA pour avoir un abonnement. Pour 11,36 %, l'abonnement coûterait au moins 1000000 FCFA. 1,14 % proposent 100 000 à 200 000 FCFA pour obtenir un abonnement au réseau Internet mondial (annexes tableau n°25 bis).



Les coûts d'abonnement au réseau Internet en cours au Burkina à la date du 31 décembre 2002 sont donnés dans le tableau ci-dessous.

Tableau des tarifs d'abonnement mensuel à l'ONATEL (⁵⁴)

Types d'abonnements	Tarif HT en F.CFA	Tarif TTC en F.CFA
A la durée	5500	6590
Forfait de 10 heures/mois	8500	10030
Sans limite	15000	17700

Malgré le fait qu'elles (les 85,27 % des 88 personnes) ne connaissent pas les frais d'abonnement et de connexion, on constate que 44,32 % (tableau 22 bis) des personnes trouvent que l'abonnement coûte cher. Pourtant, elles n'ont aucune connaissance des prix. Elles ont choisi de croire, de penser, d'imaginer que les prix sont élevés. Cette façon d'imaginer, de croire, de penser pourrait constituer un frein pour certaines couches sociales qui aimeraient s'approprier le Net. La surestimation des coûts est due au fait que tout ce qui relève du domaine de l'informatique coûte cher. Les connaissances des individus, dans la vie quotidienne, évoluent en fonction de leurs propres comportements et de ceux des autres. La méconnaissance et la surestimation des frais d'abonnement et de connexion que nous cherchons à comprendre ne dépendent pas seulement des jugements individuels, mais aussi de l'environnement social dans lequel se trouve l'individu. C'est le cas des frais de scolarité dans les écoles supérieures et secondaires d'informatique qui varient entre 180 000 et 250 000 FCFA contre 75 000 et 125 000 FCFA dans certains lycées et collèges. Les formations sur les applications simples des services Internet sont de 50 000 FCFA pour une formation de deux jours par personnes (⁵⁵), et celle sur l'utilisation de logiciels utilitaires (Word, Excel) coûte au moins 10000 FCFA par logiciel. Ce qui n'est pas à la portée du Burkinabè moyen qui vit avec moins de 225 000 FCFA par an (⁵⁶). Aussi, la plupart des cybercentres et cybercafés de Ouagadougou sont des locaux spécialement aménagés, très bien présentés: l'intérieur du local utilise très souvent de l'air conditionné, la terrasse est carrelée avec dix à quinze ordinateurs connectés au réseau Internet. La

⁵⁴ NB: pour un abonnement à la durée, vous payez la redevance de 6590 F.CFA chaque mois, plus 10 F.CFA hors taxe (HT) par minute de connexion.

Pour l'abonnement au forfait de 10 heures, pour toutes connexion dépassant les 10 heures de votre abonnement, vous payez en plus de 10 030 F.CFA, 15 F.CFA HT par minute supplémentaire de connexion. Pour l'abonnement sans limite l'abonné paie à la fin de chaque mois 17 700 F.CFA. ce montant constitue la redevance.

Les frais de connexion sont de 17 700 F.CFA, ce montant se paye une fois et vous donne accès à Internet suivant votre régime d'abonnement. Ce contrat de connexion vous donne droit à un mot de passe pour sécuriser votre connexion, un compte de messagerie électronique.

Source tableau et information: Direction régionale de l'ONATEL Ouaga, le service de facturation.

⁵⁵ ZANNOU Charlemagne, 2000, *L'Internet au Burkina Faso*, Ouagadougou, RIFO, pp-39.

⁵⁶ Institut national de la Statistique et de la démographie (INSD): *Profil et évolution de la pauvreté au Burkina-Faso*, 1^{ère} Ed, Ouagadougou Mars 2000

méconnaissance et la surestimation des prix posent un réel problème d'appropriation.

4.1.2- La Connaissance de montant minimum pour avoir une connexion à l'Internet dans les cybercentres de Ouagadougou.

L'utilisation de l'Internet n'est pas liée seulement à la possession d'un abonnement. Toute personne qui désire "se connecter" c'est-à-dire avoir une connexion sur le Net, peut se rendre chez un détaillant de service Internet et se faire servir. Les détaillants qui sont surtout de petites entreprises privées, sont abonnés chez des fournisseurs d'accès Internet (grossistes): ces fournisseurs d'accès Internet sont abonnés chez FasoNet pour la fourniture de liaison spécialisée (LS). Grâce à cette liaison spécialisée ils fournissent des abonnements Internet aux cybercentres, aux particuliers, à l'administration, aux entreprises. Cet abonnement des cybercentres, des particuliers, des entreprises, de l'administration à l'Internet chez les fournisseurs d'accès Internet se fait par l'intermédiaire d'une ligne téléphonique simple via un modem. Les détaillants que sont les cybercentres mettent cet abonnement à la disposition des consommateurs sous la forme de prêt à porter. Ces centres disposent d'un ou de plusieurs ordinateurs reliés à un serveur. Ce serveur est connecté, par l'intermédiaire d'un modem au fournisseur d'accès Internet. Une fois que le serveur est connecté les ordinateurs qui y sont reliés ont la connexion. La facturation du consommateur se fait en fonction de son temps de connexion. Les Ouagalais connaissent-ils la somme d'argent à déboursier pour avoir une connexion de 15 minutes (les 15 minutes constituent le temps minimum de connexion à l'Internet dans un cybercentre à Ouagadougou) sur le Net?

Les réponses à cette question sont consignées dans le tableau ci-dessous:

Tableau n° 25 bis: connaissance du montant minimum pour avoir une connexion dans les cybercentres pour une connexion de 15 minutes.

Connaissance des coûts	Fréquences absolues	Fréquences relatives
Oui	28	31,82
Non	60	68,18
Total	88	100,00

Sur l'ensemble des 88 personnes qui connaissent l'Internet seulement 28 personnes soit 31,82 % ont déclaré savoir combien on débourse au

minimum dans un cybercentre pour naviguer. Les 68,18 % des personnes restantes ne connaissent pas ce montant minimum. Dans la suite de l'interview nous avons demandé aux vingt huit personnes qui ont déclaré connaître le montant minimum nécessaire pour avoir une connexion de 15 minutes de proposer les prix.

Voici l'ensemble des réponses dans le tableau n°26 bis.

Tableau n° 26 bis: connaissant de coût minimum de connexion.

Proposition de coûts	Fréquences absolues	Fréquences relatives
250 ou 300FCFA	13	46,43
500 FCFA	11	39,29
1500 FCFA	2	7,13
2 000 FCFA	2	7,143
Total	28	100

NB: nous avons retenu 15 minutes comme temps minimum nécessaire pour pouvoir effectuer une manœuvre sur le Net dans un cybercentre. Ce choix a été fait compte tenu du type de liaison avec le fournisseur d'accès Internet dans la plupart des cybercentres (extrait d'entretien effectué à la direction générale de l'ONATEL).

Dans notre phase exploratoire, les entretiens que nous avons effectués auprès des gérants de cybers et de télécentres prestataires de services Internet de Ouagadougou, il est ressorti que pour une connexion minimum de quinze minutes il fallait déboursier entre 250 et 300 FCFA. C'est la somme d'argent minimum pour avoir une connexion dans la ville de Ouaga. Le canevas des prix à la date du 31 juillet 2002 était entre 250 et 300 FCFA pour quinze minutes de communication dans presque tous les cybercentres, cybercafés et télécentres de Ouagadougou. Si l'on part de l'intervalle de vérité qui varie de 250 à 300 FCFA pour avoir une connexion de 15 minutes, sur les 28 personnes qui avaient déclaré connaître ce montant minimum (MM) pour obtenir une connexion, seulement 46,43 % sont dans l'intervalle de vérité. Les 53,57 % ignorent ce prix.

Si on ajoute les 15 personnes (voir tableau n° 26 bis) qui avaient déclaré connaître les coûts de communication qui, dans la réalité ne les connaissaient pas, aux 60 personnes du tableau n°25 bis qui ne connaissent pas le montant minimum pour avoir une connexion, nous avons 60,00 % de la population totale de notre étude qui ne connaissent pas le montant minimum pour se connecter.

Nous constatons que la majorité des Ouagalais (60,00 %) ne connaissent ni les coûts d'abonnement, ni le coût de connexion. Cette situation s'explique d'abord par l'ignorance, la source d'information sur le Net, l'analphabétisme et l'habitus du Ouagalais et aussi le manque de

politique d'information chez les fournisseurs d'accès à l'Internet et des cybers.

Cette situation s'explique par l'analphabétisme, parce qu'il ne permet pas de s'informer directement par la presse écrite ou orale ou par un quelconque document. Pour utiliser le Net il faut savoir lire et écrire et avoir aussi des notions en informatique, même si de temps en temps on peut demander les services de quelqu'un pour naviguer. L'analphabétisme ne permet pas non plus de jouir de l'utilisation du Net à 100 %, même si on a les moyens de se l'offrir.

L'habitus permet de classer un individu selon le milieu social dont il est issu. « *L'habitus a la capacité de produire des pratiques et des œuvres classables, la capacité de différencier et d'apprécier ces pratiques et ces produits (goût), que se constitue l'espace des styles de vie* ⁽⁵⁷⁾ ». Certaines personnes ont choisi en fonction de leur style de vie de s'intéresser ou de se désintéresser du Net. Les Ouagalais qui ont choisi le fait que l'Internet n'est pas de leur style de vie, trouvent toujours les arguments nécessaires pour justifier leur choix. C'est ainsi que parmi les 88 personnes qui ont entendu parler de l'Internet, il y a 85,27 % qui ne connaissent pas les coûts d'abonnement et de connexion. Parmi ces 85,27 %, 44,32 % (annexe tableau 22 bis) trouvent que les coûts sont très élevés. 12,50 % (voir annexe tableau n° 25 bis) proposent plus de 200 000 FCFA pour avoir un abonnement et plus de 1 500 FCFA pour avoir une connexion. Un prix qui est très loin de la réalité. Parmi ces personnes certaines (10 %) refusent même de connaître la vérité sur les prix. Ils font cela parce que la surestimation des prix leur permet de se désengager moralement de l'utilisation. Ils n'ont pas les moyens financiers et intellectuels nécessaires pour se l'approprier aussi le Net ne fait pas parti de leurs styles de vie.

Aussi il y a 6,89 % de Ouagalais qui utilisent le Net et qui ne connaissent pas les coûts d'accès au Net. La présence d'utilisateurs dans le lot de ceux qui ne connaissent pas les coûts d'accès au Net s'explique par le fait que depuis 1997 un réseau administratif a été installé par la DELGI sous la dénomination de RESINA (le Réseau Informatique National de l'Administration). Ce réseau a été installé en vue de permettre aux agents de l'Etat de se connecter gratuitement à l'Internet ⁽⁵⁸⁾. Aujourd'hui beaucoup d'utilisateurs (38,46 %) de l'Internet naviguent gratuitement dans leurs services respectifs ou dans une bibliothèque (à IRD ou la francophonie). La

⁵⁷ Bourdieu Pierre ,(1979): *la distinction , critique sociale du jugement*, Ed Minit - p190

⁵⁸ ZANNOU Charlemagne: *L'Internet au Burkina Faso*, 2000, Ouagadougou, RIFOD, pp18 .

le réseau administratif est installé depuis 1997 par la DELGI sous la dénomination de RESINA (le Réseau Informatique National de l'administration). Il est installé en vue de permettre aux agents de l'Etat de se connecter gratuitement à l'Internet.

méconnaissance des prix, la surestimation des coûts, l'habitus des consommateurs et l'utilisation du Net pour le seul but de paraître, ne pourraient-ils pas influencer la consommation?

4.2. L'UTILISATION DU NET A OUAGADOUGOU.

C'est en mars 1997 que l'Internet a été vulgarisé et commercialisé au Burkina. Depuis ce temps, il a toujours occupé une place importante dans la vie des Ouagalais. En 1998, l'Internet occupait déjà 3 % des télécommunications du Burkina quelques mois seulement après sa vulgarisation (⁵⁹). Ce qui voudrait dire qu'il y a vraiment un engouement de la population pour cet outil.

