

# Quelques remarques sociologiques sur l'utilisation du courrier électronique

Marie-Claude VETTRAINO-SOULARD  
Professeur à l'université PARIS 7-Denis Diderot

## Introduction :

Il s'agit d'une étude de cas qui s'inscrit dans l'analyse des usages, quelques-uns relevant de l'émission, d'autres de la réception, d'un type particulier de NTIC : le courrier électronique (ou courriel ou mël ou, bien sûr, e-mail). Les considérations évoquées se situent dans le domaine psycho-socio-culturel.

Dans les grandes entreprises, le courrier électronique est utilisé depuis une quinzaine d'années, mais ce nouveau moyen de communication s'est répandu beaucoup plus massivement depuis deux ou trois ans, notamment avec la volonté de banaliser internet et de l'utiliser comme un réseau planétaire, même si c'est loin d'être le cas encore actuellement.

Si l'on trouve fréquemment et régulièrement des statistiques en tout genre sur l'utilisation d'internet, il existe bien peu d'études concernant l'utilisation du courrier électronique dans les entreprises et encore moins dans la sphère privée. Voici donc une petite contribution.

Il s'agit d'une étude de cas rendant compte de l'utilisation professionnelle d'une messagerie électronique à domicile. Comme on le verra ci après, toutes les précautions méthodologiques ont été prises pour parvenir à un maximum d'objectivité. Il semble en effet que l'appropriation sociale d'une nouvelle technique ne peut être qu'individuelle. On peut donc supposer qu'il y a autant de modes d'appropriation d'une même technique (ici le courrier électronique) que de lecteurs de cet article. Savoir à partir de quel nombre de personnes des probabilités de modélisation sont possibles est une affaire beaucoup plus complexe. Elle permettrait pourtant de dresser une typologie des utilisateurs, mais ceci est hors du propos et des moyens dont on dispose.

## **2-Methodologie**

Tous les e-mails reçus pendant les 15 jours qui correspondent à la période des vacances de pâques 1997, c'est-à-dire du 1<sup>er</sup> au 15 avril 1997 inclus, ont été minutieusement enregistrés. Il s'agit d'une période de vacances car cette étude aurait difficilement pu être menée à un autre moment à cause du temps qu'elle implique pour se faire.

On peut supposer que les messages reçus ne viennent pas majoritairement de personnes exerçant dans l'enseignement, même si toutes ne prennent pas nécessairement de repos pendant les vacances scolaires ou universitaires. Les messageries provenant de collègues-amis n'ont pas été conservées si le contenu des messages ne se caractérisait pas par son aspect professionnel. De même évidemment pour les autres amis puisqu'il relèvent de la sphère privée. Précisons qu'aucune adhésion à des listes de diffusion ou à des forums de discussion (news groups) n'ayant été demandée, cela contribue grandement à limiter le nombre de messages envoyés automatiquement ou collectivement. Par ailleurs, il n'est pas tenu compte des documents joints en attachement. Les prendre en considération aurait considérablement alourdi le traitement de cette étude. De plus, on sait bien que les émetteurs comme souvent les récepteurs, préfèrent recevoir la totalité du texte au sein du message, particulièrement lorsque le tout occupe une surface inférieur ou égale à la page. Procéder ainsi évite de nombreuses difficultés de réception /lisibilité. La présente étude porte donc sur la réception à domicile et à titre personnel de messageries professionnelles relevant de la sphère publique.

## **3- Aspects quantitatifs et considération qualitatives**

Suite à l'analyse des messages retenus conformément aux critères de sélection exposés plus haut, voici quelques résultats quantitatifs auxquels nous parvenons :

Le nombre total de messages est de 154 : + / -10 messages prof./ jour

Dont messages masculins :  $146/154 = 94,8\%$  ; messages féminins :  $8/154 = 5,1\%$

Le nombre total de pages utiles est de 223, ce qui donne + / -15 pages / jour

Le nombre total de feuillets utilisés est de 250, soit la moitié d'une ramette

Le temps passé global au traitement de ces messages est de 24 heures 50mn

C'est-à-dire + de trois jours « pleins » de travail si l'on considère les journées ouvrées de 8 heures.

Le temps moyen passé par jour est de 1h20 ( $24h50 / 15 \text{ jours} = 100\text{mn} / \text{jours}$ ).

