

L'usage d'Internet par les demandeurs d'emploi

Godefroy BEAUVALLET *, Marie-Christine Le GARFF **,
Anne-Laure NEGRI ***, Francesco CARA ****

Dans *Le Monde* du 21 avril 2005, un article analysant « le marché des offres d'emploi » se félicitait de ce que « le Net est entré dans les habitudes des candidats, attirés par sa facilité d'accès »¹. L'usage d'Internet serait donc devenu une évidence pour les demandeurs d'emploi, tant les gains permis par cet outil par rapport aux autres méthodes de recherche d'emploi seraient perceptibles. Est-ce si sûr ? En réalité, il y a loin de la coupe aux lèvres : la « recherche d'emploi assistée par ordinateur » n'est pas mécaniquement améliorée par la disponibilité des technologies mais évolue au gré de l'appropriation des outils disponibles par les utilisateurs. Au moins pour les demandeurs d'emploi actuellement au chômage², il convient donc de nuancer fortement ce discours optimiste. Le discours d'escorte sur la prétendue facilité d'accès à Internet ne reflète pas la réalité des usages, tant sur le plan financier que sur celui de la maîtrise de l'outil. L'usage du net n'a pas de sens en soi pour les demandeurs d'emploi, qui s'efforcent de mettre au service de leur recherche une multitude d'outils, de technologies et d'offres qu'ils maîtrisent difficilement. A l'issue de plus d'un an d'observation, l'étude que nous rapportons ici³ montre que les freins à l'utilisation des services proposés sur Internet sont, du point de vue des chômeurs, nombreux et divers.

* Télécom Paris – GET/ENST, **Télécom Paris – GET/ENST, ***Télécom Paris – GET/ENST, ****Nokia.

1. Bertrand d'Armagnac, « Le Marché des offres d'emploi profite au Net », *Le Monde*, 21 avril 2005.
2. On distingue classiquement la mobilité d'un poste à l'autre sans chômage (*job-to-job*) de celle passant par une période de chômage (Bacache, Paserot et Peltan, 1996).
3. Cette recherche a largement bénéficié du soutien de l'Anpe dans le cadre de son appel à propositions d'avril 2003 sur le thème « Quels sont les usages d'Internet pour le recrutement ? ». Nous remercions les agents de l'Anpe qui ont participé à l'étude ou à son pilotage, et en particulier M. Jean-Louis Zanda de la direction scientifique de l'Anpe.

Internet peut jouer un rôle dans la situation de chômage non seulement comme outil de recherche d'emploi mais aussi comme instrument de régulation émotionnelle. Perdre son emploi constitue en effet un changement aux répercussions psychologiques, sociales et économiques très importantes. De plus, les sites Internet, les communautés et les outils de communication sont non seulement un puissant instrument pour accéder et interagir avec le marché de l'emploi, mais peuvent aussi jouer un rôle dans l'élaboration de ce changement, dans la prise de conscience de la nouvelle situation, dans l'exploration de son identité et la création de nouveaux rôles. Aussi, l'utilisation des ressources électroniques peut être facteur d'anxiété et de stress supplémentaires, par l'éventail des opportunités offertes, donc également des échecs, par la forte structuration des modes de présentation et par l'impersonnalité et l'imprédictibilité des échanges.

L'étude que nous avons menée est empirique et qualitative, puisqu'elle a consisté en l'observation participative d'un panel de chômeurs. En se plaçant du côté du chercheur d'emploi, elle vise à mieux cerner l'intégration de l'internet dans les démarches de recherche d'emploi. Nous avons bâti notre protocole d'étude dans le but d'obtenir des données portant sur :

- (i) l'articulation des différentes ressources à la disposition du chercheur d'emploi et le rôle d'Internet dans cette intégration ;
- (ii) la gestion de la situation de la période de recherche d'emploi et notamment le rôle d'Internet dans la régulation de la motivation ;
- (iii) les mécanismes de planification et de prise de décision.

De janvier 2004 à juin 2005, nous avons donc mené une étude qualitative, fondée sur des entretiens et des observations. Deux panels ont été étudiés, l'un à Antibes (tableau 1), l'autre à Paris (tableau 2), ainsi qu'un groupe de contrôle de manière à mesurer l'apport du collectif à l'évolution des pratiques et des représentations. Ces deux panels étaient constitués à la fois de chercheurs d'emploi avec faible expérience de la recherche d'emploi (premier emploi ou première perte d'emploi) et de chômeurs de longue durée ; tous les participants s'estimaient familiers des outils Internet. L'observation se déroulait ensuite en trois temps :

1. un bilan individuel des démarches entreprises et du rôle qu'Internet y joue. Lors de la première partie de l'entretien, l'accent était mis sur les pistes actuelles de recherche d'emploi et l'usage d'Internet ; lors de la deuxième, sur l'historique de recherche d'emploi. Ce bilan comportait deux observations en protocole *thinking aloud* : l'une portait sur les tâches routinières recourant à Internet pour la recherche d'emploi, l'autre consistait en une mise en situation d'apprentissage individuel, la découverte d'un service tel que l'abonnement aux offres ou le dépôt de CV ;

2. trois séances de groupe, au cours desquelles les sujets étaient invités à échanger sur leurs expériences d'utilisation de l'internet pour la recherche d'emploi, tout en se montrant les uns aux autres leurs comportements de navigation (l'écran de l'ordinateur étant vidéo-projeté pendant la séance sur un grand écran). Les trois séances de consultation étaient consacrées respectivement (i) à la consultation des offres d'emploi, (ii) à l'utilisation des services d'abonnements aux offres d'emploi et de dépôt de CV, (iii) à l'utilisation d'Internet pour les candidatures spontanées et pour l'activation du réseau relationnel. Entre chaque session, les participants remplissaient un journal de bord retraçant leurs activités sur Internet. Les participants du groupe contrôle ne participaient pas à cette phase de l'étude mais remplissaient un journal de bord retraçant l'ensemble de leurs actions de recherche d'emploi entre le premier entretien et le dernier (3 à 4 semaines) ;

3. un nouveau bilan individuel permettant de comparer l'évolution des usages d'Internet, des projets professionnels, des attitudes, des stratégies et de la mobilisation du réseau social, comportant une observation des nouvelles pratiques sur Internet pour la recherche d'emploi.

Notre étude n'aborde pas les processus de sélection et de négociation. Concrètement, le périmètre de l'étude s'arrête à l'envoi d'une candidature et à la réception d'une réponse de la part de l'entreprise contactée.

L'originalité de l'étude que nous avons menée est de ne pas partir de l'usage d'Internet, mais bien de la situation de recherche d'emploi et des moyens mobilisés par les chômeurs pour y faire face. Les usages sont donc analysés en ce qu'ils modifient cette situation et la dynamique de son évolution, participent à l'apparition de difficultés et de crises pour les demandeurs d'emploi ainsi qu'à leur résolution ou, du moins, à la manière dont ils y font face.

L'article présente nos résultats quant aux modifications des activités de recherche d'emploi liées à l'usage d'Internet. La première partie décrit en quoi le fait d'utiliser l'internet pour la recherche d'emploi contribue à l'évolution des représentations que forment les chômeurs du marché du travail. La deuxième partie aborde les difficultés cognitives et émotionnelles liées à la recherche d'emploi, et comment l'utilisation d'Internet contribue à l'émergence de ces difficultés. La dernière partie, enfin, évoque les principales activités et stratégies recourant à l'internet mises en œuvre par les participants à l'étude pour faire face à leur situation de recherche d'emploi et les met en rapport avec les prédictions des modèles économiques et psychologiques disponibles de la recherche d'emploi.

Tableau 1. Les participants de l'étude d'Antibes

Participants*	Sexe	Age	Formation	Type de poste recherché**	Inscrit à l'ANPE depuis	Utilise internet depuis	Lieu d'accès internet	Fréquence consultation internet
Anne	F	24	Bac+2	Assistante commerciale	6 mois	2 ans	ADSL domicile	1 fois par jour
Nicole	F	44	Bac+2	Secrétaire bilingue	1,5 an	1,5 an	Domicile, 60h	2 fois par jour
Marie	F	29	Bac+5	Assistante marketing	2 mois	6 ans	ADSL domicile	2 fois par jour
Isabelle	F	39	Bac (Afp)	Agent administratif	11 mois	1 an	ADSL domicile	2 fois par jour
Valérie	F	39	BTS (Afp)	Secrétaire comptable	2,5 mois	1 an	ADSL domicile	2 fois par jour
Corine	F	53	Bac+2	Secrétaire documentaliste	7 mois	4 ans	ADSL domicile	6 fois par semaine
Sarah	F	39	Bac+2	Assistante de direction	3 mois	10 ans	ADSL domicile	Quotidien
Henri	M	47	BEPC	Conducteur ambulancier, chauffeur livreur	1 an	1 an	ADSL domicile	2 fois par semaine
Danièle	F	57	Diplôme secrétariat CCI Paris	Secrétaire hôtellerie	3,5 ans	5 ans	ADSL domicile	Quotidien

*Les six premiers participants font partie du groupe principal, les trois derniers du groupe contrôle.

