

Enquête sur les jeunes et les nouvelles technologies



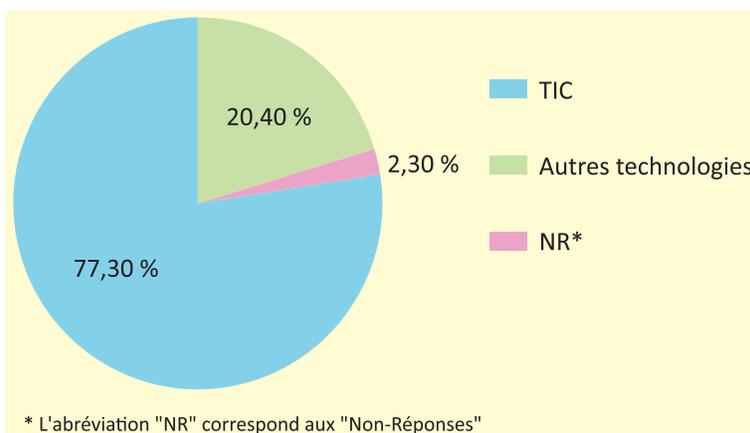
Au fil des débats, il est apparu essentiel, pour les membres de l'atelier, de recueillir le point de vue des plus jeunes sur les nouvelles technologies. Ils ont choisi de s'intéresser à la fois à ce qu'ils pensaient des innovations techniques et scientifiques de ces dernières années, mais aussi à leur pratique et équipement. Pour répondre à ces différentes questions, l'étude statistique a été privilégiée. Un questionnaire a été distribué et relayé à la fois par les membres de l'institut Kervégan mais aussi grâce à de nombreux partenariats¹. Au terme de la passation, 300 réponses ont pu être recueillies de jeunes issus de tous milieux sociaux, scolarisés ou actifs, âgés de 15 à 30 ans et résidant pour l'essentiel en Pays de la Loire, notamment dans l'agglomération nantaise. Voici les principaux résultats de l'enquête.

2.1 Jeunes et nouvelles technologies, quelles représentations ?

Les nouvelles technologies définies par la jeune génération

Concept médiatique et un peu fourre-tout, le terme « nouvelles technologies » n'a pas de définition propre ou universelle. Lorsqu'on interroge les jeunes sur cette question², ils citent d'emblée les technologies de l'information et de la communication : Internet, le réseau wifi, la téléphonie mobile...

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES PAR LES 15-30 ANS :

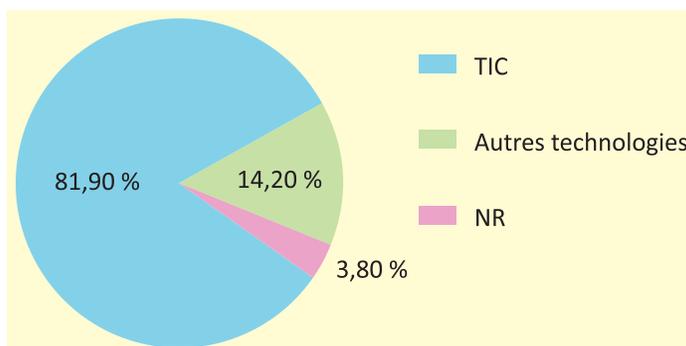


¹ Se référer aux remerciements, page 109.

² Question n°1 : Citez deux ou trois exemples de nouvelles technologies. [Questionnaire IK]

Les jeunes sont 77% à citer les technologies de l'information et de la communication et seulement 20% d'entre eux citent d'autres technologies. Le constat est identique lorsqu'on interroge les jeunes sur les innovations techniques majeures de ces dix dernières années.

*INNOVATIONS TECHNIQUES DE CES 10 DERNIÈRES ANNÉES
SELON LES 15-30 ANS :*



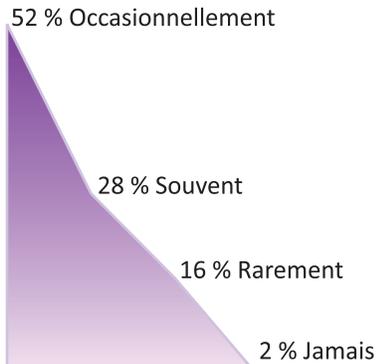
Ils sont près de 82% à citer les TIC pour seulement 14% à citer des innovations liées à d'autres domaines.

Les technologies en médecine, transports ou encore agronomie sont beaucoup moins visibles. Elles sont pourtant présentes dans la vie des individus mais pas de façon aussi palpable que les TIC. En effet, chaque jour ou presque, les jeunes se connectent à Internet ou encore téléphonent à leurs proches avec leur mobile.

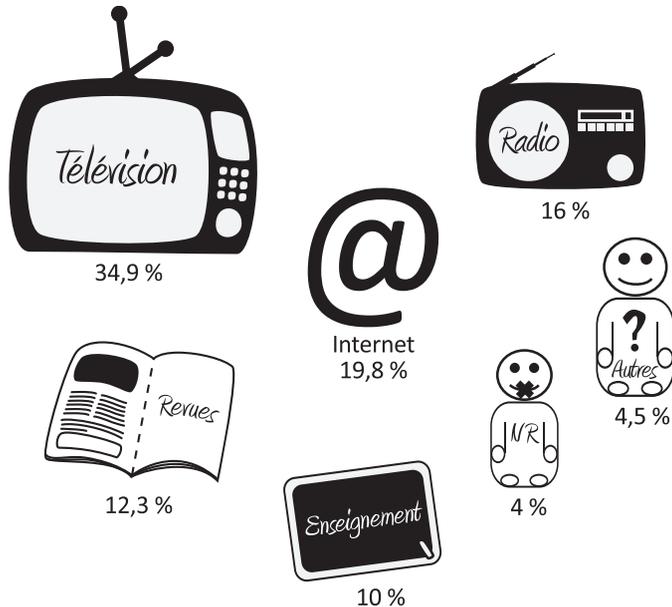
On note aussi la très forte présente médiatique des TIC au détriment d'autres technologies. Prenons par exemple la page Actualités du moteur de recherche *Google*. La page Internet est divisée en plusieurs catégories dont une catégorie « Sciences/Tech ». Très fréquemment, les articles de la rubrique, trois quotidiennement, sont consacrés aux TIC. Début février, il était question de la loi contre le piratage sur Internet, le bug de *Google* et la plateforme *Google Earth*. Mi-février, le constat est le même. On évoque les abonnés aux téléphones mobiles, la mise en place de *Windows 7* et les correctifs de *Microsoft*. Et, il ne faut pas oublier, bien sûr, la publicité via la télévision, la presse ou la radio.

Plus de la moitié des jeunes interrogés a déclaré ne s'informer qu'occasionnellement au sujet des nouvelles technologies. 28% s'informent souvent, 18% rarement ou jamais.

FRÉQUENCE D'INFORMATION SUR LES NT :



MOYENS D'INFORMATION SUR LES NT :



35% des 15-30 ans ont mentionné la télévision comme moyen d'information sur les nouvelles technologies. Près de 20% des jeunes ont cité Internet. 16% s'informent via la radio. 12% s'informent par les revues. Enfin, seulement 10% déclarent s'informer via l'enseignement.

Ces résultats nous donnent une clé de compréhension sur l'absence des innovations n'appartenant pas au champ des TIC dans les exemples cités spontanément par les jeunes quand on parle de nouvelles technologies. En effet, on dénombre peu

de programmes télévisuels sur les nouvelles technologies dans les domaines de l'énergie, des transports, de l'agronomie... En revanche, très nombreux sont les spots publicitaires pour le tout nouveau téléphone mobile, les forfaits Internet ou encore les consoles de jeux « new generation ». Quelques émissions télévisuelles sont centrées sur les TIC : *LCI est @ vous* sur LCI, le magazine *8-Fi* sur Direct 8 ou *Funky Web* sur Gameone, mais ces émissions ne sont pas diffusées sur les chaînes hertziennes.

En ce qui concerne les émissions radios, on recense quelques émissions sur Europe 1 : « *Génération Europe 1 – Nouvelles technologies* », « *Revue de blogs* » et « *Le journal du web* ». Sur RMC, on peut penser à « *De quoi je me mail* » mais aussi à « *L'atelier numérique* » sur BFM Radio ³.

Le peu d'émissions diffusées sur le sujet nous pose la question suivante : les jeunes s'informent-ils sur les nouvelles technologies uniquement ou presque à partir de la publicité dans la presse écrite ou télévisuelle ? Cela pourrait en effet expliquer qu'ils citent d'emblée des produits de consommation courante.

L'étude menée par le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie : « Les Français et les produits innovants : une attirance teintée de prudence ⁴ » présente différents graphiques issus d'une enquête du CREDOC sur les conditions de vie et aspirations des français (2003). Lorsqu'il est demandé aux Français, quels sont, pour eux, les produits les plus innovants, en tête de liste, on note exactement les trois mêmes réponses que dans notre enquête : le téléphone, le micro-ordinateur et Internet. Les produits pharmaceutiques n'arrivent qu'en 8^e position.