Il ne comprend pas le temps des réponses (ni élaboration, ni encore moins envoi), ce qui constitue une précision importante en terme de gestion du temps. Gagné sur le champ, perdu à « reprendre » le message reçu, le lire/ relire en détail avant de préparer/ saisir la réponse puis l'expédier.

## **A- L'émission**

### **III- 1 Les émetteurs de messages électroniques**

#### **III- 1 –1 – Les catégories socioculturelles**

Même si les données socioculturelles ne sont pas connues avec précision, elles semblent, d'après la nature des messages, être conformes aux utilisateurs habituels d'internet : il s'agit d'avocats, de cadres d'entreprise, de fonctionnaires ayant un grade relativement élevé, d'universitaires, de chercheurs et d'étudiants.

#### **III- 1-2-L'âge**

Les âges ne sont pas connus, les plus jeunes sont des étudiants et les plus âgés sont encore en activité. On peut donc en déduire que les émetteurs ont entre 25 et 60 ans, environ.

#### **III-1-3 Le sexe**

Il est bien difficile de savoir si l'échantillon est représentatif des utilisateurs habituels d'internet tant les chiffres varient selon les études

Le commissariat général au plan (1) propose les données suivantes :

	Nbre d'ordinateurs Connect à internet	Nbre de modems vendus en 1996	Nbre de CD- ROM vendus en 1996
France	190 000	1 167 000	1 346 000
Allemagne	548 000	1 633 000	2 547 000
Etats-Unis	8 224 000	15 116 000	20 900 000

Selon les données de l'AFTEL (2), toujours très prudente dans la publication de ses enquêtes, il y aurait eu en France, fin 1996, 13 millions d'ordinateurs dont 700 000 disposant d'un e- mail et 300 000 connectés au Web . parmi les utilisateurs de ces ordinateurs, il y aurait 95% d'hommes et 5%de femmes. C'est évidemment beaucoup moins qu'aux Etats-Unis où un sondage réalisé entre le 10 octobre et le 10 novembre 1996 (3) aboutissait à 68,6% d'hommes et 31,4% de femmes. Une étude plus récente montre que l'utilisation d'internet poursuit sa féminisation puisque BusinessWeek daté du 28 avril au 3 mai 1997 indique 41% de femmes parmi les internautes (4).

Dans notre échantillon, 94,8% des messages proviennent d'hommes et 5,1% de femmes, ce qui est loin, de toutes façons, de la composition de la population française dans laquelle les hommes représentent 48,66% et les femmes 51,34% (5).

Pour affiner les analyses quantitatives et qualitatives, il faudrait enregistrer combien de personnes différentes se connectent. De même pour réellement apprécier la fréquentation féminine, il faudrait vérifier si le peu de connexions ne provient pas d'un nombre de femmes encore plus restreint.

### **III-2-Les horaires d'envoi des messages électroniques**

#### **III-2-1-Plus près du courrier postal que du téléphone**

Les auteurs de message « n'ont pas d'heure » : ils utilisent 18 tranches horaires sur 24 qui commencent de 6h à 7h pour se terminer de 23h à 24h. cette utilisation se rapproche davantage du « temps » de la correspondance postale (puisque l'on peut rédiger sa lettre à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit) que du téléphone où les « usages » édictent des horaires de bienséance (ne pas appeler avant telle heure et après telle autre).

La télécopie qui, du point de vue de la liberté des horaires d'émission, est comparable à la messagerie électronique, ne présente pas la même fiabilité. En effet, le « rapport d'émission et de sa qualité ne constitue pas une garantie de bonne réception. Chaque récepteur pourrait s'interroger sur le nombre de messages « faxés » qu'il reçoit bien que ne lui étant pas destinés et qu'il ne prend pas la peine de renvoyer ou de réorienter même lorsque c'est possible.

La télécopie se distingue aussi du courrier électronique par son absence de confidentialité. Si le bureau n'est pas équipé d'un matériel « sûr » et a fortiori si le « point fax » est partagé par plusieurs personnes, la télécopie et son contenu set à la disposition de tous...

#### **III-2-2- Banalisation du découpage temporel**

Bien qu'il s'agisse de messages professionnels, les horaires habituels des salariés ne sont pas privilégiés dans la distribution des émissions. Si l'on se fonde sur 8h de travail quotidien allant par exemple de 9h à 12h et de 14h à 19h, on se rend compte que 59% des messages sont émis dans ces tranches- là.

