

## Pratiques culturelles et usages d'internet

Olivier Donnat\*

### **Cultural Practises and Internet Uses**

#### Avant-propos

*Les milieux culturels ne peuvent ignorer que désormais un Français sur deux dispose d'une connexion à internet haut débit. L'exploitation inédite d'une partie de l'enquête TIC réalisée par l'INSEE offre une première image générale des liaisons entre pratiques culturelles et pratiques numériques, dont on peut tirer plusieurs enseignements : ces pratiques vont globalement de pair plus qu'elles ne se substituent, sauf pour la télévision ; elles s'intensifient selon les mêmes facteurs (âge, éducation, revenus...), et la règle du cumul y prévaut dans les deux cas.*

*Aussi, voit-on se dégager à l'échelle de la population française plusieurs constellations. D'abord, une population équipée peu engagée dans la culture traditionnelle comme dans le numérique. Un public aux pratiques juvéniles intenses surtout pour la communication et peu versé dans les pratiques culturelles traditionnelles. Des publics plus âgés engagés à la fois dans les pratiques culturelles classiques et dans les pratiques numériques.*

*Jusqu'à présent, la structure générale des pratiques culturelles n'apparaît pas bouleversée, mais qu'en sera-t-il avec l'entrée dans la vie adulte des natifs du numérique et le vieillissement des autres ?*

P. C.

Nos modes de vie et de consommation se trouvent profondément transformés par le développement rapide d'internet en raison de la nature même de ce « média à tout faire », qui permet à la fois d'accéder aux œuvres du passé le plus lointain et aux programmes de la radio et de la télévision, de diffuser et de partager ses propres images, textes ou musiques, de communiquer de vive voix ou par écrit et d'accomplir certaines des tâches les plus triviales de la vie quotidienne.

Le fait que désormais près de la moitié des ménages disposent chez eux d'une connexion, associé aux effets de la numérisation, constitue un réel défi pour l'approche traditionnelle des pratiques culturelles, car cela met en question plus ou moins radicalement la plupart des catégories et partages qui permettaient jusqu'alors d'appréhender les activités culturelles : en effet le découpage par domaines ou filières est rendu en partie caduc par la diffusion de la culture numérique où textes, images et musiques sont souvent imbriqués, le clivage amateur/professionnel devient plus incertain, et surtout la cohérence des activités culturelles qui étaient en général étroitement associées à un support physique ou à un lieu – le domicile pour la télévision, les établissements culturels pour la fréquentation des œuvres, etc. – se trouve fortement ébranlée. Pour ne prendre que quelques exemples, il y a quelques années encore, c'est-à-dire avant la numérisation et la généralisation des appareils nomades (micro, téléphones, lecteur MP3...), écouter de la musique renvoyait aux disques et cassettes qu'on écoutait chez soi, lire aux livres et à la presse papier, regarder un programme télévisé au petit écran du salon, voir un tableau aux musées, etc. Désormais, rares sont les pratiques culturelles ou médiatiques qui se laissent ainsi facilement réduire à l'équation simple « une activité = un support ou un média + un lieu ».

D'où un certain trouble de l'appareil statistique, qui éprouve d'autant plus de difficultés à faire évoluer ses nomenclatures et à mettre en place des dispositifs pérennes de mesure que les usages d'internet tar-

\* Avec la collaboration de Nathalie Berthomier pour les traitements statistiques.

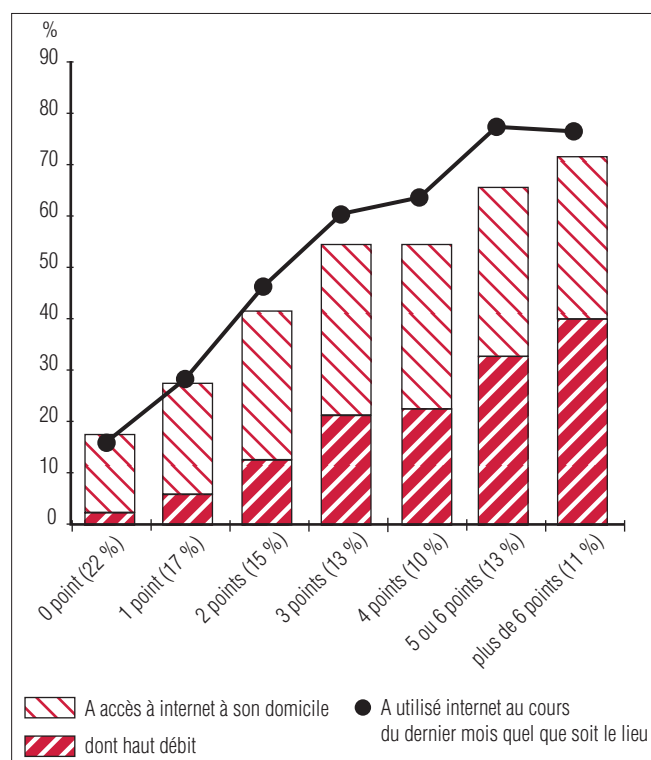
dent à se stabiliser. Trouble persistant, alors que les médias ne cessent de surenchérir sur la révolution numérique, avec une tendance « naturelle » à hypertrophier certains phénomènes marginaux, en suggérant implicitement que leur logique de diffusion est inexorable, ou à les présenter comme résolument novateurs faute de mise en perspective historique. Aussi, l'image que nous avons des utilisations de ce nouveau « média à tout faire » est-elle souvent partielle ou déformée, et il est aujourd'hui bien difficile d'avoir une idée précise de l'importance réelle des usages culturels et de leur dynamique, et par conséquent d'anticiper leurs effets sur les pratiques culturelles et médiatiques « traditionnelles<sup>1</sup> ».