4.2.1- Raisons de l'utilisation de l'Internet.

Sur l'ensemble de la population totale de l'échantillon (PTE), 23,20 % utilisent les services de l'Internet. On utilise un bien ou un service parce que sa consommation procure une satisfaction. La satisfaction est le plaisir tiré de la consommation de la dernière unité du bien ou du service en question. Quelle satisfaction les Ouagalais tirent-ils de la consommation du Net? Pour analyser cette situation nous avons demandé aux personnes interviewées les raisons pour lesquelles elles utilisent l'Internet. Nous avons obtenu les réponses suivantes (voir tableau 16 bis):

- 58,33 % utilisent Internet parce que les coûts de communication sont faibles, certains services sont gratuits et la communication très rapide ;
- Pour 41,67 % Internet est le meilleur moyen de communication. Il offre beaucoup de facilités d'accès à l'information, à la recherche et des opportunités d'affaires.

4.2.1.1- Les facteurs économiques d'utilisation du Net à Ouaga.

Une partie des utilisateurs de l'Internet (48,28 %) fait usage uniquement du courrier électronique. Ils le font en substitution ou en complément de la lettre, du fax, du télégramme. L'utilisation du courrier électronique s'explique par le fait qu'il est beaucoup maniable que la lettre, le fax, le télégramme. La facturation du courrier électronique n'est pas fonction du lieu géographique, ni du poids du courrier. Le prix de la communication sur le Net se fait seulement en fonction du temps de connexion; le lieu géographique et le poids étant négligeables en comparaison aux autres moyens de communication.

⁵⁹ OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, Accès aux TIC au Burkina Faso, Ouagadougou, Yam Pukri, p-5.

« Je suis élève de classe de terminale. J'utilise Internet pour envoyer du courrier (...) L'Internet est plus rapide et moins cher pour envoyer et recevoir un courrier par rapport au téléphone et à la lettre.⁶⁰ »

« Je suis étudiante en deuxième année à l'université, j'utilise l'Internet par rapport au téléphone et au fax parce qu'il coûte moins cher.⁶¹ »

Pour téléphoner par exemple, un appel international d'un téléphone fixe de Ouaga vers la France se facture à 708 FCFA TTC la minute de communication (tarif cabine téléphonique ONATEL) (⁶²). Le même appel de Ouaga vers (un téléphone fixe) la France est de 300 F.CFA TTC la minute, et 500 FCFA TTC si c'est un appel vers un téléphone portable (⁶³). Le tarif de communication de télex international au départ de Ouagadougou vers la France est de 907,813 FCFA TTC par minute (⁶⁴). Le tarif télégramme international au départ de Ouagadougou pour la France 1016,23 FCFA TTC le "minimum perception" qui est de 7 mots (⁶⁵), le courrier postal ordinaire de Ouaga vers la France à 425 FCFA TTC par enveloppe pour un poids inférieur ou égal à 10 grammes (⁶⁶). Sur le Net par contre avec 250 FCFA, il est possible d'envoyer un document de 200 pages par fichier attaché, partout dans le monde. Le poids ou la destination du courrier n'influence pas le coût de la communication sur le Net (⁶⁷).

Les prix de la communication sur le Net sont inférieurs aux prix des autres moyens de communication, contrairement à ce que croient beaucoup de Ouagalais (43,32 %) qui pensent que les coûts de connexion au Net sont plus élevés. C'est pour ce faible coût que 58,33 % des personnes interviewées utilisent le Net. Si l'on suppose que la tâche principale du consommateur est de dépenser un revenu monétaire limité pour maximiser son bien être économique (⁶⁸), les tarifs du Net ne peuvent être qu'un facteur incitant à la consommation.

4.2.1.2- Les facteurs psychosociologiques et culturels de l'utilisation du Net à Ouagadougou.

Si la plupart des Ouagalais utilisent l'Internet pour expédier et recevoir leurs courriers, cela est dû à la place qu'a occupée et qu'occupe aujourd'hui

⁶⁰ Référence à l'entretien, Nong, 002, pp 1 à 3.

⁶¹ Référence à l'entretien Sig 001, pp 1 à 3

⁶² ONATEL, Annuaire 2002, p-32.

⁶³ Tarifs d'appels par Internet à Lorry NECOM, Zogona, Av. Babanguida Tél.: (00226) 36 90 08 Ouagadougou, Burkina Faso.

⁶⁴ ONATEL, Annuaire 2002, p-32.

⁶⁵ ONATEL, Annuaire 2002, p-32.

⁶⁶ Société Nationale des Postes agence de Zogona à Zone du bois

⁶⁷ OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, Accès aux TIC au Burkina Faso, Ouagadougou, Yam Pukri, p-10

⁶⁸ NIKIEMA Maxime, 1995, cours de 1^{ère} année d'économie générale, FASEG, Université de Ouagadougou.

encore la lettre dans les relations interhumaines. Personne ne peut évaluer de nos jours la quantité de lettres qui circulent à l'intérieur et entre l'intérieur et l'extérieur du Burkina. Dans les habitudes des Ouagalais, on aime laisser des traces ou se faire remarquer physiquement dans les relations interhumaines. Parce que la présence physique permet de consolider les rapports sociaux⁽⁶⁹⁾. Pour s'enquérir de la santé d'une famille, d'un ami, d'un partenaire, le Ouagalais préfère faire un déplacement physique. A une longue distance, l'exemple de quelqu'un qui a des amis, des partenaires ou des parents dans une localité autre que Ouagadougou, on a recours à la lettre qui se substitue à la visite physique. Pour les Burkinabè le déplacement physique, la lettre, renforcent beaucoup l'attachement à la famille, à l'amitié, au partenariat. C'est ainsi que 42,04 % des Ouagalais préféreraient communiquer par Internet que d'utiliser un autre moyen de communication:

« Je suis memuisier. J'ai le niveau de la classe de seconde. J'utilise l'Internet. Je connais d'autres moyens de communication que sont le téléphone, le fax, la poste. Je préfère utiliser l'Internet par rapport à tout ça. C'est l'outil de communication le plus sophistiqué actuellement et de plus le message du correspondant peut-être imprimé⁷⁰. »

« Je suis technicien de laboratoire. J'ai le niveau Bac. J'utilise Internet régulièrement. Je fais la recherche dans mon domaine professionnel. Je préfère l'Internet au téléphone, aux journaux et au fax car il est moins cher et on a accès à des informations fiables. Grâce à l'Internet je ne suis pas dépassé (rires).⁷¹ »

« Je suis électricien. J'ai le niveau de la classe du CM2, mais j'ai mon CEP. J'utilise Internet par nécessité. J'ai une boîte électronique pour pouvoir envoyer et recevoir des messages à un ami qui est parti aux Etats-Unis il y a deux ans. Il écrit à tous nos amis qui ont un Email. Il ne m'écrivait pas et c'est pour ça que j'ai ouvert moi aussi une boîte électronique pour pouvoir recevoir ces nouvelles⁷² ».

Cette préférence de l'Internet par rapport aux autres moyens de communication que sont le téléphone, le fax, le télégramme, le courrier postal, les journaux... s'explique par un souci de garder le contact avec un être cher (un(e) ami(e), un parent), c'est aussi dans un souci de prestige social que l'on trouve une explication à cet engouement car, dire qu'on a un accès Internet, qu'on a une boîte électronique, c'est montrer aux autres qu'on est dans l'ère moderne et que l'on est au top ou à la "page" (⁷³).

⁶⁹ Mémoire de Kisito BABO, la représentation sociale du téléphone par les Ouagalais, U.A, Mémoire de maîtrise en communication, mai 1996

⁷⁰ Référence à l'entretien Bas 006 pp 1 à 3.

⁷¹ Référence à l'entretien Bog 003 pp 1 à 5.

⁷² Référence à l'entretien Sig 007, pp 1 à 3.

⁷³ OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, Accès aux TIC au Burkina Faso, Ouagadougou, Yam Pukri, p-17.

Que pouvons-nous comprendre par être à la mode, être au top? C'est une façon de se faire remarquer, de se sentir supérieur aux autres, c'est un phénomène psychologique qui incite à la consommation du Net. Ce comportement est présent chez certains utilisateurs du Net. Ce phénomène psychologique momentané de se sentir supérieur, de montrer aux autres qu'on est à la mode, d'être au top est une façon de créer une différenciation sociale, son appartenance à une certaine classe.

4.2.1.3- La rapidité de l'Internet

Dans notre analyse il ressort que la majorité des utilisateurs s'en servent pour l'expédition et la réception de courrier électronique (48,28 % des utilisateurs). Dans la plupart des courriers électroniques les correspondants donnent des informations sur leur santé ou celle de leur famille, leurs conditions de vie et leur programme quotidien de travail. Souvent, les correspondants s'échangent des images, des données ou des documents. Le succès du courrier électronique est surtout lié à la place que la lettre a occupée dans les relations interhumaines des Burkinabè. Il faudra noter que tous les utilisateurs du Net ont une ou plusieurs boîtes à lettres électroniques en plus des autres services qu'ils utilisent. La possession de plusieurs boîtes électroniques permet de diversifier les chances aux cas où l'on n'arriverait pas à accéder à la première. Ce sont des situations que l'on rencontre souvent sur le Net. La rapidité de la communication sur le Net n'est pas à comparer au téléphone, à la radio, à la télévision. C'est seulement par rapport au courrier postal. L'expédition d'un courrier postal ordinaire de Ouagadougou vers la France dure au moins 7 jours ouvrables⁽⁷⁴⁾ :

« L'Internet est plus rapide et moins cher pour envoyer et recevoir un courrier...⁷⁵ ».

Par contre un courrier électronique expédié de Ouaga peut-être consulté à n'importe quel point du globe si la technologie est disponible, tout au plus 5 minutes après expédition. Avec le courrier électronique, les obstacles des jours ouvrables, des boîtes postales géographiques fixées, des horaires d'expéditions bien déterminées sont levés. C'est la raison pour laquelle le traitement du courrier électronique fait 60,00 % (voir tableau 12 bis) des usages du net chez les Ouagalais utilisateurs du Net.

4.2.1.4- La disponibilité et la gratuité des informations et des services sur le Net.

⁷⁴ Entretien effectué avec un agent de la Société Nationale des Postes agence de Zogona à la Zone du bois en septembre 2002.

⁷⁵ Référence à l'entretien, Nong, 002, pp 1 à 3.

L'histogramme sur l'utilisation des services de l'Internet par les Ouagalais présente la recherche comme le deuxième service qu'ils utilisent. Ils sont 41,38 % (voir tableau n°2.1) parmi les utilisateurs à faire la recherche sur le Net:

« Je fais la recherche dans mon domaine professionnel (...) Grâce à l'Internet je ne suis pas dépassé⁷⁶ »

L'Internet est une source intarissable d'informations dans tous les domaines de la vie (⁷⁷). Il existe des bibliothèques, des centres de recherches, des laboratoires, des magasins de produits divers, des stations de radio, de télévision, les magazines qui vous proposent des News et bien d'autres choses gratuitement, ou à faible coût. On peut télécharger des livres aux logiciels, en passant par les CD-ROM dernières versions gratuitement sur Internet (²²). L'exemple du logiciel SPSS de traitement de données, que l'on vendait à 75 000 F.CFA en 1998 à Ouagadougou se télécharge gratuitement sur le Net de nos jours :

« j'ai déjà téléchargé un logiciel (le SPSS) en 1999 pour le traitement de nos données pour le stage de terrain en troisième année⁷⁸ ».

La plupart des élèves et étudiants qui utilisent le Net 83,33 % (voir tableau n°2.2 bis) font la recherche de correspondants, des renseignements sur des universités étrangères, certains même ont déjà participé à des jeux sur le Net. Tout cela se fait gratuitement. Il faudra noter que la plupart des services de messagerie électronique sont gratuits comparativement à la location de boîte postale ordinaire qui est de 11 800 CFA par an (⁷⁹).

