

LE TÉLÉCHARGEMENT CHEZ LES ADOLESCENTS, RÉSULTATS INTERMÉDIAIRES¹

Sonia Lefeuvre, Christèle Dondeyne², ARS (EA-3149)

La question du téléchargement fait l'actualité des débats parlementaires. Les représentants politiques qui défendent l'interdiction du téléchargement ont choisi d'axer leur argumentation autour de la question du respect des artistes et des droits d'auteur. D'ailleurs, le choix du nom de la loi « création et Internet », défendue par la ministre actuelle de la culture Christine Albanel implique que le souci du respect de la création artistique, donc des artistes, est au centre du projet. Les dirigeants politiques actuels considèrent aussi que le téléchargement nuit à la création artistique car il diminuerait la rémunération des artistes. Apparemment, l'industrie du disque serait actuellement dans une situation économique plutôt défavorable. Nous allons voir que d'autres études vont également à l'encontre de ce postulat et soulignent qu'imputer les causes de la crise aux seules pratiques de téléchargement illégal c'est être dans la capacité de raisonner « toutes choses égales par ailleurs ».

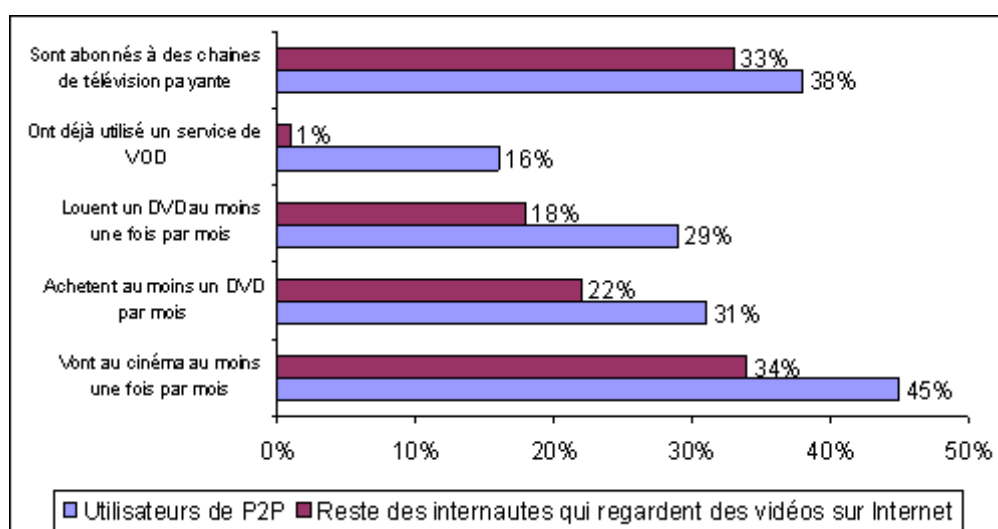
L'étude des pratiques culturelles nous amènent à modérer la proposition selon laquelle le téléchargement illégal demeure la cause des difficultés de l'industrie du disque aujourd'hui. En effet, du point de vue des économistes le bien culturel a ceci de particulier : il est public et non rival (Cohen, 2007). Public, cela veut dire qu'il peut être « consommé » par plusieurs usagers, et non rival, qu'il peut l'être en même temps sans encombrement. Nous ajouterions une autre dimension, moins économiste que sociologique, il est « entraînant », c'est-à-dire que plus un usager va consommer du bien culturel, et plus il va être en demande de biens culturels. La consommation de biens culturels n'est donc pas concurrentielle, mais entre plutôt dans un cercle vertueux de consommation. Cette proposition se vérifie tant par des précédents pris dans l'histoire récente du 20^{ème} siècle, que par les statistiques actuelles sur les pratiques culturelles.

¹Cet article présente les premiers éléments d'analyse d'une étude en cours de réalisation. Les entretiens sont en cours de retranscription et n'ont donc pas encore été analysés en intégralité.

2sonia.lefeuvre@univ-brest.fr, christele.dondeyne@univ-brest.fr

Ainsi, l'arrivée de la radio a pu être perçue comme une concurrence pour l'achat de musique enregistrée, et l'industrie du disque s'est sentie menacée. « *Dès 1922, la diffusion de musique gratuite à la radio est perçue comme une menace par l'industrie phonographique* » (Bourreau et al. 2004 p.23). Seulement, *a posteriori*, le constat est sans appel : en diffusant gratuitement de la musique enregistrée, la radio a certainement plus servi l'industrie du disque qu'elle ne l'a gênée. On peut même faire l'hypothèse qu'elle a réellement servi la promotion des artistes, assurant ainsi une certaine forme de publicité, et augmentant la vente de disques. Quand la possibilité d'enregistrer de la musique via les cassettes est apparue, l'industrie du disque a également craint pour son avenir. « *Une étude réalisée par CBS en 1980 soutient que la copie de musique sur cassettes vierges coûte des centaines de millions de dollars à l'industrie du disque. La RIAA lance alors une campagne intitulée "Home Taping Is Killing Music" ("les copies sur cassettes tuent la musique") et milite pour le reversement d'un montant perçu sur les ventes de supports vierges. Toutefois, une étude du Copyright Royalty Tribunal publiée la même année indique que les utilisateurs de cassettes audio sont également les plus gros acheteurs de disques* » (Bourreau et al. 2004, p.29). Cependant, si l'on part de l'hypothèse que le bien culturel est « entraînant » (ce que démontre l'étude citée par Bourreau et al.) la vente de cassette vierge n'a pu qu'être favorable à l'achat de disque.