**Les six participantes du groupe principal recherchent toutes un emploi dans le domaine des « services administratifs et commerciaux » sans pour autant se retrouver en concurrence (projet professionnel, localisation géographique de l'emploi recherché).

Tableau 2. Les participants de l'étude de Paris									
Participants*	Sexe	Age	Formation	Poste recherché	Inscrit à l'ANPE depuis	Utilise internet depuis	Lieu d'accès internet	Fréquence consultation internet	
Benoît	H	24	Bac+2	infographiste 3D	2 ans	6 ans	ADSL domicile	5 fois par semaine	
Emma	F	26	Bac+4	Histoire de l'art, bibliothèque	9 mois	1 an	Cyber-cafés	4 fois par semaine	
Pierre	H	33	Stages professionnels	Monteur copiste, cromalineur	6 mois	7 ans	ADSL domicile	5 fois par semaine	
Lise**	F	34	Bac+2	Secrétaire médicale	4 mois	4 mois	Bornes Anpe	5 fois par semaine	
Loïc	H	36	Bac+5	Rédacteur, assistant de communication	3 ans	4 ans	Bornes Anpe	1 fois par semaine	
Sophie	F	45	Bac	Assistante de direction	9 mois	5 ans	ADSL domicile	Tous les jours	
Annie	F	47	Bac+5	Rédactrice ou secrétaire de rédaction	3 ans	6 ans	Domicile, 30 h	Tous les jours	
Joseph	H	52	Bac+2	Animateur centres de loisirs	3 ans	3 ans	Cyber-cafés, Anpe, domicile	2 fois par semaine	
Sylvie	F	55	Bac+5	Ingénieur support informatique	3 ans	6 ans	Cyber-emplois	4 fois par semaine	
Franck	H	27	Bac+2	Développeur informatique	2 ans	6 ans	ADSL domicile	1 fois par semaine	
Katia	F	32	Bac+4	Agent de musées, magasinier	3 ans	3 ans	Bornes Anpe	2 fois par semaine	
Eva**	F	38	Bac+2	Assistante de direction	2 ans	2 ans	Cyber-cafés, maison emploi	3 fois par semaine	

* Les neuf premiers participants font partie du groupe principal, les trois derniers du groupe contrôle.

** Ces deux participants ont acquis un accès internet à domicile (ADSL) dans le cours de l'étude (processus engagé avant le début de l'étude).

De l'utilisation d'Internet pour la recherche d'emploi à la représentation du marché du travail

Les demandeurs d'emploi participant à l'étude sont avant tout confrontés à la complexité du marché de l'emploi. Arrivant avec des conceptions pré-établies soit théoriquement soit par leur expérience passée, ils doivent s'en faire une représentation actualisée et pratique. Leurs usages d'Internet contribuent à cette révision. Pour caricaturer, on pourrait dire que les participants passent de la métaphore de « l'accès » à celle de « la fouille » pour caractériser le marché de l'emploi tel qu'ils le vivent. En effet, ils passent d'une lecture initiale d'un marché unifié et transparent à celle d'un marché complexe composé de sites variés et où les meilleurs emplois sont les moins visibles ; à travers les « services » qui leurs sont offerts, ils prennent conscience de la concurrence qui règne entre chômeurs pour trouver un emploi ; ils sont surtout contraints à faire le deuil de leur emploi passé pour en chercher un nouveau sur un front large et utilisent Internet à cette fin.

De l'espoir de transparence à la gestion de la complexité

La consultation des offres d'emploi est la principale utilisation d'Internet pour la recherche d'emploi pratiquée par les participants à l'étude, le plus souvent via les sites d'emploi (*job boards*). La recherche d'offres d'emploi directement sur le site d'une entreprise est beaucoup moins fréquente puisqu'elle suppose un travail d'identification des entreprises sans certitude de trouver une offre intéressante. Certains déclarent privilégier Internet à d'autres supports, comme la presse. Cette activité est leur principale source d'information sur le marché de l'emploi et leurs habitudes de recherche traduisent – et contribuent à façonner – leur représentation de ce marché. Ils recherchent tout d'abord les offres d'emploi correspondant à leur domaine d'activité ; la présence ou l'absence d'offres conforte ou infirme leurs hypothèses, de même que les critères affichés dans les offres. La consultation va s'élargissant d'une session de consultation à l'autre, vers d'autres secteurs ou d'autres fonctions qu'on espère plus demandés ¹.

L'exploration du marché de l'emploi ne s'étend que très peu à la consultation d'informations plus générales, économiques ou politiques, sur un secteur professionnel. L'adaptation au marché et la réflexion sur le projet professionnel se font souvent en réaction à l'absence d'offres d'emploi ou la présence de critères d'emploi trop différents de leur profil en terme de formation ou de compétences.

1. Cette observation recoupe celles de (Barber *et alii*, 1994).

La perception initiale du marché est celle d'une identité complète entre marché en ligne et marché réel et d'une transparence totale de l'outil Internet. Dans le courant de leur recherche, les demandeurs d'emploi apprennent l'épaisseur du média Internet selon deux dimensions : la segmentation du marché de l'emploi par secteurs, l'extrême morcellement de l'information en ligne ¹.

En premier lieu, des participants élaborent progressivement une segmentation par secteurs d'activité et comprennent que certains secteurs sont mieux servis en ligne que d'autre. Par exemple, pour un participant, « on a vu des secteurs où Internet c'est bien pour eux, mais pour mon secteur il n'y a pas d'annonces ».

En second lieu, les demandeurs d'emplois sont confrontés au morcellement et à l'absence d'image complète du marché du travail. Paradoxalement, certaines caractéristiques spécifiques de la consultation en ligne contribuent à ce morcellement : limite de la taille de l'écran qui ne permet pas un affichage illimité de caractères, absence de méta-moteur de recherche efficace sur les annonces (comme le souligne un participant, « il y a tellement de sites que c'est impossible d'avoir toutes les offres, ça ne facilite pas notre recherche »), limitation par la plupart des sites d'emploi du nombre d'annonces en réponse à une requête.

Certains participants considèrent même Internet comme une « jungle », une « faune », du fait de la quantité d'informations disponible et de son « éparpillement ». Ils jugent difficile et essentiel de « ne pas perdre le cap » pendant les consultations sur Internet. Cet effort cognitif de traitement de l'information se traduit par des difficultés (« il faut trier les réponses », « je suis embrouillée par toutes ces informations »), une fatigue et une souffrance (« j'aime pas quand Google me donne 10 pages de résultats ») qui limitent temporellement les sessions de recherche sur Internet. De plus, l'accès à une grande quantité d'informations non pertinentes est également perçu comme un manque de personnalisation et alimente l'impression paradoxale : sur Internet, « il y a toute l'information [...] et en même temps il n'y a pas toute l'information, puisqu'il n'y a pas ce que je cherche ».

Du Web de l'emploi aux sites dans leur diversité

Les participants consultent régulièrement un petit nombre de sites d'emploi ou *job boards* – généralement trois – qui évoluent au gré de leurs travail-

1. Cette évolution a été favorisée par la méthode d'étude, favorable à l'intensification et la diversification de la consultation des sites d'emploi.

les et de leurs déceptions. Pour autant, ils voient d'abord le Web de l'emploi comme un *continuum* au sein duquel ils individualisent mal les divers sites au-delà d'un classement entre sites généralistes (anpe.fr, monster.fr) et spécialisés (sur un secteur, une région, un niveau, etc.). C'est donc à ce Web de l'emploi plus qu'à un site particulier qu'ils attribuent initialement des caractéristiques d'usage. Progressivement, ils apprennent à classer les sites selon des critères plus complexes : confiance qu'on peut leur accorder et distance du site à l'emploi.

La confiance qu'on peut accorder à un site est un facteur déterminant de son adoption. Elle s'établit selon des critères variables d'un participant à l'autre, les uns accordant leur confiance aux éditeurs fiables tandis que les autres recherchent les sites efficaces.

Certains participants déclarent rechercher des « sites fiables », idéalement labellisés par l'Anpe ou par les Assedic, ou encore recommandés par une personne de confiance – souvent un ami traversant ou ayant connu une période de recherche d'emploi. Ces participants s'inquiètent de savoir « qui se cache derrière le site » avant d'envoyer des données personnelles aux employeurs figurant sur ces sites. La fiabilité passe également par des informations quant à la source des annonces et au processus de sélection de celles-ci. Certains participants sont en effet persuadés de l'existence d'annonces factices¹. D'autres participants déclarent inversement ne pas chercher à savoir qui est derrière un site d'emploi ni même quel type d'acteur pourrait être intéressé à diffuser des offres d'emploi ni pourquoi. Pour eux, la confiance se construit en fonction de l'efficacité de la contribution du site à leur recherche, donc de la présence d'offres d'emploi pertinentes, c'est-à-dire adaptées à leur projet professionnel, et d'une date de mise à jour affichée récente et fiable.