Le travail dont nous présentons ici les principaux résultats<sup>2</sup> propose une analyse des liens qui sont en train de se tisser entre nouveaux et anciens modes d'accès à l'art et à la culture. En s'attachant à comprendre à la fois comment les usages d'internet s'intègrent dans les univers culturels qui leur préexistaient et comment ils peuvent contribuer à leur transformation, il fournit – nous l'espérons – des éléments de nature à une meilleure identification des grandes lignes de la reconfiguration en cours.

## UN USAGE QUI AUGMENTE AVEC LE NIVEAU DE PRATIQUES CULTURELLES...

Premier constat : à l'échelle de la population française, la probabilité d'être internaute croît régulièrement avec le niveau général de participation aux pratiques culturelles traditionnelles. Le graphique 1 le montre de manière très nette : l'accès à internet à domicile comme l'usage au cours du dernier mois, quel que soit le lieu (domicile, travail, lieu public, etc.) augmentent régulièrement en fonction du score obtenu sur un indicateur synthétique traduisant les comportements en matière de lecture de livres, de fréquentation d'équipements culturels (salles de cinéma, de théâtre, de concert, et musées

Graphique 1 – Accès à internet et niveau global de pratiques culturelles



Source : DEPS

ou expositions) et de pratique en amateur d'activités artistiques<sup>3</sup>.

En descendant au niveau de chacune des activités retenues pour construire l'indicateur global, on se rend compte que l'engagement dans les pratiques culturelles traditionnelles et le rapport à internet sont liés de manière différente selon les cas (voir graphiques 2) : pour la lecture de livres ou la pratique en amateur d'activités artistiques, le fait d'être non pratiquant est fortement associé au fait de ne jamais avoir eu de contact avec internet, mais l'intensité de la pratique a peu d'influence : ainsi, par exemple, la probabilité d'être un internaute actif est sensiblement la même qu'on soit un faible lecteur (1 à 5 livres par an) ou un fort lecteur (25 livres et plus par an). En revanche, dans le cas de la fréquentation des équipements culturels, la proportion d'internautes augmente régulièrement avec le rythme de pratique tant dans le cas des théâtres ou

1. Par commodité, nous utiliserons dans la suite du texte le terme de « traditionnelles » sans guillemets, pour désigner les activités culturelles et médiatiques qui existaient avant l'arrivée d'internet.

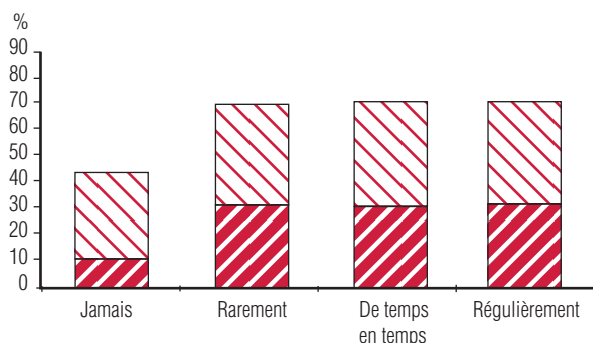
2. Les données présentées ici sont issues de la partie variable de l'enquête permanente sur les conditions de vie des ménages (EPCV) intitulée « Technologies de l'information et de la communication », que l'Insee a réalisée en octobre 2005 en interrogeant 5 603 personnes représentatives de la population métropolitaine âgée de 15 ans et plus. Elle repose sur les données qui n'ont pas fait l'objet d'une analyse. Pour une présentation des principaux résultats de cette enquête, voir Yves Frydel, « Internet au quotidien : un Français sur quatre », *Insee Première*, n° 1076, mai 2006 ([www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1076/ip1076.htm](http://www.insee.fr/fr/ffc/ipweb/ip1076/ip1076.htm)).

3. Cet indicateur synthétique qui traduit l'engagement global dans les pratiques culturelles traditionnelles a été construit à partir de six activités culturelles : la lecture de livres, la pratique en amateur d'activités artistiques, la fréquentation des salles de cinéma, de théâtre, de concert et celle des musées. Pour chacune de ces activités, on a attribué 0 point à ceux qui ne l'avaient pas pratiquée au cours des 12 derniers mois, 1 point en cas de pratique faible ou occasionnelle et 2 points pour une pratique régulière. Le score maximum qui pouvait être obtenu était par conséquent de 12 points

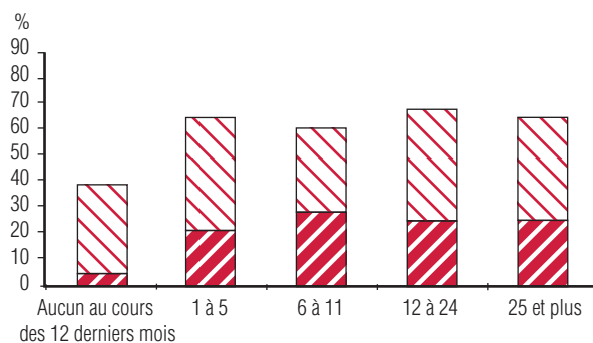
**Graphiques 2 – Usage d'internet en fonction...**

A utilisé internet au cours du dernier mois quel que soit le lieu
  dont tous les jours ou presque

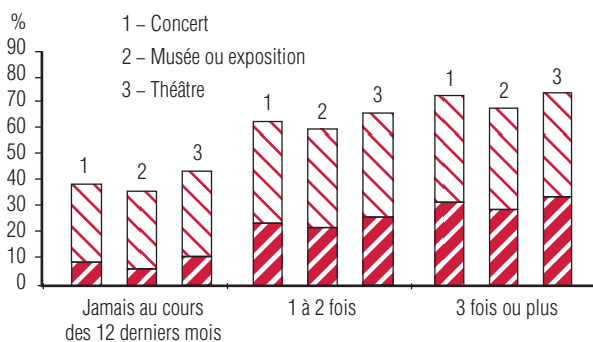
**... de la pratique en amateur d'activités artistiques**