Ensuite, les récentes études statistiques font très souvent le lien entre téléchargement et loisirs culturels. En un mot, les personnes qui vont le plus au cinéma ou au concert, qui achètent plus souvent des CD ou des DVD, sont également celles qui téléchargent plus fréquemment. Une récente enquête réalisée en Bretagne auprès de 2001 individus confirme cette hypothèse.



Enquête M@rsouin : [Dejean Sylvain](#), [Pénard Thierry](#), [Suire Raphaël](#)
« Une étude sur les pratiques de consommation de vidéos sur Internet », (décembre 2008).

http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=250

Ainsi, l'hypothèse du bien culturel « entraînant » se vérifie selon les données de cette enquête statistique.

Peut-être qu'aujourd'hui l'enjeu des industries culturelles réside dans leur capacité à s'adapter aux nouvelles technologies, comme elles l'ont fait auparavant : « *A chaque fois pourtant les industries culturelles ont dû s'adapter découvrant que les menaces devenaient vite des opportunités* » (Cohen, 2007). Interdire le téléchargement de biens culturels c'est prendre le risque de laisser à d'autres (les fournisseurs d'accès Internet, les opérateurs de téléphonies...) le soin de vendre de la musique enregistrée et du cinéma en utilisant ces nouvelles technologies.

En effet, il semble compliqué d'aller à l'encontre des progrès technologiques, d'autant plus quand elles sont massivement utilisées. Il apparaît dès lors central d'analyser les usages, les pratiques culturelles et les représentations des personnes qui téléchargent de la musique enregistrée ou bien des films, via Internet.

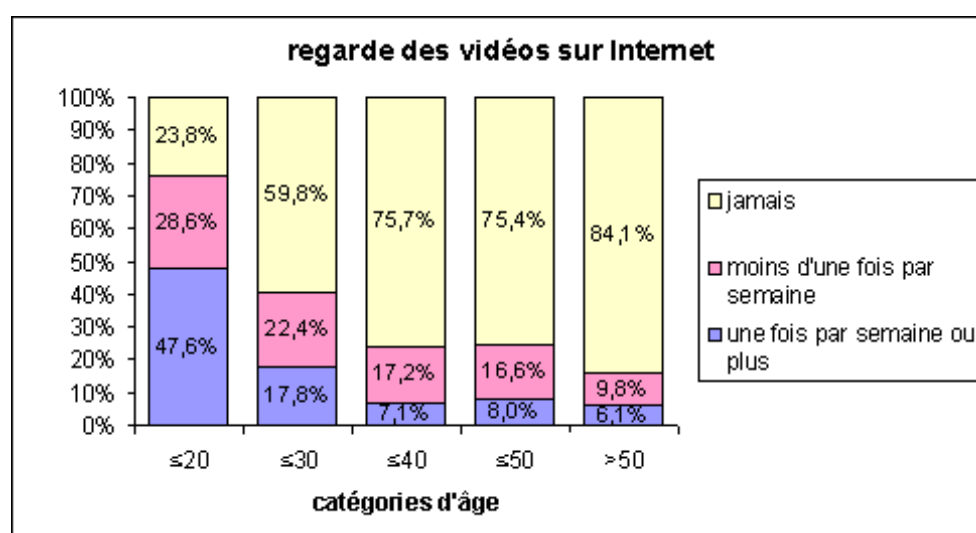
MÉTHODOLOGIE

L'étude dont nous présentons ici une première partie des résultats s'appuie sur une méthodologie qualitative de recueils des données. Loin des échantillons représentatifs construits par les enquêtes statistiques à grande échelle, nous nous appuyons sur la parole des individus rencontrés pour comprendre les processus sociaux à l'œuvre. En cela nous sommes proches des enquêtes ethnographiques et des méthodes développées par des courants de recherche, tels que l'ethnométhodologie. « *Rappelons d'abord que nous ne sommes pas dans une logique de l'échantillon : ce que nous observons ne "vaut" pas pour une autre population que celle que nous avons enquêtée directement. (...) Pour autant, nous n'abdiquons pas toute ambition à la généralisation. Simplement nous ne généralisons pas sur des "individus" ou des "populations", mais sur des "processus" et des "relations"* » (Beaud et Weber, 1998, p.289). A l'instar des chercheurs précédemment cités, notre démarche est qualitative, on ne peut donc généraliser à l'ensemble de la population ce qu'expliquent les personnes que nous avons rencontrées. Pour autant, l'analyse de leur discours met en évidence des façons de voir, de faire qui permettent au chercheur de comprendre les processus à l'œuvre en ce qui concerne le téléchargement de musique enregistrée ou de films via Internet, ainsi que les modes d'écoute et de visionnage.