Mais le matin de 6h55-le plus matinal- à 9h (6,5% des messages) et le soir de 19h à 23h35- le plus tardif-(12,2% des messages) circulent 20,7% du trafic et 20,7% des messages entre l'encore sacrosaint « midi à 2h » en province, ce qui est sans doute beaucoup moins le cas en région parisienne.

Les deux grands pics de messages (17 messages par heure) ont lieu entre 12h et 14h (21,3% des messages) et entre 18h et 19h (25% des messages).

### **III-2-3-Uniformisation du temps social**

De même qu' « il n'y a pas d'heure », « tous les jours se ressemblent » : le dimanche est tout- à- fait banalisé, on note aussi autant de messages le samedi que bien d'autres jours de la semaine. En revanche, aucun message n'a été envoyé le mercredi 9 avril, bien qu'il s'agisse d'un jour ouvré tout à fait ordinaire.

Précisions néanmoins que quelques distorsions interlocuteurs aient programmé leurs envois afin de bénéficier des différentes tranches tarifaires consenties par France Télécom à l'époque. de même pour les messages émis de l'étranger, il faut ajouter à la possibilité de programmation, le décalage lié aux fuseaux horaires. Ces pratiques montrent l'interpénétration du temps privé et du temps social, tout autant que la diminution du premier au profit du second. D'un des interlocuteurs en set bien conscient puisqu'il écrit (cf message du 2 avril, 16h43) : « en ce qui me concerne, je fais partie de ce que j'appellerais les « privilégiés » qui bénéficient à travers leur entreprise d'une liaison spécialisée et peuvent passer entre 3h et 5h par jour à gérer mon courrier, répondre aux questions, transmettre des informations (attention... je ne parle même pas ici de naviguer sur la toile... juste du courrier). Il poursuit en ajoutant « ..., j'ai du mal à comprendre comment l'on réussit à concilier vie professionnelle, vie familiale et vie associative sans s'effondrer d'épuisement au bout de 3 mois [que celui/celle qui a une recette me réponde] ».

Les entreprises considèrent qu'elles doivent embaucher une personne à plein temps à partir de 200 e- mails par jour. Trois entreprises interrogées se sont montrées très favorables à l'utilisation d'internet car elles considèrent que parmi la clientèle touchée par le courrier électronique, il peut se dégager une nouvelle niche d'acheteurs.

### **B- La Réception**

Au niveau de la réception, on retrouve beaucoup d'éléments qui caractérisent aussi l'émission.

## **IV- Quelques caractéristiques de la réception**

### **IV-1 Les horaires de la réception**

Comme l'envoi des messages, leur réception peut être effectuée n'importe quel jour à n'importe quelle heure.

Le lieu influe sans doute sur les horaires : tout dépend si l'on dispose d'un matériel sur son lieu de travail ou à son domicile. Dans le premier cas, l'utilisation devrait être plus diurne que nocturne. Chacun a ses habitudes. Le matériel influe aussi sur l'utilisation. Plus l'ensemble (puissance de l'ordinateur, rapidité de l'imprimante) donne un résultat rapide, plus « on s'y met facilement » entre deux autres choses à faire. Dans tous les cas, la décision de l'utilisation est individuelle. Mais pour tous, elle demeure consommatrice de temps. Certains préfèrent la morceler, d'autres la consomment par tranches plus consistantes. On reviendra sur ce point.

### **IV-2-La durée de la réception**

Même si l'on se rend compte au coup par coup que « cela prend du temps », le calcul met l'utilisateur face à une réalité qu'il ne soupçonnait pas à ce point. Comme on le voit en consultant la messagerie chaque jour durant le temps de l'expérimentation, on aboutit à 24h50 consacrées exclusivement au traitement et à une lecture en diagonale des messages les plus longs. Plusieurs opérations sont en effet incontournables : connexion au serveur, apparition de la grille des messages, téléchargement (= envoi sur l'imprimante- ce qui implique dur-), impression. Toutes ces opérations ont été chronométrées au sens propre du terme. Leurs évaluations apparaissent en Nota Bene sous les tableaux correspondants.