Le deuxième critère émergeant du classement des sites est celui de la distance à l'emploi. Ainsi, le site anpe.fr souffre d'une image d'éloignement de l'entreprise, héritée de son éditeur. L'Anpe est considérée comme plus efficace pour les personnes depuis longtemps au chômage, les autres pouvant espérer trouver du travail sur les sites « commerciaux », jugés plus « brillants ». Comme le dit Sylvie² : « Avant je regardais les sites plus brillants comme [un hebdomadaire professionnel de l'informatique] et maintenant je réalise que je recherche des profils plus atténués, plus bas ». Cette distance à

1. Cette notion d'offre factice ou « bidon » est répandue chez les demandeurs d'emploi, qui y sont régulièrement confrontés. Il peut s'agir d'offres encore en ligne alors que l'emploi n'est plus disponible, d'offres surdimensionnées par rapport à la réalité du poste ou d'offres visant à constituer un vivier.

2. Tous les prénoms ont été changés.

l'emploi, concept volontiers utilisé par les professionnels et les politiques pour qualifier l'employabilité et la motivation des chômeurs, s'applique donc aussi bien aux sites qu'aux personnes – il n'est pas surprenant de voir ceux qui sont soumis à ce diagnostic le porter à leur tour sur les éléments de leur environnement. La valorisation de la distance à l'emploi d'un site dépend à son tour de la distance à l'emploi ressentie par un chômeur – que sa situation soit liée à la réalité du marché de l'emploi ou à une estime de soi un peu malmenée. Ainsi, certains participants valorisent cette distance, qu'ils trouvent rassurante par rapport aux discours volontaristes des sites commerciaux : pour Loïc, « la démarche de personnalisation est moins prononcée [sur anpe.fr que sur les sites commerciaux], mais l'ensemble de services et l'outil peuvent être partie prenante d'une démarche globale, institutionnelle, dans laquelle le demandeur d'emploi s'identifie beaucoup plus rapidement et arrive à de meilleurs résultats ».

Cette notion de distance à l'emploi peut être appliquée au niveau du média Internet lui-même. Certains participants accordent en effet une moindre confiance aux annonces déposées sur Internet. Ils privilégient les annonces qui paraissent dans la presse comme plus individualisées et correspondant mieux à une offre précise de l'employeur – comme le dit Loïc, « les offres de l'Anpe ont des caractéristiques plus générales que celles par voie de presse » – ou plus fiables que celles diffusées sur Internet – pour Sylvie, « dans un journal c'est sérieux, une petite entreprise qui prend la peine de contacter [un quotidien national], c'est sérieux ».

Ce dernier point peut être mis en parallèle avec la moindre confiance accordée par les recruteurs aux candidatures qu'ils reçoivent par Internet ; ainsi selon (Kuhn et Skuterud, 2004), Internet, en réduisant les coûts de recherche mais aussi les coûts de candidature, conduit à un afflux de candidatures de « mauvaise qualité » et amène les recruteurs à privilégier les canaux de recrutement traditionnels.

De l'emploi en libre-service à la concurrence entre chercheurs d'emploi

Au démarrage de leur recherche, bien des demandeurs d'emploi se représentent le marché de l'emploi en ligne comme un vaste libre-service où l'on pourrait dénicher son emploi comme on achète un produit. Il n'y a pas de place dans ce modèle pour des interactions stratégiques entre chercheurs. Cette conception évolue quand le demandeur d'emploi comprend que l'offre est plus rare et moins lisible qu'il y paraît. Il prend alors conscience de la concurrence entre chercheurs d'emploi et apprend à se méfier des services qui reposent sur une conception manifestement erronée du marché, comme ceux de dépôt de CV.

Plusieurs participants, tout en évoquant positivement la facilité d'accès aux offres d'emploi, mentionnent le sentiment de concurrence avec d'autres chercheurs d'emploi comme un inconvénient majeur d'Internet ; pour Benoît, « la disponibilité n'est pas que pour soi, c'est pour tous les autres aussi ». Ce sentiment est accentué sur anpe.fr : le site est en effet considéré par beaucoup de participants comme le plus important et le plus consulté des sites d'offres d'emploi. Même quand ils font l'effort de répondre très rapidement à une annonce dont la date d'émission est très récente, les participants reçoivent fréquemment un retour négatif indiquant que le poste est déjà pourvu ; cela renforce leur sentiment d'une forte concurrence entre demandeurs d'emploi.

C'est pour la même raison que le service de dépôt de CV suscite de fortes réticences. Pour la plupart des participants à l'étude, il y a de toute façon trop de candidats sur le marché de l'emploi pour qu'un employeur fasse l'effort de rechercher activement un candidat dans une CVthèque. Pour Benoît, « pourquoi les entreprises devraient aller chercher un candidat alors qu'elles reçoivent plein de candidatures ? ». L'internet est même perçu par certains comme un moyen d'automatisation du rejet des CV peu attractifs, catégorie dans laquelle ils se rangent. Certains volontaires n'hésitent cependant pas à consulter les CV présents en ligne. En effet, ceux-ci permettent de se positionner et, parfois, d'y prendre des idées pour modifier les leurs ou, plus rarement, d'alimenter la réflexion sur leur projet professionnel ¹. Néanmoins, les sujets de cette étude préviennent que cette démarche ne doit être effectuée que lorsqu'une certaine stabilité psychologique est atteinte (« faut pas y aller si t'as pas le moral »). En effet l'impact de la confrontation avec de potentiels concurrents peut être négatif, notamment dans les périodes de plus faible estime de soi.

Ainsi, pour certains, l'accès à Internet est un élément de différenciation entre demandeurs d'emploi : puisque les nouvelles modalités de candidature passent par cet outil et que cet outil n'est pas accessible à tous, y avoir accès peut donner l'impression d'avoir une chance supplémentaire dans sa recherche ; *a contrario*, ne pas y avoir accès, ou y avoir un accès difficile, contraint ou rare, renforce le sentiment d'exclusion. Certains participants qui ont choisi de s'équiper à domicile pendant leur période de chômage parlent d'ailleurs de « sacrifice financier » nécessaire.

1. C'est là une caractéristique classique de la mise en ligne de documents : le public initialement ciblé, parce qu'il dispose d'autres sources d'information déjà bien établies, boude le nouveau canal – alors que les concurrents ou les collègues de l'émetteur y trouvent une source de comparaison et d'apprentissage utile. C'est ce qui se passe, par exemple, dans le cas de la mise en ligne des marchés publics par les administrations (Beauvallet & Boughzala, *à paraître*).

Du marché visible aux emplois cachés et à la réorientation professionnelle

Enfin, les déceptions du marché visible du travail tel qu'il est accessible sur les sites d'emploi conduisent les participants à s'efforcer d'accéder au marché caché (celui qui n'est pas dans les offres) et à mobiliser Internet à cet effet. Il implique également des révisions de leurs attentes et des représentations des postes et secteurs d'activité dans lesquels ils se voient travailler ; et là encore, ils utilisent Internet comme support de cette recherche d'« inspiration ».

Le marché caché est avant tout celui qu'on vise par les candidatures spontanées ou semi-spontanées. Internet y joue un rôle. Tous les participants utilisent ainsi le web pour rechercher des informations sur les entreprises en préalable à leurs candidatures spontanées ; il s'agit essentiellement d'identifier celles-ci, de connaître leur localisation et d'identifier des personnes à contacter – généralement au sein de la direction des ressources humaines. Rares sont en revanche les participants qui semblent s'intéresser véritablement au contenu des sites des entreprises visitées pour mieux adapter leurs candidatures. Cette lecture du site web de l'entreprise permet de cadrer une démarche qui ne s'appuie pas sur un contexte formaté par l'employeur, contrairement aux annonces ¹. Pour certains, l'identification des entreprises se fait par l'intermédiaire d'un site spécialisé ou par le détournement des annonces en candidatures semi-spontanées.

Les forums comme les listes de diffusion sont également utilisés comme sources pour mieux s'informer sur un secteur professionnel ; certains participants vont lire et participer à des forums spécialisés dans le domaine informatique, ou celui des bibliothèques, de l'iconographie, des jeux vidéo, etc. Leur objectif principal est d'identifier des ressources disponibles pour leur recherche d'emploi, qu'il s'agisse d'informations ou directement d'offres d'emploi. Cependant, même dans un secteur aussi technophile que celui des jeux vidéo, il ne semble pas que les forums soient une source efficace d'offres d'emploi. Benoît le confirme : « Je n'ai pas la sensation que ce soit sérieux, parfois il y a des propositions pour faire un jeu mais bénévolement, il y a énormément de ce genre d'offres ».