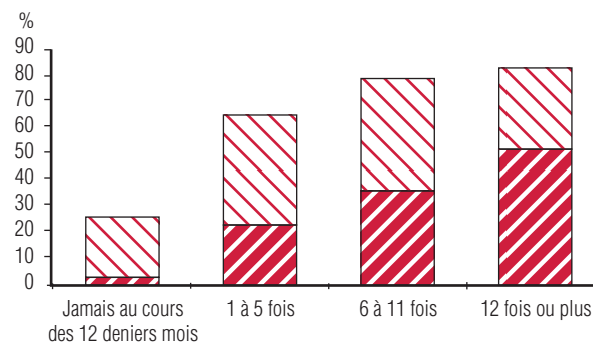
**... du nombre de livres lus**



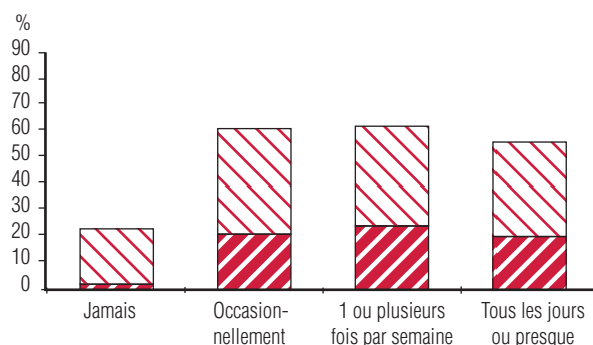
**... de la fréquentation d'équipements culturels**



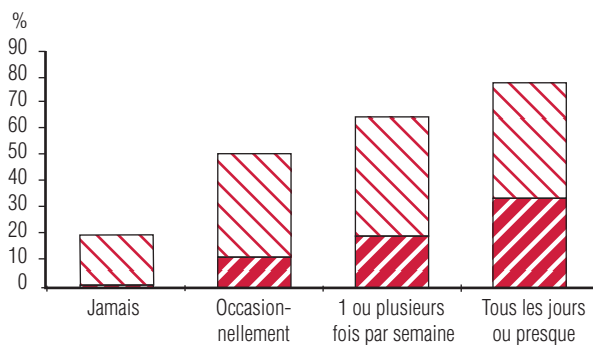
**... de la fréquentation des salles de cinéma**



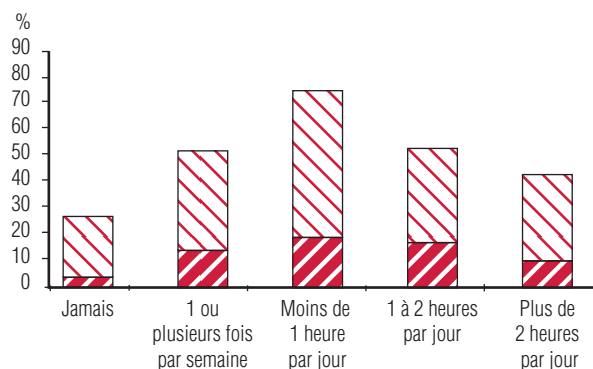
**... de l'écoute de vidéo ou DVD**



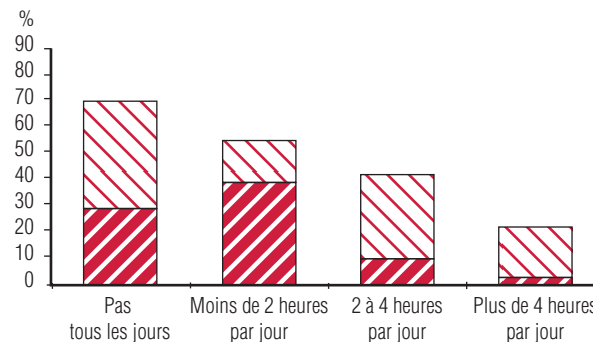
**... de l'écoute de musique enregistrée**



**... de la durée d'écoute de la radio**



**... de la durée d'écoute de la télévision**



Source : DEPS

des concerts que des musées ou des expositions ; et cela est encore plus net dans le cas de la fréquentation des salles de cinéma : 83 % des personnes s'étant rendues dans une salle au moins une fois par mois sont internautes (61 % ont un usage quotidien) contre 64 % de celles qui y sont allées entre une et cinq fois.

Notons d'ailleurs que la propension à se rendre sur internet pour des raisons non professionnelles apparaît beaucoup plus liée au fait de fréquenter les salles de cinéma qu'à celui de regarder des vidéos ou des DVD chez soi, ce qui révèle une des profondes originalités de ce nouveau média : bien qu'utilisé très largement à domicile – les connexions sur appareils nomades restant à ce jour encore limitées –, il apparaît plutôt lié à la « culture de sortie » dont sont porteuses les fractions jeunes et diplômées de la population, celles dont le mode de loisirs est le plus tourné vers l'extérieur du domicile et la sociabilité amicale.

### ... ET QUI BAISSÉ AVEC LA CONSOMMATION DE TÉLÉVISION

Si la proportion d'internautes augmente régulièrement avec la fréquence d'écoute de musique enregistrée, à peu près comme elle le faisait avec la fréquentation des salles de cinéma, les choses sont différentes pour la radio et la télévision : dans le premier cas, c'est parmi les auditeurs réguliers dont la durée d'écoute est faible (moins de 1 heure/jour) et dans le second, parmi les faibles consommateurs de programmes télévisés qu'on retrouve le plus d'internautes ; mieux, la proportion d'internautes décroît régulièrement à mesure que le temps passé devant le petit écran augmente, alors que – nous venons de le voir – elle a plutôt tendance à augmenter pour toutes les autres pratiques culturelles et médiatiques.