Les TIC ont donc une place très importante dans le champ de connaissance des français sur les innovations et technologies récentes. Est-ce un signe qu'ils méconnaissent les autres formes de technologies ? Peut-on aller jusqu'à parler d'un désintérêt pour certains domaines d'innovations scientifiques ?

Si tel est le cas, quelles propositions peuvent être faites ? Comment permettre aux jeunes de découvrir un tout autre pan des technologies et innovations ?

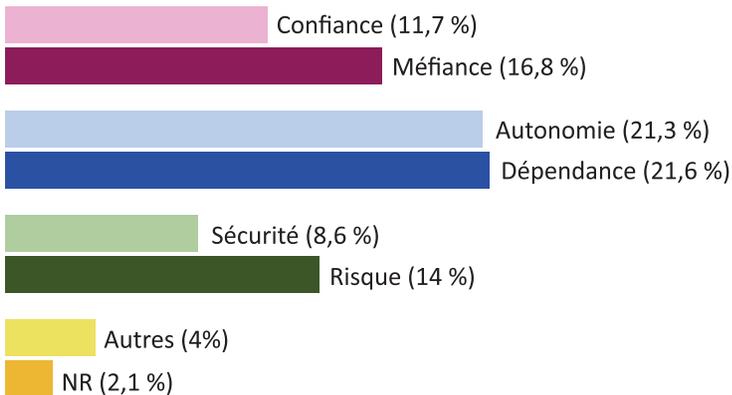
³ Source : <http://www.beewareblog.com> « Les émissions radio et télé sur les nouvelles technologies »

⁴ SESSI, « Les français et les produits innovants : une attirance teintée de prudence », le 4 pages des statistiques industrielles, N°187, mars 2004.

Nouvelles technologies, synonymes de progrès ?

Près de 89% des jeunes associent nouvelles technologies et progrès. Dans une perspective d'analyse plus fine, nous leur avons demandé de caractériser leurs sentiments face aux nouvelles technologies.

SENTIMENTS DES JEUNES FACE AUX NT :



22% d'entre eux associent les nouvelles technologies au sentiment de dépendance alors que 21% citent l'autonomie. Les deux antonymes recueillent quasiment le même pourcentage.

Ensuite, de manière décroissante, les termes les plus cités sont la méfiance (17%), le risque (14%), la confiance (12%) et la sécurité (9%).

Le moins que l'on puisse dire est que les résultats démontrent une certaine ambiguïté ou tout du moins une ambivalence dans le rapport des jeunes aux nouvelles technologies.

Toutefois, en associant les termes à connotation positive (confiance/autonomie/sécurité) et termes à connotation négative (méfiance/dépendance/risque), on remarque que les 15-30 ans seraient davantage pessimistes qu'optimistes en la matière : en effet, 42% d'entre eux ont cité des sentiments positifs et 52% des sentiments négatifs.

Le profil sociologique des jeunes semble peu influencer sur les réponses. On note cependant une légère propension des femmes à choisir le terme « méfiance » (9% pour seulement 3% des hommes).

De même, l'âge influe légèrement sur les réponses. Les 15-19 ans sont plus nombreux à choisir les termes à connotation

positive. Ils sont 14% à choisir le terme «sécurité » pour seulement 5% des 25-30 ans.

Aspects positifs et négatifs des nouvelles technologies

ASPECTS POSITIFS DES NT (EN %) :

La qualité de vie	40,4
La communication	15,5
Innovation/Progrès	16,5
La connaissance/La culture	9,3
Autres réponses	2,1
NR	16,2
Total	100,0

En ce qui concerne les aspects positifs des nouvelles technologies, les 15-30 ans sont près de la moitié à citer la qualité de vie. Puis, ils évoquent l'innovation et le progrès. Ils mentionnent, ensuite, la communication et le contact avec les autres. Enfin, ils sont à peine 10% à citer l'accès à la connaissance.

ASPECTS NÉGATIFS DES NT (EN %) :

Impact psychologique (dépendance, isolement)	20,8
Impact sur la santé, l'environnement	14,3
Accessibilité, inégalités	12,6
Impact négatif sur la culture/Fiabilité des infos	6,2
Déviances/Dérives	5,6
Complexité	5,4
Inutilité	5,1
La déshumanisation	5,1
Dépend des usages	1,5
Pas d'aspects négatifs	1,1
Autres réponses	6,0
NR	16,3
Total	100,0

Le premier aspect négatif, cité par les jeunes, est l'impact psychologique sur les individus, c'est-à-dire principalement les risques d'isolement et de dépendance. Lorsque l'on parle de dépendance, on pense notamment à la cyberdépendance.

En France, on dénombrerait entre 6% et 8% d'internautes « cyber-addicts ». Ces chiffres sont avancés notamment par Jean-Charles Nayebi, auteur de l'ouvrage « *La Cyberdépendance en 60 questions*⁵ » paru en 2007. Par définition, une personne cyberdépendante tend à placer Internet au centre de sa vie au détriment de toutes autres formes de relations qu'elles soient amicales, familiales ou professionnelles. La cyberdépendance provoquerait l'isolement, le repli sur soi et la perte de la liberté de s'abstenir.

Les jeunes interrogés sont, ensuite, 14% à citer comme aspect négatif, l'impact sur la santé et sur l'environnement. Ils sont nombreux à citer les risques liés aux ondes wifi.

13% des jeunes mentionnent les inégalités d'accès aux nouvelles technologies. L'argument est d'autant plus important pour les 15-30 ans qui ont souvent un pouvoir d'achat peu élevé.

Concernant les aspects négatifs, seulement 1,5% d'entre eux précisent que cela dépend de l'usage qui est fait des nouvelles technologies.

Les jeunes sont donc particulièrement nombreux à associer la notion de progrès aux nouvelles technologies mais ils sont plus nuancés sur leur approche face aux innovations. Ce sont les jeunes hommes et la tranche d'âge des 15-19 ans qui sont les plus confiants face aux nouvelles technologies.

La méfiance semble apparaître avec l'âge et dès que les jeunes sortent du système de formation. Les 25-30 ans ont déjà un regard plus distancié vis-à-vis des nouvelles technologies.

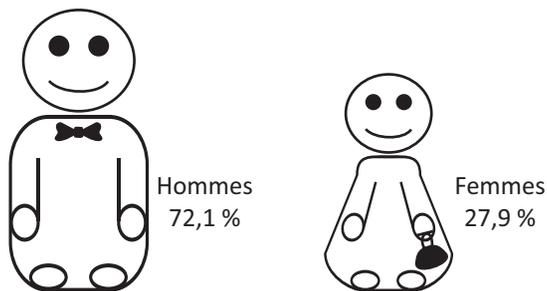
⁵ NAYEBI (Jean-Charles), *La cyberdépendance en 60 questions*, Éditions RETZ, Collection Questions clés santé, mars 2007.

Femmes et sciences

Lors des ateliers, les interrogations se sont multipliées sur le rapport des femmes aux sciences et techniques. Seraient-elles, comme on l'entend parfois, moins attirées par le domaine scientifique ? Si tel est le cas, quelles en sont les raisons ? Cette moindre attirance résulterait-elle de prédispositions biologiques ou plutôt de constructions stéréotypées ?

La place des femmes dans les filières scientifiques et techniques

PART DES FEMMES EN FILIÈRE SCIENTIFIQUE :



Dans notre échantillon, la part des femmes en filière scientifique est largement minoritaire, seulement 28% pour 72% d'hommes.

Au regard des statistiques nationales, les choix d'orientation sont encore particulièrement sexués. On note une surreprésentation de femmes dans les disciplines littéraires et sociales et une forte proportion d'hommes dans les filières scientifiques et techniques. Pourtant, une étude de l'INSEE ⁶, « Des avancées vers l'égalité entre les hommes et les femmes dans les Pays de la Loire » fait état de meilleures performances scolaires pour les filles. En effet, leur taux de réussite est plus important au baccalauréat, toutes disciplines confondues, et elles sont plus nombreuses à s'inscrire à l'université.

Cette étude met en lumière le fait que « *les parcours de formation sont aussi le fruit de représentations stéréotypées* ». Dans les faits, les hommes accèdent, par exemple, à des formations professionnelles largement diversifiées quand les femmes se limitent beaucoup plus dans leur choix et s'excluent de certaines filières pourtant porteuses d'emplois telles que le bâtiment. Toujours selon l'étude de l'INSEE, les femmes sont particulièrement surreprésentées dans les écoles paramédicales et les

⁶ « Des avancées vers l'égalité entre les hommes et les femmes dans les Pays de la Loire », *Études Insee Pays de la Loire*, N°67, mars 2008.