Pour cette étude il nous a semblé pertinent d'interroger une population « jeune ». Bien entendu nous nous sommes gardées de construire des catégorisations hâtives, et l'on sait combien l'emploi

du terme « jeune » peut porter à controverse (Bourdieu, 1978). Par « jeune » nous entendons, des adolescents ayant entre 12 et 18 ans.

Pourquoi avons-nous choisi de centrer notre étude sur les « jeunes » ? D'une part, selon plusieurs enquêtes quantitatives, il semblerait, que le téléchargement soit en majorité pratiqué par des « jeunes ». Selon les résultats de l'enquête quantitative réalisée par Yann Nicolas : « Les jeunes sont les plus gros utilisateurs des réseaux de pair à pair. Près de la moitié des 15-24 ans ont déclaré avoir téléchargé au moins un fichier contre un quart des internautes âgés de 25 ans et plus » (Nicolas, 2005). L'enquête réalisée en Bretagne par l'équipe M@rsouin, et précédemment citée, aboutit sans surprise à des conclusions similaires. Les plus jeunes sont ceux qui téléchargent le plus.



Enquête M@rsouin : [Dejean Sylvain](#), [Pénard Thierry](#), [Suire Raphaël](#) « Une étude sur les pratiques de consommation de vidéos sur Internet », (décembre 2008). http://www.marsouin.org/article.php3?id_article=250

D'autre part, nous avons postulé que les pratiques juvéniles étaient plus avancées que les pratiques adultes, notamment en ce qui concerne la maîtrise technique des outils informatiques, si bien que nous aurions peut-être, à travers les explications des adolescents, un aperçu des pratiques à venir.

En ce qui concerne les modalités de recueil des données, nous avons choisi de mener des entretiens collectifs auprès de jeunes âgés de 12 à 18 ans. Nous les avons contactés par le biais des foyers de jeunes et des espaces multimédias mis à la disposition des usagers par certaines communes. La prise de contact n'a pas été directe, puisque des intermédiaires, animateurs jeunes, ou animateurs multimédias ont relayés auprès des adolescents qui fréquentaient le lieu, notre

demande. La population enquêtée étant mineure, il était nécessaire d'obtenir des autorisations de la part des organismes sensés encadrer cette population³. Les entretiens ont été menés auprès de jeunes de communes rurales, péri-urbaines et de quartiers populaires de Brest, afin d'obtenir une population plutôt hétérogène socialement.

Ensuite, nous avons préféré la méthode des entretiens collectifs pour plusieurs raisons. En premier lieu, comme l'expliquent Sophie Duchesne et Florence Haegel, l'entretien collectif permet une certaine libération de la parole. « *Cette méthode contribue à réduire les inhibitions individuelles par un effet d'entraînement (il suffit qu'un participant, plus bavard, commence à divulguer ses impressions personnelles pour que les autres y soient entraînés) et elle facilite le travail de remémoration (l'échange de souvenirs et des perceptions opère comme un déclencheur)* » (Duchesne et Haegel, 2004). Le sujet du téléchargement peut parfois être difficile à aborder en raison de son caractère illégal. Le fait que l'un des interviewés racontent librement sa pratique participe au déclenchement de la parole chez les autres. Ensuite, l'entretien collectif permet de rétablir une certaine égalité dans le rapport enquêteur / enquêté. En effet, nous avons choisi d'interroger des adolescents de 12 à 18 ans environ. Ces jeunes gens, collégiens ou lycéens, sont habitués à une configuration où l'adulte avec lequel ils s'entretiennent est le plus souvent un parent, un enseignant ou pour le moins une personne référente et ayant peu ou prou autorité sur eux. Dès lors, l'entretien collectif apparaissait comme un bon moyen de contourner ce schéma habituel, puisque le nombre d'enquêtés (entre 3 et 5) était supérieur au nombre d'enquêteur (1). L'entretien sociologique nécessite en effet une certaine égalité dans l'échange afin de recueillir une parole la plus sincère possible. De plus, l'enquêteur doit veiller à ce que les enquêtés ne se sentent pas jugés par ce dernier, et l'effet du groupe favorise ce sentiment de prééminence face à l'enquêteur.

Enfin, pour démarrer les échanges et entamer la discussion, nous avons choisi de présenter une vidéo disponible sur le site initié par le ministère de la culture⁴, dans laquelle, un chanteur, « Grégoire » qui par ailleurs est réputé s'être fait connaître grâce à Internet⁵, explique que le téléchargement nuit à la production musicale⁶. Nous leur

³Des demandes d'autorisation auprès des directeurs de foyer jeunes ou d'espaces multimédia ont été envoyées par nos soins préalablement à la rencontre des adolescents.