On retiendra donc en première analyse qu'à l'échelle de la population française, l'usage d'internet apparaît comme une activité domestique étroitement associée à l'intérêt manifesté pour l'art et la culture en général, à l'inverse de la télévision dont la durée d'écoute diminue à mesure que la participation culturelle augmente. Ceci suffit à montrer combien ces deux médias fonctionnent sur des registres différents et concernent des publics aux

attentes différentes ; aussi est-il difficile de considérer qu'ils sont directement rivaux, même s'il existe bien entendu certaines formes de concurrence, notamment sur le terrain de l'affectation du temps libre, sans parler de celui des recettes publicitaires.

Il n'est pas facile de statuer avec certitude sur la nature du lien observé entre l'intérêt pour les pratiques culturelles traditionnelles et celui manifesté à l'égard d'internet. Il apparaît en effet légitime de considérer que le premier entraîne le second puisqu'il est établi depuis longtemps que la logique du cumul l'emporte souvent dans le domaine culturel : les « publics de la culture » – c'est-à-dire des personnes dont l'intérêt pour l'art et la culture est le plus marqué et la fréquentation des lieux culturels la plus régulière – ont tendance à s'emparer de toute innovation leur permettant d'élargir la palette de leurs préférences ou d'approfondir leurs centres d'intérêt, et c'est ainsi manifestement qu'ils ont pour la majorité d'entre eux appréhendé internet. Mais il paraît tout autant possible de soutenir l'idée que la « nature » même de nouvel outil incite à la découverte, aiguise la curiosité, fait découvrir des activités ou des domaines ignorés, bref peut contribuer au renforcement de l'intérêt pour la culture. Autrement dit, un usage régulier d'internet peut être la conséquence d'un intérêt préalable pour la culture tout en étant aussi à l'origine de son renforcement. Seules, des enquêtes longitudinales qui auraient pris la mesure des pratiques culturelles des internautes avant qu'ils ne s'équipent puis suivi leur évolution au fil du temps auraient permis de trancher cette question. Constatons donc simplement que les internautes – notamment ceux qui se montrent les plus actifs – présentent à l'échelle de la population française un profil très proche de celui des « publics de la culture ».

### PROFIL DES INTERNAUTES ET INTÉRÊT POUR LA CULTURE

Les principaux facteurs favorisant l'accès à internet sont aujourd'hui connus<sup>4</sup>, et sur ce point les chiffres de la première colonne du tableau 1 (page ci-contre) ne font que les rappeler : le fait d'être un homme, d'appartenir aux jeunes générations – les 15-24 ans sont les plus équipés et on sait que la pré-

4. Voir notamment Régis BIGOT, *La diffusion des technologies de l'information dans la société française*, Crédoc, novembre 2006.

sence d'enfants et adolescents augmente les chances d'équipement au sein du ménage –, de disposer d'un revenu et plus encore d'un niveau de diplôme élevés, d'habiter la région parisienne figurent au premier rang des facteurs qui poussent à doter son foyer d'une connexion.

Ces mêmes facteurs jouent en général également au plan de la fréquence et de la diversité des usages : une fois équipés, les hommes sont plus souvent utilisateurs, de même que les jeunes, les diplômés de l'enseignement supérieur et les personnes habitant seules. Ce qu'on appelle commu-

**Tableau 1 – Les déterminants de l'équipement et de l'usage d'internet**

	Proportion disposant d'internet à domicile	Écart par rapport à la situation de référence (ref) <sup>1</sup>	Proportion ayant utilisé internet le dernier mois	Écart par rapport à la situation de référence (ref) <sup>2</sup>
<b>Total 15 ans et plus</b>	<b>43</b>		<b>84</b>	
<b>Sexe</b>				
Homme	45	1,4 ***	87	1,8 ***
Femme	41	ref	81	ref
<b>Âge</b>				
15-24 ans	62	1,5 ***	98	2,5 ***
25-34 ans	53	0,8	97	1,9 **
35-44 ans	56	ref	86	ref
45-54 ans	51	1,1	71	0,4 ***
55-64 ans	33	0,6 ***	68	0,3 ***
65 ans ou plus	10	0,2 ***	51	0,1 ***
<b>Diplôme</b>				
Aucun diplôme ou CEP	16	0,5 ***	55	0,5 ***
BEPC, CAP, BEP	44	ref	79	ref
Bac ou équivalent	56	1,6 ***	91	1,6 ***
Supérieur au bac	73	2,7 ***	94	2,7 ***
<b>Niveau de vie</b>				
1 <sup>er</sup> quartile	25	0,7 ***	79	0,8
2 <sup>e</sup> quartile	37	ref	81	ref
3 <sup>e</sup> quartile	48	1,3 ***	86	1,1
4 <sup>e</sup> quartile	62	2,0 ***	86	0,7 **
<b>Taille de l'unité urbaine</b>				
Commune rurale	37	1,0	82	0,9
UU 100 000 habitants et moins	38	ref	84	ref
UU plus de 100 000 habitants	45	1,2 **	82	0,9
Paris et agglomération parisienne	58	1,8 ***	86	1,3
<b>Situation de famille</b>				
Personne seule	19	0,2 ***	92	2,7 ***
Famille monoparentale	35	0,4 ***	84	0,9
Couple sans enfant	31	0,5 ***	81	1,9 ***
Couple avec au moins un enfant	61	ref	84	ref
Autre type de ménage	39	0,6 ***	72	1,0
<b>Niveau d'engagement dans la vie culturelle</b>				
0-1 point	22	0,5 ***	68	0,6 ***
2-3 points	54	ref	84	ref
4-5 points	63	1,2 **	90	1,6 **
6 points et plus	70	1,7 ***	91	1,6 **

1. Régression logistique sur le fait de disposer ou non d'une connexion internet à son domicile (base : 5 603 individus de 15 ans et plus).

2. Régression logistique sur le fait d'avoir utilisé ou non internet quand on dispose d'une connexion (base : 2 124 individus vivant dans un ménage équipé).