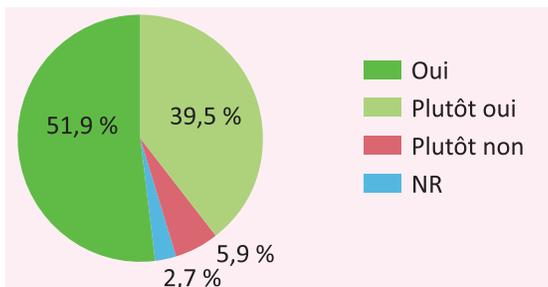
écoles préparant aux fonctions sociales. On les retrouve aussi dans les établissements universitaires privés, les IUFM et les écoles universitaires. En revanche, elles sont sous représentées dans les formations d'ingénieurs, les classes préparatoires aux grandes écoles mais aussi dans les IUT, dans les écoles de commerce et les S.T.S. (sections techniciens spécialisés).

Les jeunes femmes obtiennent de meilleurs résultats que les hommes au baccalauréat scientifique. Pourtant, elles sont beaucoup moins présentes dans les filières sélectives notamment dans le domaine technique et scientifique malgré un net progrès depuis quelques années.

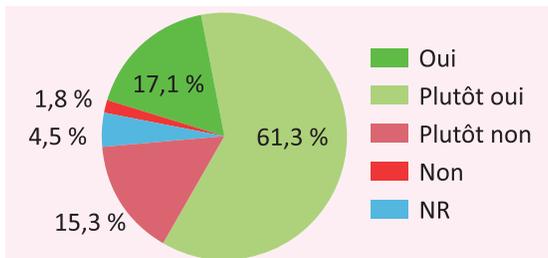
Cette sous-représentation dans ce type de filière implique-t-elle un niveau d'intérêt moins important pour les innovations techniques et nouvelles technologies ?

Les nouvelles technologies, un rapport sexué ?

NIVEAU D'INTÉRÊT DES HOMMES POUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES :

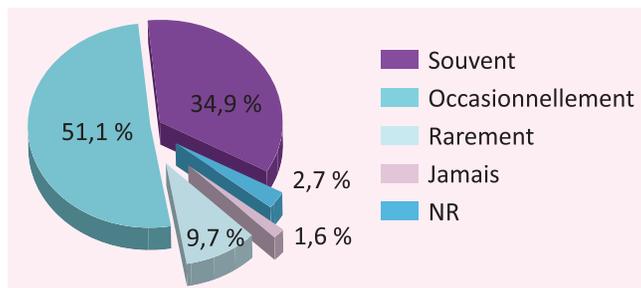


NIVEAU D'INTÉRÊT DES FEMMES POUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES :

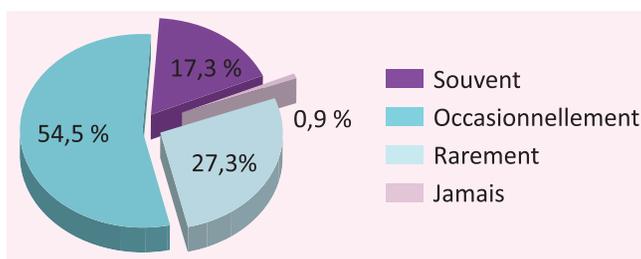


52% des hommes ont déclaré que les nouvelles technologies étaient un domaine qui les intéressait pour 17% des femmes. 17% des jeunes femmes ont précisé ne pas être ou plutôt ne pas être intéressées par les nouvelles technologies pour seulement 6% d'hommes interrogés.

*FRÉQUENCE D'INFORMATION DES JEUNES HOMMES
SUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES :*



*FRÉQUENCE D'INFORMATION DES JEUNES FEMMES
SUR LES NOUVELLES TECHNOLOGIES :*



27% des jeunes femmes interrogées déclarent s'informer rarement au sujet des nouvelles technologies pour 10% des jeunes hommes seulement. 17% des jeunes femmes s'informent souvent pour plus d'un tiers des jeunes hommes de l'échantillon.

Les femmes entre 15 et 30 ans semblent moins attirées par les innovations techniques et plus largement moins attirées par le domaine scientifique et technologique. Quelles sont les raisons de ce manque d'intérêt ?

On peut tout d'abord évoquer un certain nombre de stéréotypes qui semblent avoir la vie dure malgré de très nets progrès ces dernières années. L'éducation joue un rôle particulièrement important dans la mise en place de ces représentations. Nous ferons appel ici aux rapports sociaux de sexe, concept sociologique né dans les années 1970.

Un livret *Femmes et sciences, au-delà des idées reçues* a été mis en place par différentes associations (« Femmes et sciences », « Femmes et mathématiques », « Femmes ingénieures ») à l'intention des enseignants pour lutter contre un certain nombre de

stéréotypes sexués sur l'orientation scolaire des enfants. Le document retrace, à travers l'histoire, pourquoi les filles sont encore si peu nombreuses dans les études scientifiques et techniques.

Les représentations tendent à associer le métier de scientifique à l'image d'un savant fou ou d'un génie mais très rarement à l'image d'une femme. C'est d'ailleurs souvent le cas dans la littérature pour enfants, on pense notamment au *Professeur Tournesol*, *Léonard* ou au *Docteur Frankenstein*.

L'association « Femmes et sciences » explique le fait qu'il y ait si peu de femmes scientifiques reconnues historiquement. Contrairement à certaines idées reçues, les femmes ne sont pas moins compétentes dans ce domaine. Elles ont, par contre, eu un accès au savoir beaucoup plus restreint que les hommes. L'enseignement primaire des filles n'a été développé qu'en 1836 avec la loi Pelet qui incitait chaque commune à avoir une école primaire pour les filles. En 1975, la loi Haby a été mise en place et a permis la mixité dans tous les établissements d'enseignement secondaire et primaire. Malgré ces nettes avancées, force est de constater que les filles restent toujours sous-représentées dans les domaines scientifiques et techniques. Pourquoi ? « Le cerveau a-t-il un sexe ? »

Catherine Vidal, auteur de l'article, explique que le cerveau est le siège de la pensée et pour que celle-ci émerge, l'organe doit être stimulé par l'environnement à la fois social, culturel et familial. En effet, le cas échéant, on retrouverait des « traits invariants » dans chacune des civilisations. Par conséquent, les contraintes biologiques ne jouent pas un rôle aussi important qu'on pourrait le croire dans les comportements sexués.

Véronique Slovacsek - Chauveau aborde les stéréotypes dans les rapports sociaux de sexe. Elle met en lumière les différentes « conceptions du masculin et féminin » mais aussi les « représentations sexuées des disciplines ». L'auteur souligne certaines idées reçues qui voudraient que les filles soient calmes et appliquées et que les garçons soient agités et créatifs. Un bon nombre d'enseignants partagent ces stéréotypes sexués et, par conséquent, tendent à orienter les élèves en fonction de ces aprioris. Elle aborde aussi la notion d'identité sexuée. En effet, dans une classe, les enfants s'identifient en tant que garçon ou fille par certains comportements : le fait de ne pas avoir de logique

mathématique par exemple pour les filles ou l'incompréhension de la poésie par les garçons.

Puis, Véronique Slovacek-Chauveau évoque le manque de « modèles professionnels féminins ». Les adolescents sont en effet très souvent à la recherche de modèles identitaires réels ou fictifs. Comme nous avons pu le noter précédemment, que ça soit dans la littérature pour la jeunesse ou les figures historiques scientifiques, les modèles féminins issus des domaines scientifiques sont encore trop peu nombreux.

Un article de Marie-Hélène Therre fait ensuite le point sur les stéréotypes autour des métiers scientifiques et techniques, idées reçues parfois relayées par la famille, les enseignants, les éducateurs... Elle présente un certain nombre de caricatures sur différents métiers : « Le secteur du bâtiment, ce n'est pas fait pour les filles ! », « Les voitures : un monde d'hommes », « Dépanner un ordinateur, c'est impensable pour une femme »...

Cette analyse permet d'expliquer la sous-représentation de jeunes femmes dans les métiers scientifiques et techniques mais explique aussi leur relatif manque d'intérêt pour les nouvelles technologies. Ce domaine semble encore aujourd'hui, à l'heure de la parité hommes femmes, plus prisé par la gente masculine. L'éducation scolaire ou familiale y est pour beaucoup et les stéréotypes sont encore tenaces.

2.2 Pratiques « virtuelles »

Les pratiques culturelles vs les pratiques « virtuelles » ?

Les pratiques culturelles ont-elles une influence directe sur l'utilisation d'Internet ? Un jeune qui lirait beaucoup par exemple serait-il moins attiré par Internet ? Ou à l'inverse un jeune passionné par le théâtre peut-il être aussi un internaute assidu ? Olivier Donnat, spécialiste des pratiques culturelles, a analysé le lien entre pratiques culturelles et usages d'Internet⁷.

Le sociologue présente différents graphiques où il lie l'usage d'Internet en fonction de la pratique d'activités artistiques, du nombre de livres lus, de la fréquentation d'équipements culturels, de la fréquentation des salles de cinéma...

Il identifie trois profils d'individus :

- une population équipée peu engagée dans la culture traditionnelle comme dans la culture numérique ;
- une population juvénile aux pratiques intenses surtout en matière de communication et peu versée dans les pratiques culturelles traditionnelles ;
- un public plus mûr qui a, à la fois, des pratiques culturelles et numériques.