L'autre axe de prospection du marché spontané est le réseau relationnel. Certains volontaires cherchent à l'étendre et utilisent le web pour identifier des contacts dans les entreprises ou des événements comme des salons pro-

1. Dans le cas d'une réponse à une annonce, peu de participants consultent sur internet le site de l'entreprise avant de postuler. Si les candidatures sont souvent légèrement différées pour prendre le temps de réfléchir à l'annonce, les recherches d'informations complémentaires se limitent le plus souvent à la localisation géographique du poste.

fessionnels. Certains participants s'efforcent également d'intégrer leurs contacts au sein de forums ou de listes de discussion en ligne à leur réseau relationnel, parfois maladroitement : Franck « essaie de faire ami ami avec la personne qui tient le site pour voir [si il] ne peut pas passer un CV après, mais c'est difficile ».

La recherche d'emploi étant une tâche de longue haleine et jalonnée de déceptions, la re-motivation et la réorientation en deviennent une dimension à part entière. Les participants à l'étude n'utilisent pas ou très peu les services structurés autour de la connaissance de soi proposés sur Internet. En revanche, ils réalisent par leur navigation une exploration de soi et de sa motivation libre et personnelle. L'exploration porte directement sur l'emploi recherché, l'objectif étant d'arriver à définir ou préciser son projet professionnel, parfois de manière très intuitive. C'est la démarche privilégiée par Sophie : « Je suis émotive, en voyant une annonce ou comment est présenté un métier ça peut me faire peur et me donner pas envie du tout, ou susciter beaucoup de curiosité positive ». L'exploration peut également porter sur la recherche de formations existantes, les chercheurs d'emploi pouvant avoir déjà une idée en tête ou butiner de manière ouverte pour connaître les possibilités de réorientation professionnelle.

Plus généralement, il semble que les participants en cours de réorientation professionnelle entament cette dernière par une recherche d'informations sur Internet qui éveille la curiosité et l'intérêt pour un métier ou un secteur et permet d'initier un rêve de projet ; ensuite, la rencontre et la discussion avec une personne plus ou moins proche de la profession visée permet de creuser ou d'abandonner ce projet. Ainsi Sophie, pendant la période des sessions de groupe, s'intéresse au métier d'assistante multimédia qu'elle a vu décrit sur Internet. Au troisième entretien, elle a abandonné cette idée : « Quelqu'un m'a dit que c'était bouché, ça m'a beaucoup freinée et puis l'intitulé existe sur Internet mais il n'y a pas d'offres »¹.

Au fur et à mesure de leur usage et de l'étude, les participants font d'Internet un véritable outil de recherche d'informations. A l'image globale d'Internet pour la recherche d'emploi se substituent des images co-construites par les participants, diversifiées en fonction des services utilisés ; ainsi Emma déclare « [abandonner] Internet [pour] tout ce qui est annonces » mais maintient l'utilisation d'Internet pour la recherche d'autres informations : « En fouillant on trouve toujours des choses, je n'arrêterai pas de fouiller [sur Internet] ».

1. L'usage d'Internet est donc clairement mobilisé dans la formulation d'un « emploi idéal », première étape de la recherche d'emploi selon (Soelberg, 1966). Nous revenons sur ce sujet dans la partie : Modèles disponibles des choix d'activité des demandeurs d'emploi.

Difficultés et coûts pour les demandeurs d'emploi à utiliser Internet

Le recours à Internet pour chercher un emploi est moins mécaniquement efficace pour chercher un emploi qu'on ne le dit aux demandeurs d'emploi. Ces derniers forment progressivement une image relativement sombre du marché du travail et des sites d'emploi. En d'autres termes, la recherche d'emploi est un moment difficile et, souvent, douloureux. L'utilisation d'Internet contribue à ces difficultés en confrontant parfois durement les chercheurs d'emploi à leurs propres limites – s'ils sont peu au fait des objets techniques qu'ils sont enjoints à manipuler – et aux limites du marché de l'emploi qui peut les concerner – par son efficacité à examiner les offres pertinentes ou à constater leur absence.

Coût économique d'Internet, polysémie des contenus et obscurité technique des sites d'emploi

La perception du coût économique d'Internet pour la recherche d'emploi est variable selon les modalités d'accès à Internet des participants. Ainsi, ceux pour lesquels la décision d'investir dans un équipement informatique est antérieure à la période de recherche d'emploi apprécient Internet pour le gain d'argent qu'il permet de réaliser, considéré comme une réelle économie plus que comme un transfert de budget. La contrainte financière est perçue par les participants qui n'ont pas accès à domicile ou qui viennent de s'équiper comme Eva : « C'est pratique, mais c'est coûteux, c'est quand même un truc de privilégiés ». L'accès à domicile sans forfait illimité rend aussi le coût tangible, certains vont parfois consulter Internet à l'extérieur pour limiter leur temps de consultation. Les participants sans accès à domicile cherchent les accès gratuits, comme les bornes de l'Anpe – avec la contrainte de ne consulter qu'anpe.fr – ou dans les centres cyber-emplois – avec parfois un rendez-vous seulement tous les quinze jours.

Parmi les difficultés suscitées par l'utilisation d'Internet dans la recherche d'emploi, il ne faut pas sous-estimer celles qui sont liées à l'appropriation de l'outil. L'attitude face à Internet pour la recherche d'emploi est régie par la croyance selon laquelle, si l'individu ne trouve pas d'emploi, c'est parce qu'il ne sait pas utiliser Internet à bon escient, et est donc peu efficace. Ce sentiment de moindre efficacité risque alors d'accentuer la baisse de l'estime de soi, instaurant un cercle vicieux. Deux difficultés principales rebutent les participants à l'étude : un vocabulaire obscur et instable des sites d'emploi et des artefacts techniques qui perturbent l'utilisation.

En premier lieu, il n'existe pas de terminologie standard permettant d'identifier nettement les concepts utilisés sur les sites d'emploi. On y parle

d' « abonnement aux offres », d' « alerte email », d' « enregistrement des critères de recherche » ou de « profil » pour désigner la même fonctionnalité. De même, les termes de « nom d'utilisateur », « identifiant », « login », « pseudo » ou « code d'entrée », bien que se rapportant à la même notion, peuvent être déroutants. Les participants ont également des difficultés à distinguer les formulaires de recherche d'offres d'emploi et de dépôt de CV. Les pratiques de consultation découlent de ces difficultés sémantiques. Par exemple, certains participants privilégient la recherche par critères plutôt que par mots-clés car, étant peu familiers avec cette notion, ils sont trop peu sûrs d'eux pour choisir un mot-clef sur lequel fonder leur recherche.

En second lieu, si l'on se place du point de vue des demandeurs d'emploi, Internet se révèle moins facile d'utilisation qu'on ne le souhaiterait. Du fait de la nécessité de comprendre, de diagnostiquer et de traiter (ignorer, prendre en compte dans la lecture, réparer) des artefacts techniques qui se manifestent pendant la consultation, l'utilisation d'Internet pour la recherche d'emploi suppose en effet un effort cognitif multi-tâches¹. Annie et Katia témoignent de leur frustration : « Les problèmes d'Internet interrompent la recherche, ça coupe l'élan quand on est concentré » ; « à chaque fois je n'y arrive pas, il y a souvent des murs comme ça, c'est beaucoup moins compliqué de passer un coup de téléphone ». Des difficultés demeurent en fin d'étude pour plus d'un tiers des participants (Loïc, « sur l'appropriation il y a toujours un petit obstacle, une source de difficulté et un peu de méfiance »). Le coût cognitif, notamment attentionnel, est accentué dans les cas de chômage prolongé, ce qui conduit à des performances plus limitées.

L'appropriation du média Internet a été favorisée dans le cours de l'étude par les échanges d'informations et par la stimulation du collectif. Cette progression ne débouche pas systématiquement sur un usage accru ou sur l'utilisation de fonctionnalités avancées des sites. Ainsi, c'est au moment de la découverte d'un site d'emploi que les participants semblent utiliser le plus de fonctionnalités, dans une démarche exploratoire ; par exemple, ils remplissent spontanément tous les critères proposés pour accéder aux offres et cherchent ainsi à cibler le plus possible leur requête comme si ce nouveau site allait leur permettre de trouver l'offre d'emploi idéale. Face à ce qu'ils vivent comme un dévoilement et un investissement important, ils n'apprécient pas de ne pas trouver d'offres. Ce moment initial est celui de l'établissement

1. Le média se laisse oublier tant que la consultation se déroule bien mais, si un incident technique ou ergonomique intervient, il faut pour le traiter mobiliser des représentations et des savoirs qui sont aux limites des compétences de la plupart des participants, ce qui déplace l'attention du niveau de la recherche d'emploi à celui de la navigation (voire du maintien de la connexion). Ainsi, si une erreur intervient pendant l'interrogation d'une base de données, l'utilisateur doit diagnostiquer s'il s'agit d'un problème lié à sa connexion, au site consulté, au navigateur qu'il utilise, etc.

de la confiance ou du rejet, qu'un participant formule ainsi : « tu me demandes, je te donne puis tu ne me donnes rien en retour ». Toutefois cet apprentissage d'Internet pour la recherche d'emploi peut déboucher sur un rejet (Lise : « pour l'instant, c'est plus rapide pour moi de consulter les offres papier que d'aller sur la borne ») ou des frustrations.