⁴<http://www.jaimelesartistes.fr>

demandions alors ce qu'ils pensaient de cette vidéo afin de susciter des débats entre les membres du groupe participant à l'entretien.

Le cadre de l'étude ainsi définie, nous nous proposons dans la partie suivante une présentation des premiers éléments d'analyse.

PREMIERS ÉLÉMENTS D'ANALYSE

1. Les raisons du téléchargement : la facilité

Quand la question des raisons du téléchargement est posée aux jeunes, spontanément ils expliquent que c'est le prix trop élevé des biens culturels (CD, DVD, place de cinéma ou jeux vidéos) qui justifie leur pratique du téléchargement.

« Pourquoi vous téléchargez ?

- C'est moins, cher, c'est gratuit.
- 15, 20 euros, le CD aussi, c'est trop cher !
20 euros pour 1 petit CD avec 20 musique dessus, ça fait 1 euro la chanson, c'est trop cher et en plus t'es pas forcé d'aimer toutes les chansons qu'il y a sur l'album »
(Gaétan 16 ans, première, et Romain 15 ans seconde, commune rurale).

Si la raison financière est systématiquement avancée, c'est sans doute parce qu'elle est la plus flagrante. Grâce aux réseaux de Peer to Peer, ils disposent gratuitement d'un nombre très conséquent de fichiers musicaux.

Mais très rapidement au cours de l'entretien arrive une seconde raison qui est l'aspect pratique du téléchargement, surtout en ce qui

5Grégoire n'est pas affilié à une maison de disque traditionnelle. Il s'est fait connaître via le site de « Major Company », <http://www.mymajorcompany.com>, qui fonctionne grâce aux subventions des internautes pour soutenir un artiste qui a mis en ligne son œuvre.

6<http://www.dailymotion.com/video/k4W5CsCM5TF1ZrQ1zd>

concerne la musique. Le téléchargement c'est la facilité : pas besoin de se déplacer, tout est à disposition...

« Et au moins on reste chez soi, on a la musique chez soi, pas besoin de bouger... Pour acheter un CD, déjà t'as un ticket de bus, après il faut marcher... là en deux clics c'est bon ! » (Gaétan 16 ans, première, commune rurale).

Il est vrai que pour des jeunes qui vivent dans des communes rurales et qui n'ont pas de facilités de déplacement, aller sur la ville la plus proche représente un investissement en temps et en argent. Et puis, il faut attendre le mercredi ou le samedi pour disposer de la musique.

Au-delà des raisons que donnent les jeunes gens, le téléchargement accompagne des pratiques juvéniles plus générales d'échanges de musique. Quand les jeunes ne téléchargent pas ils échangent de la musique via leur portable grâce au système *bluetooth* par exemple.

En effet, comparativement au reste de la population, l'écoute musicale est une activité prégnante chez les adolescents. Télécharger permet alors d'avoir à sa disposition un stock important de musique que l'on écoute comme on écoute la radio, chose qu'ils font d'ailleurs toujours beaucoup.

Toutefois, même si le téléchargement c'est la facilité il nécessite tout de même un certain apprentissage.

2. L'apprentissage du téléchargement de fichiers musicaux ou vidéos : un impensé de la pratique

C'est avec les amis, les grands frères que l'on apprend à installer le logiciel, le paramétrer et télécharger correctement. Il y a souvent un « initiateur » qui se découvre au fil de la discussion.

Il est relativement difficile de « s'y mettre » seul, même si parfois le sentiment d'autodidaxie ressort. En cas de problème (téléchargement d'un mauvais film, d'un virus...) le téléchargeur doit apprendre à se débrouiller dans l'urgence, et la ressource des forums est alors utilisée. C'est au cours des discussions entre eux que les jeunes apprennent les petites techniques comme par exemple regarder la taille du fichier, qui évitent les désagréments du téléchargement.

Il est intéressant de noter que l'apprentissage au fil de l'eau n'est pas vécu comme un apprentissage en tant que tel et que de ce fait, les jeunes interrogés perçoivent le téléchargement comme une évidence, ça va de soi... ils semblent oublier les efforts qu'ils ont dû fournir pour se saisir de cette technique.

3. L'équipement

La première hypothèse sous jacente est que le téléchargement implique la possession de matériels multimédia. Bien entendu, il est nécessaire de disposer d'un ordinateur avec une connexion à Internet pour entrer dans un réseau de *peer to peer*. Au-delà, le téléchargement n'a d'intérêt que si l'utilisateur dispose d'appareils pouvant lire les fichiers téléchargés. L'enquête quantitative réalisée par Yann Nicolas confirme également cette hypothèse. « *La pratique de téléchargement est en outre fortement liée à la présence et au choix d'équipements audiovisuels et numériques complémentaires aussi bien en matière de lecture, d'interopérabilité (lecteurs DivX et MP3), pour une meilleure souplesse d'utilisation, que de stockage et de reproduction (équipement en micro-ordinateurs avec graveur de CD et/ou de DVD)* » (Nicolas, 2005).