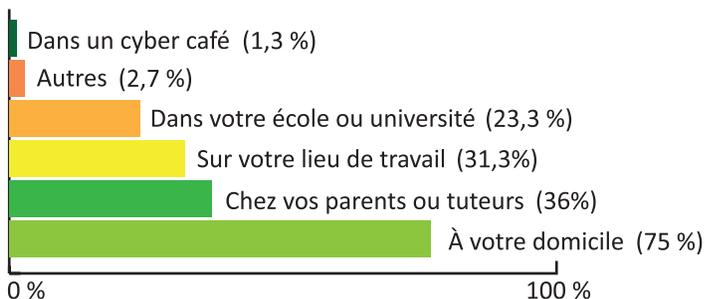
Cette typologie se retrouve-t-elle dans le cadre de notre étude ?

Les jeunes que nous avons interrogés communiquent-ils beaucoup par Internet et pratiquent-ils peu d'activités culturelles classiques comme la lecture, le théâtre ou encore le cinéma ?

Pratiques sur Internet

Où les 15-30 ans utilisent-ils un ordinateur ?

LIEUX D'UTILISATION DES ORDINATEURS (%) :



⁷ DONNAT (Olivier) ; « Pratiques culturelles et usages d'Internet » ; *Département des études, de la prospective et des statistiques du ministère de la culture et de la communication* ; Collection Culture Études ; disponible en PDF sur <http://www2.culture.gouv.fr/deps/fr/pratiquesinternet.pdf> ; novembre 2007.

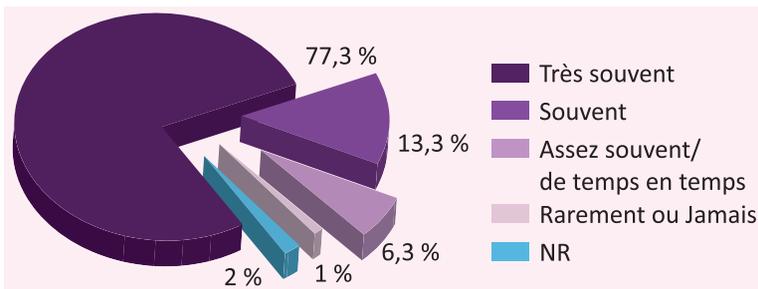
Les jeunes interrogés, dans le cadre de notre étude, semblent avoir un accès relativement privilégié à l'équipement informatique.

Aucun des jeunes interrogés a répondu ne pas utiliser d'ordinateurs. Une très large majorité des enquêtés utilisent un ordinateur chez eux (75%) ou au domicile de leurs parents (36%). On observe que très peu de jeunes se rendent dans les cybercafés pour utiliser un ordinateur, seulement 1,3% d'entre eux. Ils utilisent pour environ un quart d'entre eux un ordinateur sur leur lieu d'études et 31% déclarent utiliser un ordinateur sur leur lieu de travail.

Toutefois, sur l'équipement, il est nécessaire de nuancer. Notre échantillon est marqué par une prédominance des jeunes de milieu urbain mais aussi par une diffusion partielle du questionnaire via Internet.

En ce qui concerne la connexion Internet, seulement 6% des jeunes interrogés n'ont pas de connexion Internet à leur domicile ou chez leurs parents.

FRÉQUENCE DE L'UTILISATION D'INTERNET :



77% des jeunes interrogés utilisent Internet très souvent c'est-à-dire une à plusieurs fois par jour. La pratique est très largement répandue. Seulement un jeune interrogé a répondu ne jamais utiliser Internet.

La FING⁸ a récemment publié le compte rendu d'un débat sur les usages et pratiques des TIC chez les jeunes. Les jeunes sont suréquipés en comparaison avec les autres tranches d'âge. 62% des 15-24 ans ont à la fois un ordinateur et un accès à Internet. 93% des 12-17 ans seraient internautes et 55% d'entre eux iraient quotidiennement sur le net.

⁸ Fondation Internet Nouvelle Génération – débat La Cantine (7 janvier 2009)

La classification des internautes

Comment classer ces différents utilisateurs ? La notion d'internaute, certes commode, peut paraître relativement floue. Que recouvre-t-elle précisément ?

L'INSEE propose une définition : de manière générale, un internaute est un individu accédant à Internet quel que soit son lieu de connexion. Dans le cadre de l'enquête sur les TIC, un internaute est un individu de 15 ans et plus, qui déclare au moment de l'enquête, avoir utilisé Internet au cours du dernier trimestre.

Médiamétrie⁹ propose la typologie suivante :

- internautes occasionnels : personnes accédant à Internet une fois par mois ou moins souvent ;
- internautes réguliers : plus d'une fois par mois ;
- internautes assidus : tous les jours ou presque.

Selon la définition de l'INSEE, sur les 300 jeunes interrogés dans notre enquête, 97% ont utilisé Internet au cours du dernier trimestre et par conséquent peuvent être considérés comme internautes.

Si l'on utilise désormais la classification de Médiamétrie, on distingue bien trois groupes d'utilisateurs dans notre échantillon : 77% d'entre eux sont des internautes assidus, 18% sont des internautes réguliers et enfin 3% sont des internautes occasionnels.

Les jeunes interrogés sont donc largement familiarisés aux ordinateurs et à Internet. Qu'en est-il des pratiques culturelles plus « traditionnelles » ?

Les pratiques culturelles classiques

Nous nous appuyons ici à la fois sur les résultats de notre questionnaire mais aussi sur l'étude d'Olivier Donnat (cf. point précédent sur la pratique d'Internet).

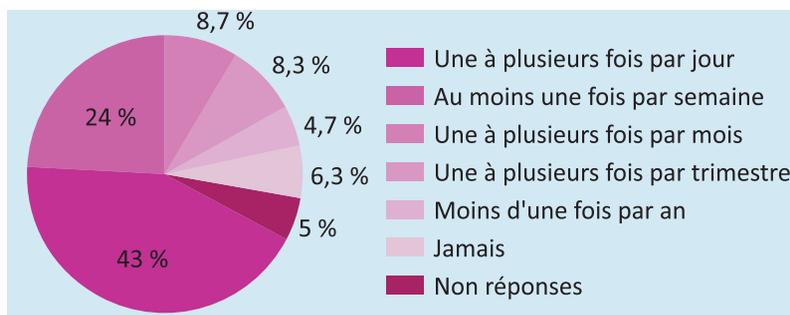
Dans son analyse, il constate que la probabilité d'être internaute croît avec le niveau de pratiques culturelles. En d'autres mots, la pratique numérique et les pratiques culturelles traditionnelles se cumulent.

« La probabilité d'être internaute croît avec le niveau de participation aux activités culturelles classiques. » (Olivier Donnat)

⁹ Mesure d'audiences et étude des médias audiovisuels et interactifs (Observatoire sur les usages d'Internet)

• *La lecture*

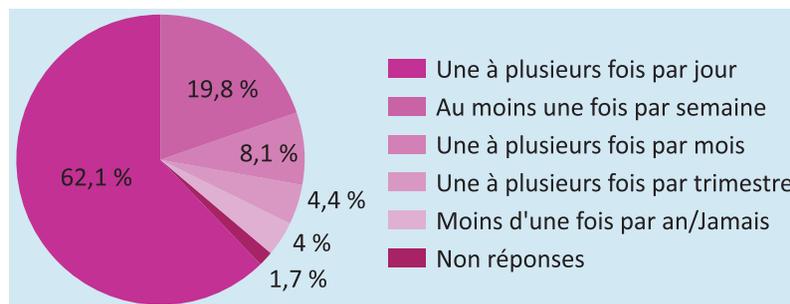
PRATIQUE DE LA LECTURE DES 15-30 ANS :



43% des jeunes interrogés lisent une à plusieurs fois par jour, 24% lisent au moins une fois par semaine. 11% lisent moins d'une fois par an ou jamais. Selon Olivier Donnat, sur l'ensemble de la population, l'intensité de la pratique en termes de lecture a peu d'influence sur le fait d'être un internaute actif. En revanche, le fait de ne pas lire du tout peut aller de pair avec le fait de ne pas avoir de pratique numérique.

• *La télévision et Internet en concurrence ?*

PRATIQUE DE LA TÉLÉVISION DES 15-30 ANS :



Regarder la télévision est une pratique très régulière chez les jeunes entre 15 et 30 ans, particulièrement chez les 15-19 ans. En effet, ils sont 71% à la regarder une à plusieurs fois par jour. Le chiffre descend à 54% chez les 25-30 ans.

Selon les chiffres publiés par l'INSEE, plus les individus regardent la télévision, plus la proportion d'internautes tend à diminuer. L'observation fonctionne aussi avec l'écoute de la radio.