Pour lire ce tableau : 45 % des hommes disposent d'une connexion internet à domicile contre 41 % de femmes. Les résultats de la régression logistique (odds-ratios figurant dans les colonnes « Écart... ») montrent que le fait d'être un homme multiplie par 1,4 les chances d'être connecté « toutes choses étant égales par ailleurs ». Par ailleurs, 87 % des hommes connectés ont utilisé internet au cours du dernier mois contre 81 % de femmes, et le fait d'être un homme, une fois équipé, multiplie par 1,8 les chances de devenir un internaute actif. Les coefficients suivis de \*\*\* sont significatifs au seuil de 1 %, ceux suivis de \*\* au seuil de 5 %.

Source : DEPS



nément la « fracture numérique » se joue en effet aussi au niveau des usages. Le profil des 16 % de non-utilisateurs vivant dans un foyer équipé est dans l'ensemble très proche de celui des personnes non équipées : ce sont le plus souvent des hommes et plus encore des femmes de plus de 45 ans faiblement diplômés ; ces non-utilisateurs sont un peu moins nombreux quand le foyer dispose du haut débit mais guère moins (14 %), ce qui vient rappeler qu'au-delà des inégalités d'équipement et d'accès, des obstacles d'ordre identitaire ou cognitif peuvent être à l'origine d'un manque d'appétence à l'égard de ce nouvel outil domestique.

D'ailleurs, les réponses des internautes à la question de savoir ce qui leur manquerait le plus s'ils ne pouvaient plus utiliser un micro-ordinateur confirment qu'une partie d'entre eux n'éprouve pas d'intérêt pour internet : ainsi, par exemple, 12 % des internautes équipés du haut débit répondent « rien » ou « rien de spécial », et ce sont là encore des personnes de 45 ans et plus faiblement diplômées (voir tableau 2, page 10).

Le tableau 1 rappelle par ailleurs ce qu'illustre le graphique 1 (page 2), à savoir que l'intérêt pour internet est fortement corrélé au niveau de pratiques culturelles traditionnelles, tant au plan de l'équipement que de l'usage. Reste à établir si cette relation renvoie simplement au fait que l'un et l'autre sont gouvernés par les mêmes déterminants sociaux ou si le fait de faire partie des « publics de la culture » augmente réellement, pour une situation donnée, les chances de devenir internaute. C'est ce que nous avons demandé à une analyse de type « toutes choses étant égales par ailleurs », dans laquelle nous avons cherché à contrôler les effets des principales variables sociodémographiques ayant une influence sur le rapport à internet.

Les résultats confirment le rôle déterminant, tant au plan de l'équipement que de l'usage, que jouent l'âge, les niveaux de revenu et surtout de diplôme, et dans une moindre mesure le fait d'être un homme ; le fait de vivre en couple avec des enfants et celui de vivre en région parisienne jouent seulement au niveau de l'équipement. Mais surtout, les résultats attestent que l'intensité de l'intérêt pour la culture exerce bel et bien une influence « en soi » tant au plan de l'équipement que de l'usage : ainsi, par exemple, si l'on considère une personne faisant partie de ce qu'il est convenu d'appeler les « publics de la culture » (score supérieur à six points sur le score global d'engagement dans les pratiques culturelles traditionnelles, voir *supra* note 3, page 2), sa

probabilité de disposer d'internet est multipliée par 1,7 par rapport à une autre personne ayant les mêmes caractéristiques de sexe, d'âge, de niveau de vie, de diplôme, de lieu d'habitation et de catégorie de ménage mais ayant un engagement seulement moyen (2 ou 3 points sur ce même score) ; et, à équipement équivalent, ses chances d'être un(e) internaute actif sont multipliées par 1,6.

## UNE COMBINAISON DE TROIS SÉRIES DE FACTEURS

Au final, il apparaît que la diffusion d'internet dépend pour l'essentiel de la combinaison de trois séries de facteurs qui jouent d'abord au niveau de l'équipement avant de jouer au niveau de la fréquence et de la diversité des usages.

- Être jeune ou plus exactement faire partie des jeunes générations constitue à l'évidence un avantage essentiel : les 15-24 ans sont les plus nombreux à disposer d'une connexion et à l'utiliser fréquemment. Ceci ne surprendra pas, à la fois parce que les jeunes sont en quelque sorte « par nature » portés à s'emparer des innovations technologiques et qu'ils ont souvent été encouragés à investir ce nouveau média par des parents soucieux de les « arracher » à la fascination de la télévision. Plus généralement, les résultats conduisent à distinguer trois attitudes générationnelles à l'égard d'internet qui tiennent en grande partie à la position occupée dans le cycle de vie au moment de son émergence : celle des moins de 25 ans qui se sont massivement emparés de ce nouveau moyen de distraction, de communication et d'accès à l'information apparu alors qu'ils n'avaient pas encore atteint l'âge adulte ; celle des 25-55 ans qui l'ont aussi assez largement intégré dans leur univers de loisir, d'autant plus facilement que beaucoup d'entre eux avaient eu l'occasion de le découvrir dans le cadre professionnel ou par l'intermédiaire de leurs enfants ; celle enfin des retraités qui sont restés assez largement à l'écart du processus d'équipement.

- Les niveaux de ressources économiques et surtout socioculturelles exercent toujours une influence importante, même si la fracture numérique a eu tendance à se réduire ces dernières années. Disposer d'un niveau de revenus élevé contribue bien entendu à lever l'obstacle du prix au niveau de l'équipement, et être doté d'un niveau de diplôme élevé favorise l'accès et plus encore l'appropriation des diverses fonctionnalités offertes par internet. Ainsi,

nombreux sont les facteurs qui expliquent que les cadres et professions intellectuelles supérieures utilisent internet plus que les autres catégories socio-professionnelles pendant leur temps libre : ils en sont plus souvent utilisateurs dans le cadre professionnel et peuvent transférer le savoir-faire ainsi acquis dans celui des loisirs, et ils ont en général un mode de loisirs plus « actif » et plus diversifié que la moyenne tout en disposant de compétences et de références qui favorisent une utilisation diversifiée et maîtrisée des opportunités offertes par le nouveau « média à tout faire ».

