

## Les consommations de produits psychoactifs dans les milieux festifs de la culture rock

Le lien entre festivités, musique et consommations de produits psychoactifs n'est pas nouveau. Mais si les fêtes techno ont attiré l'attention des spécialistes des drogues sur ces consommations festives, celles qui ont lieu dans d'autres milieux culturels sont plus mal connues. Aussi l'OFDT (Observatoire français des drogues et des toxicomanies) a-t-il commandé une étude sur les consommations de produits psychoactifs en milieu rock, afin de compléter les observations sur les milieux festifs techno inclus dans le dispositif TREND (Tendances récentes et nouvelles drogues).

La recherche a eu lieu de mars à décembre 2001. Quarante-quatre événements musicaux de durées différentes ont été observés (représentant environ 273 heures d'observation) : 32 concerts (de 3 heures environ), 3 soirées (d'environ 9 heures) 9 mini festivals (de 6 heures environ, avec trois groupes au minimum) et 3 festivals dans leur durée intégrale (sur trois jours). Nous avons tenu compte des différents types de salles, selon leur taille et l'organisation du concert (officielle ou alternative), dont dépend, entre autres, la surveillance au cours de l'événement (présence ou non d'agents de sécurité, fouille à l'entrée, etc.). Nous avons également voulu observer des courants musicaux différents, afin d'avoir une vision aussi globale que possible de la consommation. Néanmoins, cette enquête reste exploratoire, l'échantillon d'événements ne pouvant prétendre être exhaustif.

### Principales consommations : tabac, alcool et cannabis

On ne s'en étonnera pas puisqu'il s'agit de trois produits les plus consommés en France. Ils s'additionnent assez souvent, qu'ils soient consommés ensemble ou non. Ils sont présents dans la grande majorité des événements musicaux.

La consommation de tabac varie principalement en fonction de l'âge. La proportion de consommateurs dépasse souvent la moitié des spectateurs. Plus l'âge est élevé moins la consommation est forte. Mais on observe aussi des différences significatives parmi les jeunes (de

15 à 24 ans). Si la proportion des consommateurs y est forte, les plus jeunes fument moins de cigarettes que leurs aînés, alors même qu'ils consomment fréquemment du cannabis. Cela est probablement lié à des questions financières. Nous avons pu constater dans certains de ces groupes des partages de cigarettes à deux ou trois. La variable d'âge est accentuée par celle des catégories sociales. Chez les plus jeunes, l'appartenance aux catégories favorisées va de pair avec une plus forte la consommation. Chez les plus âgés, la consommation de tabac est moindre dans les catégories moyennes et supérieures.

#### L'alcool est parfois consommé avec excès.

L'alcool est toujours présent, ne serait-ce que parce que toutes les salles de concerts disposent d'un bar. L'alcool le plus consommé dans les concerts est la bière, probablement aussi parce qu'il est le moins cher. Dans les soirées organisées par des personnes issues du courant musical, le coût des alcools est plus accessible (entre 2,30 et 3 euros).

Parfois, des spectateurs boivent avant de se rendre à un événement musical. Cette « préparation » peut prendre des formes paroxystiques lorsque les jeunes viennent une ou deux heures avant l'événement, s'installent devant la salle et consomment à l'excès bières ou whisky. Ce rite de consommation est surtout présent dans le milieu métal, mais a pu aussi être observé dans les milieux gothique et hard-core (mélange de métal et de rap).

Parfois, des consommations importantes d'alcool ont aussi lieu dans les salles. Mais le plus souvent, les spectateurs boivent un à trois verres, sans que des comportements d'ivresse caractérisée apparaissent. Parfois, on observe des files continues de gens allant et revenant du bar, les bras chargés de bières pour leurs amis et pour leur propre besoin. C'est dans les festivals que les consommations les plus importantes sont apparues, avec des cas d'ivresse particulièrement poussés.