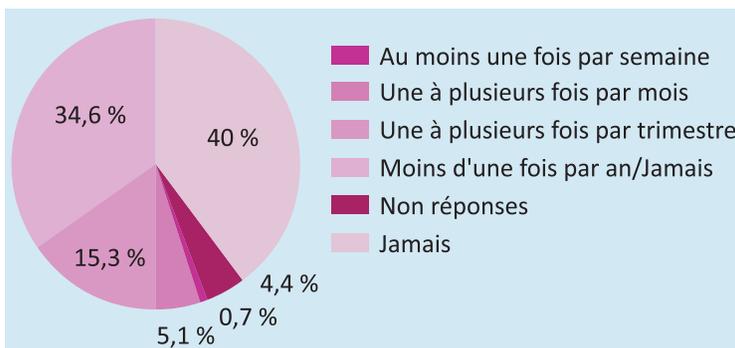
En l'occurrence, en ce qui concerne les jeunes interrogés dans notre étude, les deux pratiques, numérique et télévisuelle,

semblent cumulatives : 62% des jeunes enquêtés regardent la télévision quotidiennement et 77% de ces mêmes jeunes se rendent sur Internet une à plusieurs fois par jour.

- *Le théâtre, une pratique quasi inexistante chez les 15-30 ans*

Le théâtre est une pratique relativement rare chez les jeunes et encore une fois particulièrement chez les 15-19 ans. En effet, près de la moitié d'entre eux ne se rend jamais au théâtre.

PRATIQUE DU THÉÂTRE DES 15-30 ANS :



- *Concerts et spectacles*

Les 15-19 ans ont une pratique beaucoup moins régulière des concerts et spectacles que celle 20-24 ans. Ils sont 28% à s'y rendre pour 47% des 20-24 ans et 44% des 25-30 ans. Les résultats corroborent la typologie présentée en propos introductif : « une population juvénile aux pratiques intenses surtout en matière de communication et peu versée dans les pratiques culturelles traditionnelles ».

Les résultats de l'enquête sur les jeunes démontrent que leur pratique numérique est très conséquente que ça soit en termes d'équipements ou de temps passé devant Internet ou l'ordinateur. En revanche, les pratiques culturelles plus traditionnelles apparaissent, hormis la télévision et l'écoute de la musique, moins régulières. Nous avons pris ici pour exemple le théâtre, les concerts et spectacles. Il en est de même pour les actions associatives ou encore la pratique d'un instrument de musique.

Les pratiques de lecture en tant que pratique culturelle sont plus difficilement dissociables de l'utilisation d'Internet, du moins par la seule approche de l'enquête statistique telle qu'elle a été conçue. On peut bien sûr supposer que l'accès à Internet se fait aussi pour lire (de l'info, des écrits sur les blogs, des encyclopédies en ligne...).

Dans son propos, Olivier Donnat précisait que les pratiques culturelles fonctionnent dans une logique de cumul c'est-à-dire que plus on a de pratiques culturelles, plus on développe sa curiosité et l'envie d'en découvrir de nouvelles. C'est toutefois relativement difficile à démontrer à travers des statistiques. On ne peut savoir quelle pratique a pu entraîner l'autre.

Pratique numérique et pratique culturelle ne s'affrontent pas réellement et peuvent même découler l'une de l'autre. Toutefois, les jeunes, en particulier les plus jeunes, ont une pratique numérique particulièrement soutenue au détriment de certaines pratiques plus classiques.

La sociabilité des jeunes sur Internet

Sur Internet, les pratiques de sociabilité s'expriment à travers différents supports interactifs tels que les forums de discussions, blogs ou encore réseaux sociaux.

Ces pratiques sont-elles fréquentes chez les 15-30 ans de notre échantillon? Peut-on considérer qu'elles sont plus ou moins prononcées en fonction de l'âge, du genre ou encore de la situation professionnelle ou scolaire ?

Les supports interactifs

Les supports interactifs sont les principaux moyens de communiquer entre individus sur Internet.

- *Les blogs :*

Le blog est très souvent comparé au journal intime. Un peu étrange lorsque l'on sait qu'un blog peut être lu par des milliers d'internautes. Il peut être créé par une ou plusieurs personnes. Le principe est simple : un internaute crée le blog et peut le mettre à jour quand il le souhaite. Ces mises à jour prennent

la forme de « billets » ou plus communément de « blog-notes ». Ces articles prennent la forme de textes, de liens multimédia ou encore de photographies.

En règle générale, un blog est créé autour d'une thématique : photographie, recettes de cuisine, récits de voyage... Il permet souvent de parler de soi. Pour autant, le blog est très souvent anonyme, les « blogueurs » utilisent des noms d'emprunt ou des pseudonymes.



Exemple d'un blog d'une jeune parisienne qui raconte ses péripéties amoureuses et quelques petites astuces de la vie quotidienne. (www.madamepatate.fr)

- *Les forums de discussion :*

Tout comme le blog, un forum est créé par une ou plusieurs personnes que l'on appelle les administrateurs. Les échanges écrits s'organisent autour d'un ou plusieurs thèmes : le cinéma, les jeux vidéo, l'art, la littérature, les mangas, la musique...

Pour devenir membre d'un forum de discussion, il est nécessaire d'être inscrit. Les membres, que l'on appelle communément les « forumeurs », doivent pour cela renseigner un profil et choisir un pseudonyme. En général, les internautes donnent peu d'informations personnelles sur les forums de discussion. En effet, la majorité d'entre eux utilisent, par exemple, des pseudonymes fantaisistes.

Autre particularité : le forum est soumis à un règlement et les modérateurs sont chargés de le faire respecter. Ils ont la possibilité d'éditer, c'est-à-dire de corriger les messages et même de les supprimer.



Exemple d'un forum consacré au cinéma (www.dvdclassik.com)

- « *Chats* » et messageries instantanées

Le « chat » est un système de messagerie instantanée. Mais contrairement à un logiciel comme *MSN*, il ne fait pas appel au réseau social effectif d'un internaute. En effet, sur *MSN*, vous ajoutez vos propres contacts et très souvent vous les avez déjà rencontrés. Le « chat », dans une définition plus générale, fait appel plus fréquemment à des échanges entre inconnus sur des sites dédiés tels que le « chat » du fournisseur d'accès Orange ou

de la radio NRJ par exemple. Sur le principe, « chats » et forums se ressemblent sensiblement en tant qu'espace d'interactions écrites entre inconnus. Les deux supports interactifs nécessitent l'utilisation d'un pseudonyme.

La nuance entre ces deux supports, forums et « chats », se situe dans le rapport au temps. Un chat permet les messages instantanés contrairement au forum qui fait appel aux messages différés.

- *Les réseaux sociaux :*

Il existe deux grandes familles de réseaux sociaux : les réseaux que l'on nommera ici « personnels » et les réseaux professionnels. Les premiers permettent aux internautes d'être en lien avec leur réseau de sociabilité amical, familial et parfois professionnel. On en dénombre une multitude à travers le monde virtuel mais seuls quelques-uns connaissent un réel succès tels *Facebook* ou *MySpace*. Le fonctionnement est plus ou moins le même sur chacun de ces sites. Les internautes sont invités par un ou plusieurs contacts via un mailing. Vous devez ensuite, pour compléter votre inscription, renseigner votre profil : nom, prénom, âge, sexe, domiciliation, profession... Puis, vous pouvez interagir avec vos amis via des différentes applications, jeux et systèmes d'échanges. Par définition, le réseau social, contrairement aux blogs ou forums, ne se construit pas autour d'une thématique précise mais plutôt autour des relations sociales, effectives ou non par ailleurs, d'un internaute. Un réseau social professionnel, comme *Viadeo* ou *Linkedin*, permet aux internautes de mettre en valeur leurs parcours et compétences professionnelles sur Internet. Les individus peuvent ainsi être en contact avec leurs collègues de travail mais aussi avec de potentiels recruteurs.



- *Autres supports interactifs :*

On note aussi les sites de partages vidéo, photos et musique tels que *Dailymotion* ou *Youtube*. Chaque utilisateur inscrit peut déposer sur le site une vidéo, un clip de musique par exemple, et les internautes peuvent y apposer leurs commentaires.

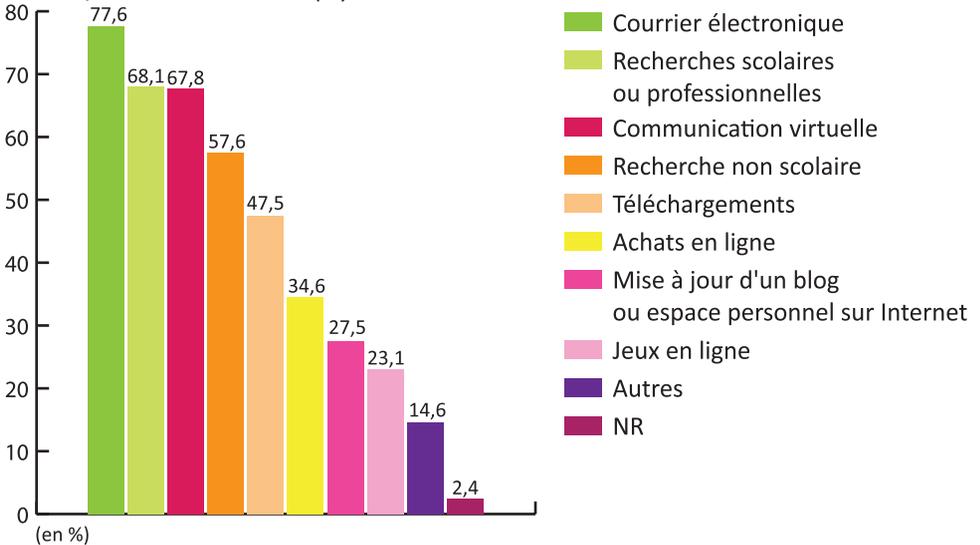
Enfin, n'oublions pas les sites de rencontres amoureuses tels que *Meetic* pour ne citer que le plus célèbre où moyennant un abon-

nement payant, hommes et femmes remplissent un profil détaillé et recherchent l'âme sœur.