- Enfin, un niveau élevé de pratiques culturelles traditionnelles constitue, « toutes choses étant égales par ailleurs », un atout important, car cela conduit en général à appréhender internet comme un outil permettant de faciliter l'accès aux œuvres et à l'information et d'enrichir son univers culturel. Le fait d'avoir un *hobby*, un intérêt ou même une simple curiosité pour la culture en général ou pour une activité en particulier constitue « en soi », à âge et niveau socioculturel donnés, un facteur qui non seulement favorise l'équipement mais aussi les usages, surtout dans les générations les plus anciennes.

On mesure les effets de ces trois séries de facteurs en observant le profil des internautes qui tirent le plus grand profit des opportunités offertes par internet : les 33 % d'internautes haut débit dont les comportements en ligne sont les plus diversifiés (au moins dix usages dans la liste de 23 que comptait le questionnaire) sont souvent des hommes plutôt jeunes, titulaires d'un diplôme de second ou troisième cycle, avec un niveau élevé d'engagement dans les pratiques culturelles traditionnelles.

## LA LOGIQUE DU CUMUL PRÉDOMINE EN MATIÈRE D'USAGES

Pour tenter de rendre compte de manière synthétique des comportements des internautes<sup>5</sup>, une analyse de leurs réponses aux questions portant sur les 23 types d'usages identifiés dans l'enquête a été menée, dont le graphique 3 donne une représentation simplifiée des résultats (voir page 8).

La première dimension du plan factoriel traduit le caractère cumulatif des usages et oppose ceux qui l'utilisent comme un « média à tout faire », le plus souvent quotidiennement, à ceux qui en ont un usage à la fois moins fréquent et moins diversifié. Si la nature de cette opposition est habituelle – la logique du cumul est souvent dominante en matière d'usages du temps libre et de consommations culturelles –, il convient d'en souligner la force exceptionnelle : aucun usage ne s'inscrit en opposition à d'autres, tous sont positivement corrélés entre eux.

Les internautes occasionnels ne se distinguent par aucun usage spécifique, mais plutôt par le fait de ne pas faire ce que tous les autres font, à savoir échanger des courriels et rechercher des informations (ce sont les deux usages les plus proches du croisement des axes sur le graphique 3). Ils n'utilisent qu'une faible partie des potentialités offertes par internet, et d'ailleurs de manière moins systématique que les internautes assidus : ils ne font rien que ces derniers ignorent et font moins (ou pas du tout) ce qu'ils font.

La diversité des usages est donc étroitement liée à la fréquence : les internautes qui se connectent tous les jours font tout plus que les autres. Ceci est logique mais non trivial puisqu'on pourrait très bien imaginer que des passionnés aient un usage intensif d'une des fonctions d'internet, tout en ignorant la plupart des autres opportunités offertes par ce média.

Le graphique révèle en outre qu'un usage quotidien d'internet n'est pas toujours associé à une durée élevée : ceux qui passent le plus de temps devant l'écran de leur micro (15 heures ou plus par semaine) ont tendance à privilégier les jeux en ligne, la communication (messagerie instantanée, forums et chats) et le téléchargement de programmes<sup>6</sup>. Le temps passé sur la toile dépend en effet beaucoup plus de la nature des usages : on peut très bien envoyer chaque jour des courriels, consulter la presse ou son compte en banque sans y consacrer beaucoup de temps, à la différence de jouer ou de participer à des chats ou des forums, activités qui – nous venons de le voir – sont en général le fait d'internautes passant beaucoup de temps devant leur écran.

5. Pour neutraliser les effets liés à la nature de la connexion, l'analyse a été menée sur la seule population des internautes équipés du haut débit et s'étant connectés pour des raisons non professionnelles au moins une fois au cours du dernier mois, soit 27 % de la population enquêtée.

6. On notera d'ailleurs que le point relatif au téléchargement de programmes est sur le graphique 3 très proche de celui des « 15H et plus » : télécharger des programmes est l'activité la plus caractéristique des internautes (masculins en général) passant le plus de temps devant l'écran de leur micro-ordinateur.





L'axe vertical renvoie pour l'essentiel aux comportements relativement spécifiques des jeunes internautes. Ces derniers sont en effet à la fois très portés sur les fonctionnalités liées à la communication interpersonnelle (messageries instantanées, chats et forums), aux jeux, à la musique et aux films et peu intéressés par celles qui concernent la gestion de la vie quotidienne (ils sont en retrait sur tous les usages situés dans la partie inférieure droite du graphique 3). Aussi s'opposent-ils d'une part aux autres internautes qui se connectent tous les jours mais qui sont plus avancés dans le cycle de vie, et donc plus en phase avec ces usages<sup>7</sup>, d'autre part à tous ceux – parfois leurs parents ou leurs grands-parents... – qui ont un rapport à la fois moins investi et moins diversifié à internet. L'originalité des comportements en ligne des 15-24 ans renvoie par conséquent à la fois aux propriétés traditionnelles de la période de la vie qu'ils traversent – importance des activités ludiques et de la communication interpersonnelle liée à la sociabilité amicale et en même temps faible niveau de prise en charge de l'organisation de la vie matérielle – et à celles de la génération à laquelle ils appartiennent dont l'univers culturel est principalement organisé autour de la musique et de l'image.