La consommation de cannabis est fréquente dans presque tous les événements, le plus souvent sous forme de résine. Selon les courants musicaux et le type d'événement, les proportions de consommateurs varient fortement. Nous

n'avons pas observé de ventes autour et dans les salles de concerts, alors qu'elles sont importantes dans les festivals.

Les consommateurs de joints sont souvent plus nombreux sur les côtés des salles : ils s'appuient souvent aux murs pour rouler mais aussi pour échapper à l'attention des agents de sécurité, bien que ceux-ci n'accordent en général que peu d'intérêt aux fumeurs.

**Les temporalités de confection et de consommation varient selon les salles et les concerts.** Dans ceux de courte durée, les consommations sont souvent assez fortes pendant la première partie du spectacle et à l'entracte. Elles diminuent sans disparaître pendant la prestation du groupe principal. Mais si la consommation de cannabis est inhérente à la musique écoutée, elle devient alors un usage culturel quasi obligatoire. Dans les salles non soumises à des contrôles, les usagers peuvent rouler et consommer sans méfiance. Les consommations ont alors lieu avant le début de spectacle, ou pendant les pauses, entre deux prestations. De petits rassemblements de spectateurs, assis, font tourner les joints entre eux. En revanche, lors de concerts de groupes renommés, auxquels participe une population plus mélangée, les consommations s'atténuent à mesure du déroulement du spectacle. On peut l'expliquer par le caractère durable des effets du cannabis.

**Les consommations d'autres produits sont peu fréquentes.** Nous n'avons pu observer qu'à deux reprises, en milieu gothique, des usagers de poppers, une fois un consommateur, une fois de très nombreux consommateurs. Dans ce milieu, ce produit est fréquemment employé en partie comme aphrodisiaque : cela est lié à la connotation très « sexuelle » du milieu gothique.

En une seule occasion, lors d'un mini festival gothique, trois personnes ont inhalé de l'éther. Lors d'une autre soirée gothique, celle où nous avons observé de multiples consommations de poppers, nous avons pu voir trois personnes consommer de la cocaïne par inhalation nasale et une autre s'injecter de l'héroïne. Un témoignage sur une soirée précédente en milieu gothique rapportait aussi la présence de cocaïne. Mais nous savons avec certitude que ces consommations restent très minoritaires.

Il en va de même pour la seule consommation de crack observée, lors d'une soirée dans un squat. Les usagers étaient de nationalité étrangère et ne faisaient pas partie des squatters. On ne peut donc déduire de leur présence une circulation répétée de crack dans ce lieu (aucune autre occurrence n'a été observée) ou de lien entre milieu alternatif rock et consommation de cette substance.

Par contre, dans le contexte des festivals, nous avons observé des dealers de cocaïne, d'ecstasy et de LSD sur certains sites et rencontré quelques consommateurs d'ecstasy.

Les consommations en milieu rock ne concernent donc qu'un panel assez réduit de produits : cannabis, alcool, poppers, ecstasy, cocaïne, héroïne et crack. Les consommations observées correspondent assez étroitement aux proportions rapportées dans une enquête de la MDPT (Mission départementale de prévention des toxicomanies) du Conseil général de Seine-Saint-Denis. Elles sont aussi assez conformes à celles de l'enquête ESCAPAD 2001. De manière générale, les consommations apparaissent assez mesurées et semblent poser peu de problèmes, mais des conduites d'excès peuvent apparaître.

## Nombreuses variables de consommation

De nombreuses variables se cumulent pour limiter ou accroître les consommations. Elles tiennent aux spécificités des courants musicaux et au degré d'insertion dans le milieu culturel,

à la durée de l'événement et à sa place dans la semaine, enfin à l'âge des spectateurs.

Si les consommateurs semblent plus nombreux et les consommations plus fortes dans certains sous-courants de la musique rock, ce critère seul ne permet pas d'expliquer les différences qui apparaissent d'un événement à l'autre. Trois courants cependant, les mieux documentés, font apparaître des tendances spécifiques de consommation :

**Le hard-core** (fusion raggamuffin et rap) : le cannabis et le tabac sont les premiers produits employés ; ensuite vient l'alcool, en bière surtout.