L'Internet est un moyen de communication pour 61,36 % des Ouagalais ayant répondu à la question "avez-vous déjà entendu parler de l'Internet?" Le Net intervient aujourd'hui dans tous les domaines de la vie (⁸⁰). Il y a un engouement toujours grandissant de la population pour cet outil. Sur 20 personnes qui n'utilisent pas l'Internet 18, soit 90 % veulent dans les jours à venir utiliser les services de l'Internet ou même apprendre à naviguer. Cet engouement s'explique par certains facteurs psychologiques tels que la nécessité de se mettre en phase avec les partenaires, le souci de

⁷⁶ Référence à l'entretien Bog 003 pp 1 à 5.

⁷⁷ Les ONG et associations du BURKINA utilisent le Net dans les domaines de l'agriculture, l'élevage, et l'environnement, l'éducation, les sciences et les techniques, la santé, l'informatique et la Bureautique, la culture, la politique, le commerce, les loisirs... ZANNOU Charlemagne, 2000, *L'Internet au Burkina Faso*, Ouagadougou, RIFOD p-35.

²² CROUZET Thierry, 1997, *Internet en un clin d'œil. Trucs et astuces pour productivité accrue*, 142p, Ed Microsoft press.

⁷⁸ Référence à l'entretien Boul 001, 1 à 3 plus note de commentaire

⁷⁹ Entretien effectué avec un agent de la Société Nationale des Postes agence de Zogona à la Zone du bois en septembre 2002.

⁸⁰ ZANNOU Charlemagne, 2000, *L'Internet au Burkina Faso*, Ouagadougou, RIFOD p-35 déjà cité

prestige social, le refus d'être un analphabète dans le domaine du Net. D'autres facteurs importants de cet engouement comme le faible coût de la communication, la gratuité de certaines prestations de services, la rapidité de la communication, la levée des obstacles des adresses liées à la position géographique des utilisateurs, la fiabilité, la disponibilité et la circulation de l'information.

4.3- LES CLASSES SOCIALES ET L'UTILISATION DE L'INTERNET.

4.3.1.1- Qui est utilisateur du Net?

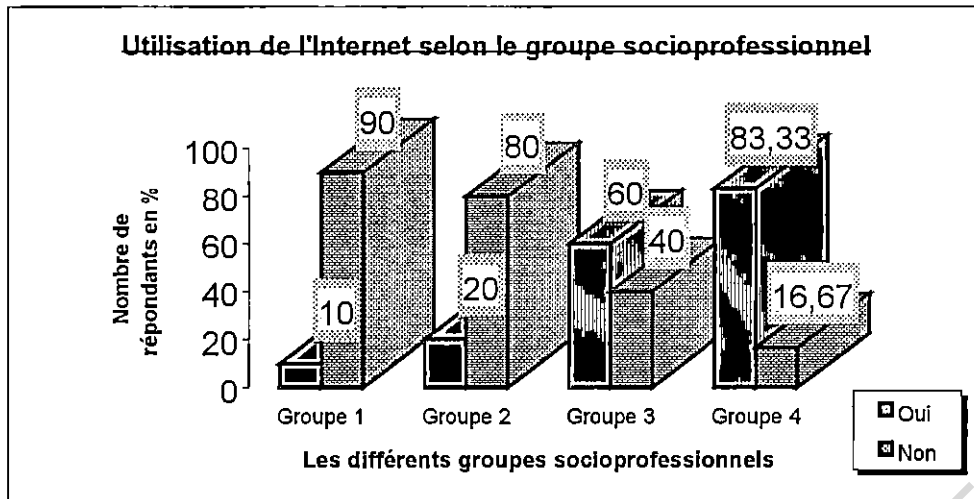
L'utilisation du Net à Ouaga reste l'affaire d'une minorité (23,20 % de la PTE). L'Internet représente un moyen de communication pour 43,20 % des Ouagalais. C'est dans les cas suivants que l'on utilise le Net:

- 48,28 % pour uniquement expédier et recevoir du courrier électronique ;
- 41,38 % pour faire la recherche en plus du courrier électronique ;
- 6,90 % pour faire les affaires en plus du courrier électronique et de la recherche ;
- 3,45 % utilisent le Net pour se faire connaître (la publicité par la création de site) en plus du courrier électronique et la recherche.

4.3.1.2- L'utilisation de l'Internet selon le groupe socioprofessionnel

Pour connaître le statut socio-économique des utilisateurs du Net de Ouagadougou, nous avons fait un croisement de la variable "utilisation" avec la variable "groupe socioprofessionnel".

Le croisement entre la variable "utilisation" et celle du "groupe socioprofessionnel" a donné les résultats suivants sur le graphique ci dessous.



4.3.1.2.1- Composition des groupes socioprofessionnels.

- Le groupe 1: c'est le groupe de personnes qui travaillent dans le secteur informel. Ce sont les petits commerçants, les menuisiers, les maçons, les plombiers, les tailleurs, les blanchisseurs, les charretiers (vendeurs d'eau, de sable, de bois), etc.
- Le groupe 2: c'est l'ensemble des femmes qui travaillent comme femmes de ménage dans l'administration publique (2 personnes), des bonnes, des coiffeuses, des femmes au foyer, des gérantes de télécentre, de secrétariat public. Ce groupe a un aspect très particulier parce que la plupart de ces femmes travaillent dans des lieux de rencontre où l'information circule (salon de coiffure, télécentre, secrétariat public...). Elles ont un niveau d'instruction assez élevé. Le groupe 2 nous permettra de connaître le niveau de pénétration des NTIC chez les femmes (celles qui font les métiers de femmes⁽⁸¹⁾ uniquement).
- Le groupe 3: c'est le groupe des personnes qui travaillent dans l'administration publique ou dans des entreprises privées, ayant un salaire mensuel régulier et permanent, avec droit à un congé annuel et inscription à une cotisation de retraite.
- Le groupe 4: ce groupe est constitué par les élèves du secondaire et les étudiants du supérieur.

4.3.1.2.2- La situation économique de ces groupes socioprofessionnels.

Le groupe 1: toutes les personnes dans le groupe 1 travaillent pour la plupart dans le secteur informel. Elles constituent 52 % de la population de

⁸¹ Shéryl Déborah et all, (1979), Les bars, les femmes et la culture, Paris, PUF, 1^{ère} ED p 5 à 30.

Ouagadougou. Dans ce groupe plus de 80 % ont un revenu moyen inférieur à 222450 FCFA⁽⁸²⁾.

Le groupe 2: ce groupe est complexe. Il est composé uniquement de femmes, 28,20 % des femmes qui composent ce groupe sont sans emploi (femmes au foyer). Ces femmes n'ont pas de revenu. 40,18 % d'entre elles travaillent dans le secteur informel, sont gérantes de télécentres ou coiffeuses dans un salon (revenu annuel inférieur à 222 450 FCFA). Les 31,62 % autres travaillent comme secrétaires, femmes de ménage, dans l'administration publique ou dans des entreprises privées. Ces femmes (les 31,62 %) qui ont un niveau d'instruction de la classe de cinquième ou quatrième n'ont autre diplôme que le CEP. Elles sont classées dans la catégorie D de la fonction publique selon la loi 13/98/AN du 28 avril 1998, portant régime juridique applicable aux emplois et aux agents de la fonction publique au Burkina Faso. Elles gagnent annuellement moins de 450 000 FCFA.

Le groupe 3: dans ce groupe 52,38 % des individus qui le composent sont classés dans la catégorie D. Ils ont un salaire annuel moins de 450 000 FCFA. 33,33 % des membres du groupe ont un niveau d'instruction de BEPC. Ils travaillent dans des entreprises privées ou dans l'administration publique. Ils sont classés dans la catégorie C de la grille salariale de la fonction publique. Selon la loi 13/98/AN du 28 avril 1998, ils gagnent annuellement moins de 600 000 FCFA. Les 14,29 % des autres membres du groupe ont un diplôme universitaire (au moins Bac + 3). Ils sont classés dans la catégorie A de la grille salariale de la fonction publique. Selon la loi 13/98/AN du 28 avril 1998, ils gagnent annuellement moins de 1 000 000 FCFA⁽⁸³⁾.

Le groupe 4: ce groupe est composé d'élèves du second cycle des lycées et collèges et d'étudiants. L'élève ici est sans salaire, ni bourse. Il s'appuie sur l'assise financière des parents. L'étudiant, lui, a un revenu qui est soit une bourse qui est de 360 200 FCFA par an pour un étudiant de première année⁽⁸⁴⁾, d'un prêt d'étude (165 000 FCFA montant annuel du prêt) ou une aide de l'Etat (120 000 FCFA montant annuel de l'aide). L'étudiant dispose d'autres sources de revenu : les petits contrats de cours à domicile, de collecte de données, ...

⁸² Institut national de la Statistique et de le Démographie: Analyse des résultats du recensement général de la population et de l'habitat de 1996 vol 1, pp 21 Ouagadougou

⁸³ Ces salaires sont de la fonction publique. Ceux des entreprises privées sont difficiles à harmoniser. Nous nous sommes donc contentés des salaires de la fonction publique. Ces salaires ont été calculés sans tenir compte des autres avantages et indemnités du fonctionnaire. Il faudra noter que dans le cas présent de notre étude, les salariés du groupe 3 sont mariés et ont au moins 2 enfants.

⁸⁴ entretien avec une secrétaire comptable au CENOU aux services de paiement des bourses, en septembre 2002.

En observant le graphique à la page 60, on constate que dans le groupe 1, 10 % seulement des personnes utilisent le Net et les 90 % n'en font pas usage. Dans le groupe 2 les utilisateurs sont 20 % de la sous population. Les 80 % ne sont pas Utilisateurs. Le groupe 3 a beaucoup plus d'utilisateurs (60 %), contre seulement 40 % ne s'en ont jamais servi. Quant au groupe 3, presque toute la sous population utilise le Net (83,33 %).

L'utilisation du Net évolue en fonction du groupe socioprofessionnel. Le groupe socioprofessionnel est lui-même fonction du niveau d'instruction des individus qui le composent (voir tableau 2.7 sur la page 64). En observant le graphique, on constate que:

- Dans le groupe 1, le niveau d'instruction est très faible chez les individus qui le composent avec 60,66 % d'analphabètes, 36,07 % du niveau de l'école primaire, et 3,28 % du niveau du secondaire des lycées et collèges. Dans ce groupe le taux d'utilisation de l'Internet est de 10 % du nombre total d'individus du groupe qui connaissent l'Internet. C'est le plus faible taux d'utilisateurs par rapport aux autres groupes socioprofessionnels. Cela s'explique aussi par le faible niveau de vie (revenu annuel inférieur à 225000 FCFA/an/habitant).

- Dans le groupe 2, le niveau d'instruction est légèrement plus élevé que celui du groupe 1, avec 48,39 % d'analphabètes, 41,94 % du niveau du primaire, 9,68 % du niveau secondaire, ce qui explique le coefficient d'utilisation élevé de l'Internet. Aussi, les individus du groupe travaillent dans des lieux de rencontres (télécentres salon de coiffure, cybercentres, secrétariat...) de personnes de diverses couches sociales. Ce sont des lieux où les personnes qui s'y rendent, échangent beaucoup sur des sujets d'actualité. Ces lieux sont très favorables à la prolifération de l'information par la rumeur, ce qui explique d'une part le taux élevé de connaissance du Net. D'autre part l'utilisation de l'Internet s'explique par la présence dans ce groupe de personnes ayant un revenu annuel supérieur à 225 000 FCFA mais inférieur à 450 000 FCFA. Ce faible taux d'utilisation de l'Internet par rapport au groupe 3 et 4 pourrait trouver une explication du faible niveau d'instruction, dans la réticence des femmes à faire un apprentissage de certains éléments de modernisation (manipulation de téléphone portable, appareil de musique, l'informatique, etc.):

« Je n'ai que le CEP (certificat d'étude primaire) (...). Mais, mon niveau est trop faible et en plus je n'ai pas les moyens. ⁸⁵ ».