Evolution du jugement sur son adéquation au marché

Les participants n'accèdent donc pas à une représentation cohérente et maîtrisée du marché de l'emploi en ligne, non plus qu'à une appropriation complète des outils qu'ils utilisent. Ils sont régulièrement confrontés à des difficultés ou à des énigmes dans leur pratique, qu'ils interprètent d'une manière qui, pour incorrecte qu'elle soit, n'est pas sans conséquence sur leur perception de leurs chances de trouver un emploi. Par exemple, certains sites proposent de s'abonner pour recevoir par mél les offres d'emploi cadrant avec un profil pré-défini. Les participants s'inquiètent lorsqu'ils ne reçoivent pas de messages, ne sachant s'ils doivent en conclure que le système n'est pas fiable, qu'ils ont été désabonnés, que le mél s'est égaré ou que leur profil ne rencontre pas d'écho sur le marché de l'emploi. Cette dernière hypothèse étant la pire, ils multiplient alors les consultations du site pour se rassurer.

Les usages d'Internet influent donc sur la manière dont les chômeurs jugent de leur adéquation au marché et de leur employabilité. Un des vecteurs de cette influence est de la sémantique utilisée par les sites d'emploi pour standardiser les descriptions de l'offre et de la demande de travail. Ainsi, le principe de présentation de soi dans les modèles de CV pré-formatés proposés par ces services constitue un point de réticence fort. Ces modèles incluent principalement les expériences et les compétences, souvent sans même donner la possibilité d'infléchir cette présentation vers un nouveau projet professionnel : cela motive le rejet de Sophie, pour laquelle « les gens vont voir ce que j'ai fait, ils vont me proposer la même chose et moi je ne veux plus faire ça ». De même, la réticence de Sylvie porte sur la crainte d'être envahie de trop de propositions et de ne savoir y faire face : « Je ne veux pas me retrouver avec plein de postes, des trucs que je ne veux pas faire ». En phase de réflexion sur son orientation professionnelle à la suite d'un licenciement économique, ce service de dépôt de CV semble activer sa culpabilité de ne pas vouloir retourner dans un poste similaire. Les participants préfèrent des présentations de soi assouplies par la possibilité d'attacher son CV en format bureautique, ou tout au moins par la possibilité de remplir des espaces libres plutôt que de cocher uniquement des cases. Benoît se rassure de cette manière : « Je pense que le chef d'entreprise va être plus intéressé par mon CV que par des rubriques formatées. » Le formatage des profils impose la construction d'une image de soi peu propice à l'expres-

sion de sa singularité et renforce ainsi l'impression de dépersonnalisation. Cette gêne devant un formatage automatique de l'acte de candidature à travers les sites d'entreprise tient également au fait que l'acte d'écrire à un recruteur est par essence un exercice de construction de l'interlocuteur et de la relation et que les candidats tentent de mobiliser ou de contourner les outils et formats imposés (hier, CV et lettre de motivation ; aujourd'hui, en ligne) à cette fin (Lochard et Ughetto, ce numéro). Ils perçoivent donc la candidature en ligne par formulaire comme une contrainte à leur potentiel d'expression.

L'évaluation de sa propre employabilité passe enfin par les routines de recherche, dont il faut garder à l'esprit qu'elles débouchent la plupart du temps sur un échec – pas de poste, profil non pertinent, candidature refusée, etc.¹. Les signes auxquels les participants évaluent leur adéquation au marché sont donc ténus et chaque activité influe sur leur jugement. Ainsi certains participants témoignent de leur découragement à la lecture d'annonces recherchant « le mouton à cinq pattes » ou de salaires visiblement trop faibles. *A contrario*, la facilité d'accès aux annonces sur Internet permet de considérer de belles annonces, des offres d'emploi répondant à tous les critères du projet professionnel, ce qui peut améliorer l'estime de soi (une annonce bien formulée décrivant une fonction remplie auparavant peut conduire à estimer que « c'est chouette, ce que je faisais ») et déculpabiliser (une annonce correspondant au poste recherché mais dans un secteur géographique non pertinent rassure sur le réalisme du projet professionnel : « Ça existe ce que je cherche, c'est juste qu'il faut aller ailleurs »). Certains participants vont jusqu'à lancer régulièrement des requêtes dans des secteurs dont ils rêvent : « Je regarde dans Internet, j'y connais rien mais ça me plairait ».

Sur ce point, il faut souligner que le fait de connaître Internet ne semble pas toujours suffire à prendre le recul nécessaire à la lecture de messages qui touchent à l'image de soi ; ainsi, Pierre connaît bien Internet mais s'interroge en lisant un mél envoyé automatiquement suite à la création de son profil de recherche sur anpe.fr, et cela bien que ce caractère automatique soit spécifié dans le mél : « Qui a regardé mes critères et me demande d'en changer ? ».

Qu'est-ce alors qu'une consultation relativement réussie, dans la mesure où la plupart d'entre elles ne débouchent pas sur la réussite définitive – trouver un emploi ? On peut faire l'hypothèse que c'est un nombre d'offres retenues suffisamment grand pour se sentir activement en recherche, sans être

1. Ce n'est pas du misérabilisme : par construction, un demandeur d'emploi ne rencontre dans sa période de chômage qu'une seule offre à laquelle sa candidature réussit puisqu'il sort alors de sa situation de chômage.

noyé. On étend ou restreint les critères (ancienneté, secteur, etc.) pour atteindre un ensemble suffisamment large tout en restant gérable. Deux étapes permettent de converger vers une cible quantitative en nombre d'offres retenues : une première consultation générale sur critères éliminatoires conduit à sélectionner un nombre plafond d'offres. Une deuxième consultation, qui peut se faire sur papier, permet de sélectionner dans la *short-list* les offres les plus prometteuses, jusqu'à concurrence de la cible pré-établie. Ce sont ces offres qui occasionnent une candidature : le bon nombre d'offres pour cette dernière consultation semble tourner entre trois et sept.

Les coûts cognitifs et émotionnels du recours à Internet

L'utilisation d'Internet pour la recherche d'emploi fait gagner en rapidité et permet d'automatiser certaines étapes de la recherche d'emploi. Néanmoins, ces gains opérationnels peuvent paradoxalement se traduire par des coûts émotionnels ou cognitifs.

Par exemple, la rapidité dans les communications entraîne une certaine exaltation des émotions liées au traitement d'une offre. Ainsi, l'acte de candidature, facilité par l'utilisation d'Internet, procure un espoir accru, mais une réponse négative survenant plus tôt que dans la logique traditionnelle implique également une déception majeure (« On n'a parfois pas le temps de rêver [qu'on va être pris] »). De même, la possibilité de multiplier les candidatures en ligne n'est pas sans revers. Un petit nombre de participants procède à une sélection draconienne des offres dans le but explicite de limiter le nombre de candidatures. Ces participants ont besoin de se protéger des réponses à venir, qu'ils anticipent négatives. Comme le dit Loïc : « c'est quand même assez difficile d'avoir une succession de refus, il y a une période de décrue et la nécessité de remonter, c'est ce qui fait que je ne rentre pas par exemple dans des démarches trop massives ».

De manière plus générale, l'étude fait ressortir que les usages d'Internet par les demandeurs d'emploi s'expliquent souvent par des stratégies de minimisation du coût émotionnel de certaines activités. C'est notamment ce qui explique l'ordre de consultation des offres d'emploi, l'usage raréfié ou le rejet de fonctionnalités pourtant efficaces – comme l'abonnement à un profil d'offres. La théorie psychologique du *coping* (Lazarus *et al*, 1984 ; Caska, 1998) propose quelques hypothèses pour expliquer les choix des demandeurs d'emploi confrontés à la crise provoquée par la situation de chômage. Elle distingue trois types de stratégies :

- des stratégies de réduction de la crise, par exemple l'exploration des ressources informationnelles sur les opportunités d'emploi et de prise de décision ;

- des stratégies de réduction des symptômes liés à la crise, par exemple la structuration de la recherche d'emploi comme une activité professionnelle de manière à atténuer l'écart avec la situation normale ;
- des stratégies d'évitement ou de négation du problème.

On peut en particulier mettre les stratégies d'évitement et la négation du problème en parallèle de certains usages d'Internet. Par exemple, l'évitement pousse certains participants à ne pas intégrer des informations pourtant bien perçues lors de consultations d'Internet car ces informations risqueraient de remettre en cause leur projet professionnel et d'altérer leur estime de soi. Sylvie se retrouve dans cette situation lorsqu'elle évite de prendre en compte certains critères d'offres d'emploi et répond à des offres pour des ingénieurs grandes écoles juniors alors qu'elle n'en a plus l'âge. Pierre refuse pour sa part d'élargir ses critères de consultation des offres d'emploi et justifie cette attitude par la volonté de « ne pas perdre son âme » pour trouver un emploi. Ces réticences empêchent de tirer tout le parti des possibilités ouvertes par Internet, et peut en rendre l'utilisation douloureuse (si l'on n'y trouve pas d'offres pertinentes, par exemple). Logiquement, cela conduit à un moindre usage des ressources en ligne.