**Le métal** (hard rock) : la bière est le produit le plus consommé avant le cannabis et le tabac. Les polyusages sont fréquents.

**Le gothique** : les bières et les alcools forts y sont le plus fréquemment consommés. Le tabac et le cannabis viennent ensuite, puis le poppers qui a fait une apparition récente dans ce milieu. On note enfin quelques très rares consommations d'autres produits (cocaïne et héroïne). Les polyusages sont fréquents.

Peu de produits correspondent à une culture spécifique des courants musicaux. On trouve le cannabis, sous forme d'herbe, en milieu raggamuffin et reggae, le poppers en milieu gothique. Mais il est impossible d'associer strictement un courant et un type de consommation : après tout, alcool, cannabis et tabac sont les trois produits les plus consommés en France et les « gothiques » n'ont pas l'exclusivité de la consommation de poppers.

En fait, les caractéristiques d'un courant musical ne permettent pas de définir de manière stricte les consommations. Être affilié à un courant ne provoque pas nécessairement l'exclusion de toute autre activité ou de tout autre caractère identificateur. Certains milieux donnent bien corps à des valeurs, mais celles-ci semblent diffuses et manipulables à volonté par les participants.

## Une insertion différenciée en milieu rock.

Nous avons pu distinguer nettement dans certains courants musicaux, notamment le gothique et le métal, des degrés d'insertion fort différents : quatre catégories de populations ont été identifiées.

**Les spécialistes** : ils sont de tous les concerts et connaissent beaucoup de monde. On y trouve une proportion importante de musiciens, qui ont pratiqué ou pratiquent encore souvent eux-mêmes ce style de musique. Ils marquent leur appartenance au milieu par leur apparence (vêtements, coupes de cheveux, marquages corporels, etc.). Ils font preuve d'une connaissance approfondie des différents groupes de leur courant favori. Souvent en bande, ils passent autant de temps à discuter qu'à regarder les groupes qui se produisent. Ils se rendront peu aux événements musicaux d'un autre style que leur favori.

**Les fidèles** : ils ont d'autres centres d'intérêt que le rock. Ils maîtrisent parfaitement les codes du genre, portent également les distinctions vestimentaires du style. Ils sont plus ouverts sur d'autres types de musique et moins sélectifs que les spécialistes. On peut trouver des fidèles affiliés à deux courants proches de la musique rock, par exemple le métal et le gothique ou le métal et le hard-core.

**Les amateurs** : ils aiment la musique rock et plus spécialement le courant qui capte leur intérêt. Mais leurs autres centres d'intérêt le concurrencent. Ils sont souvent plus âgés que les fidèles et les spécialistes. Parmi eux, on trouve d'anciens spé-

cialistes ou fidèles dont le rythme de vie a changé ou de simples auditeurs avertis. Ils affichent un marquage vestimentaire modéré. Ceux-là entrent plus tôt dans les salles de concerts et on les trouvera peu dans les événements underground. **Les périphériques** : ils peuvent aller voir des concerts très différents et ne sont pas affiliés à un style. Leur marquage vestimentaire et corporel est très faible.

Ces quatre catégories se constituent en cercles concentriques par leurs effectifs. Les spécialistes, au centre, sont les moins nombreux. Plus l'on va vers l'extérieur (vers les « périphériques ») plus les effectifs sont importants. Parfois, seuls les spécialistes et des fidèles sont présents à certains concerts, alors que jamais on ne trouvera uniquement des « périphériques » dans une manifestation musicale.

On pourrait décliner ces catégories en fonction de la relation entre l'intensité des sentiments éprouvés pour un courant musical et les contraintes de la vie qui permettent un plus ou moins grand investissement dans cette musique. Ces niveaux d'adhésion aux sous cultures de la musique rock font que les événements musicaux créent des ruptures de qualité différente. En effet, lorsqu'un « spécialiste » va voir un concert, ce n'en est qu'un de plus dans la série d'événements auxquels il assiste. Pour un « amateur », au contraire, il peut prendre une valeur exceptionnelle.