-Dans le groupe 3 les individus sont beaucoup plus instruit avec 0 % d'analphabète, 19,05 % du niveau primaire, 66,67 % du niveau du secondaire

⁸⁵ Référence à l'entretien Nong009, pp 1 à 3 plus note

et 14,29 % qui ont le niveau d'enseignement supérieur. Le Taux d'utilisation de l'Internet dans ce groupe est de 60 %. Ce taux comparé à ceux des groupes 1 et 2 est le plus élevé. Ce taux élevé dans l'utilisation de l'Internet s'explique d'une part par le fait que certains fonctionnaires ont accès gratuitement à l'Internet dans leurs services (⁸⁶) :

« je suis financier au ministère de l'économie et des finances, j'ai le niveau Bac. J'utilise Internet très souvent. Je consulte et réponds aux messages. Je fais souvent la recherche sur le site de RFI, Yahoo, (Information sur le monde, autres choses aussi quoi.). Je navigue 2 à 4 fois par jour. J'ai la connexion au bureau. Je ne débourse rien pour naviguer⁸⁷ ».

D'autre part les individus qui composent ce groupe ont un niveau d'instruction élevé. Pour les personnes qui ont un niveau d'instruction du secondaire ou du supérieur, l'utilisation de l'Internet semble être une obligation :

« Je suis déclarant en douane, j'ai le niveau de la classe de terminale. J'utilise Internet. Aujourd'hui si tu sais lire et écrire et tu n'utilises pas l'Internet tu es dépassé (rires), tu n'auras plus d'amis à l'étranger, ceux que tu connais qui sont partis à l'aventure t'oublieront⁸⁸ ».

- Le groupe 4 est constitué uniquement d'élèves et d'étudiants. Il n'y a ni analphabètes, ni individus ayant le niveau d'enseignement du primaire, 75,00 % ont le niveau d'enseignement du secondaire et 25,00 % d'étudiants. Le groupe 4 est le groupe où les utilisateurs du Net sont les plus nombreux (83,33 % des membres du groupe). Le nombre élevé d'utilisateurs de l'Internet dans les milieux scolaires et universitaires s'explique par le fait que depuis ces dernières années il y a des initiatives de vulgarisation d'utilisation de l'informatique dans les établissements scolaires et universitaires dans la ville de Ouagadougou (⁸⁹). Il y a aussi la curiosité, le souci d'éviter d'être en déphasage par rapport aux autres, le souci de suivre le mouvement de la mode, aussi la recherche d'ouvrages et autres documents scolaires et universitaires, la recherche d'instituts de financement de frais d'études ou de bourses d'études :

« je suis étudiante en deuxième année à l'université, je fais la recherche d'informations (actualité), d'ouvrages, de bourses d'étude en plus du courrier électronique...⁹⁰ ».

⁸⁶ ZANNOU Charlemagne: L'Internet au Burkina-Faso, , 2000, Ouagadougou, RIFOD, pp18

⁸⁷ Référence à l'entretien Sig 006 pp 1 à 4.

⁸⁸ Référence à l'entretien Sig 003 pp 1 à 2.

⁸⁹ DELGI, Plan de développement de l'infrastructure nationale d'information et de la communication du Burkina-Faso, Projet horizon 2000-2004, Août 1999 p52.

⁹⁰ Référence à l'entretien Sig 001, pp1à 2.

Dans le groupe 1 le taux élevé d'analphabètes constitue un frein quant à l'appropriation du Net. L'analphabétisme ne permet pas aux individus de s'informer directement par la presse, les documents scientifiques, les revues... Compte tenu de cette situation les personnes de ce groupe sont souvent informées par personnes interposées. Ce qui ne permet pas toujours de garder l'originalité des informations, des messages. Même si certaines chaînes de radios et de journaux ont des programmes en langues nationales, elles consacrent la plupart du temps la diffusion de variétés musicales, des communiqués nécrologiques ou à la publicité. Aussi, la traduction en langues nationales pose un double problème:

1°- Certains concepts dans le domaine de l'informatique et du Net n'existent pas dans nos langues nationales, ni même en français : winzip, Email, DVD, CD R, backbone, IP (Internet Protocol)... La traduction de ces concepts en dialectes locaux reste difficile.

2°- Très souvent, l'information n'est pas donnée par des professionnels. L'informateur étant un néophyte, le contenu des messages est nécessairement modifié, entraînant ainsi le mythe autour de certains phénomènes. C'est ce qui illustre les propos de cette dame :

« je suis coiffeuse, j'habite ici au non loti au secteur 29. Il faut que vous m'aidiez à avoir un Email. Il paraît que sur Internet on peut avoir des correspondants qui sont très riches et qui vont t'envoyer de l'argent ou même te faire partir là-bas un jour⁹¹. »

L'utilisation du Net est-il ainsi influencé par le niveau d'instruction ?

Tableau n° 2.7: Répartition des groupes socioprofessionnels selon le niveau d'instruction.

Niveau d'instr. x Groupe socioprof	Groupe 1	Groupe 2	Groupe 3	Groupe 4
Analphabètes	37 60,66	15 48,39	0 0,00	0 0,00
Primaire	22 36,07	13 41,94	4 19,05	0,00 0,00
Secondaire	2 3,28	3 9,68	14 66,67	9 75,00
Supérieur	0 0	0 0	3 14,29	3 25,00
Total	61 100,00	31 100,00	21 100,00	12 100,00

Les analphabètes (6,89 % des utilisateurs du Net) qui utilisent le Net font uniquement de la réception et de l'expédition de courrier électronique. C'est le cas de ce gérant de kiosque :

⁹¹ Référence à l'entretien Bog 0024, pp 1 plus commentaire enregistré, septembre, 2002.

« Je suis gérant de kiosque au secteur 28. Je ne suis pas allé à l'école. J'utilise Internet, c'est mon ami X qui est étudiant qui écrit mes lettres et lit les réponses aussi. Nous on n'a pas de boîte postale, mon patron est parti pour se renseigner à la poste à Zogona là, c'est trop cher. C'est mon grand frère qui est en Italie qui a ouvert l'adresse là pour moi quand il était venu à Ouaga l'an passé. Moi, je ne connais plus autre chose sur Internet à part les lettres là (rires). Mon ami là m'a dit qu'il y a trop de choses sur Internet ⁽⁹²⁾ ».

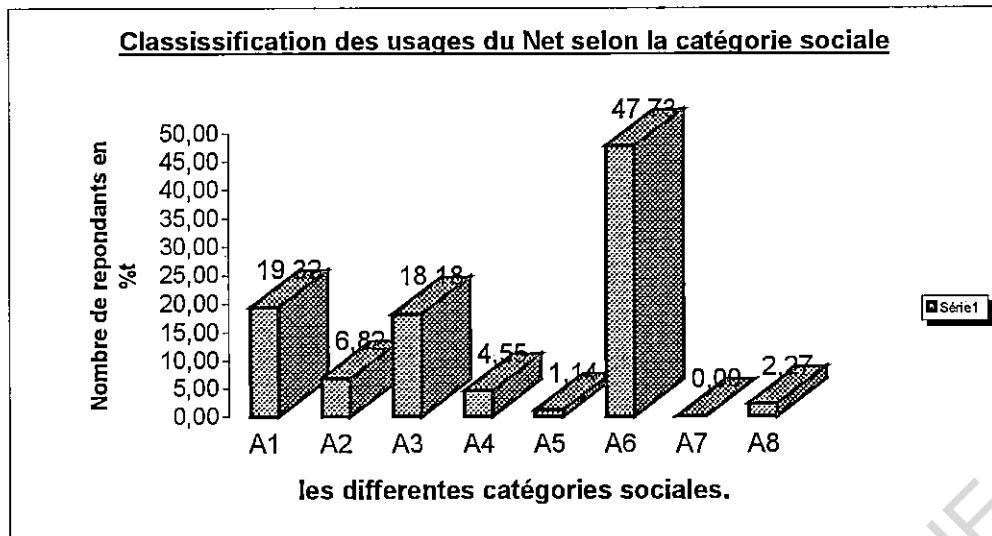
L'utilisation de l'Internet est ici circonstancielle, elle n'est possible qu'en présence de l'ami étudiant, l'aide du gérant du cyber, ou d'autres personnes de bonne volonté.

Pour effectuer certains travaux sur le Net il faudra avoir un niveau d'instruction assez élevé, comme par exemple la recherche et les affaires. Ainsi pour être un Webmaster (créateur de site web), il faudra être titulaire du baccalauréat du second cycle des lycées et collèges.

3.3.2- Classe sociale des utilisateurs de l'Internet.

Pour savoir à quelle classe sociale appartiennent les utilisateurs du Net, nous avons posé la question suivante à nos interviewées : "selon vous, à quelle classe sociale appartiennent les utilisateurs de l'Internet?" Les résultats sont présentés par le graphique ci-dessous.

⁹² Référence à l'entretien Bog 0024 pp 1 à 3 plus commentaire, enregistré, septembre, 2002.



A1= Les riches A2 = Les Hommes d'affaires A3 = Les Intellectuelles A4 = Elèves/ Etudiants A5 = Les cadres A6 = Toutes les couches sociales moyennes, A7 = Les pauvres, A8 = Autres

A première vue du graphique, la modalité de classe la plus haute correspondant à la plus grande fréquence (47,73 % de ceux qui avaient déclaré connaître l'existence du net qui sont au nombre de 88 personnes) et voudrait dire que: toutes les couches sociales peuvent utiliser l'Internet. Nous avons successivement par ordre décroissant: 19,32 % qui disent que les utilisateurs de l'Internet sont des riches. Pour 18,18 % les utilisateurs sont des intellectuels et des chercheurs, 6,82 % pensent que l'utilisation de l'Internet est réservée aux hommes d'affaires et aux commerçants, 4,55 % ont déclaré que les utilisateurs de l'Internet sont des élèves et des étudiants. Le reste des personnes interviewées (1,14 %) pensent que les utilisateurs de l'Internet sont des cadres travaillant dans le secteur public ou privé.

Au Burkina 44,5 % de la population totale vivent en dessous du seuil de pauvreté avec un revenu annuel estimé à 41 099 F.CFA par habitant. Le niveau de vie des Burkinabè vivant en milieu urbain a été évalué comme suit: 20 % de la population vivent avec moins de 56 251 FCFA par an, 40 % vivent avec moins de 91 193 FCFA par an et 20 % autres vivent avec moins de 222 450 FCFA par an. Ce qui voudrait dire que 80 % de la population de Ouagadougou vivent avec un revenu annuel inférieur à 225 000 FCFA. Cette situation traduit des insuffisances énormes en matière de satisfaction des besoins de base, au titre desquels figurent l'éducation, la santé⁽⁹³⁾. Il apparaît donc très difficile pour la majorité des Ouagalais (80 %) d'accéder à l'Internet. Car, il serait difficile voire impossible pour quelqu'un qui a un revenu inférieur au seuil de pauvreté de s'approprier le net. Nous constatons au tableau n°18 dans les annexes que le temps moyen d'utilisation de

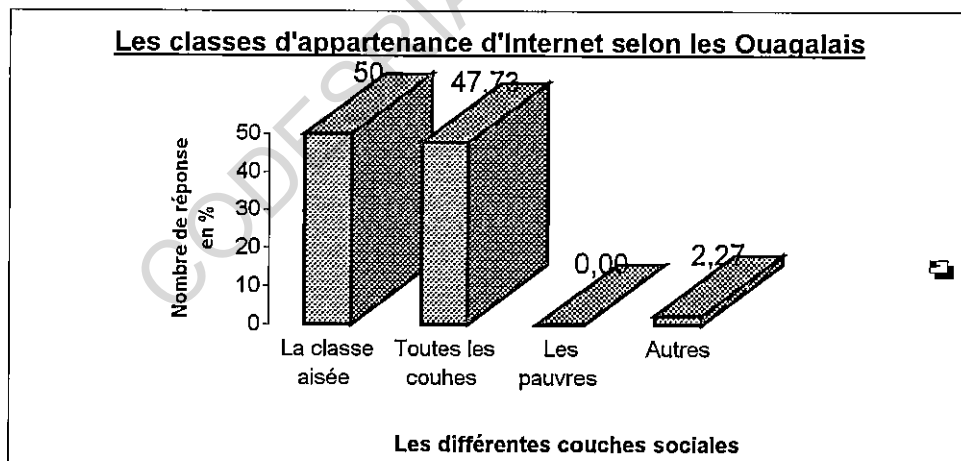
⁹³ Institut national de la Statistique et de la démographie (INSD): Profil et évolution de la pauvreté au Burkina-Faso, 1ère Ed, Ouagadougou Mars 2000.

l'Internet dans la ville de Ouagadougou est d'environ 30 minutes par connexion pour un coût moyen d'environ 2500 F.CFA/mois.