La gestion des difficultés émotionnelles explique donc une part des choix des demandeurs d'emploi dans leur utilisation d'Internet. L'autre ordre de difficulté structurant leur recherche en ligne est d'ordre cognitif. Ainsi, l'usage d'Internet contribue à la multiplicité des pistes et, ce faisant, il augmente la complexité des décisions à prendre pour hiérarchiser ces pistes. Les choix plus nombreux à faire entre les alternatives et les priorités à leur affecter forcent à une explicitation accrue du projet professionnel ; or cette explicitation est parfois difficile et, la recherche impliquant parfois de le modifier largement, la répétition d'un investissement important dans la définition de projets professionnels morts-nés peut conduire à un sentiment de culpabilité et à la baisse de l'estime de soi.

Ce coût cognitif est particulièrement visible dans le cadre de l'utilisation du service d'abonnement aux offres d'emploi ; c'est comme si celui-ci, parce qu'il permet de réduire le temps passé à la recherche d'annonces, imposait le remplissage du temps imparti à la recherche d'emploi. Or ce remplissage s'effectue généralement par une activité plus complexe et exigeante cognitivement telle que la recherche d'informations sur le marché du travail et de nouvelles pistes. En effet, alors que la recherche d'annonces se solde par le recensement d'un nombre d'annonces pré-établi, la recherche d'informations sur les opportunités potentielles est une activité ouverte qui requiert davantage de compétences mais également de confiance en soi et ne donne pas le sentiment de contrôler la situation.

Il y a donc un paradoxe à l'utilisation d'Internet pour la recherche d'emploi : une fois domestiqué, Internet facilite une partie des tâches liées à la recherche d'emploi, principalement la consultation et l'envoi de candidatures, ce qui contribue ainsi à un sentiment d'efficacité voire d'efficacités dans sa recherche. Toutefois, cette simplification porte essentiellement sur les modalités techniques des tâches ; le contenu des candidatures comme le contenu des informations à chercher fait partie d'une activité cognitivement plus complexe, beaucoup moins mécanique et, en même temps, plus intéressante et ludique. Est-on encore en train de chercher un emploi quand on explore un secteur en passant sur des sites de liens en liens ou en « s'amusant » à consulter de nouveaux sites ? Pour Benoît, « c'est une vraie contradiction, si j'envoie mes méls sans vérifier les sites et prendre des informations mes méls sont comme obsolètes, mais si je vois de nouveaux sites, c'est facile, c'est amusant et je n'ai pas l'impression de faire de la recherche d'emploi. »

Réponses aux difficultés rencontrées et stratégies de maintien de la proximité à l'emploi

Les participants à l'étude sont dans une situation de crise – parfois chronique, puisqu'ils peuvent s'être inscrits plusieurs fois à l'Anpe au cours des dernières années. Faire face à cette crise est un enjeu crucial de leur situation. Ainsi, lors de la première discussion de groupe, à la question introductive « que peut-on faire pour trouver un emploi ? », les premières réponses apportées par les participants touchaient toutes à cette activité de régulation de la motivation (« avoir le moral », « se stimuler », « se lever tôt »).

Les usages d'Internet diffèrent en fonction de l'état émotionnel dans lequel se trouvent les demandeurs d'emploi et des stratégies qu'ils mettent en œuvre pour y faire face. Par exemple, Sophie, à la suite de la perte de son emploi par licenciement (plan social), s'est lancée dans un projet d'activité de création artistique puis l'a abandonné sur des critères « réalistes ». Elle est en quelque sorte en phase de deuil (« J'essaie de faire le deuil de ce rêve là »), voire de double deuil après la perte de son emploi, et entame l'élaboration d'un nouveau projet : « Je profite de tout ce que je trouve comme information pour tester, approfondir, voir ce que je ressens. » La toile est à la fois un espace dans lequel se déroule ce travail de renouvellement de son identité et un outil lui permettant de se révéler à elle-même ses envies, ses préférences, ses craintes. L'utilisation d'Internet est différente pour d'autres participants qui passent directement à la phase de recherche d'emploi sans passer de temps ni d'énergie à élaborer un nouveau projet personnel et

professionnel. Pour eux, internet permet de se sentir immédiatement et concrètement actif dans sa recherche d'emploi en faisant l'économie de l'élaboration d'une stratégie de recherche d'emploi.

L'usage de l'internet doit donc s'expliquer par la gestion, rationnelle et émotionnelle, de leur activité par les chercheurs d'emploi. En ce sens, il constitue un test efficace des modèles disponibles des choix d'activité des demandeurs d'emploi.

Modèles disponibles des choix d'activité des demandeurs d'emploi

Qu'ils soient issus de la psychologie ou des sciences de l'économie et de la gestion, les modèles de recherche d'emploi s'inscrivent dans la lignée des modèles de prise de décision, les psychologues incluant dans cette dernière la recherche exploratoire nécessaire à la formation d'alternatives, alors que les économistes se concentrent sur les déterminants du choix d'une offre d'emploi ¹.

Les modèles économiques de recherche d'emploi supposent que le chercheur d'emploi se comporte de manière rationnelle. Ils ne prennent donc pas en considération des caractéristiques telles que l'estime de soi ou le statut social lié à l'emploi. Le plus élémentaire de ces modèles simule une situation où un chômeur est en présence d'une distribution déterminée de salaires et reçoit une séquence d'offres d'emploi dont les salaires sont choisis aléatoirement parmi la distribution. Le chômeur cherche à optimiser ses gains sur une période couvrant sa vie, il peut donc décliner une offre s'il pense que le coût d'attente de la prochaine offre est inférieur à la probabilité de se voir proposer une meilleure offre.

Il existe des modèles plus réalistes. Ainsi, (Soelberg, 1966) décrit empiriquement l'activité de recherche d'emploi, dans une perspective simonienne, comme quatre activités qui ne sont pas exécutées selon une stricte séquence :

- identification d'un emploi idéal et des critères d'évaluation des opportunités ;
- planification de la recherche (temps, source d'information, etc.) ;
- recherche et sélection d'opportunités ;

1. Comme le soulignent (McFayden, Thomas, 1997), les modèles issus de la littérature économique et ceux de la psychologie constituent presque deux ensembles disjoints. Ce n'est que relativement récemment que modèles économiques et psychologiques ont commencé à s'influencer (Darity *et al*, 1996).

- confirmation de la décision.

Le modèle de Soelberg est une base pertinente pour observer le comportement des chercheurs d'emploi (Glueck, 1974) ; il a servi de base à diverses études psychologiques qui permettent de le compléter (Super, 1953 ; Savikas, 2001). (Buyens *et al.*, 2001) établissent des liens entre les styles de décision et les types de source d'information utilisés lors de la recherche d'emploi et rendent compte de changements de stratégies d'exploration en fonction de l'expérience professionnelle et de l'efficacité personnelle. En effet, les stratégies de recherche évoluent dans le temps (Barber *et al.*, 1994). La recherche d'emploi, comme toute autre activité, s'apprend (expériences personnelles, des autres, manuels etc.), et l'on peut découvrir que certaines ressources informationnelles sont plus efficaces. La définition du but de la recherche peut évoluer, se clarifier par exemple.

Enfin, l'estime de soi et le sentiment d'efficacité personnelle jouent un rôle crucial dans la recherche d'emploi. Buyens *et al.* s'appuient sur l'hypothèse de la plasticité comportementale (Brockner, 1988) pour dire que les personnes ayant une faible estime d'elles-mêmes ont tendance à être davantage sensibles aux indices externes. Ils établissent ainsi un lien entre un comportement dit « intuitif » attaché aux individus à faible estime et un comportement « rationnel » pour les individus à haute estime.

Sur ces bases, on peut formuler deux observations principales sur l'usage que les participants à l'étude font d'Internet pour gérer leur situation de chômage :

- ils cherchent à travers l'usage d'Internet à ressentir un sentiment d'efficacité personnelle dans la recherche d'emploi ;
- ils utilisent Internet pour mettre en place et maintenir des routines structurant leur recherche.

Sentiment d'efficacité personnelle

La majorité des participants à l'étude recherche tout ce qui concourt à un sentiment de meilleure efficacité personnelle dans la recherche d'emploi. Internet est apprécié parce qu'il permet d'accélérer les prises d'information et la communication. Le temps passé pour traiter une annonce semble ainsi diminué et le sentiment associé à l'usage d'Internet pour la recherche d'emploi est celui d'une meilleure efficacité de la recherche.