Pratiques virtuelles des 15-30 ans

• *Quelle utilisation d'Internet par les jeunes ?*

PRATIQUES SUR INTERNET (%) :



La réponse la plus choisie par les jeunes est le courrier électronique (78%). Viennent ensuite les recherches scolaires et professionnelles (68%), et la communication virtuelle (68%).

Les recherches non scolaires arrivent en quatrième position (58%) suivies par les téléchargements sur Internet (47%) ce qui signifie que près d'un jeune sur deux télécharge. Environ 1/3 des jeunes interrogés déclarent faire des achats en ligne. 27% déclarent mettre à jour un blog ou un espace personnel sur Internet. Environ 1/5 des jeunes déclarent jouer en ligne. Ce graphique souligne une forte propension des jeunes à communiquer et échanger sur Internet.

• *L'utilisation d'Internet en fonction de l'âge et du genre :*

Dans notre étude, le genre n'a pas d'influence sur la communication virtuelle. En revanche, l'âge est déterminant. Les 15-19 ans sont plus nombreux à communiquer sur Internet. Une étude d'Yves Frydel¹⁰, nous éclaire sur les différentes utilisations d'Internet en fonction de certaines caractéristiques et notamment

¹⁰ FRYDEL (Yves), « Internet au quotidien : un français sur quatre », *Insee Première*, Division Conditions de vie des ménages, N°1076, mai 2006.

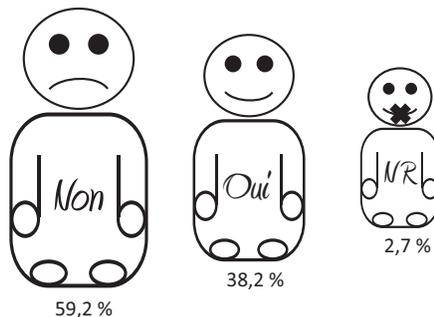
en fonction de l'âge des internautes.

Les conversations en direct et les messageries instantanées sont majoritairement utilisées par les 15-19 ans. En effet, « *au cours du dernier mois (rappelons que l'enquête INSEE date de mai 2006) 62% des 15-19 ans ont communiqué via une messagerie instantanée* ». La surreprésentation des jeunes en ce qui concerne cette pratique contraste avec les autres tranches d'âges, notamment avec les individus âgés de plus de 40 ans qui n'utilisent que très peu la messagerie instantanée (en moyenne entre 10 et 20% d'entre eux seulement au cours du dernier mois). Le contraste est aussi flagrant lorsque l'on s'intéresse à la pratique des conversations en direct et des forums de discussion. Au-delà de 40 ans, l'utilisation de ces supports interactifs devient rare voire inexistante. La pratique des jeux sur Internet est importante chez les 15-19 ans, plus d'un tiers d'entre eux le dernier mois. Au-delà de 30 ans, la pratique se fait plus rare jusqu'à 70 ans où l'on observe un petit regain d'intérêt pour l'usage des jeux en ligne. La pratique varie aussi selon la position socio-professionnelle : les ouvriers utilisent plus fréquemment les messageries instantanées, ils sont 37% pour 21% de cadres. Le contraste est le même pour les forums et conversations en direct, soit 20% d'ouvriers pour 12% de cadres. En revanche, tout comme dans notre enquête, il existe peu de différences dans l'utilisation de ces dispositifs interactifs selon le genre. On observe même une égalité parfaite entre hommes et femmes en ce qui concerne les messageries instantanées.

Blogs, forums et réseaux sociaux

• Les blogs

CRÉER SON BLOG (15-30 ANS) :



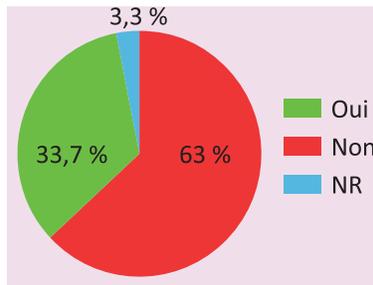
Via le questionnaire, 38% des jeunes interrogés ont déclaré avoir déjà créé un blog, soit plus d'un tiers de l'échantillon. Notre étude nous permet de constater que 41% des jeunes hommes interrogés en ont déjà créé un pour seulement 34% des jeunes femmes.

Il existe une corrélation entre l'âge et la création d'un blog. Les 15-19 ans sont 47% à en avoir déjà créé un pour 36% des 20-24 ans et 31% des 25-30 ans. Il semblerait que plus les individus sont âgés, moins ils créent de blogs sur Internet. Selon des chiffres publiés par Médiamétrie¹¹, au cours du troisième trimestre 2005, un tiers des 13-17 ans disposait d'un blog contre 14% des 18-24 ans et 5% des 25-34 ans.

- *Les forums de discussion*

La majorité des jeunes interrogés a déclaré ne pas être inscrit sur des forums de discussion. Ils ne sont que 34% à être utilisateurs des forums. Ce sont les hommes entre 25 et 30 ans qui les utilisent le plus fréquemment.

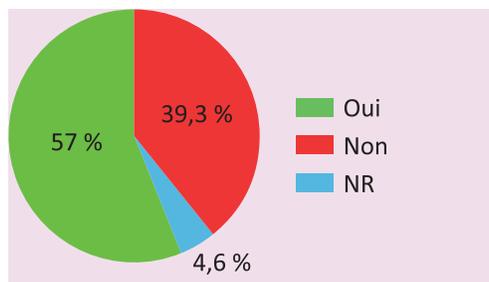
LES 15-30 ANS ET LES FORUMS DE DISCUSSION (%) :



- *Les réseaux sociaux*

Par contre, plus de la moitié des jeunes interrogés sont inscrits sur des réseaux sociaux type *Facebook*, *Copains d'Avant* ou encore *MySpace*.

LES 15-30 ANS ET LES RÉSEAUX SOCIAUX (%) :



¹¹ Source : www.journaldunet.com

La pratique semble être davantage prisée par les jeunes femmes interrogées puisque 68% d'entre elles ont déclaré être inscrites sur des réseaux sociaux pour 51% des jeunes hommes.

Tout comme pour les forums de discussion, les réseaux sociaux sont surtout utilisés par les 25-30 ans. Cela s'explique en partie par le fait que les réseaux tels que *Facebook* ont été créés par et pour des étudiants.

Les jeunes ont des pratiques interactives particulièrement développées sur Internet à travers les blogs, forums ou encore réseaux sociaux. L'âge est un facteur relativement déterminant dans l'utilisation de ces différents sites. En effet, les usages diffèrent entre les 15-19 ans, plutôt créateurs de blogs, et les 25-30 ans, plutôt utilisateurs des réseaux sociaux et forums de discussion.

2.3 TIC, l'équipement des 15-30 ans

La téléphonie mobile

Selon une étude du CREDOC¹² parue fin 2007, 96% des 18-24 ans sont équipés d'un téléphone portable pour seulement 33% des 70 ans. L'enquête révèle très peu d'écarts entre hommes et femmes (chiffres en juin 2007 : 77% d'hommes équipés et 74% de femmes). Qu'en est-il dans notre étude, sachant que notre échantillon est fortement représenté par les jeunes résidant en Pays de la Loire ? Quel est leur taux d'équipement ?

Observe-t-on des variations importantes en fonction du genre et de l'âge des personnes interrogées ?

Les téléphones portables :



En ce qui concerne les téléphones portables, hommes et femmes sont équipés de la même façon. Ils sont respectivement 5% et 4,5% à ne pas avoir de téléphone(s) mobile(s).

Sur le nombre de téléphones, le constat est le même. On note très peu d'écarts selon le genre. La majorité des jeunes interrogés ne possède qu'un seul téléphone portable. Seule une minorité d'entre eux a déclaré en avoir deux et plus.

