

Consommer sans limites ou les affres de la liberté :

L'exemple du téléchargement de produits culturels

Renaud Garcia-Bardidia, Maître de Conférences, GREFIGE-CEREMO, Université Nancy 2

Eric Rémy, Maître de Conférences, CREGO, IAE de Rouen

Résumé :

L'objectif de ce papier est d'explorer le comportement de téléchargement de produits culturels. L'analyse des premiers entretiens laisse apparaître une pluralité, à fois des dispositifs en jeu dans les pratiques, et des registres de justification mobilisés dans les discours. Afin de rendre compte de cette pluralité nous avons retenu deux approches intégratives de la consommation : La première, celle des itinéraires de consommation, s'intéresse au téléchargement comme processus ; la seconde, celle de carrière de téléchargeur, concerne l'évolution de ce processus dans le temps. La liberté et la gratuité de ce type de consommation semblent se heurter finalement à d'autres formes d'aliénation et de contraintes.

Depuis l'introduction du site Napster en 1999, le téléchargement de musique ou de films s'est considérablement diffusé en France au point de concerner, selon certaines estimations, une dizaine de millions d'utilisateurs. Alors que ces usages sont désormais de nature à modifier profondément les modes de consommation culturelle, le nombre de recherches consacrées à ce sujet en comportement du consommateur reste faible. Pourtant plusieurs aspects du téléchargement pourraient rapidement éveiller notre curiosité :

- L'impact quantitatif et substitutif sur la consommation de produits culturels via la concurrence que ce type de consommation fait à l'industrie du disque et du film. Une étude de la Recording Industry Association of America citée par Lardelier (2006) montre ainsi que les ventes de CD aux États-unis ont baissé de 14% de 1999 à 2002 et que 8 milliards de titres musicaux s'échangeraient sur le Net en moyenne par an (représentant 50% du trafic dans la journée et 80% la nuit).
- Le flou juridique actuel autour du téléchargement pose clairement la question de la déviance, de ses frontières, notamment via le risque perçu associé à cette pratique. Ce contexte est propice à une approche concrète du fameux « continent noir » du comportement du consommateur. Un retour sur les discours tenus par les consommateurs semble alors nécessaire pour envisager les représentations d'une pratique au sens parfois ambigu.
- Une modification plus globale sur l'essor de la gratuité dans notre société de consommation. La gratuité relative de l'accès aux produits et leur fréquente disponibilité amènent à considérer le téléchargement comme un cas extrême des modèles classiques de comportement du consommateur. Ceux-ci reposent, en effet fréquemment, sur une prise de décision dans un contexte contraignant. Ces usages seront ainsi étudiés comme un idéal-type d'une consommation *a priori* sans limites et de ses évolutions.
- La modification du comportement de consommation culturelle liée à ce dispositif technique. De nombreux travaux ont montré la pertinence d'une approche spécifique du comportement du consommateur dans le domaine culturel autour d'une approche expérientielle. Il semble possible, qu'avec le téléchargement de produits culturels, la nécessité se fasse jour de rediscuter cette frontière paradigmatique établie depuis quelques années.

Notre démarche exploratoire pour cette première immersion dans le monde du téléchargement se veut inductive. Même si une induction pure et parfaite n'existe pas (Badot, 2005), notre construction théorique s'est faite à partir du terrain. Afin d'étudier ces questions, nous avons procédé à 22 entretiens en retenant une répartition en fonction du sexe, de l'âge, de l'occupation (collégiens, lycéens, étudiants, employés, artistes et juristes), et du niveau d'utilisation (novice, utilisateur intense, ancien utilisateur, ou faisant télécharger par d'autres). A ce stade exploratoire, la diversité de profil des répondants, ainsi que le mode de recueil sous la forme d'entretiens semi-directifs et l'analyse inductive proposée, constituent les bases de la méthode compréhensive utilisée (Kaufman, 1996).

C'est à partir de ces entretiens que nous avons, petit à petit, procédé à des approfondissements théoriques qui semblaient apporter des éléments de compréhension et de conceptualisation plus adéquate. C'est ainsi que deux pistes nous ont semblé particulièrement pertinentes : celle des *itinéraires de consommation* proposée par Desjeux (2006) et celle de *carrière* issue des travaux de Becker (1985) à partir de la sociologie de la déviance.