### Durée variable des événements musicaux.

L'alternance entre temps de loisirs et temps de travail est constitutive de l'intensité des ruptures que créent les événements rock. La construction des temporalités des concerts peut se lire en fonction des circuits de distribution. Les circuits commerciaux tentent de limiter la durée des concerts dans la soirée, pour pouvoir fermer vers minuit, alors que les milieux produisant leurs propres événements — c'est le cas du milieu gothique — ont tendance à démarrer les concerts plus tard dans la soirée et à les faire durer plus longtemps. L'emplacement temporel du concert, selon qu'il prend place dans la semaine ou le week-end, joue aussi sur les comportements du public. Aller voir jouer un groupe de rock le week-end ou aller dans un festival pendant les vacances, d'une certaine manière, redouble la rupture en additionnant le temps libre à l'événement. Dans ceux qui se déroulent pendant la semaine, les excès sont moins nombreux.

**Les mini festivals se tiennent majoritairement le week-end.** Certains courants musicaux, tels le métal et le gothique, organisent plus souvent des événements longs, mini festivals et soirées. Les soirées sont plus fréquentes en milieu gothique, les mini festivals plus en milieu métal. Les mini festivals et les soirées de semaine sont dédiés aux courants que les organisateurs savent capables de se mobiliser, même en semaine, sur un événement musical.

Il apparaît clairement que la durée des événements est en relation avec la proportion de consommateurs de produits psychoactifs et l'intensité de leur consommation. La diversité des produits s'accroît avec la durée de l'événement, même si tabac, alcool et cannabis restent toujours les substances les plus consommées.

On peut, de manière quelque peu simplificatrice, proposer le raisonnement suivant. Plus le style musical est « grand public » et plus le groupe est réputé, plus le concert a lieu dans une grande salle. Plus la salle est grande, plus le public est mélangé et moins il y a, en proportion, de consommations de produits psychoactifs. Ce phénomène est lié en partie à la dilution des consommateurs de produits psychoactifs illicites

dans un ensemble plus vaste de spectateurs, en partie au relatif contrôle social qui s'exerce sur les consommations d'excès. Mais aussi, ce type d'événement musical, bâti sur des groupes de renommée, provoque une rupture importante d'avec la quotidienneté, rendant moins nécessaire les consommations. Plus le style musical est réservé aux initiés et plus le groupe est méconnu, plus le concert a lieu dans une petite salle. Plus la salle est petite, plus le public est homogène et plus l'excès est présent. Comme souvent, on consomme davantage lorsque l'on est assuré de l'approbation de l'entourage. Il est bien question ici d'une forme édulcorée de contrôle social, même s'il est clair que son action est relativement marginale. D'abord parce que la tolérance par rapport aux comportements d'excès est souvent plus grande dans les concerts ; ensuite parce que les produits employés ne sont pas très stigmatisés par le public ou par les organisateurs.

### Consommations et ruptures avec le quotidien

On peut encore pousser le raisonnement plus loin. Pour les spectateurs de concerts de rock, la consommation de produits psychoactifs s'établit en fonction de la rupture provoquée avec la vie quotidienne, rupture qui est elle-même une fonction de la qualité de l'événement et du niveau d'insertion dans le milieu.

Les consommateurs sont plus nombreux lorsque l'annonce de l'événement a été restreinte ou underground. La totalité des produits autres que cannabis, tabac et alcool sont consommés à l'occasion d'événements où spécialistes et fidèles sont majoritaires.