On soulignera que les usages culturels d'internet, loin de constituer un ensemble homogène, apparaissent en opposition sur l'axe vertical du graphique 3 : les usages relatifs à la musique et aux films sont situés dans la partie supérieure droite et ceux qui concernent la presse et la fréquentation de musées ou d'expositions en ligne dans la partie inférieure, à côté des activités de gestion en ligne de la vie quotidienne. Le fait d'écouter ou de télécharger de la musique ou des films et celui de visiter en ligne des musées ou des expositions sont même les deux usages de la liste les moins corrélés<sup>8</sup> : pratiquer l'un des deux reste sans effet sur la probabilité de faire l'autre.

Les comportements en ligne, en réalité, s'inscrivent dans le paysage des pratiques culturelles pré-numériques et contribuent à renforcer l'opposition, centrale depuis les années 1980, entre les univers culturels plutôt organisés autour de l'audiovisuel (musique, cinéma, télévision...) caractéristiques des

jeunes générations, et les univers culturels plus centrés sur l'imprimé<sup>9</sup>.

Ainsi, en première analyse, les usages d'internet apparaissent-ils organisés autour de trois pôles principaux :

- les fonctions d'échange de courriels, d'information et de documentation constituent en quelque sorte « l'internet de base ». Elles sont utilisées par la grande majorité des internautes, même les occasionnels : ainsi, par exemple, 55 % de ceux qui se sont connectés moins d'une fois par semaine au cours du dernier mois l'ont fait pour rechercher des informations sur des biens et services et 43 % pour faire de la recherche documentaire ;
- les usages situés dans la partie supérieure droite du graphique 3 contribuent au renforcement de l'univers culturel juvénile. S'ils constituent une propriété relative des 15-24 ans, sans qu'on puisse faire la part de ce qui relève des effets de génération et du cycle de vie, ils ne concernent pas uniformément tous les jeunes : le fait de jouer est nettement masculin et concerne plutôt des personnes faiblement diplômées, de même qu'écouter ou télécharger de la musique ou un film ; le fait de vivre seul ou dans une famille monoparentale favorise (« toutes choses égales par ailleurs ») le recours à la messagerie instantanée et plus encore la participation à des chats ou forums ;
- les usages liés à l'organisation de la vie quotidienne (administration, banque, préparation des vacances, achat de biens et services...), situés dans la partie inférieure droite, sont plutôt le fait d'internautes assidus d'âge intermédiaire, appartenant aux milieux favorisés et ayant un engagement important dans la culture, autant de propriétés qui font du temps une ressource particulièrement rare. De ce point de vue, la consultation en ligne de presse et, dans une moindre mesure, celle de musées ou d'expositions répond à la même logique d'usages.

7. Si on compare les comportements des internautes de 15-24 ans à ceux de la tranche d'âge immédiatement supérieure (les 25-34 ans), les écarts les plus importants concernent les usages suivants : participer à des chats ou forums (38 % contre 17 %), jouer ou télécharger des jeux (41 % contre 23 %), utiliser une messagerie instantanée (73 % contre 49 %) et écouter, voir ou télécharger de la musique ou des films (67 % contre 43 %). Par contre, les premiers sont nettement en retrait sur l'achat de biens et services (31 % contre 58 %) et la consultation des comptes bancaires (30 % contre 65 %).

8. À noter que la visite de musées ou d'expositions est le seul usage de la liste qui augmente avec l'âge des internautes.

9. Voir Olivier DONNAT, *Les Français face à la culture*, Paris, La Découverte, 1994.

## ET SI L'ON REVENAIT À LA RÉALITÉ PRÉ-NUMÉRIQUE ?

Les réponses des internautes à la question de savoir ce qui leur manquerait s'ils étaient privés de leur micro-ordinateur apportent d'ailleurs un éclairage parfaitement concordant avec les enseignements de l'analyse factorielle (voir tableau 2).

En effet, si 12 % des internautes équipés du haut débit répondent spontanément « rien de spécial », avouant qu'ils pourraient très bien se passer de leur

micro-ordinateur, 14 % répondent au contraire « tout », refusant d'isoler une fonction particulière et confirmant ainsi ce que laissait percevoir le caractère cumulatif des usages, à savoir que la multifonctionnalité d'internet constitue bien un des facteurs essentiels de son succès. Les résultats confirment par ailleurs que les fonctionnalités auxquelles les usagers sont le plus attachés concernent la communication (25 %) et la recherche d'informations (20 %), qui totalisent presque la moitié des réponses.

**Tableau 2 – Si vous deviez ne plus utiliser de micro-ordinateur, qu'est-ce qui vous manquerait le plus ?**

Base : 1357 personnes disposant du haut débit à domicile et ayant utilisé internet au cours du dernier mois

	Rien de spécial	Tout	Travail, études	Vie pratique	Recherche d'informations	Communication	Jouer	Culture (musique, photo, vidéo...)
<b>Total 15 ans et plus</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>12</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>8</b>
<b>Sexe</b>								
Homme	12	16	4	12	17	21	7	10
Femme	11	12	4	13	22	29	2	6
<b>Âge</b>								
15-24 ans	4	11	3	6	15	38	9	14
25-34 ans	10	16	3	12	23	20	5	9
35-44 ans	15	13	6	17	24	17	3	5
45-54 ans	23	14	5	14	18	19	2	4
55-64 ans	13	17	5	14	19	26	1	5
65 ans ou plus	16	12	0	26	21	17	4	5
<b>Diplôme*</b>								
Aucun diplôme, CEP	25	20	5	10	15	12	9	5
BEPC	20	17	5	6	16	24	4	7
CAP	14	0	15	18	17	6	10	
Bac ou équivalent	13	15	3	17	22	17	2	11
1 <sup>er</sup> cycle	16	13	6	14	20	19	6	6
2 <sup>e</sup> -3 <sup>e</sup> cycle	6	15	6	16	21	28	2	5
<b>Situation de famille</b>								
Personne seule	8	14	6	11	19	27	4	11
Famille monoparentale	6	15	3	8	17	31	10	10
Couple sans enfant	12	14	3	17	22	21	3	8
Couple avec au moins un enfant	13	14	4	12	19	26	4	8
Autre type de ménage	10	14	5	17	22	14	11	4
<b>Niveau d'engagement dans la vie culturelle</b>								
0 point	34	12	6	11	10	9	7	9
1 point	23	12	5	13	16	13	7	10
2 points	17	10	2	17	18	20	6	9
3 points	17	13	7	11	17	21	7	6
4 points	10	13	5	17	18	20	7	9
5 ou 6 points	11	14	7	12	18	23	3	11
7 points et plus	10	13	5	15	18	25	3	9