Tous les jeunes interrogés disposent au minimum d'un lecteur MP3 ou MP4, et utilisent les fonctions MP3 de leur téléphone portable pour sauvegarder et lire les fichiers musicaux. S'ils téléchargent de la musique c'est notamment pour écouter le lecteur MP3 ou MP4.

Il semble que la possession du lecteur MP3 soit un phénomène de mode, car la majorité des jeunes rencontrés en possédaient. On sait combien l'adolescence est un moment de la vie où la pression des pairs est assez fortement subie. On peut supposer que la possession de ce genre d'appareil soit une norme implicite des jeunes collégiens et lycéens.

En effet, alors qu'ils en ont assez peu l'usage, certains jeunes rencontrés en possédaient malgré tout.

« Ça ne sert à rien. On écoute la radio, c'est plus facile comme c'est des nouvelles musiques qui passent souvent.

Le MP3 il te sert à écouter la radio ?

Non, j'ai mon portable.

Pourquoi tu l'as acheté, c'était un cadeau ?

Non, je l'ai acheté, j'en voulais un, mais il ne me sert à rien » (Alric, 13 ans, 5^{ème}).

Ces explications nous amènent à supposer que c'est la volonté d'utiliser l'équipement qui conduit vers le téléchargement. Le fait d'avoir un lecteur MP3, de vouloir l'écouter, incite les jeunes à télécharger de la musique. Or, sans lecteur, ou sans utilisation, il semble y avoir peu de chance pour qu'ils téléchargent. Au fond, on n'achète pas le lecteur MP3 pour stocker de la musique déjà téléchargée. C'est l'arrivée du lecteur qui amène les jeunes vers le téléchargement.

Dès lors, on peut s'interroger sur le rôle joué par les entreprises qui fabriquent le matériel multimédia (lecteur MP3 ou MP4, disque dur

externe, clés USB à grosse capacité) dans le téléchargement. C'est bien la présence de ces appareils qui dirigent les consommateurs vers le téléchargement, puisqu'ils sont implicitement conçus pour sa pratique.

De plus, le téléchargement en lui-même et les activités qui y sont liées (intérêt pour les techniques informatiques, configuration et installation des logiciels) ne peut *a priori* pas être perçu comme une activité symbolisant l'âge adolescent aujourd'hui. Bien sûr, les normes varient selon les groupes de pairs, mais plusieurs des jeunes rencontrés se présentent à l'opposé de celui qu'ils décrivent comme le « no life ⁷ ». L'emploi de ce terme n'est pas anodin. En effet, c'est un mot doté d'une connotation plutôt péjorative, et l'employer montre ainsi la distance que mettent les jeunes interrogés avec la pratique exagérée de l'informatique. « *Les mots ont la vertu de dire à leur manière des catégories de classement et de jugement "indigènes"* » (Beaud et Weber, 1998). Les activités extérieures telles que le body board, les sports collectifs, les balades en vélo sont également valorisées et présentées comme les symboles d'une identité de jeune. S'ils ont dans leur entourage des personnes qui téléchargent pour eux (typiquement les grands frères) ils ne dépendent pas l'énergie nécessaire à apprendre à télécharger.

Enfin, le téléchargement en lui-même ne peut pas être considéré comme une pratique générationnelle, mais c'est bien plutôt la possession des nouveaux appareils d'écoute de musique (MP3, téléphone portable MP3...) qui entraîne le téléchargement. Les modes d'écoute de la musique ont changé : on écoute aussi beaucoup la musique en situation de mobilité, sans doute bien plus qu'avant. Dès lors, adopter ces manières d'être et détenir ces appareils constitue à notre sens, plus les symboles de l'adolescence aujourd'hui.

4. Un usage genré

Même si les filles disent aussi télécharger, la maîtrise technologique demeure un apanage très masculin, qui plus est à l'adolescence où, l'identité de genre est en construction. En effet, la capacité à télécharger, à installer les logiciels, à savoir repérer quoi et comment télécharger est une pratique valorisée par les garçons. Durant l'adolescence les identités sexuées sont en construction et ce qui est identitairement marqué, est exacerbé afin de faire reconnaître à soi

⁷No life : pas de vie. Expression qui désigne de manière plus ou moins abstraite, celui ou celle qui se coupe d'une vie sociale extérieure du fait d'un usage intensif de l'outil informatique.