Les logiques d'excès sont plus fréquentes dans les mini festivals que dans les concerts. Les premiers réunissent davantage des courants musicaux alternatifs underground, fréquentés par une population juvénile. Le degré d'insertion, là encore, domine la détermination des variables de consommation, aussi bien en nombre de consommateurs que pour l'intensité de leur consommation. L'affiliation à un courant musical ou à un style de musique plus ou moins « pur », plus ou moins dur est aussi une affirmation de soi. La multiplicité des courants offre des recours identitaires aux personnes dont le statut social est encore incertain, majoritairement les jeunes. Ils sont souvent les plus marqués dans leur tenue et leur corps (tatouages, *piercings*). On trouve néanmoins des personnes plus âgées dans les courants les plus élitistes (les plus codés), qui demandent un appât pour que s'opère l'identification. C'est le cas par exemple des courants gothique et métal. Ils sont fréquentés par une frange de personnes moins jeunes, âgées de 35 à 50 ans, parfois (rarement) plus. Elles ne représentent cependant qu'une petite minorité.

Les concerts de rock et les consommations de produits psychoactifs sont deux moyens possibles de se débarrasser du contrôle de soi intériorisé qui empêche d'exprimer émotions et sentiments. Les uns fournissent un support à l'émotion en reproduisant des caractéristiques d'activités aux pulsions contrôlées, les autres sensibilisent et désinhibent, rendant l'expression des émotions possibles. Bien sûr, les deux peuvent se cumuler.

En ce sens, l'intensité des comportements de consommation peut être comparée à celle des occasions de rupture. Les différents événements n'offrent pas en effet la même « qualité » de clivage avec la vie quotidienne. Il existe une différence notable entre le concert auquel on assiste dans une petite salle que l'on fréquente périodiquement, accueillant des artistes encore méconnus, et celui d'une « star » du rock, attendu depuis

parfois plusieurs années, qui se produit dans une grande salle. Il en est de même pour les festivals, dont la durée (souvent trois jours) et le lieu (plus ou moins éloigné) accentuent la rupture avec la vie quotidienne. C'est donc dans la conjonction entre cette dernière, proposée par l'événement musical lui-même, et les modalités de consommation des produits psychoactifs, qu'il faut comprendre le sens de cette consommation. La nécessité de la rupture semble encore plus forte pour les plus jeunes, qui font encore l'apprentissage du contrôle de soi. À travers l'appartenance à un courant musical, ils peuvent rechercher à la fois une identité intermédiaire et un support de libération des émotions, l'une permettant l'autre, les deux s'appuyant sur des consommations de produits plus ou moins importantes, en fonction de la rupture recherchée, du support proposé et de l'intériorisation du contrôle de soi.

**Sylvain Aquatias ■**

### ► Repères méthodologiques

Nous avons adopté une méthodologie de type ethnographique : immersion dans le milieu festif rock et observations participantes, suivi des concerts et évaluation des comportements de consommation, tenue d'un carnet de bord au jour le jour par les enquêteurs et confrontation de leurs données. Cette recherche est avant tout exploratoire et, par bien des aspects, expérimentale. En effet, on peut considérer qu'il s'agit d'une tentative de quantification des consommations par des moyens empiriques propres en général à des essais de description qualitative. Les méthodes employées ont été créées pour la recherche. Elles ont été expérimentées, ajustées et validées pendant son déroulement.

Nous avons distingué deux catégories de produits, selon qu'ils sont facilement ou difficilement observables. Ce clivage est seulement opératoire. Il ne vise qu'à faire apparaître deux niveaux de fiabilité aux données recueillies. Pour les produits facilement observables (tabac, cannabis et alcool), nous avons mis au point une méthode de comptage par « carrés ». On sélectionne un carré de 40 individus environ, déterminé par une diagonale d'à peu près 18 personnes, que l'on observe pendant au moins 20 minutes, en comptant les occurrences de consommation visibles (alcool, cannabis, tabac). L'évaluation du nombre de consommateurs par spectacle est projetée sur le nombre global de spectateurs que nous avons estimé en début de concert. Nous obtenons ainsi un pourcentage puis une classe de proportion (moins de 1 %, de 1 à 10 %, etc.). Nous avons choisi des classes inégales, privilégiant le sens à l'équilibre des classes. Nous avons essayé de classer les populations par tranche d'âge et par appartenance sociale quand cela était possible.