Il ressort que les 20 % de la population restante vivant en milieu urbain ont un revenu annuel supérieur à 225 000 FCFA/an/habitant. C'est parmi cette partie de la population qu'il y a les riches.

Pour être membre de l'association des petits commerçants du Burkina il faudrait présenter une attestation d'une banque ou d'une institution d'épargne et de crédit qui atteste que vous avez un compte crédité d'au moins trente millions de FCFA. Pour être un homme d'affaire il faudrait mobiliser une épargne de plus de cinquante millions (⁹⁴).

Les intellectuels, les élèves et les étudiants sont classés dans le groupe social des personnes riches, car pour Adam Smith dans la **théorie du capital humain**, un homme instruit peut-être comparé à une de ces coûteuses machines. Le travail qu'il a appris à exercer lui procure un salaire supérieur à celui d'un travailleur ordinaire. Aussi "*L'éducation plus particulièrement la scolarisation a un coût. Le niveau d'instruction des membres d'un ménage explique de ce fait l'état de pauvreté des individus. Les ménages dont les individus ont un niveau d'instruction faible sont pauvres. Ceux dont le niveau d'instruction est élevé sont riches*"(⁹⁵). Aussi, il y a la croyance populaire qui prétend que faire de longues études est synonyme de jours meilleurs (bonne assise financière), éléments qui permettent d'expliquer une certaine dimension de la pauvreté des ménages.



A partir de ce constat nous pouvons regrouper ensemble : élèves, étudiants, intellectuels, cadres, commerçants et hommes d'affaires. A l'issue de ce regroupement nous avons le graphique suivant :

⁹⁴ Extrait d'entretien avec un membre de l'association des petits commerçants du Burkina en décembre 2003.

⁹⁵ Institut national de la Statistique et de la démographie (INSD): Profil et évolution de la pauvreté au Burkina-Faso, 1ère Ed, Ouagadougou Mars 2000, page 35 à 36.

Ce graphique montre que 50 % des personnes interrogées trouvent que l'Internet est un moyen de communication réservé à l'utilisation exclusive de la classe sociale aisée ou riche. Les 47,73 % autres trouvent que tout le monde peut utiliser l'Internet.

Le fait que 50 % des Ouagalais pensent que l'Internet est un outil de communication pour les riches ne signifie nullement que l'utilisation de l'Internet est réservée uniquement aux riches. En effet 85,7 % voir annexe tableau n° 25 bis des Ouagalais ne connaissent pas les coûts de communication sur le Net. Malgré cette situation 44,32 % (voir annexe tableau n° 22 bis) trouvent que les coûts de communication sur l'Internet sont élevés. On pourrait imputer cette situation à une méconnaissance des coûts, à l'insuffisance d'informations et la présence de préjugés négatifs sur le cadre institutionnel de l'Internet chez certains Ouagalais.

En effet, les cybercentres sont des bâtiments modernes avec les ouvertures en vitre, la porte principale reste généralement fermée parce qu'on utilise de l'air conditionné. Cette situation constitue un blocage pour certaines personnes, quand on sait aussi que les frais de scolarité dans les écoles supérieures et secondaires d'informatique varient entre 180 000 et 250000 FCFA contre 75 000 et 125 000 FCFA dans le second cycle des lycées et collèges. Les formations sur les applications simples des services Internet sont de 50 000 FCFA pour une formation de deux jours par personnes, et celle sur l'utilisation de logiciels utilitaires (Word, Excel) coûte au moins 10000 FCFA par logiciel⁹⁶. L'ordinateur étant l'élément de base de cet outil de communication beaucoup de Ouagalais croient qu'ils ne peuvent pas s'offrir les services de l'Internet.

L'utilisation de l'Internet n'est pas seulement liée au statut économique, mais aussi et surtout aux représentations sociales que se fait la population du Net. Le statut économique confère à chaque individu une appartenance à un milieu social. Chaque milieu social est doté d'un système de représentation. Cette représentation sociale est fonction du statut économique, du milieu social dont est issu chacun. Elle confère à chaque individu des prédispositions quant à l'utilisation, et l'appropriation du Net, par rapport aux autres outils de travail, de recherche ou de communication.

Les représentations ici, sont un système de valeurs structurées d'une part, par la société. D'autre part, elles se manifestent en fonction des normes et des messages véhiculés par les cybercentres, les cybercafés, les télécentres et les utilisateurs de l'Internet. Cette structuration permet à l'interlocuteur de juger ou classer l'utilisateur du Net comme étant quelqu'un qui est au top ou qui suit le mouvement de la mode ou comme quelqu'un qui est riche. C'est

⁹⁶ ZANNOU Charlemagne: L'Internet au Burkina Faso, 2000, Ouagadougou, RIFOD, pp-23.

ainsi que *certaines personnes, certaines entreprises, certaines institutions au Burkina utilisent l'Internet par souci de prestige, Car dire qu'on a un accès Internet, c'est montrer aux autres qu'on est dans l'ère moderne et que l'on est à la "page"*⁽⁹⁷⁾. C'est ainsi que l'Internet dans la ville de Ouagadougou est perçue comme un objet de luxe et de prestige social réservé seulement à une classe sociale spécifique, notamment la classe aisée ou riche.

CODESRIA - BIBLIOTHEQUE

⁹⁷ OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, Accès aux TIC au Burkina Faso, Ouagadougou, Yam Pukri, p-17.

CONCLUSION

L'avènement de l'Internet au Burkina est récent. Parti du Sommet France-Afrique en 1996, il connaîtra une expansion spectaculaire à Ouagadougou de telle sorte à pénétrer le quotidien du Ouagalais. Cependant l'expansion de l'Internet à Ouagadougou ne signifie pas qu'il est accessible tous.

En effet, l'accès à l'Internet exige un certain capital social, économique et culturel difficilement réuni par certaines couches sociales de la population Ouagalaise.

L'abonnement ou la connexion à un site Internet exige que l'internaute ait une instruction. La plupart des informations sur le Net sont d'un certain niveau exigeant de l'internaute un minimum de connaissances pour parvenir à les saisir (les informations)

Par ailleurs, le coût de l'accès à l'Internet est souvent dissuasif eu égard au niveau de vie d'un Ouagalais moyen.

L'utilisation de l'Internet en plus de ses données est sujette à des représentations sociales que les populations se sont elles-mêmes forgées. Il faudrait être d'une classe sociale aisée pour aspirer à l'Internet. Cette situation s'explique par le déficit d'information sur le sujet. Ces représentations sociales sont des stéréotypes de la réalité du Net à Ouagadougou. C'est pourquoi son utilisation est perçue comme un luxe. Cela étant du domaine des représentations sociales, forgées, nourries, entretenues et difficilement convertibles, c'est la réalité du phénomène Internet à Ouagadougou.

Le transfert et le développement de l'Internet en tant qu'une Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication, voire une plus grande acceptation à Ouagadougou, nécessitent qu'on lui crée une image favorable. Cette entreprise consiste en l'éducation des populations qui contribuerait à dissiper les stéréotypes sur le Net. Toutefois, cela n'est possible qu'en considérant à sa juste valeur la place de la communication dans le développement d'un pays.

BIBLIOGRAPHIE

I- OUVRAGES METHODOLOGIQUES

- 1°- ABBADIIE Christian, 1998, l'expression française écrite et orale, PUG, Grenoble, 195p.
- 2°- BARIL Denis, technique d'expression orale, tome2 5^e édition, SIREG, Paris.
- 3°- BERTHIER Nicolas, 1998, Techniques d'enquêtes en sciences sociales: Méthodes et exercices corrigés, Paris, S.E.S.J.M/ Armand Colins, 254p.
- 4°- GRAWITZ Madeleine, 1996, méthode des sciences sociales, Dalloz, Paris, 920p
- 5°- QUIVY Raymond, CAMPENHOUD Luc Van, 1997, Manuel de recherche en sciences sociales, Paris, Dunod, 300p
- 6°-ZAGRE Ambroise,1999, Initiation a la recherche en sociologie, Ouagadougou, Presse Universitaire de Ouagadougou, 91p.

II- OUVRAGES GENERAUX

- 1°- ANNIE Chéneau-Loquay, et Al, 2000, Enjeux des technologies de la communication en Afrique, du téléphone à l'Internet, Paris, Karthala-Régards, 408p.
- 2°- BOURDIEU Pierre; (1979): la distinction , critique sociale du jugement, Paris, Ed Minuit 670p.
- 3°- CEDRO Jean Michel, 1998, Multimédia, Milan, Ed. Essentiels, 102p.
- 4°- CROUZET Thierry, 1997, Internet en un clin d'œil, Trucs et astuces pour une productivité accrue, 142p,Ed Microsoft press.
- 5°- DELGI, 1999, plan de l'infrastructure nationale d'informatique et de communication du Burkina, projet Horizon 2000-2004, 62p.
- 6°- Dewey John, 1983, démocratie et éducation, Nouveaux Horizon, pp 9, L'Age d'Homme (1^{ère} éd 1916 Mac Millan Publishing Co), p155
- 7°- DUFFOUR Arnaud, 1995. "Internet", Paris, Ed. PUF, 128p (collection "Que sais-je ?")
- 8°-ESCARPIT Robert , 1993, l'écrit et la communication, PUF, Paris, 126p.

- 9°- GIDDENS Anthony, 1994, Les conséquences de la modernité, Harmattan, Paris, 192p.
- 10°-GRAWITZ Madeleine, 1994, lexique des sciences sociales, Dalloz, Paris, 402p
- 11°- FISCHER Gustave-Niclas, 1995, Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale, Paris 42009 Saint-Etienne cedex, 208p.
- 12°- Institut national de la Statistique et de la Démographie (INSD), 1996, Profil et évolution de la pauvreté au Burkina, 1^{ère} édition, Ouagadougou
- 13°- INSD décembre 2000 Analyse des résultats du recensement général de la population et de l'habitat de 1996, Ouagadougou, vol 1.
- 14°- Institut national de la Statistique et de la Démographie (INSD), mars 2000, Profil et évolution de la pauvreté au Burkina, 1^{ère} édition, Ouagadougou
- 15°- LEROI-GOURHAN André, 1965, Le geste et la parole: la mémoire et les rythme, Paris, édition Albin Michel, 285p
- 16°- MUSSO Pierre et RALLET Alain, 1995, Stratégies de la communication, Harmattan Paris, 197p.
- 17°- OUEDRAOGO Sylvestre, 2000, Accès aux TIC au Burkina Faso, Ouagadougou, Yam Pukri, 18p.
- 18°- ONATEL, Annuaire 2002, 736p.
- 19°- ROQUETTE Michel-Louis, 1998, Introduction à l'étude des représentations sociales, PUG, Grenoble.
- 20°- LATOUCHE Serge, 1992, L'Occidentalisation du monde, Editions la Découverte, Paris, 141p.
- 21°- SFEZ Lucien, 1997, La communication, PUF, Paris, 4^e Edition, 127p.
- 22°- Shéryl Déborah et all, (1979), Les bars, les femmes et la culture, Paris, PUF, 1^{ère} ED pp 6-30.
- 23°- ZANNOU Charlemagne, 2000, L'Internet au Burkina Faso, Ouagadougou, RIFOD, 41p.