comme aux autres son identité de genre (on connaît bien maintenant les études qui démontrent que les jeunes filles s'éloignent des mathématiques à l'adolescence, et à l'inverse, les garçons de la littérature, disciplines très marquées au niveau du genre). Ainsi, les garçons vont mettre en évidence leur capacité à utiliser ces outils technologiques, quand les filles vont ouvertement faire part de leur ignorance à ce sujet. L'étude réalisée dans à propos de l'opération Ordi 35, (prêt d'un ordinateur portable pour chaque élève de troisième en Ile et Vilaine) met également en évidence cette différence entre filles et garçons vis-à-vis de l'outil informatique. *« Les pratiques des adolescents ne sont pas uniformes et elles s'inscrivent en particulier dans une différenciation sexuée. Ainsi peut-on observer des pratiques différentes entre garçons et filles. En règle générale, les garçons sont plus nombreux que les filles à fréquenter la salle de l'animateur Ordi 35. Les observations semblent converger dans le sens d'un plus fort attrait pour le côté technique de l'outil chez les garçons. Si elles sont moins nombreuses à fréquenter les salles Ordi 35, les filles y passent également moins de temps. En outre, elles ont des usages quelque peu différents. Il n'est pas rare de voir plusieurs d'entre elles autour d'une même machine allumée, tandis que les garçons sont la plupart du temps seuls devant leur ordinateur. En cas de problème technique ou de panne, nous avons également constaté que, généralement, les filles ne cherchent pas à réparer elles-mêmes leur ordinateur mais qu'elles préfèrent attendre les conseils de l'animateur ou demander de l'aide aux garçons. Dans cette période importante pour la construction identitaire que constitue l'adolescence, ces jeunes filles sont en recherche des caractères de leur féminité. Elles ont en particulier intériorisé que l'identité féminine implique un désintérêt affiché pour les techniques et les technologies tandis que les garçons ont intégré que la technique est un trait de l'identité masculine. Du coup, elles peuvent s'autoriser, beaucoup plus facilement que les garçons entre eux, à solliciter l'aide des autres et à coopérer »* (Rinaudo et al., 2008).

Au cours de notre enquête, les filles ont assez rarement répondu positivement aux sollicitations d'entretien, laissant bien souvent la place aux garçons. Nous avons rencontrés toutefois quelques filles, mais c'est en insistant qu'elles ont accepté de répondre à nos questions. Pour deux entretiens, le couple était présent au sein du groupe et dans les deux cas elles expliquaient que c'est leur copain qui téléchargeait quand bien même elles savaient télécharger puisqu'elles le faisaient avant d'être en couple. Implicitement, elles reproduisent un schéma traditionnel dans lequel la technique est réservée aux hommes. A titre d'hypothèse pour l'instant, on peut supposer que lorsqu'elles en ont la possibilité, les filles vont rapidement déléguer cette tâche auprès de leur condisciple masculin. Ceci pose toutefois la question du choix des contenus à télécharger et

à terme une certaine imposition des goûts culturels. On pourrait peut-être craindre en effet que celui qui télécharge soit également celui qui peu ou prou choisit les fichiers musicaux et/ou vidéos.

5. Les pratiques culturelles légales face au téléchargement

Spontanément les gens répondent qu'avec le téléchargement ils achètent moins de biens culturels qu'avant de télécharger. Les internautes téléchargeraient des biens culturels, donc ne les achèteraient pas, alors leur consommation de CD, de DVD ou de places de cinéma décroîtrait. La logique du syllogisme est implacable, trop évidente à notre goût. En effet, les individus se sont approprié l'évidence de cette rhétorique, répétée ici et là, et la resservent spontanément au moment de l'entretien. En vérité, ces représentations spontanées vont à l'encontre des pratiques déclarées.

Il serait très pertinent de quantifier réellement le nombre de CD, de DVD, de places de cinéma achetés ou offerts sur une année. Le téléchargement entraîne-t-il une diminution significative de l'achat de bien culturel ? Seules des enquêtes longitudinales permettraient d'infirmer ou non cette proposition.

En attendant, on peut esquisser des premiers éléments de réponse. On sait d'une part que les téléchargeurs sont également ceux qui achètent le plus de musique enregistrée, vont plus souvent au cinéma que ceux qui ne téléchargent pas de biens culturels. D'autre part, l'enquête qualitative met en évidence une non concurrence entre l'objet CD ou le cinéma par exemple et le téléchargement sur certains aspects. Nous avons en effet émis l'hypothèse qu'avec le téléchargement l'objet culturel était dématérialisé, c'est-à-dire que la version numérique en elle-même suffisait à satisfaire le consommateur. En vérité, il n'est rien : les jeunes rencontrés accordent toujours beaucoup de valeurs à l'objet CD en tant que tel (la jaquette, le boîtier, le fait de pouvoir le classer dans une bibliothèque pour le voir et le faire voir...).

« - C'est mieux d'avoir le vrai album quand même !

- oui, l'effet matériel » (Jean-Jacques, 14 ans en quatrième, Eliot 13 ans en quatrième, commune périurbaine).

D'ailleurs, ils se donnent la peine d'acheter l'album quand il leur plaît vraiment, le téléchargement faisant peu ou prou office de présélection. On achète sans se tromper.

« Et vous n'achetez jamais de CD ?