Ajoutons que le temps occupé par le traitement des messages e-mail ne semble pas diminuer celui passé au téléphone, au fax et au courrier postal. Outre le fait qu'il s'échange globalement de plus en plus de communications, l'adaptation des mentalités à ces nouveaux moyens passe par doublement fréquent de leur usage : ainsi appelle-t-on pour dire que l'on va envoyer un fax. L'expéditeur d'un document postal important téléphone ou envoie un e-mail pour s'assurer de la réception, etc. Les plus anxieux émettent simultanément, ou en différé plus ou moins long, un e-mail, un fax, un courrier et téléphonent pour vérification. Ces traits psychologiques servent, à leur insu, les logiques commerciales. Et les fournisseurs de matériels soulignent en quoi les machines peuvent soulager les travaux de secrétariat alors qu'ils contribuent à les augmenter notamment auprès d'utilisateurs qui ne disposent précisément pas de secrétaire !...

Une étude intéressante à effectuer serait de mettre en relation le temps passé au traitement de l'information par rapport à la quantité d'informations utiles. Face aux résultats, on risquerait fort d'être encore plus désespéré...

## **V- Le Nécessaire recours à l'écrit imprimé : aspects économiques et aspects Linguistiques**

Dans le cadre de ce qui vient d'être dit, on retrouve le doublement, la superposition, l'addition de deux médias : l'écrit électronique + l'écrit imprimé pour transmettre le même message... sans présager de la qualité et de la pertinence du contenu. En effet, nos capacités mémorielles sont limitées et elles varient d'un individu à l'autre. de même, nos acuités visuelles respectives connaissent de grandes variations. Par ailleurs, si l'information doit être archivée, il faut recourir à d'autres supports que la mémoire de l'ordinateur. si on ne la vidait pas, elle finirait par être saturée plus ou moins rapidement selon la puissance du matériel dont on dispose.

### **V-1 Les aspects économiques**

Comme le montrent les études actualisées en permanence sur le site useit, com [6], 79% des utilisateurs impriment ce qu'ils pourraient se contenter de lire sur leur écran. Le gain de temps ponctuel est important parce que la lecture peut s'effectuer en différé. Rappelons qu'une feuille imprimée de messagerie peut contenir jusqu'à 70 lignes de 80 signes. L'écriture est donc dense et réalisée en petits caractères. D'après la même étude, les chercheurs avancent que la lecture sur écran fatigue davantage la vue et qu'elle est de 25% plus lente que la lecture d'un imprimé. En imprimant systématiquement, non seulement on ne perd pas de temps à lire sur écran ( pour lire ensuite sur papier) mais les temps d'impression de chaque document ne sont plus des temps morts. L'une des personnes interrogées a bien résumé la situation en disant : « lorsque je reçois environ 70 e-mails et 50 messages vocaux, je n'ai pas le temps d'aller à l'information, il faut qu'elle vienne à moi » : c'est le rôle joué par l'impression sur papier des messages affichés sur l'écran. On peut imaginer ce que cela implique dans une entreprise où, plus qu'ailleurs, « le temps, c'est de l'argent ». On retrouve une situation que l'entreprise et sa sociologie pensaient disparue : des collaborateurs directs jouent le rôle d'assistants. Bien que de niveau « cadre », ces derniers se remettent à exécuter des tâches de « secrétariat »...

### **V-2 La prise en charge du coût par le récepteur et non par l'émetteur : un renversement dans les pratiques habituelles.**

La conséquence financière la plus directe est que le coût du message est pris en charge par le récepteur et non par l'émetteur, ce qui change les habitudes postales, téléphoniques et de télécopies.

Le comble avec la messagerie électronique est que l'émetteur paie de moins en moins cher car la concurrence entre les transporteurs, serveurs, etc, ne cesse de diminuer le prix des communications, tandis que le récepteur ne cesse de voir s'accroître ses frais de réception- lecture. Outre la valeur la économique du temps passé proprement dit, il faut en effet tenir compte de :

- l'amortissement du matériel,
- la fourniture de l'encre,
- la fourniture du papier,
- les frais de réception [temps de connexion].

Vu les conditions de travail, d'une part, et les conditions de lecture sur écran, d'autre part, le récepteur engage tous ces frais avant de connaître la pertinence des contenus. L'ultime paradoxe consiste à investir nécessairement en temps, en matériel et en consommable avec la certitude de jeter une grande partie des messages...

### **V- 3 Les aspects socio-culturels : style et bienséance**

L'étude des messages électroniques révèle aussi un changement très net dans d'autres codes sociologiques, au sens le plus large du terme.

#### **V- 3-1 Les règles de bienséance**

Les règles de bienséance s'estompent sur le mail. Les codes de l'écriture électronique se rapprochent bien plus du langage oralisé que des canons de l'écrit traditionnel.