\* Les élèves/étudiants sont exclus

Source : DEPS

Dans l'ensemble, les réponses varient relativement peu en fonction des critères socio-démographiques usuels ou de l'engagement dans la vie culturelle, même si plusieurs tendances générales déjà observées se dégagent : les hommes sont plus nombreux à répondre « tout » et à citer les jeux et la culture (la musique et la photo), alors que les femmes évoquent plus souvent la recherche d'informations et surtout la communication, ce qui est normal quand on sait qu'elles attachent plus d'importance aux relations interpersonnelles et qu'elles assuraient avant l'arrivée d'internet une grande partie des échanges épistolaires ou téléphoniques au sein des familles<sup>10</sup> ; les internautes les plus âgés (65 ans et plus) accordent une importance particulière aux fonctionnalités liées à la vie pratique ; enfin, la propension à privilégier les usages culturels apparaît assez largement indépendante du niveau d'engagement dans les pratiques culturelles traditionnelles.

Les personnes dont l'engagement dans les pratiques culturelles traditionnelles est le plus important se caractérisent en effet plus par la fréquence et surtout la diversité de leurs comportements en ligne (ils sont d'ailleurs moins nombreux à répondre « rien de spécial ») que par l'importance qu'ils accordent aux usages culturels : leurs comportements en ligne comme leurs déclarations sur les fonctions d'internet auxquelles ils sont le plus attachés montrent que c'est par l'importance qu'ils accordent aux fonctions de communication qu'ils se distinguent le plus des autres internautes.

En effet, si l'on détaille les comportements en ligne de ces « publics de la culture » (les 11 % de la population totale ou les 20 % des internautes ayant obtenu un score supérieur à 6 points sur l'indicateur synthétique présenté note 3, page 2), c'est avant tout la diversité de leurs usages qui retient l'attention : ils font tout plus que la moyenne, à l'exception de jouer à des jeux en ligne et utiliser la messagerie instantanée où ils sont légèrement en retrait par rapport aux autres internautes. Pour le

reste, ils sont en pointe pour des usages culturels comme lire de la presse ou visiter des musées/expositions en ligne, mais tout autant pour les fonctions de communication (courriels) et de facilitation de la vie pratique comme payer des factures en ligne ou acheter des biens ou services, qu'ils soient culturels ou non : ainsi par exemple, l'engagement dans la vie culturelle apparaît-il plus lié à l'achat de vacances qu'à l'achat de livres ou de musique ou de films.

Ceci ne saurait surprendre si l'on se rappelle qu'à l'échelle de la population française, le fait de manifester un intérêt soutenu pour la culture est souvent associé à un fort investissement dans la vie professionnelle, une sociabilité extra-familiale importante et un mode de loisir actif organisé autour d'activités extérieures au domicile (n'oublions pas, par exemple, qu'en général sport et culture vont de pair<sup>11</sup>, de même que tourisme et fréquentation des équipements culturels). Autant d'éléments qui contribuent à accroître les contraintes en termes d'emploi du temps et incitent à considérer internet avant tout comme un moyen de supprimer les pertes de temps liés aux déplacements ou de mener de front plusieurs activités, bref, comme une machine à gagner du temps.

On retiendra donc que les publics de la culture, s'ils sont souvent des internautes avertis, ne privilégient pas particulièrement les usages culturels en ligne. La plupart d'entre eux étaient déjà adultes quand internet a conquis les foyers, si bien que leurs pratiques numériques se sont glissées dans leurs habitudes culturelles plus sur le mode de la complémentarité que de la substitution. Mais qu'en sera-t-il des générations qui font aujourd'hui vivre l'« internet juvénile » et qui construisent leur univers culturel largement à partir de la culture numérique ? Notamment, les liens que l'on observe aujourd'hui entre l'« internet pratique et cultivé » et la culture de l'imprimé chez les internautes adultes ne risquent-ils pas de se distendre ? ■

10. Voir Louis QUÉRÉ et Zbigniew SMOREDA (sous la dir. de), *Le sexe au téléphone, Réseaux*, n° 103, 2000.

11. Voir Lara MULLER, « Pratiques sportives et activités culturelles vont souvent de pair », *Insee Première*, n° 1008, mars 2005.

## RÉSUMÉ

On retiendra que les publics de la culture, s'ils sont plus fréquemment que la moyenne des internautes avertis, ne privilégient pas particulièrement les usages culturels en ligne. La plupart d'entre eux étaient déjà adultes quand internet a conquis les foyers, si bien que leurs pratiques numériques se sont glissées dans leurs habitudes culturelles plus sur le mode de la complémentarité que de la substitution. Mais qu'en sera-t-il des générations qui font aujourd'hui vivre l'« internet juvénile » et qui construisent leur univers culturel largement à partir de la culture numérique ?

## ABSTRACT

*While members of the culture public are more often discerning internet users than the general average, they do not give particular preference to the cultural uses of the Internet. Most of them were already adults by the time the Internet became established in people's homes. Their digital behaviour tends therefore to tie into their cultural habits more as an adjunct than a substitute. But what will the situation be tomorrow with the generations that currently sustain the 'youth net' and build their cultural universe in large measure out of the online culture?*