IV MEMOIRES ET ARTICLES

1. BADO Kisito, la représentation sociale du téléphone par les Ouagalais, CERCOM, mémoire de maîtrise en science de la communication, mai 1996, 96p

2. COMPAORE Zakaria, 1992, Rôle de la télévision dans la transmission des pratiques vestimentaires aux Ouagalais, université de Ouagadougou, département de sociologie, mémoire de maîtrise, 96p.
3. COULIBALY Benjamin, 1996, Pratique cinématographique, pratique sociale en milieu Africain, le cas des cinéphiles Ouagavillois, Université de Ouagadougou, département de Sociologie, 98p
4. °- DIENDERE Ben Marc A.Z, 1995, Problématique d'une complémentarité des acteurs sociaux de l'éducation: cas de la ville de Ouagadougou, Université de Ouagadougou, département de Sociologie, 96p.
5. KABORE Haoua, 2001, L'utilisation du téléphone mobile cellulaire et les implications socio-économiques dans la ville de Ouagadougou. Université de Ouagadougou, Département de Sociologie, Mémoire de maîtrise, 133p
6. KAFANDO Nicomède, 2000, Etude de la représentation sociale du téléphone cellulaire dans la ville de Ouagadougou, Université de Ouagadougou, Département Arts & Communication, Mémoire de Maîtrise, 102p.
7. LAURYS François, 1999, Cybercafé à Ouagadougou, là où frites et cyber font bon ménage, Afribone, Mali, p-2-3.
8. MEWRSADIER Gilles, 2001, Internet en Afrique : privilégier les médiateurs, p-1.
9. YAMEOGO Désiré, 1999, Déterminants socioculturels des activités génératrices de revenus des femmes rurales financées par le crédit institutionnalisé: cas des A.G.R financées par PDI-SYS-6^{ème} FED Tougan - Boussou - Latoden, Université de Ouagadougou, département de Sociologie, 161p.

V- Pour de plus amples informations sur le contexte se naissance et de l'évolution de l'Internet consultez les sites suivant :

- 1°- www.itu/africainternet2000/countryrapports/bfa-fhtml
- 2°- www.Onatel.bf
- 3°- www.delgi.gov
- 4°- www.afribone.net.ml/Editauriaux/01/95/-juin29.html
- 5°- www.Yahoo.fr
- 5°- www.rfi.fr
- 6°- www.place-publique.fr/mag/mag15/international3.php3.
- 7°- www.globent.org/csdh/lettre/99/septembre/99.html

ANNEXES

I- LE QUESTIONNAIRE DU MEMOIRE

ETUDE DE LA REPRÉSENTATION SOCIALE DE L'INTERNET A OUAGADOUGOU

IDENTIFICATION

N° DU QUESTIONNAIRE: /.../.../.../		
Nom.....	Prénom.....	Sexe.....
Nationalité.....	Quartier d'habitation.....	
Secteur: /.../.../	Commune d'habitation.....	
Situation matrimoniale.....	Nombre d'enfant	/.../.../
Niveau d'instruction.....	Profession.....	Age: /.../.../
Métier.....		

I REPRESENTATION SOCIALE DE L'INTERNET

I.1° Avez-vous entendu parlé d'Internet ?

- 1 Oui
- 2 Non

I.2° Si oui, où en avez-vous entendu parler pour la première fois ?

.....

.....

.....

I.3° Qu'est-ce que l'Internet représente pour vous ?

.....

.....

.....

I.4° Selon vous à quoi sert l'Internet ?

.....

.....

.....

I.5° Selon vous, à quelle classe sociale appartiennent les utilisateurs de l'Internet dans la ville de Ouagadougou ?

- 1 Les riches
- 2 Les hommes d'affaires/ commerçants
- 4 Les étudiants/ élèves
- 5 Les cadres
- 6 Les pauvres
- 7 Toutes les couches sociales
- 8 Autres à préciser.....

6° Quelle utilisation peut-on faire de l'Internet ?

- 1 Les affaires
- 2 La communication

- 3 La recherche
- 4 Les études
- 5 Autre à préciser.....

I.7° Pour vous Internet est-il :

- 1 Indispensable
- 2 Utile
- 3 Inutile
- 4 Sans importance
- 5 Autre à préciser.....

II UTILISATION DE L'INTERNET

II.1° Utilisez-vous l'Internet ?

- 1 Oui
- 2 Non

II.2° Pourquoi utilisez-vous Internet ?

.....
.....
.....

II.3° Utilisez-vous l'Internet combien de fois dans le mois ?

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1 0 fois | <input type="checkbox"/> 5 7 à 10 fois |
| <input type="checkbox"/> 2 1 fois | <input type="checkbox"/> 6 11 à 15 fois |
| <input type="checkbox"/> 3 2 à 3 fois | <input type="checkbox"/> 7 16 à 20 fois |
| <input type="checkbox"/> 4 4 à 6 fois | <input type="checkbox"/> 8 21 fois et plus |
| | <input type="checkbox"/> 9 Autre à préciser..... |

II.4° Si vous utilisez l'Internet que faites-vous exactement/ précisément ?

- 1 Envoi de courrier
- 2 La recherche
- 3 Les affaires
- 4 La publicité
- 5 Autre à préciser.....

II.5° connaissez-vous d'autres moyens de communication?

- 1 Oui
- 2 Non

II.6° Si oui lesquels ?

- 1 Le téléphone
- 2 Le fax
- 3 La poste
- 4 La radio
- 5 Autre à préciser.....

II.7° Préférez-vous utiliser d'autres moyens de communication qu'Internet?

- 1 Oui
- 2 Non

II.8° Si oui pourquoi?

.....
.....
.....

II.9° Si non pourquoi?

.....
.....
.....

II.10° Combien de temps mettez-vous généralement par connexion ou par communications ?

- | | | | |
|----------------------------|--------------|----------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | 0 à 5 min. | <input type="checkbox"/> 4 | 31 à 60 min. |
| <input type="checkbox"/> 2 | 6 à 15 min. | <input type="checkbox"/> 5 | 61 à 90 min. |
| <input type="checkbox"/> 3 | 16 à 30 min. | <input type="checkbox"/> 6 | Autre (à préciser) |

II.11° Si non, pourquoi vous n'utilisez pas Internet ?

- 1 Je ne sais pas utiliser
- 2 La connexion coûte chère
- 3 Il n'y a pas de cyber dans le quartier
- 4 Je n'aime pas l'Internet
- 5 Autre à préciser.....

III COUT ET CONDITION D'ACCES A L'INTERNET

III.1° Avez-vous un abonnement Internet?

- 1 Oui
- 2 Non

III.2° si oui combien déboursez-vous par mois?

..... F.CFA

III.3° Si non, pourquoi vous n'avez pas un abonnement?

- 1 L'abonnement coûte cher
- 2 Je n'utilise pas régulièrement Internet
- 3 Je n'ai pas de téléphone fixe à la maison
- 4 Je n'aime pas l'Internet
- 5 Je ne sais pas utiliser Internet
- 6 Autre (à préciser).....

III.4° Si vous n'êtes pas abonner où utilisez-vous Internet?

- 1 Dans un centre multimédia
- 2 Dans un télécentre
- 3 Dans un cybercafé
- 4 A l'école/ Université/ centre de formation
- 5 Dans une bibliothèque
- 6 Au service
- 7 Autre (à préciser).....

III.5° Combien déboursez-vous en moyenne pour avoir une connexion?

- | | | | |
|----------------------------|-----------|-----------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | 0 F.CFA | <input type="checkbox"/> 7 | 1000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 2 | 200 F.CFA | <input type="checkbox"/> 8 | 1500 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 3 | 250 F.CFA | <input type="checkbox"/> 9 | 3000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 4 | 300 F.CFA | <input type="checkbox"/> 10 | 4000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 5 | 400 F.CFA | <input type="checkbox"/> 11 | 5000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 6 | 500 F.CFA | <input type="checkbox"/> 12 | Autre (à préciser) |

III.6° Si vous n'utilisez pas l'Internet combien estimez-vous le coût de l'abonnement mensuel?

- | | |
|----------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | 10 000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 2 | 11 800 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 3 | 15 000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 4 | 20 000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 5 | 25 000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 6 | Autre (à préciser) |

III.7° si vous n'utilisez pas l'Internet, vous n'êtes pas abonné, ou que vous ne déboursez pas de l'argent pour naviguer, connaissez-vous le principe de facturation dans les centres de commercialisation de l'Internet?

- | | |
|----------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 1 | Oui |
| <input type="checkbox"/> 2 | Non |

III.8° Si oui, combien estimez-vous que l'on puisse déboursier pour avoir une connexion minimum de 15 minutes (avoir un accès Internet)?

- | | | | |
|----------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | 250 ou 300 F.CFA | <input type="checkbox"/> 4 | 1 500 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 2 | 500 F.CFA | <input type="checkbox"/> 5 | 2 000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 3 | 1000 F.CFA | <input type="checkbox"/> 6 | 3 000 F.CFA |
| <input type="checkbox"/> 7 | Autre (à préciser).....F.CFA | | |

III.9° Dans l'utilisation de l'Internet pensez-vous qu'il y a des avantages?

- | | |
|----------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 1 | Oui |
| <input type="checkbox"/> 2 | Non |
| <input type="checkbox"/> 3 | NSP |

III.10° Si oui lesquels?

.....

III.11° Si non pourquoi pensez-vous qu'il n'y a pas d'avantages ?

.....

III.12° Pensez-vous qu'il y a des désavantages liés à l'utilisation de l'Internet?

- | | |
|----------------------------|-----|
| <input type="checkbox"/> 1 | Oui |
| <input type="checkbox"/> 2 | Non |
| <input type="checkbox"/> 3 | NSP |

III.13° Si oui lesquels ?

.....
.....
.....

III.14° Si non pourquoi pensez-vous qu'il n'y a pas désavantages ?

.....
.....
.....

IV CORRELATION

IV.1° comment vous déplacez-vous ?

- | | | | |
|----------------------------|------------------------|----------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 | En voiture personnelle | <input type="checkbox"/> 4 | A mobylette sans vitesse |
| <input type="checkbox"/> 2 | En voiture de service | <input type="checkbox"/> 5 | A vélo |
| <input type="checkbox"/> 3 | A mobylette à vitesse | <input type="checkbox"/> 6 | A pied |
| | | <input type="checkbox"/> 7 | Autre (à Préciser)..... |

IV.2° Avez-vous un téléphone fixe à domicile ?

- 1 Oui
 2 Non

IV.3° Avez-vous un téléphone portable ?

- 1 Oui
 2 Non

IV.4 Avez-vous un micro-ordinateur personnel ?

- 1 Oui
 2 Non

*NOUS VOUS REMERCIONS INFINIMENT POUR AVOIR
REPONDU A CE QUESTIONNAIRE...*

II- DONNEES STATISTIQUES DE L'ETUDE

Tableau n° 1: statistique générale

Moyenne	29,384
Médiane	29
Mode	29
Écart-type	6,465521
Variance de l'échantillon	41,80297
Minimum	17
Maximum	48
Somme	3673
Nombre d'échantillons	125

Tableau n°2: croisement I.1 X âge

NB ID-Numero	I,1=Avez-vous entendu parlez d'Internet,			Fréq. Relat..*ni
	1= oui	2=non	Total	
17		1	1	17
18		1	1	18
19	3	1	4	76
20	2	1	3	60
21	3		3	63
22	5	1	6	132
23	7	3	10	230
24	3		3	72
25	2	3	5	125
26	1	3	4	104
27	8		8	216
28	6	1	7	196
29	11	4	15	435
30	4	4	8	240
31	6	2	8	248
32	2	3	5	160
33	2		2	66
34	7	2	9	306
35	3		3	105
36	2	1	3	108
37	2	1	3	111
38	1		1	38
39	4	1	5	195
40	1		1	40
41	1		1	41
43	1		1	43
44		1	1	44
45	1	1	2	90
46		1	1	46
48		1	1	48
Total	88	37	125	3673
Age moyen de l'étude	3673/125=		29,384	

Tableau n°3: résultats où avez-vous entendu parlé d'Internet pour la première fois

I,2= Où avez-vous entendu la 1ère fois	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Fréq. Relat..
i203=A l'école	11	0,09	8,80
i204=Rue/Bche-oreille/Marché/Famille/Amis	42	0,34	33,60
i207=Radio/ Télé/ Presse/	31	0,25	24,80
i214= Dans un service	2	0,02	1,60
Autres: Sommet France-Afrique/ Ghana	2	0,02	1,60
Total	125	1,00	100,00

Tableau n°4: représentations sociales de l'Internet par les Ouagalais

I,3 Qu'est-ce que représente Internet pour vous ?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Fréq. Relat..
i311=NSP	5	0,04	4,00
i314=Moyen de communication	54	0,43	43,20
i315=Outil de travail/ Modernisa/ Recherch/ Intéressant, pratique facile à utiliser	13	0,10	10,40
i316=Repésente des machines /d'ordinateur	6	0,05	4,80
i317=Ne représente rien pour moi	8	0,06	6,40
Total	125	1,00	100,00

Tableau n°5: A quoi sert Internet selon vous?