Si les en-têtes ont encore parfois cours « [cher] monsieur/madame », les « formules de politesse » les plus complètes « veuillez agréer , Madame/Monsieur,... » ont déjà complètement disparu. Celles que l'on trouve le plus souvent dans le cadre professionnel sont « cordialement », « sincèrement » mais « à bientôt » est devenu le standard lorsqu'une formule est inscrite. Sur les 154 messages reçus la réparation des en- têtes et des formules de politesse est la suivante :

Les en- têtes(120/154mes.)

Envois personnalisés

Bonjour	33
Bonjour Madame	20
Bonjour Madame vettraino-Soulard	10
Chère amie	11

Chère collègue	17
Chère Madame	16
Chère Marie-Claude	3
Cher professeur	3
Les formules de politesse (101/154)	
Envois personnalisés	
Amitiés	6
A bientôt	11
Au plaisir	11
Au revoir	14
Cordialement	8
Bien cordialement	2
Salutations amicales	11
Sincèrement	3
Merci d'avance	4
Pas d'entêtes : (34/154 mes.)	
Envois multiples	
Chers collègues	2
Chers tous	2
Messieurs	1
Hello	1
Dear ISOC members	1
Paqs de formule : (53/154)	
Envois multiples	
Associativement vôtre	1
Bien internetement vôtre	1
Cdlt	2
A +	2
Cordialement	4
Bien cordialement	2
Salutations amicales	1
Sincèrement	3
Thanks	1

Notons que les envois multiples incitent peu à l'inscription d'en- tête. Si l'émetteur en propose, il doit envisager tous les types de relation possibles avec les destinataires y compris, par- fois dans une grande majorité des cas, des inconnu[e]s. il en va de même des formules de politesse. Néanmoins, certaines relèvent d'expressions « passe partout » acceptables par tout type de correspondant : merci [ou ses équivalents anglo- américains] pas exemple.

### **V-3-2 L'identification de l'émetteur et du destinataire**

Dans la mesure où ces identifications sont inscrites sur le document lui- même, il n'est effectivement plus nécessaire de les indiquer soi- même. Néanmoins chacun essaie de personnaliser le document de base très stéréotypé. Toutes les variations sont possibles : nom et/ou prénom, initiales du nom/ du prénom...ou rien. Le même interlocuteur peut d'ailleurs varier sa signature d'un message à l'autre. voici la répartition des signatures dans notre échantillon :

Envois personnalisés :[59/154]

Nom	0
Prénom	5
Nom + prénom	38
Initiale P + nom	6
Initiale P + initiale nom	2
E- mail	0
Sous total = envois signés	51
Envois non signés	8

Envois multiples : [95/154]

Nom	3
Prénom	3
Nom + prénom	16
Initiale P + nom	15
Initiale P + initiale nom	6
E- mail	1
Sous total = envois signés	61
Envois non signés	34

Ces chiffres soulignent la volonté de chacun de rappeler son identité individuellement et à sa façon. Cette démarche s'avère particulièrement forte psychologiquement si l'on considère que l'utilisation de la messagerie électronique répond avant tout à la volonté ou à la nécessité de diffuser un message rapidement et dès que possible.

Dans ce contexte, tout ce qui permet de gagner du temps pourrait être considéré comme le premier élément à privilégier. On peut d'ailleurs avancer l'hypothèse que cette caractéristique continuera à influencer grandement sur le style des messages, notamment au niveau du vocabulaire et de la syntaxe, et plus généralement sur « l'expression » dans son ensemble. Ainsi, dans notre échantillon, apparaissent des formules de politesse dans les envois multiples : cdlr pour « cordialement » et A + pour « A plus tard ».

Dans les messages non professionnels, cette volonté de distinction se manifeste par l'utilisation des fameux « smileys ». provenant de l'anglais to smile = sourire, il s'agit plutôt de « clin d'œil »...virtuels, bien entendu. Les smileys les plus fréquents et les moins élaborés reprennent des expressions schématiques exprimées autrefois graphiquement, du genre "0+0= la tête à Toto". Les différences proviennent de la nécessaire adaptation des signes précédemment utilisés à ceux que permet le clavier.

Ainsi, les smileys suivants sont-ils les plus connus:

; - ) = clin d'œil.

; - 0 = je suis surpris

8 - ) = je porte des lunettes

: - ( = je suis déçu.