Si quelques fois quand j'aime bien vraiment le CD, je l'achète, mais quand c'est pour quelques chansons je les télécharge. Les artistes que j'aime vraiment bien. Les albums où on sait que c'est pas décevant. » (Thomas, 16 ans, seconde, commune périurbaine)

Le cinéma pour sa part possède des qualités que le téléchargement de films ne peut remplacer. En effet, la qualité du son et de l'image présente dans un cinéma ne peut se substituer à celle d'un visionnage devant un écran d'ordinateur ou de télévision. Si bien que pour les jeunes rencontrés, les films auxquels ils accordent de la valeur méritent d'être vus avec la qualité de son et d'image d'un cinéma.

En outre le cinéma reste un lieu de socialisation à l'adolescence ; on va au cinéma entre copains. Se réserver un samedi après-midi pour aller en ville voir un film est une occasion de sociabilité. Le cinéma demeure le prétexte pour sortir avec ses pairs et se soustraire pour un temps au regard parental. Sur ces points il ne peut y avoir de concurrence entre le téléchargement d'un film et le cinéma.

Pour finir, l'écoute de la radio est une activité toujours très prégnante, chez les jeunes rencontrés. Le MP3 est d'ailleurs utilisé pour cela. De plus, c'est un moyen de sélectionner les fichiers qu'ils vont télécharger ensuite. On entend à la radio une chanson qui plaît, on retient le titre que l'on télécharge ensuite. En ce qui concerne la télévision, ils la regardent également car c'est un des moyens qu'ils utilisent pour sélectionner les films qu'ils choisissent de télécharger.

Nous avons également émis l'hypothèse qu'avec le téléchargement les jeunes auraient développé des goûts culturels plus spécifiques, échangeant avec leurs amis et découvrant par ce biais de nouveaux artistes, dont les œuvres restaient peu commercialisées. En fait, ils semblent encore très sensibles aux incitations commerciales délivrées par la radio ou la télévision. Sans doute que c'est avec l'avancée en âge que les goûts culturels s'aiguisent.

6. La représentation de la législation

Les frontières du légal ou de l'illégal ne sont pas clairement définies. En effet, les adolescents ne se documentent pas sur la législation en cours. Ils entendent ici et là des propositions de lois, des discussions et établissent leur propre notion de ce qui pourrait être légal ou illégal en fonction de ce que l'on pourrait appeler leur notion de « bien et de mal ».

« Le téléchargement quand il n'y a pas trop c'est légal, mais quand on revend, c'est illégal »
(Gaétan, 14 ans).

De plus, l'accès libre aux logiciels de téléchargement, aux équipements techniques qui permettent le téléchargement, ne leur permet pas de se repérer de manière efficace face à la législation.

« C'est con, il n'y a pas le droit de télécharger mais ils vendent la clé pour pouvoir télécharger ! C'est idiot ! » (Gaétan) « Même à Carrefour, dans les kiosques ils vendent des magazines avec des logiciels de piratage ! (...) E-mule, c'est bizarre, c'est illégal, mais alors pourquoi ils l'ont pas enlevé ? » (Eliot).

Internet, les commerçants, l'Etat... représentent pour les jeunes une entité adulte, une certaine autorité et ne perçoivent pas les enjeux ou les oppositions qui peuvent exister. Si des adultes laissent en accès libre un logiciel de téléchargement, les jeunes rencontrés ne comprennent pas pourquoi le téléchargement est interdit. Ils mettent en évidence ce qui pour eux constitue un paradoxe : d'un côté les possibilités au téléchargement sont nombreuses (téléchargement de logiciels libres, vente de clés ou disque dur externe à grande capacité de stockage, site proposant le visionnage de films en streaming...) de l'autre, il y a des interdits, peu clairs, mal identifiés. Il leur semble alors contradictoire de proposer des solutions pour les interdire ensuite.

Par ailleurs, les parents, qui demeurent les représentants de l'autorité au plus proche des adolescents, ne sont pas toujours mieux informés que leurs enfants. En effet, si certains parents tentent d'interdire le téléchargement sur l'ordinateur familial (par peur de la législation, mais plus souvent par crainte de dysfonctionnement informatique : virus, trojant...), d'autres téléchargent également des biens culturels. Dans cette configuration le fait que l'un des deux, ou les deux parents utilisent un réseau de pair à pair brouille encore plus les adolescents vis-à-vis de « l'interdit » du téléchargement. Dans d'autres contextes familiaux, l'expert informatique c'est le jeune, et ces parents là, qui ne saisissent pas bien le danger qu'il peut y avoir à télécharger, n'interdisent de fait pas cette pratique car elle reste plus ou moins opaque pour eux.

Ensuite, l'information vis-à-vis de la législation n'est pas clairement identifiée, et reste basée sur le bouche à oreille. Ils gardent en mémoire certaines histoires où des téléchargeurs ont dû payer de fortes amendes, mais si ces mésaventures ne concernent pas un entourage proche elle reste parfois plus ou moins fictive, comme s'il s'agissait de rumeurs. De fait, la majorité des jeunes rencontrés disent ne pas craindre outre mesure une autorité quelconque vis-à-vis de leur pratique de téléchargement.