DURÉE DES APPELS (EN %) :

	Hommes	Femmes	Total
Moins d'une heure	30,8	27,0	29,2
Entre 1 et 2 heures	27,6	30,6	28,5
Entre 2 et 4 heures	22,2	19,8	21,1
Entre 4 et 6 heures	3,2	10,8	6,0
Plus de 6 heures	11,9	9,0	10,7
NR	1,1	-	1,3
Pas concerné	3,2	2,7	3,0
Total	100	100	100

¹² Source : http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-credoc-2007.pdf

La durée des appels varie très peu selon le genre. Hommes et femmes ont une pratique similaire. En revanche, selon les tranches d'âge, on note certaines différences. 46% des 15-19 ans téléphonent moins d'une heure chaque mois, soit près de la moitié d'entre eux. Toutefois, à partir de 20 ans, il devient beaucoup plus rare de téléphoner seulement moins d'une heure par mois : soit 24% des 20-24 ans et 15% des 25-30 ans. Entre 15 et 19 ans, ce sont très souvent les parents qui financent l'abonnement téléphonique. Les forfaits sont parfois bloqués et limités à une heure de téléphone par mois. 29% des 20-24 ans téléphonent entre une et deux heures par mois et 30% téléphonent entre deux et quatre heures. Plus d'un tiers des 25-30 ans téléphonent entre une et deux heures par mois. Enfin, peu de jeunes entre 20 et 30 ans déclarent téléphoner plus de six heures par mois. En revanche, ils sont 18% chez les 15-19 ans.

SMS/MMS :

Selon l'enquête du Credoc précédemment citée, le profil des personnes qui envoient des SMS reste particulièrement marqué. En effet, 98% des 12-17 ans, équipés d'un téléphone portable, envoient des SMS.

NOMBRE DES SMS/MMS ENVOYÉS (EN %) :

	Hommes	Femmes	Total
Aucun	2,7	0,9	2,0
Moins de 5 sms	8,1	3,6	6,4
Entre 5 et 10 sms	15,7	13,5	14,8
Entre 10 et 50 sms	34,6	43,2	37,6
Entre 50 et 100 sms	15,7	19,8	17,1
Plus de 100 sms	19,5	14,4	17,4
NR	0,5	1,8	1,7
Pas concerné	3,2	2,7	3
Total	100	100	100

Parmi les jeunes entre 15 et 30 ans, les femmes envoient un peu plus de SMS que les hommes. Elles sont 43% à en envoyer entre 10 et 50, mensuellement, pour 35% des hommes. Toutefois, les écarts restent relativement faibles.

Selon la tranche d'âge, les écarts sont plus importants. Près de la moitié des 20-24 ans et des 25-30 ans envoient entre 10 et 50

SMS par mois. Les proportions ne sont pas si importantes chez les 15-19 ans. Ils sont 24% à envoyer entre 10 et 50 SMS par mois et 24% à en envoyer entre 50 et 100. Notons que 17% d'entre eux déclarent envoyer plus de 100 SMS par mois.

Concernant les MMS, la grande majorité des hommes et femmes interrogés n'en envoient aucun. Il n'y a pas d'écarts significatifs selon le genre.

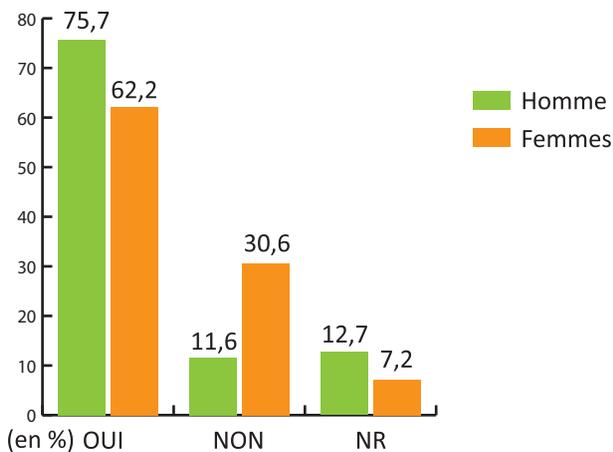
Selon la tranche d'âge, l'envoi de MMS est peu marqué. La pratique est un peu plus courante chez les 15-19 ans.

Les accessoires :

En ce qui concerne les accessoires du téléphone portable, on constate que les hommes sont à la fois plus équipés et utilisent plus fréquemment les outils disponibles sur leur téléphone. Ce constat se vérifie sur les accessoires suivants : le Bluetooth, la caméra, le GPS, le lecteur MP3, la radio, la télévision et enfin la connexion Internet. Le seul accessoire, sur lequel la pratique est complètement équivalente selon le genre, est l'appareil photo.

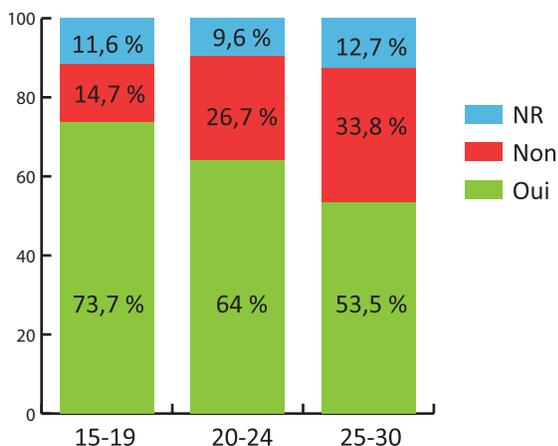
Prenons l'exemple de la caméra :

CAMÉRA SUR TÉLÉPHONE PORTABLE SELON LE GENRE :



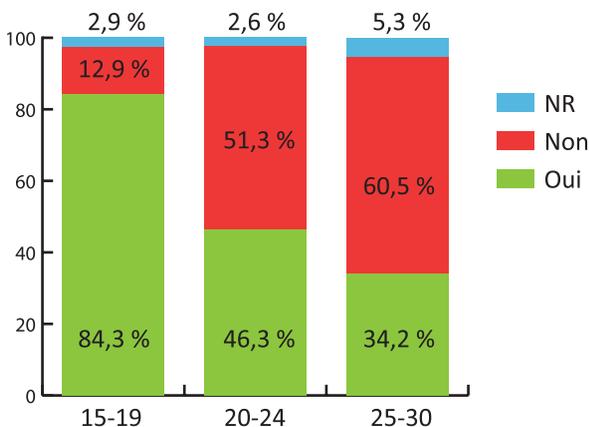
31% des femmes n'ont pas de caméra sur leur téléphone portable pour seulement 12% des hommes. On retrouve des différences semblables sur les autres accessoires. Si l'on regarde les accessoires sur les téléphones portables en fonction des tranches d'âge, on constate de très larges différences entre les 15-19 ans et les 20-30 ans.

ÉQUIPEMENT D'UN LECTEUR MP3 SUR LE PORTABLE SELON L'ÂGE :



Seulement 15% des 15-19 ans ont déclaré ne pas avoir de lecteur MP3 sur leur téléphone portable pour 26% des 20-24 ans et 34% des 25-30 ans. L'écart est d'autant plus frappant quand on regarde, parmi les détenteurs du lecteur MP3, ceux qui déclarent l'utiliser :

UTILISATEURS DU LECTEUR MP3 SUR PORTABLE PARMI LES DÉTENTEURS DE L'ACCESSOIRE :



Les 15-19 ans sont beaucoup plus nombreux à déclarer utiliser leur lecteur MP3 sur leur téléphone portable. En effet, ils sont 84% pour seulement 47% des 20-24 ans et 34% des 25-30 ans.

Notre étude révèle que les jeunes, en ce qui concerne la téléphonie mobile, ont une pratique particulièrement développée. Rares sont les jeunes non équipés d'un téléphone portable. En ce qui concerne leur consommation mensuelle en termes d'appels et d'envois de SMS ou MMS, on note de larges différences selon la tranche d'âge concernée.

Les 15-19 ans se distinguent aussi par une utilisation beaucoup plus importante des différents accessoires sur les portables. On peut expliquer cette tendance par le fait que les jeunes entre 15 et 19 ans ont connu les téléphones accessoirisés dès leurs premières utilisations. C'est en 2000 que Samsung a commercialisé le premier téléphone avec lecteur MP3 intégré. Il est maintenant intégré à la plupart des téléphones commercialisés.

En revanche, le genre influe peu sur les pratiques en termes d'équipements, de durée d'appels, d'envois de MMS... Le genre est déterminant en ce qui concerne l'utilisation des accessoires. Les femmes utilisent beaucoup moins les outils sur leur téléphone portable.

Équipement TIC des jeunes entre 15 et 30 ans

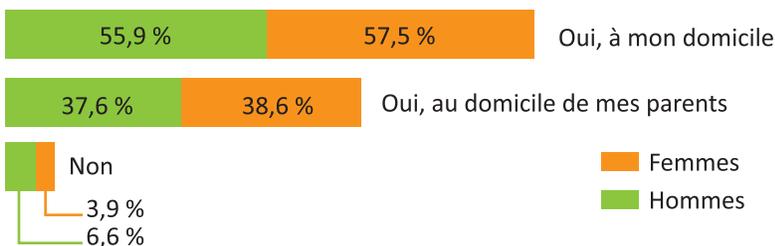
Pour conclure, voici les résultats quant au taux d'équipement des jeunes et à leurs usages à la fois sur Internet mais aussi sur les consoles de jeux vidéo.