Le premier exemple de recherche d'efficacité est l'organisation des opérations de recherche d'emploi. Lors des consultations d'offres, pratiquement tous les participants opèrent un tri en deux temps. Une première lecture à l'écran permet d'écarter rapidement les offres manifestement inadéquates. En effet, ce sont les critères négatifs qui sont recherchés en premier : niveau

d'expérience, formation, localisation, connaissances spécifiques, etc. Pour Annie, « il suffit d'un seul point pour qu'ils vous éjectent ». Puis, les offres retenues sont mises de côté, c'est-à-dire la plupart du temps imprimées, parfois enregistrées (disquette ou disque dur selon le lieu de consultation). Lors de ce premier tri, les participants s'autorisent à conserver des candidatures hors critères, proches de candidatures « rêves ». Les offres retenues sont ensuite relues et triées une seconde fois, de façon beaucoup plus draconienne. Annie explique sa démarche : « Je sélectionne les offres qui m'intéressent et j'imprime, c'est alors que je lis, j'en fais sauter beaucoup et ce n'est qu'après que je décide de répondre à ce qui reste, parfois je n'ai rien dans les mains parce que je n'entre pas dans leur demande ».

Au fil de ces sélections d'offres et de ces décisions de réponses, les demandeurs d'emploi apprennent le langage spécifique – tout en euphémismes et en litotes – et les critères spécifiques de l'offre d'emploi. Ainsi, Eva estime que « quand ils mettent l'âge, c'est qu'ils ne veulent pas trop payer » et Sylvie que « junior pour eux ça veut dire être jeune et pas jeune dans le métier » ; Katia considère que « je peux répondre quand même quand c'est six mois [d'expérience] sinon en général je n'ai pas de réponses quand il y a une expérience souhaitée ».

On peut aisément supposer que cette recherche d'efficacité dans le tri des offres d'emploi, comme l'apprentissage du langage spécifique des offres, n'est pas réservé à l'usage d'Internet et que des observations similaires peuvent être réalisées en utilisant des annonces parues dans la presse (l'étude ne permet pas de faire cette comparaison). En revanche, on a pu voir que les difficultés liées à l'appropriation de l'outil (*cf.* coût économique d'Internet, polysémie des contenus et obscurité technique des sites d'emploi) sont susceptibles de diminuer le sentiment d'efficacité personnelle.

Ainsi, les séances collectives apportent aux participants à l'étude une plus grande confiance en eux-mêmes dans l'utilisation d'Internet pour la recherche d'emploi, donc une augmentation du sentiment d'efficacité personnelle : « Je me sens plus à l'aise », « je ne m'en sors pas trop mal », « il n'y a pas que chez moi que ça ne donne pas de résultats ». Il s'agit surtout d'une plus grande capacité à la visite critique des sites d'emploi et à prendre de la distance par rapport à l'information présente sur Internet.

L'usage du courrier électronique dans la recherche d'emploi est un autre exemple de la recherche de l'efficacité personnelle. Les volontaires considèrent le courrier électronique comme plus fiable que la poste, notamment parce qu'ils reçoivent presque systématiquement un accusé de réception à leurs candidatures électroniques. Le fait que cet accusé de réception soit le plus souvent envoyé par un robot ne semble pas avoir d'impact psycholo-

gique négatif : malgré leur caractère impersonnel, ces méls de réponse automatique sont perçus comme des signes de considération et permettent de ne pas rester en attente d'une réponse.

L'envoi de mailing par courrier électronique perçu comme particulièrement rapide renforce encore ce sentiment d'efficacité dans sa recherche d'emploi. Pour autant, la communication par mél avec les recruteurs comme avec les intermédiaires de l'emploi peut générer des réactions contradictoires en fonction de la connaissance d'Internet par les volontaires, mais aussi de leur confiance vis-à-vis de leurs démarches de recherche d'emploi. La dépersonnalisation de la communication est plutôt perçue comme un atout par les participants les plus jeunes et les plus habiles sur Internet (« [cela donne] un côté moins intimidant à la chose même s'il faut faire des lettres »), alors que la personnalisation semble particulièrement importante pour les participants ayant une vision plus traditionnelle de la recherche d'emploi. On voit s'esquisser ici deux stratégies, l'une qui repose sur la personnalisation (trouver un emploi ressemble à nouer une relation personnelle) et une qui repose sur la dépersonnalisation (trouver un emploi ressemble à être tiré au sort). Dans la première, tout ce qui permet de faciliter la personnalisation est apprécié, et ceux qui ne maîtrisent pas bien le mél le voient comme un obstacle ; dans la seconde, tout ce qui permet à d'autres de « tricher » est combattu et la dépersonnalisation est garante d'une certaine égalité.

Le sentiment d'efficacité personnelle contribue à maintenir l'estime de soi et facilite la gestion psychologique de la situation de chômage. Il naît également d'un très fort ressenti de pression temporelle, que reconnaissent plusieurs participants à l'étude. Cette pression influe fortement sur leur comportement de recherche d'emploi. Internet, parce qu'il permet d'accéder à une grande quantité d'informations, semble renforcer cette pression ou, au moins, contribuer à renforcer un sentiment de responsabilité, voire de culpabilité. Quelques participants utilisent ainsi la possibilité de parallélisme des tâches offerte par les systèmes d'exploitation : « J'ouvre une autre fenêtre [...] j'ai pas que ça à faire, et pourtant, si ». La majorité des participants survolent ou ignorent les informations des sites d'emploi autres que les offres d'emploi et abandonnent les procédures longues – dépôt de CV ou d'abonnement à des offres d'emploi¹ – alors que les participants concernés ont un accès Internet ADSL illimité à domicile.

1. Dans l'ensemble, les volontaires expriment une réticence vis-à-vis du service d'abonnement aux offres, qu'on peut relier au besoin de se sentir actif dans sa recherche d'emploi et au sentiment de pression temporelle. Annie, par exemple, « consulte aussi et n'attend pas qu'on [lui] fasse signe ». A l'extrême, Loïc trouve ce service « contraire à l'idée d'activation du demandeur d'emploi prôné par l'Anpe ».

Rôle structurant des routines

Plusieurs demandeurs d'emploi du panel recourent, dans leur recherche de solutions pour gérer au mieux leur situation de chômage et le stress qui en découle, à la mise en place de routines d'usage d'Internet. S'ils sont parfois plus prudents ou moins assidus dans leur utilisation d'Internet qu'il ne leur est prescrit par les sites d'emploi ou leurs interlocuteurs, ils respectent ensuite ces routines et les répètent ; ils soulignent également qu'ils en tirent une certaine satisfaction, qui contribue à améliorer leur état psychologique. On peut expliquer cette préférence pour les routines équipées des demandeurs d'emploi du panel au niveau cognitif et au niveau social.

Cognitivement, face à une situation déstabilisante, la mise en place et le respect de routines permettent de susciter un sentiment de satisfaction personnelle qui contribue à restaurer ou à maintenir l'estime de soi (Csikszentmihalyi, 1990). Or le recours régulier à des artefacts motive justement la mise en place de routines qui consistent, au niveau pragmatique, en une activité orientée et répétée d'usage des artefacts et, au niveau symbolique, en une codification et un discours d'accompagnement de ces artefacts (Souchier *et alii*, 2003). Parce qu'elles s'appuient sur des artefacts qui les impliquent, ces routines n'ont pas besoin d'être maintenues explicitement, ce qui est particulièrement efficace au niveau cognitif (Norman, 1988 ; Neuville, 2001). Les activités en ligne sont ainsi structurées en routines : la séquence de recherche passe par les mêmes sites consultés dans le même ordre d'une fois sur l'autre, la sélection des offres d'emploi se fait en deux temps systématiques, un petit tour sur Internet suit la consultation des offres ou l'envoi des candidatures, etc. Les participants déclarent apprécier Internet car il leur permet de systématiser la recherche d'emploi et de supprimer les temps morts et les interruptions. En unifiant le support des activités de recherche, Internet facilite la concentration et, peut-être, la prise de plaisir à effectuer une activité normée et efficace dans une situation exceptionnelle et déroutante. De fait, les participants à l'étude estiment que l'usage d'Internet contribue à mieux contrôler leur situation.

En ce sens, l'usage d'Internet pour la recherche d'emploi est clairement une activité cognitive distribuée, au sens de (Hollan, Hutchins et Kirsch, 2000). De nombreuses activités sont entreprises sans qu'une représentation complète en soit explicitée par le chercheur d'emploi, et ne prennent de sens que si l'on considère qu'elles sont structurées par les outils utilisés et les interactions sociales qui les sous-tendent. Ainsi, les chercheurs d'emploi qui déclarent effectuer à chaque consultation deux recherches successives, l'une de postes en CDD, l'autre de postes en CDI, y trouvent manière à protéger leur

estime d'eux-mêmes¹. Mais cette méthode ne leur est accessible que parce que les bases de données des sites d'emploi permettent cette recherche – ce qui n'est pas facilement le cas avec les annonces presse, par exemple. De même, les changements de supports (impressions, sauvegardes, copier/coller), la confection de listes et le recours à des relais mémoriels (*Post it*, signets, mais aussi rituels et théâtres de mémoire, etc.), la complexité des routines suivies, font penser que l'environnement des chercheurs d'emploi joue un rôle essentiel dans leur activité de recherche. Au total, chercher un emploi, contrairement à l'injonction des sites d'emploi, est une activité éminemment distribuée.