	Fréq. Abso.	Freq.Relat.
Sert à faire des recherches	3	2,40
Comm/ echg /env- recpt°de courriers	70	56,00
A faire des affaires, à travailler	11	8,80
NSP	4	3,20
Total	125	100,00

Tableau n°6: Classe d'appartenance de l'Internet.

I5= Internet appart à quelle classe sociale	Total	Fréq. Relat.
I5/x		
les riches	17	13,60
Les hommes d'affaires/ les commerçts	6	4,80
Les Intellectuelles/ chercheurs	16	12,80
les élèves et étudiants	4	3,20
Les cadres	1	0,80
Toutes les couches sociales	42	33,60
Autres	2	1,60
Total	125	100,00

Tableau n° 6 Bis

	Fréq. Abso.	fréq
les riches	17	19,32
Les hommes d'affaires/ les commerçts	6	6,82
Les Intellectuelles/ chercheurs	16	18,18
les élèves et étudiants	4	4,55
Les cadres	1	1,14
Toutes les couches sociales	42	47,73
Autres	2	2,27
Total	88	100,00

Tableau n° 7: Q.I.6

I6=Usage d'Internet	Total	Fréq. Relat..
1=Les affaires	33	20,12
2=la communication	66	40,24
3=la recherche	39	23,78
4=les études	21	12,80
5=Autres	5	3,05
Réponse total à I6	164	100,00

Tableau n°8: Q.I.7

I7=Internet est-il:	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Fréq. Relat..
1=Indispensable	10	0,08	8,00
2=Utile	67	0,54	53,60
3=Sans importance	2	0,02	1,60
4=Autre	8	0,06	6,40
		0,00	0,00
		0,00	0,00
Total	125	1,00	100,00

Tableau n° 9: Q.II.1

II1=Utilisez-vous Internet ?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Fréq. Relat..
II1/x			
1=oui	29	0,23	23,20
2=non	58	0,46	46,40
Total	125	1,00	100,00

Tableau n°10: Q.II.2

II2=Pourquoi utilisez-vous Internet ?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Fréq. Relat..
ii201=Plus Ouvert	2	0,02	1,60
ii202=Permet de faire des recherches	10	0,08	8,00
ii204=Transfère rapide des infos	1	0,01	0,80
ii208=Echge communicat/Env-recep/Corres	16	0,13	12,80
ii211=Faire des affaires	1	0,01	0,80
Total	125	1,00	100,00

Tableau n° 11: Q.II.2

II3 Nbre d'utilisation par moi	Fréq. Abso.	ni	Fréq. Relat.
1= 0 fois	4	0	0,0
2= 1fois	6	1	6,0
3= 1 à 3 fois	9	2	18,0
4= 4 à 6 fois	7	5	35,0
5= 7 à 10 fois	1	9	8,5
6= 11 à 15 fois	1	13	13,0
8= 21 à 25 fois	1	23	23,0
Total	125	53	103,5

29

moy=
4fois/mois

Tableau n°12: Q.II.4

II4= Que faites-vs sur Internet précis/exac	Total	Fréq. Relat..
	24	19,20
1= Envoie de courrier	13	10,40
2= La recherche	2	1,60
3= Les affaires	1	0,80
4= La publicité	85	68,00
Total	125	100,00

Tableau n° 12: Q.II.4 bis

	Fréq. Abso.	Fréq
Envoie de courrier	24	60,00
La recherche	13	32,50
Les affaires	2	5,00
La publicité	1	2,50
Total	40	100,00

Tableau n° 13: Q.II.5

II5= Connaissce autre moyen de commun,	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Fréq. Relat..
1= Oui	124	0,99	99,20
2= Non	1	0,01	0,80
Total	125	1,00	100,00

Tableau n° 14: Q.II.6

II6= Quel moyen connaissez-vous?	Total	Fréq. Relat..
1= Téléphone	125	100,00
2= Le Fax	33	26,40
3= La poste	63	50,40
4= La radio	52	41,60
5= la télé, télex, télégraphes,,,	9	7,20

Tableau n° 15: Q.II.7

II7= Préférer vous cert. A Internet	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
1= Oui	87	69,60
2= Non	37	29,60
3= NSP	1	0,80
Total	125	100,00

Tableau n° 16: Q.II.8

II8=Si oui pourquoi?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
ii801= Ne sait pas Utiliser Internet	33	26,40
ii802= Préfère le téléphone	2	1,60
ii803= Utilisation facile	41	32,80
ii804=NSP	5	4,00
ii805=Manque de moyen	3	2,40
ii807=moyen rapide de communication	3	2,40
Total	125	100,00

Tableau n° 17: Q.II.9

II9=Sinon pourquoi?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
Moindre coût / Rapidité d'expt° et de recept°	21	58,33
Internet donne des infos précises	2	5,55
Meilleur moyen de com/accès facile/ riche en info	13	36,11
Ne connaît pas	1	2,78
Total	36	100,00

Tableau n° 17 Bis

	Fréq. Abso.	Fréq
Moindre coût / Rapidité d'expt° et de recept°	21	58,33
Meilleur moyen de com/accès facile/ riche en info	15	41,67
Ne connaît pas	1	2,78

Tableau n° 18: Q.I.10

II10=Temps de commt° moyen/mois	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
	88	70,40
1= 0 à 5 min	5	4,00
2= 6 à 15 min	7	5,60
3= 16 à 30 min	13	10,40
4= 31 à 60min	6	4,80
5= 61 à 90 min	5	4,00
7= 120 min	1	0,80
Total	125	100,00

Tableau n° 18 Bis

Fx		
0	0	
2,5	12,5	
10,5	73,5	
23	299	
45,5	273	
75,5	377,5	
120	120	
Total	1155,5	T=31,23 min

Tableau n° 19: Q.II.11

II11	total	Fréq. Relat..
1= je ne sais pas utiliser	67	53,60
2= La connexion coûte chère	7	5,60
3= Il n'y a de cybercafé ds le quartier	1	0,80
4= Je n'aime pas l'Internet	0	0,00
5= Autre	8	6,40
Non réponse:	42	33,60
Total	125	100,00

Tableau n°20: Q.II.12

III1= Avez-vs un abonnement Internet?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
1= Oui	2	1,60
2= Non	121	96,80
Total	125	100,00

Tableau n° 21: Q.III.1

III2= Si oui combien déboursez- vous	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
45000	1	0,80
Non réponses	4	3,20
Total	125	100,00

Tableau n° 22: Q.III.2

III3= Sinon pourquoi ?	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
1= L'abonnement coût cher	39	31,20
2= Je n'utilise pas régulièrement Internet	10	8,00
3= Je n'ai pas de téléphone fixe la maison	6	4,80
4= Je n'aime pas	2	1,60
5= Je ne sais pas utiliser Internet	28	22,40
6= Ne sait pas	3	2,40
non réponses	37	29,60
Total	125	100,00

Tableau n° 22 Bis

L'abonnement coût cher	39	44,32
Je n'utilise pas régulièrement Internet	10	11,36
Je n'ai pas de téléphone fixe la maison	6	6,82
Je n'aime pas	2	2,27
Je ne sais pas utiliser Internet	28	31,82
Ne sait pas	3	3,41
Total	88	100,00

Tableau n° 23 Q.III.4

III4= Où utilisez-vous Internet ?	Total	Fréq. Relat.
1= Un centre multimédia	5	4,00
2= Ds un télécentre	18	14,40
3= Dans un cybercafé	1	0,80
4= A l'école	4	3,20
5= Dans une bibliothèque	2	1,60
6= Au service	20	16,00
7= Autre	73	58,40
Total	125	100,00

Tableau n° 24: Q.III.5

III5= combien déboursez-vous par mois	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..	Montant	Montt* Fréq. Abso.
1= 0 F.CFA	5	4,00	0	20000
10= 4000 F.CFA	3	2,40	4000	12000
11= 5000 F.CFA	4	3,20	5000	20000
12= 10 000 F.CFA	2	1,60	10000	20000
2= 200 F.CFA	2	1,60	200	400
3= 250 F.CFA	1	0,80	250	250
6= 500 F.CFA	4	3,20	500	2000
7= 1000 F.CFA	4	3,20	1000	4000
8= 1500 F.CFA	5	4,00	1500	7500
9= 3000 F.CFA	2	1,60	3000	6000
Total	125	100,00		72150

Le coût moyen pour les 29 utilisateurs par mois est de 2487,931 F CFA

Tableau n° 25: Q.III.6

III6=Connce de coût d'abnement mensuel	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
1= 10 000 F.CFA	7	5,60
2= 11 800 F.CFA	3	2,40
3= 15 000 F.CFA	11	8,80
4= 20 000 F.CFA	10	8,00
5= 25 000 F.CFA	15	12,00
6= Plus de 30 000 F.CFA	31	24,80
7= 100 000 et 200 000 F.CFA	10	8,00
8= plus de 300 000 F.CFA	1	0,80
Total	125	100,00

Tableau n° 25 Bis

10000 à20000	31	35,23
Au mois25000	15	17,05
Plus de 30000	31	35,23
entre 100000 et 200000	10	11,36
Plus de 300000	1	1,14
Total	88	100,00

Tableau n° 26: Q.III.7

III7= Connaissance de facturation dans les centres		
	Fréq. Abso.	Fréq. Relat..
1= Oui	28	22,40
2= Non	60	48,00
Total	125	100,00

Tableau n° 26 Bis

	Fréq. Abso.	Fréq
Oui	28	31,82
Non	60	68,18
Total	88	100,00

Tableau n°27 Q III.9

III9= Cnces avtages ds utilisation d'Internet		
	Somme	fi
1= Oui	94	75,20
2= NON	9	7,20
3= NSP	22	17,60
Total	125	100,00

Tableau n°28 Q III.10

Cnces avtages ds utilisation d'Interne	Somme	Fi
iii1001= Ouvre de nvx Horizons	7	5,60
iii1002= Aff. Trav.Accès App. Transf facile	15	12,00
iii1007= Plus d'infos/ on trouve tt	4	3,20
iii1010= Instruction	3	2,40
iii1013= Bcp d'avantage/ Interêt	8	6,40
iii1015= NSP	3	2,40
iii1017= Comm. Rech rapide,très eff coût-	45	36,00
iii1023= Il y'a des interêts que j'ignore	5	4,00
iii1024= Recherche d'emploi d'amis	4	3,20
Total	125	100,00

Tableau n° 29 Q III.11

III11= Sinon pourquoi ?	Somme	fi
iii1102= NSP	3	2,40
iii1103= Pas d'utilité	3	2,40
iii1104= Pour les lettrés	2	1,60
	1	0,80
Total	125	100,00

Tableau n°30 Q III.12

III12= Pensez-vs qu'il y'a des avtges	Somme	fi
1= Oui	43	34,40
2= Non	52	41,60
3= NSP	26	20,80
Total	125	100,00

Tableau n° 31 Q III.13

III13= Si oui lesquels	Somme	fi
iii1303= Escroquerie	5	4,00
iii1304= Site porno	7	5,60
Problème de virus / piratrie / bug	11	8,80
iii1306= Dépenses unitiles/ coûts com élevés	4	3,20
iii1307= NSP	15	12,00
iii1313= Les illettrés n'utilisent pas	1	0,80
Total	125	100,00

Tableau n°32 Q III. 14

III14= sinon pourquoi?	Somme	fi
iii1401= Avoir des correspondants	23	18,40
iii1402= Pouvoir communiquer	5	4,00
iii1403= suivre des infos	10	8,00
iii1404= Assrces et performce /coût mdre	5	4,00
iii1405= Pouvoir s'instruire	2	1,60
iii1406= Utile dans la vie	5	4,00
iii1407= NSP	6	4,80
Total	125	100,00

Tableau n° 33 croisements de Q I.1 par le sexe

II X sexe	ID-Sexe	
	fi Mas	fi Fem
II= Avez-vs entendu parler d'Internet?		
1= Oui	49	39
2= Non	11	26
Total	100,00	100,00

Tableau n° 34 croisements de Q I.1 par la nationalité

II X Nationalité	ID-Nationalite			Total
	01= Bur	02= Togolais	03= Sénégalais	
II= Avez-vs entendu parler d'Internet				
1= Oui	86	2		88
2= Non	36		1	37
Total	122	2	1	125
Fi	97,60	2	0,80	100

Tableau n°35 croisement Q I.1 par la situation matrimoniale

I1 X Situation matrimoniale	ID-Situation matrimoniale			
I1= Avez-vs entendu parler d'Internet?	1	2	4	Total
1= Oui	60	28		88
2= Non	21	14	2	37
Total	81	42	2	125
fi*100	64,80	33,60	1,60	100,00

Tableau n°36 croisement Q I.1 par le nombre d'enfant

I1 X Nombre d'enfant	ID-Nombre d'enfants				
I1= Avez-vs entendu parler d'Internet?	0	1	2	3	4
1= Oui	50	18	15	4	1
2= Non	21	4	6	3	1
Total	71	22	21	7	2

Tableau n°37 croisement QI.1 par niveau d'instruction.