Les jeunes et Internet

Les jeunes sont seulement 6% à n'avoir ni connexion Internet chez eux, ni connexion Internet chez leurs parents.

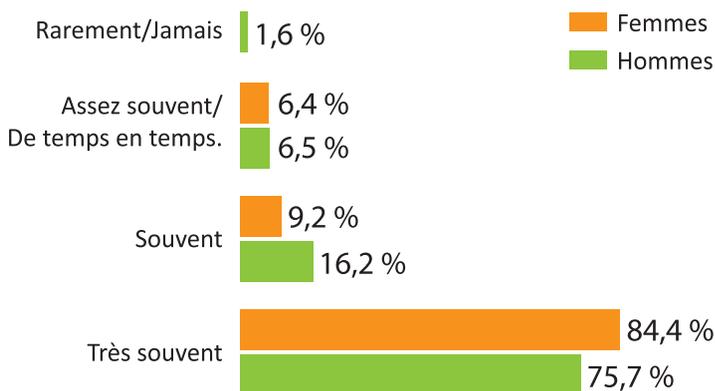
La proportion d'internautes est donc particulièrement élevée ici. Toutefois, rappelons qu'une partie de nos questionnaires a été remplie en ligne.

CONNEXION INTERNET SELON LE GENRE :



Dans notre échantillon, hommes et femmes sont équipés de façon similaire. Selon la tranche d'âge, quelques différences apparaissent en ce qui concerne l'équipement. Une large partie des 15-19 ans vit encore chez ses parents. Lorsque l'on regarde les statistiques de l'INSEE ¹³ (2006), on note que 62% des 15-19 ans et 57% des 20-29 ans disposent d'Internet chez eux.

FRÉQUENCE DE L'UTILISATION D'INTERNET CHEZ LES 15-30 ANS (SELON LE GENRE) :



Notons le pourcentage particulièrement élevé de jeunes utilisant Internet très souvent c'est-à-dire une à plusieurs fois par jour (77%). Seulement à peine 1% d'entre eux déclarent ne jamais utiliser Internet.

Sur notre échantillon, il semble que les femmes se connectent un peu plus fréquemment sur Internet. En effet, elles sont 84% à l'utiliser très souvent pour 76% d'hommes

Selon les différentes tranches d'âge, l'utilisation est relativement similaire.

Dans notre étude, l'âge et le genre ne semblent pas réellement

¹³ FRYDEL (Yves), « Internet au quotidien : un français sur quatre », *Insee Première*, Division Conditions de vie des ménages, N°1076, mai 2006.

déterminants dans la fréquence de l'utilisation d'Internet chez les 15-30 ans.

Les jeunes interrogés sont 43% à utiliser Internet entre une et trois heures par jour. 15% d'entre eux sont sur Internet moins d'une heure par jour.

Rares sont les jeunes interrogés qui déclarent utiliser Internet plus de 10 heures par jour, seulement 3% d'entre eux.

Enfin, on note que presque un dixième d'entre eux passe entre 5 et 10 heures par jour sur Internet et 16% des jeunes passent entre 3 et 5 heures en ligne.

Ces résultats sont ils différents en fonction du genre et de l'âge des jeunes interrogés ?

LA PRATIQUE D'INTERNET, SELON LE GENRE (EN %) :

	Hommes	Femmes	Total
Pratique faible	11,8	21,8	15,4
Pratique modérée à intense	59,7	61	59,7
Pratique intense	12,9	11,8	12,4
NR	3,2	2,7	3,7
Pas concerné	12,4	2,7	8,7
Total	100	100	100

Les hommes et femmes ne se distinguent pas sur un niveau de pratique modérée à intensive (entre 1h et 5h par jour) ni sur un niveau de pratique très intensive (plus de 5h par jour). Par contre, une faible pratique (moins d'une heure par jour) est plus souvent le fait des jeunes femmes que des jeunes hommes (22% contre 12%).

Tout comme pour la fréquence d'utilisation d'Internet, l'âge n'est pas réellement déterminant dans notre étude.

Consoles de jeux vidéo

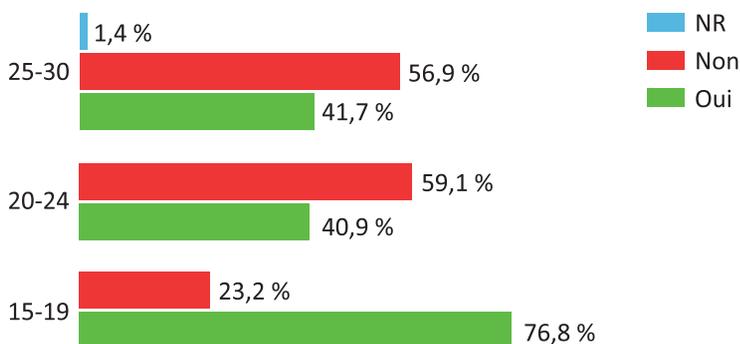
C'est une pratique qui, à première vue, est plutôt prisée par un public jeune même si la Wii, remporte un succès fou chez les seniors. 52% des jeunes possèdent au moins une console de jeux vidéo, soit plus de la moitié de l'échantillon. Et la pratique semble largement plus masculine.

ÉQUIPEMENT EN CONSOLES DE JEUX, SELON LE GENRE (EN %) :

	Hommes	Femmes	Total
Oui	64,3	34,2	52,7
Non	35,1	65,8	46,3
NR	0,5	-	1,0
Total	100	100	100

64% des hommes ont déclaré être équipés d'une console de jeux vidéo pour seulement 34% des femmes.

ÉQUIPEMENT EN CONSOLES DE JEUX
SELON LA TRANCHE D'ÂGE :



Ce sont les 15-19 ans les plus équipés en consoles de jeux vidéo. Pour expliquer ces quelques chiffres, il est possible de se référer aux travaux du sociologue Laurent Trémel, docteur en sociologie à l'EHESS et auteur de plusieurs ouvrages sur le thème du jeu vidéo.

L'attrait des garçons pour les jeux vidéo s'explique en partie par le fait que les industriels et publicitaires ciblent leur public dès le plus jeune âge. Tout comme les petites voitures dans le rayon des garçons au supermarché, certains jeux vidéo sont catalogués par genre. La couleur rose fera penser systématiquement au consommateur à un jeu pour les filles. On peut penser à *Charlotte aux fraises* par exemple. L'offre destinée aux jeunes filles reste moins importante que pour les garçons même si elle a tend à évoluer aujourd'hui. Le marché féminin semble séduire certains industriels. En peu de temps, on a vu fleurir, dans les boutiques et supermarchés, des consoles portables et tout un ensemble

d'accessoires de la couleur rose (manette, sacoche...). Les dernières études marketing ont d'ailleurs mis en évidence que la *Nintendo DS* était davantage prisée des jeunes filles.

Au-delà du ciblage publicitaire, comme nous avons pu l'évoquer plus haut en ce qui concerne le rapport des femmes aux sciences, l'éducation joue un rôle primordial. Selon un certain nombre de critères (CSP des parents entre autres), certains enfants seront amenés à jouer plus que d'autres aux jeux vidéo.

Enfin, concluons par une recherche menée par le professeur Allan Reiss, rattaché à l'université de Stanford. Ses travaux ont été publiés dans le « *Journal of psychiatric research* ». À partir d'imageries médicales, le scientifique a établi que les jeux vidéo influent sur le système mésocorticolimbique. C'est la « *partie du cerveau associée aux sentiments de contentement et de récompense ainsi qu'au phénomène de dépendance* ». L'activité de cette zone augmente en fonction du succès du joueur masculin. Le chercheur a établi que cette augmentation était moins importante chez les femmes.

Les jeunes interrogés dans notre étude ont une pratique Internet particulièrement conséquente quelque soit l'âge ou le genre des individus.

Sur la question des jeux vidéo, la pratique est beaucoup plus marquée socialement. On peut le constater dans notre étude sur la question du genre et de l'âge des « gamers ».

Nous souhaitons clore cette partie en abordant le concept de *digital natives*. C'est Marc Prensky, enseignant et chercheur américain, qui a utilisé ce terme pour la première fois dans un essai paru en 2001 : *digital natives, digital immigrants*.

Le terme couvre la génération des 11-25 ans. Nés avec les outils numériques, leur apprentissage commence dès le plus jeune âge. Selon certains instituts de sondage, les jeunes adolescents passeraient plus de temps à surfer sur Internet qu'à regarder la télévision. C'est un véritable phénomène de société, qui atteste de surcroît que ces jeunes ont une forte appétence pour la communication et l'échange entre pairs.

Ces jeunes pour qui « *le numérique est un territoire natif dont ils seraient les autochtones* » se distinguent de « *leurs aînés qui*

seraient au mieux des immigrants numériques, qui ne maîtriseraient les technologies qu'au prix d'un effort d'adaptation bien visible ».

Cela nous amène à notre troisième et dernière partie sur le lien entre mœurs et nouvelles technologies. Les nouvelles technologies changent-elles les mœurs ? Ou, les innovations sont-elles seulement des outils pour accompagner le changement des mœurs ?