Il suffit de retourner la feuille de 90° pour retrouver nos habitudes enfantines. Toute la question est de savoir si l'on parvient à être original en inscrivant des signes utilisés par beaucoup d'autres, et nécessairement codés pour être compris? Précisions qu'aucun message de l'échantillon étudié ne contenait de smileys. Mais la nécessité psychologique de se distinguer et la volonté d'introduire "un peu d'humain" dans un système d'expression entièrement mécanisé dispensant de tout contact avec l'interlocuteur, demeurent.

### **Conclusion :**

Ces quelques résultats sont au moins le mérite d'exister. Ils permettent de ramener à leur juste valeur les incantations promotionnelles des constructeurs, des revendeurs et parfois des utilisateurs encore plus enthousiastes. Néanmoins, il ne s'agit pas d'être pour ou contre mais d'observer ce qui se passe dans la réalité; chacun se détermine ensuite après avoir pu mesurer les avantages et les inconvénients de sa situation spécifique. En tout état de cause, il s'agit d'un phénomène irréversible qu'il vaut mieux connaître pour mieux le maîtriser.

La messagerie électronique est irremplaçable dans sa rapidité et dans sa souplesse d'utilisation lorsque tout va bien. Au niveau des coûts, elle permet de sérieuses économies si l'on peut la gérer à sa guise.

Chaque type d'utilisation présente des caractéristiques propres. Aussi l'usage professionnel dans le cadre professionnel est tout à fait particulier et s'étudie, à juste titre, indépendamment de l'utilisation privée. Dans les entreprises, le temps d'attente maximale admis pour la réponse à un e-mail est la journée alors que pour la télécopie, il est de 24 heures (2 jours) et pour le courrier postal, une petite semaine. (7)

Dans le cas de l'utilisation privée, il convient d'être attentif à ne pas se faire déborder par les excès des autres qui souhaitent obtenir la réponse sitôt après l'envoi de la question. Cette pratique très développée que nous nous proposons de dénommer "dictature de l'émetteur" joue aussi sur le fait que chacun trouve un certain plaisir à être "branché" et que tout le monde "court après le temps" (8). Ces phénomènes sont bien connus lorsque les nouvelles techniques sont encore réservées à une certaine minorité.

Du point de vue psycho-socio-culturel, la messagerie électronique se distingue des pratiques observées lors des innovations techniques précédentes: ce ne sont pas forcément les nantis qui constituent le nombre d'utilisateurs le plus important, de plus, les catégories d'utilisateurs d'e-mail ne recourent pas nécessairement les classes sociales traditionnelles.

Bien d'autres aspects mériteraient d'être traités:

- au plan formel: le style, la syntaxe, tout ce qui se rapporte au thème général des transformations de l'écrit
- au plan des contenus: la typologie des messages, l'information utile, les relations surinformation / désinformation, le passage de l'information à la documentation.
- Toute la sociologie de l'émission, etc.

Nous entendons explorer certaines de ces voies. De nombreuses études paraîtront avant que ne soit tranchée l'opposition:

Vivons heureux, vivons cachés / vivons heureux, vivons connectés.

## Références Bibliographiques

- (1) Commissariat Général du plan: "Rapport sur les réseaux de la société de l'information" requis par CD-ROM n°52, Paris, 15 octobre 1996.
- (2) Selon INTERNET les enjeux pour la France publié par l'AFTEL, Ed. A jour, Paris, décembre 1996.
- (3) Enquête reproduite dans " OÙ mènent les autoroutes?" par Eric GEORGE et Geneviève VIDAL in Réseaux n° 84,CENT, 1997, pages 151 à 162
- (4) In: "les cybernautes américains en chiffres" Supplément multimédia, Le monde daté des 4-5 mai 1997
- (5) Les femmes: contours et caractères, INSEE, 1995  
Les chiffres reprennent les résultats du dernier recensement de 1990 qui font état d'une population française de 56 millions 652 mille habitants  
Les hommes représentent 48,66% de la population et les femmes 51,34%.
- (6) L'adresse complète de ce site, très intéressant pour tous ceux qui s'occupent d'écrit informatisé et de création de sites, est la suivantes:  
<http://www.useit.com/alertbox/9710a.html>  
Dans ce texte les chiffres datent du 1° octobre 1997
- (7) Selon les résultats diffusés sur France Info le mardi 14 septembre 1997 dans la rubrique Infonet de Jérôme COLOMBANI.
- (8) On relira utilement L'art du temps de Jean-Louis SERVAN-SCHREIBER, Fayard-Marabout, 1983.