Pour les consommations de produits de synthèse, nous avons d'abord recherché les vendeurs, observé les comportements qui faisaient penser que des consommations avaient eu lieu et discuté avec les personnes concernées.

Nous avons cherché aussi à évaluer les comportements d'excès en construisant d'un indicateur de « traces d'ivresse ». Il est obtenu en additionnant les personnes qui ont eu un malaise, celles qui sont visiblement ivres (problèmes d'équilibre, vomissements, etc.) ou celles qui s'endorment, en rapportant le chiffre obtenu au nombre de personnes présentes dans la salle. Cet indicateur n'a aucun intérêt pour l'évaluation des excès dans un concert. Des malaises peu-

vent se produire sans aucun lien avec la consommation ; il est probable qu'il y en eut, ainsi que des attitudes d'ivresse, qui échappèrent à notre attention. En revanche, il permet de comparer les concerts entre eux et détecter les cadres favorables aux conduites d'excès. On peut, en effet, admettre que les marges d'erreurs soient à peu près les mêmes d'un concert à l'autre, exception faite des cas où les échelles d'observation sont radicalement différentes.

### ► Références bibliographiques

AQUATIAS (S.), « Activités sportives et production des émotions. Esquisse d'une analyse des usages de produits psychoactifs dans le sport et hors le sport. », 2001, en ligne sur [www.dopage.com](http://www.dopage.com)

AQUATIAS (S.), KHEDIM (H.), MURARD (N.), GUENFOUD (K.), avec la collaboration de G. Fournier, *L'usage dur des drogues douces, recherche sur la consommation de cannabis dans la banlieue parisienne*, GRASS-1997, MILDT-MESR.

EHRENBERG (A.), *La fatigue d'être soi, dépression et société*, Paris, Odile Jacob, 1998.

HENNION (H.), MAISONNEUVE (S.), GOMART (E.), *Figures de l'amateur, Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, La Documentation française, Paris, 2000.

MIGNON (P.), « La démocratisation de la Bohême : drogues, jazz et pop music », in *Individus sous influence*, Alain Ehrenberg (dir.), Paris, Esprit, 1991, 103-122.

RICARD (B.), *Rites, code et culture rock*, Paris, L'Harmattan, 2000, logiques sociales.

SAUMADE (F.), « Le rock, ou comment se formalise une passion moderne », in *Passions ordinaires*, C. Bromberger (dir.), Paris, Bayard, 1998, pp 309-329.

SECA (J.-M.), *Les musiciens underground*, PUF, 2001.

*Vous pouvez consulter cette publication sur Internet (<http://www.drogues.gouv.fr>, rubrique : « Pour en savoir plus synthèses et dossiers thématiques »)  
An english version of this publication will be available soon on Web at this URL : <http://www.drogues.gouv.uk/index.html> (professional knowledge specific themes)*

## Tendances

Directeur de la publication : Jean-Michel Costes ■  
Comité de rédaction : Claude Faugeton, Claude Got, Roger Henrion, Pierre Kopp, France Lert, Thomas Rouault ■  
Rédaction : Julie-Émilie Adès, François Beck, Pierre-Yves Bello, Hassan Berber, Agnès Cadet-Taïrou, Thierry Delprat, Cristina Diaz-Gomez, Michel Gandilhon, Isabelle Giraudon, Stéphane Legleye, Dominique Lopez, Héliane Martineau, Carine Mutatayi, Ivana Obradovic, Christophe Palle, Stanislas Spilka, Abdalla Toufik, Laure Vaissade ■ Secréariat de rédaction : Hassan Berber ■ Maquettiste : Frédérique Million ■  
Documentation : Anne de l'Épervier et Laurence Callard ■  
Impression : Imprimerie Pairault-Cassegrain - 18 rue Blaise Pascal - BP 74 -79003 Niort ■ ISSN 12956910 ■  
Dépôt légal à parution ■