I1 X Niveau d'instruction	ID-Niveau d'instruction				
I1= Avez-vs entendu parler d'Internet?	0	1	2	3	Total
1= Oui		23	33	28	5
2= Non		29	7	0	37
Total		52	40	28	5

Tableau n°1.1 croisement QI.3 par Groupe socioprofessionnel

i3	Groupe socio				Total
	1	2	3	4	
i311= nsp	4	0	1	0	5
	3,2	0	0,8	0	4
i314=comm	22	10	13	10	55
	17,6	8,00	10,4	8	44,00
i315=trav	6	1	5	2	14
	4,8	0,8	4	1,6	11,2
i316= ord	4	0	2	0	6
	3,2	0	1,6	0	4,8
i317= rien	4	3	0	0	7
	3,2	2,4	0	0	5,6
Total	40	14	21	12	87
	32	11,2	16,8	9,6	69,6

Tableau n°1.2 croisement Q I.4 par le groupe socioprofessionnel

i4	Gp				Total
	1	2	3	4	
Communiquer, échanger, envoie et receptionde courrier	29	12	15	10	66
	23,2	9,6	12	8	52,8
Faire des recherche, travaille	6	3	5	1	15
	4,8	2,4	4	0,8	12,2
Faire des affaires	3	0	0	1	4
	2,4	0	0	0,8	3,2
NSP	2	0	1	0	3
	1,6	0	0,8	0	2,4
Total	40	15	21	12	88

Tableau n° 1.3 croisement Q.4 par le niveau d'instruction

i4	niveau				Total
	0	1	2	3	
Communication, échange, envoie et reception de courrier	14	26	22	4	66
	11,2	20,8	17,6	3,2	52,8
Faire la recherche, travailler.	5	6	3	1	15
	4	4,8	2,4	0,8	12
Faire les affaire.	2	1	1	0	4
	1,6	0,8	0,8	0	3,2
NSP	2	0	1	0	3
	1,6	0	0,8	0	2,4
Total	23	33	27	5	88
	18,4	26,4	21,6	4	70,4

Tableau n° 1.4 croisement Q II.2 par le groupe socioprofessionnel

ii1	Gp				Total
	1	2	3	4	
1	4	3	12	10	29
	10	20	60	83,33	33,33
2	36	12	8	2	58
	90	80	40	16,67	66,67
Total	40	15	20	12	87
	100	100	100	100	100

Tableau n°1.5 croisement Q II.1 par le niveau d'instruction

ii1	niveau				Total
	0	1	2	3	
1	2	7	15	5	29
	8,7	21,21	57,69	100	33,33
2	21	26	11	0	58
	91,3	78,79	42,31	0	66,67
Total	23	33	26	5	87
	100	100	100	100	100

Tableau n°1.6 croisement Q II.7 par le groupe socioprofessionnel

ii7	gp				Total
	1	2	3	4	
1	49	29	6	3	87
	80,33	93,55	28,57	25	69,6
2	11	2	15	9	37
	18,03	6,45	71,43	75	29,6
3	1	0	0	0	1
	1,64	0	0	0	0,8
Total	61	31	21	12	125
	100	100	100	100	100

Tableau n°1.7 croisement Q II.7 par le groupe socioprofessionnel

ii7		niveau				
		0	1	2	3	Total
1		46	30	11	0	87
		88,46	75	39,29	0	69,6
2		5	10	17	5	37
		9,62	25	60,71	100	29,6
3		1	0	0	0	1
		1,92	0	0	0	0,8
Total		52	40	28	5	125
		100	100	100	100	100

Tableau n°1.8 croisement Q III 7 par le groupe socioprofessionnel

iii7		gp				
		1	2	3	4	Total
1		13	5	8	2	28
		21,31	17,24	50	33,33	25
2		48	24	8	4	84
		78,69	82,76	50	66,67	75
Total		61	29	16	6	112
		100	100	100	100	100

Tableau n°1.9 croisement Q III.7 par le niveau d'instruction

iii7		niveau				
		0	1	2	3	Total
1		10	8	7	3	28
		19,23	22,22	33,33	100	25
2		42	28	14	0	84
		80,77	77,78	66,67	0	75
Total		52	36	21	3	112
		100	100	100	100	100

Tableau n°2.1:

ii4	Freq,	Percent
Envoi et reception de courrier	14	48,28
La recherche	12	41,38
Les affaires	2	6,9
La publicité	1	3,45
Total	29	100

Tableau n°2.2

		niveau			
II.4 X Niveau d'instruction		Analphabète	Primaire	Secondaire	Supérieur
Envoie et réception de courriers		2	5	6	1
		100	71,43	40	20
La recherche		0	2	6	4
		0	28,57	40	80
Les affaires		0	0	2	0
		0	0	13,33	0
La publicité		0	0	1	0
		0	0	6,67	0
Total		2	7	15	5
		100	100	100	100

Tableau n° 2.3 croisement Q II.4 par le groupe socioprofessionnel

ii4	1	2	3	4
1	4 100	2 66,67	5 41,67	3 30
2	0 0	0 0	6 50	6 60
3	0 0	1 33,33	1 8,33	0 0
4	0 0	0 0	0 0	1 10
Total	4 100	3 100	12 100	10 100

Tableau n°2.4

ii11	Freq.	Percent
	64	81,01
2	6	7,59
5	9	11,39
Total	79	100

Tableau n° 2.5

ii11	niveau			Total
	0	1	2	
1	34 82,93	21 75	9 90	64 81,01
2	2 4,88	3 10,71	1 10	6 7,59
5	5 12,2	4 14,29	0 0	9 11,39
Total	41 100	28 100	10 100	79 100

Tableau n°2.6

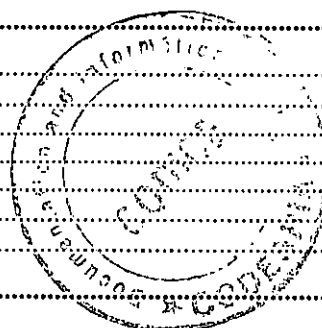
ii11	gp			
	1	2	3	4
1	38 77,55	18 85,71	7 87,5	1 100
2	4 8,16	1 4,76	1 12,5	0 0
5	7 14,29	2 9,52	0 0	0 0
Total	49 100	21 100	8 100	1 100

Tableau n°2.7

Gp	niveau			
	0	1	2	3
1	37 71,15	22 55	2 7,14	0 0
2	15 28,85	13 32,5	3 10,71	0 0
3	0 0	4 10	14 50	3 60
4	0 0	1 2,5	9 32,14	2 40
Total	52 100	40 100	28 100	5 100

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE.....	2
DEDICACE	3
REMERCIEMENTS	4
LISTE DES SIGLES	6
INTRODUCTION GENERALE.....	7
CHAPITRE I.....	9
CADRE THEORIQUE ET METHODOLOGIE DE RECHERCHE.....	9
A- CONQUETE DE L'OBJET DE RECHERCHE.....	9
A.1- JUSTIFICATION DU CHOIX DU THEME.....	9
A.3- PHASE EXPLORATOIRE	10
A.4- LES OBJECTIFS ET L'INTERET DE L'ETUDE	10
A.4.1 Objectifs de l'étude.....	10
A.4.2 Intérêt de l'étude	10
A.5- PROBLEMATIQUE.....	11
B- CONSTRUCTION DE MODELE D'ANALYSE THEORIQUE	14
B.1- HYPOTHESES.....	14
B.1.1- Hypothèse principale.....	14
B.1.2- Hypothèses secondaires.....	14
B.2- Les variables.....	14
1°- La variable nominale ou catégorie:.....	14
2°- Les variables quantitatives ou numériques:.....	15
B.3- LA REVUE DE LA LITTERATURE.....	15
B.5- DEFINITION DES CONCEPTS.....	18
C- METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE.....	22
C.2- ECHANTILLONNAGE	23
C.3- TECHNIQUE DE COLLECTE DES DONNEES	24
C.5- SOURCES DOCUMENTAIRES	26
D- LES DIFFICULTES ET LES LIMITES DE L'ETUDE.....	26
CHAPITRE II.....	28
HISTOIRE DE L'INTERNET	28
2.1.1- L'ARPAnet.....	28
2.1.2- La NSFnet.....	29
2.2- LE WORLD WIDE WEB (WWW).....	29
2.3- LE RIONET	29
2.4- LE FASONET.....	30
2.4.1- Présentation de l'opérateur national	30
2.4.2- La naissance de FASOnet	31
CHAPITRE III.....	33
LES REPRESENTATIONS SOCIALES DE L'INTERNET.....	33
3.1- CONNAISSANCE ET SOURCES D'INFORMATION SUR L'INTERNET.	33
3.1.1- Connaissance de l'Internet.....	33
3.1.2- Source de la première information sur l'Internet.....	35
3.2- LES REPRESENTATIONS SOCIALES DE L'INTERNET.....	37



3.2.1- Connaissance des services de l'Internet.....	37
3.2.2- Utilité de l'Internet.....	39
3.2.3- La représentation sociale de l'Internet à Ouagadougou.	45
CHAPITRE IV	50
LES RAPPORTS D'USAGE DE L'INTERNAUTE A L'INTERNET A OUAGADOUGOU.....	50
4.1- LES CONNAISSANCES SUR LES CONDITIONS D'ACCES AU NET A OUAGADOUGOU.	50
4.1.1- La connaissance des frais d'abonnement.	50
4.1.2- La Connaissance de montant minimum pour avoir une connexion à l'Internet dans les cybercentres de Ouagadougou.	52
4.2. L'UTILISATION DU NET A OUAGADOUGOU.....	55
4.2.1- Raisons de l'utilisation de l'Internet.....	55
4.2.1.1- Les facteurs économiques d'utilisation du Net à Ouaga.	55
4.2.1.2- Les facteurs psychosociologiques et culturels de l'utilisation du Net à Ouagadougou.....	56
4.2.1.3- La rapidité de l'Internet.....	58
4.2.1.4- La disponibilité et la gratuité des informations et des services sur le Net.....	58
4.3- LES CLASSES SOCIALES ET L'UTILISATION DE L'INTERNET.	60
4.3.1.2- L'utilisation de l'Internet selon le groupe socioprofessionnel 4.3.1.2.1- Composition des groupes socioprofessionnels.....	61
4.3.2- Classe sociale des utilisateurs de l'Internet.....	66
CONCLUSION.....	71
BIBLIOGRAPHIE	72
I- OUVRAGES METHOLOGIQUES.....	72
II- OUVRAGES GENERAUX.....	72
V- POUR DE PLUS AMPLES INFORMATIONS SUR LE CONTEXTE DE NAISSANCE ET DE L'EVOLUTION DE L'INTERNET CONSULTEZ LES SITES SUIVANT :.....	74
I- LE QUESTIONNAIRE DU MEMOIRE.....	75
II- DONNEES STATISTIQUES DE L'ETUDE	80
TABLE DES MATIERES	92