Dans le cadre de la théorie du *coping*, on peut dire que certains volontaires mettent en place des stratégies centrées sur le problème : ils cherchent à maîtriser leur situation de chômage, perçue comme une situation de crise. L'utilisation intensive d'Internet devient un moyen de s'assurer de la complétude de ses recherches qui procure un sentiment d'efficacité et de rentabilité. Benoît le ressent : « Je capitalise bien ma journée, j'ai fait quelque chose de concret ».

Au niveau social, une partie des participants considère que l'usage d'Internet permet d'être « actif » pendant la période de chômage. Pour ces participants, qui occupaient des emplois de bureau, une activité centrée sur l'ordinateur s'organise de manière homologue à leur activité professionnelle : l'organisation temporelle, le contexte d'utilisation de l'ordinateur, les artefacts et l'importance accordée à cette tâche. En rapprochant leur activité des codes de leur activité professionnelle, ces participants réduisent la part d'exception dans leur situation de chômage. On retrouve ici le mode du « comme si » décrit par (Schnapper, 1981 et 1994) pour le chômage du cadre qui lutte ainsi contre la déprofessionnalisation et la désocialisation, transposé à une autre catégorie professionnelle.

Conclusion

Cette étude exploratoire nous a permis d'identifier, sur la base d'un modèle synthétique de l'activité de recherche d'emploi, les principaux usages réels d'Internet pour la recherche d'emploi et certains facteurs favorisant ou freinant l'adoption des services en ligne par les demandeurs d'emploi. Nos

1. La majorité des participants lit le détail des offres d'emploi en commençant par les contrats les plus précaires ou spécifiques, réservant les CDI pour un deuxième temps. Cet ordre de lecture revient à consulter en premier lieu les offres relevant d'un projet professionnel annexe ou alimentaire en attendant que le projet professionnel réel puisse aboutir ; l'investissement émotionnel est donc limité. Cette démarche permet de différer une confrontation à ses difficultés de recherche d'emploi, et se justifie au nom du réalisme et de l'efficacité. Ainsi Joseph « regarde en priorité les CDD à cause de [son] âge » et « [a] toujours l'espoir de trouver un contrat long. Je regarde dans un deuxième temps les postes en CDI ».

remarques portent sur trois domaines : les représentations du marché de l'emploi, les difficultés rencontrées par les chômeurs et les réponses qu'ils leur apportent pour tenter de maintenir leur proximité à l'emploi. L'utilisation d'Internet contribue d'abord à la formation progressive d'une image sombre du marché du travail par les chômeurs, les faisant passer d'un espoir de transparence à la nécessité de gérer la complexité et l'opacité, de l'illusion de l'existence d'un web de l'emploi unifié à la compréhension de la multiplicité des sites d'emploi et de la vision d'un libre-service où chacun serait indépendant à la réalité de la compétition pour les places. L'usage d'Internet s'avère complexe pour les demandeurs d'emploi à deux niveaux : celui de la complexité technique et sémantique des sites d'emploi et celui de la confrontation directe à l'absence de demande pour son profil ; les coûts cognitifs et émotionnels du recours à Internet ne sont donc pas nuls et motivent un usage moindre que celui volontiers prescrit par les interlocuteurs des chômeurs. Enfin, l'usage d'Internet participe au maintien de l'estime de soi et de la proximité à l'emploi en fournissant aux chômeurs des activités permettant de ressentir un sentiment d'efficacité personnelle et de structurer leur quotidien autour de routines et d'artefacts.

Ces conclusions ne sont pas sans portée pour les sites d'emploi. En effet, ces derniers sont souvent conçus selon un modèle de recrutement sous-jacent aux services en ligne de type *one-click-find*. Il semble que cette analogie avec le *one-click-buy* du commerce en ligne soit peu adaptée aux chercheurs d'emplois que nous avons observés, et qu'elle freine leur appropriation des outils qui leur sont proposés et leur donne initialement une image faussée d'un marché de l'emploi transparent, ce qui suscite ensuite de grandes déceptions. Les informations et services en ligne sont interprétés en fonction de la situation personnelle du demandeur, en particulier de sa proximité à l'emploi, et influent en retour sur cette situation.

De même, les discours commerciaux centrés sur la facilité d'usage des outils et la promesse d'une offre nombreuse éloignent en fait de l'emploi les publics fragiles, y compris les publics en ré-orientation professionnelle, notamment en proposant aux personnes une définition de soi limitée à leur expérience, souvent décalée du marché de l'emploi.

Cependant, les résultats ne peuvent être tenus pour représentatifs des comportements des chercheurs d'emploi vis-à-vis d'Internet pour la recherche d'emploi. De nombreuses études complémentaires seraient à mener afin d'obtenir une vision plus complète. Il s'agirait en particulier d'approfondir le rôle qu'Internet pourrait jouer dans le maintien et la régulation des dynamiques de recherche d'emploi en se focalisant sur la relation entre l'isolement social, la représentation du marché de l'emploi, l'image de soi et l'utilisation d'Internet. Cette étude permet également de conclure à une cer-

taine efficacité de la mise en collectif dans l'appropriation de l'internet et le maintien de l'estime de soi malgré les difficultés rencontrées en ligne. Il serait intéressant d'étudier la part du regroupement présenciel dans cette efficacité, en examinant la dynamique d'un groupe virtuel de recherche d'emploi et en testant différents outils et méthodes de partage d'information entre chercheurs d'emploi et d'animation d'un groupe de chercheurs d'emploi.

Références bibliographiques

- Bacache M., Paserot R., Peltan S. (1996), « Le chômage dans la carrière professionnelle : analyse économique d'un stigmate », Document de travail de la Direction de la prévision, n°96-11 (www.minefi.gouv.fr/Prevision/etudes/doctrav/96-11.pdf), repris dans *Problèmes économiques*, 2 509, 26 février 1997.
- Barber A.E., Daily C.L., Giannantonio C.M., Phillips J.M. (1994), « Job Search Activities: an Examination of Changes over Time », *Personnel Psychology*, 47, 739-765.
- Beauvallet G., Boughzala Y. (2007, à paraître), « La Dématérialisation des marchés publics, entre volontarisme politique affiché et transformation des pratiques réelles », in Assar Saïd et Boughzala I. (2007), *Administration électronique - constats et perspectives*, Paris, Collection technique et scientifique des télécommunications.
- Brockner J. (1988), *Self Esteem at Work: Research, Theory and Practice*. Lexington, MA, Lexington Books.
- Buyens D., De Witte K., Martens G. (2001), « Building a Conceptual Framework on the Exploratory Job Search », *Working Paper*, Université de Gent, B.
- Caska B. (1998), « The Search for Employment: Motivation to Engage in a Coping Behaviour », *Journal of Applied Psychology*, 28 (3), 206-224.
- Csikszentmihalyi M. (1990), *Flow: The Psychology of Optimal Experience*, New York, Harper and Row.
- Darity W., Goldsmith A.G. (1996), « Social Psychology, Unemployment and Macroeconomics », *Journal of Economics Perspectives*, 10, 121-140.
- Glueck W.F. (1974), « Decision Making: Organization Choice », *Personnel Psychology*, 27,77-93.
- Hollan J., Hutchins E., & Kirsch D. (2000), « Distributed Cognition: Toward a New Foundation for Human-Computer Interaction Research », *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 7(2), 174-196.
- Kuhn P., Skuterud M. (2004), « Internet Job Search and Unemployment Durations », *American Economic Review*, vol.94(1), p.218-232.
- Lazarus R.S., Folkman S. (1984), *Stress, Appraisal and Coping*, New York, NY, Springer.
- Lochard Y., Ughetto P., « Candidater et embaucher : le courrier de candidature comme dispositif de rencontre », ce volume.
- McFayden R.G., Thomas J.P. (1997), « Economic and Psychological Models of Job Search Behaviour of the Unemployed », *Human Relations*, Vol 5, N°12, 1461-1494.
- Neuville J.P. (2001), « Les bons "tuyaux" du marché de l'emploi – Internet peut il faire de "l'économie de la qualité" un marché ? », *Sociologie du travail*, 43, 349-368.

- Norman D. (1988), *The Design of Everyday Things*, New York, Doubleday Publishing Group.
- Savickas M. L. (2001), « Toward a Comprehensive Theory of Career Development: Dispositions, Concerns, and Narratives », in F. T. L. Leong & A. Barak (Eds.) *Contemporary Models in Vocational Psychology: A Volume in Honor of Samuel H. Osipow* (pp. 295-320), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schnapper D. (1981), *L'épreuve du chômage*, Paris, Editions Gallimard.
- Soelberg P.O. (1966), « Unprogrammed Decision Making », *Proceedings of the 26th Annual Meeting of the Academy of Management*, 3-16.
- Souchier E., Jeanneret Y., Le Marec J. (2003), (dir), *Lire, écrire, réécrire : objets signes et pratiques des médias informatisés*, Paris, BPI - Beaubourg, « Etudes et recherches ».
- Super D.E. (1953), « A Theory of Vocational Development », *American Psychologist*, 8, 185-190.