Toutefois, dès lors que ces histoires ne sont plus de simples rumeurs et deviennent plus tangibles, la crainte de l'amende voire même de l'investigation policière dans le logement, fait peur aux jeunes internautes. Une partie des entretiens a été réalisée dans un quartier populaire et les jeunes rencontrés ici nous ont fait part de la mésaventure du père d'un jeune du quartier. Ce dernier a été arrêté pour téléchargement illégal et a dû payer une très forte amende, aux dires de mes interlocuteurs. Cette histoire semble avoir marquée les mémoires collectives. De la même manière, l'un des jeunes rencontrés avait reçu un mail d'avertissement, dont il n'avait pas vraiment identifié la provenance, concernant sa pratique de téléchargement.

En fait, sans vraiment savoir ce qui leur en coûterait en cas d'arrestation, l'avertissement demeure très efficace pour stopper la pratique du téléchargement. Même si aucun jeune rencontré n'a évoqué le projet de « riposte graduée », l'avertissement effraie car il fait la preuve d'une potentielle surveillance des internautes par la sécurité publique ou par un quelconque organisme. Dans cette configuration, le fantasme d'un *big brother* espionnant les individus est présent et apparaît comme très inquiétant pour la garantie des libertés individuelles.

Paradoxalement, tous sont d'accord avec l'idée de protéger les droits d'auteur et les artistes. Celui que l'on veut défendre c'est l'artiste, celui que l'on entend, dont on connaît le nom et que l'on voit à la télévision ; mais ce souci concerne d'autant plus les artistes dès lors qu'ils sont perçus comme des débutants. On se soucie bien moins du chanteur, ou du groupe de musique reconnu comme ayant déjà gagné plusieurs millions d'euros grâce à sa musique. Le parfait stéréotype est incarné par Johnny Hallyday :

« C'est pas quelques téléchargements qui vont lui faire perdre des millions non plus ! » (Romain, 15 ans, seconde, commune rurale).

De plus, la maison de disques qui engrange de gros bénéfices est parfois soupçonnée d'escroquer les consommateurs de musique. C'est sur cette image que s'appuient les personnes interrogées pour justifier de leur probité en téléchargeant.

EN GUISE DE CONCLUSION...

Au fil de l'avancée de notre travail de recherche, nous pensons que l'hypothèse cumulative se vérifie : le téléchargement se superpose aux autres pratiques culturelles déjà en place, et ne les remplace pas vraiment.

Au fond, orienter le débat sur le téléchargement, sur le versant économique, c'est un moyen de faire oublier qu'il s'agit avant tout d'un débat politique. Car les questions que posent le téléchargement libre relève du politique : quelle part de liberté accorde-t-on aux internautes ? Considère-t-on la toile comme un espace public communautaire ? Peut-on, au nom de la protection de la création mettre en place une régulation marchande de la culture ?

BIBLIOGRAPHIE

Beaud Stéphane, Weber Florence, *Guide de l'enquête de terrain*, La Découverte, Paris, 1997 (2003).

Beuscat Jean-Samuel, « Les usagers de Napster, entre communauté et clientèle. Construction et régulation d'un collectif sociotechnique » *Sociologie du travail*, 2002, n°44, p.461-481.

Bourdieu Pierre, « La jeunesse n'est qu'un mot », *Question de sociologie*, les éditions de Minuit, Paris, 1978.

Bourreau Marc, Labarthe-Piol Benjamin, « Le *peer to peer* et la crise de l'industrie du disque. Une perspective historique », *Réseaux* 2004/3 n°125, p.17-54.

Bourreau Marc, Gensollen Michel, Moreau François. « Musique enregistrée et numérique : quels scénarios d'évolution de la filière ? » *Prospective*, 2007-1

Cohen Daniel, « la gratuité et ses ennemis », *Le Débat*, n°146, sept-oct 2007.

Duchesne Sophie, Haegel Florence, *L'entretien collectif, l'enquête et ses méthodes*, 128, Armand Colin, Paris, 2004 (2008)

[Dejean](#) Sylvain, [Pénard](#) Thierry, [Suire](#) Raphaël « Une étude sur les pratiques de consommation de vidéos sur Internet », www.marsouin.org (décembre 2008).

Jeanneney Jean-Noël, « La culture gratuite », *Le Débat*, n°146, sept-oct 2007

Nicolas Yann, « le téléchargement sur les réseaux de pair à pair » *Développement culturel*, n°148, juin 2005, DEPS.

Rinaudo Jean-Luc, Turban Jean-Marc, Delalande Pascaline, Ohana Danielle, *Des ordinateurs portables, des collégiens, des professeurs, des parents*. Rapport de recherche sur le dispositif Ordi 35 2005-2007, octobre 2008, www.marsouin.org