1. Du processus de décision à l'itinéraire de consommation

Les entretiens que nous avons menés sont venus confortés des pistes théoriques existantes, à la fois en matière de comportement de consommation culturelle, mais également en matière de récits théoriques autour du téléchargement. Cependant, assez rapidement, nos premières analyses nous ont conduit à adopter une approche non dichotomique (cognitif/affectif ou opportuniste/militant) mais plutôt holiste. Autrement dit, après une présentation des apports théoriques croisés de ces deux domaines, il nous a semblé intéressant de déplacer, d'élargir et d'intégrer les différents niveaux d'analyses en mobilisant les itinéraires de consommation.

1.1. Les différents registres du téléchargement de produits culturels

Les éléments théoriques qui peuvent être mobilisés dans notre travail sont issus de deux domaines : celui des recherches sur le téléchargement d'une part et celui des recherches sur la consommation culturelle d'autre part.

En ce qui concerne l'univers du téléchargement, il a fait l'objet de plusieurs regards théoriques qui ont tenté de montrer l'existence de différents registres de justification et de coopération. Comme le rappelle Beuscart (2002), on retrouve initialement deux récits du développement des logiciels libres, permettant le téléchargement : Le premier, issu d'une analyse économique « repose sur une vision des utilisateurs comme agents calculateurs motivés par l'obtention de biens gratuits » (Beuscart, 2002, 464). Le second, à partir d'une analyse communautaire « met l'accent sur les contributions gratuites que les membres apportent au bien collectif... Elle est liée à l'hypothèse que l'attachement des usagers au dispositif s'explique par le lien social entre les membres du collectif » (Beuscart, 2002, 463). Néanmoins, et toujours à partir du travail de Beuscart et de son analyse empirique, cette dichotomie mérite d'être dépassée. Ce dépassement passe par une place prépondérante laissée à la notion de solidarité technique. Cette forme de solidarité correspond à la forme de « liens entre les êtres créés par le fonctionnement des ensembles techniques... Elle peut créer de fortes dépendances réciproques entre des personnes en très grand nombre ». Selon cette approche, cette forme de coopération vient intégrer les deux précédentes : « Ces pratiques, dont les motivations altruistes et les calculs ne sont qu'une composante, associent étroitement des considérations morales et considérations techniques » (Beuscart, 2002, 474). Une première confrontation avec nos entretiens montre la présence effectivement :

- D'un certain nombre d'explications liées à un comportement opportuniste : « *Un film que je télécharge je peux l'avoir acheté ou je peux l'acheter ou le voir au cinéma. Mais si c'est un film moyen, l'avantage c'est que c'est gratuit à condition de ne pas se faire prendre* » (Mathieu).
- D'éléments explicatifs mettant en jeu des phénomènes de don-contre don à un niveau primaire interindividuel mais également à un niveau secondaire dans le cadre de la militance : « *le son je l'échange avec mon cercle d'amis, mais aussi avec des gens que je connais moins et avec qui nos discussions ne sont que sur la musique. Avec certains on ne s'envoie que du son. Ce sont des gens que j'ai rencontré sur Skyrock ou des amis d'amis* » (Gaëlle).
- D'un savant mélange des deux lors, par exemple, de la mobilisation par un même interviewé des deux registres précédents autour d'une culture numérique-technique qui met en jeu une solidarité technique : « *Mon père à l'ADSL pro et fait des films. Ensuite il y a l'ADSL à 10 méga-octets pour la musique et le Wifi à 56 Mo en partagé à Rouen. Donc ça fait deux ordinateurs pour la musique et un pour les films, deux fois deux, c'était pour deux ordinateurs avec e-mule et Bit Torrent...* » (Eric).

En ce qui concerne le domaine de la consommation culturelle (issus du marketing), on retrouve pour partie les éléments précédents mais orientés dans le sens d'une évolution paradigmatique (Filser, 2003). C'est ainsi, que dans ce domaine, on peut voir un déplacement

des explications du comportement du consommateur plutôt liées au paradigme cognitif vers des explications plutôt liées au paradigme expérientiel (Bourgeon-Renault, 1996). Ce passage marque la redéfinition de ce qui est de l'ordre de l'utilité fonctionnelle à travers les attributs tangibles de l'offre à ce qui est de l'ordre de la gratification affective à travers les fonctions sociales et symboliques de l'objet culturel (Bourgeon et Filser, 1995). Ce que semble nous montrer les premiers entretiens effectués, c'est que, plutôt que d'une évolution substitutive, il convient de parler d'une évolution par sédimentation. Autrement dit, si le caractère émotionnel et expérientiel, dans la pratique du téléchargement comme dans le contenu téléchargé, est une évidence, il ne vient pas pour autant se substituer à une dimension cognitive plus classique d'un consommateur également calculateur et rationnel, par exemple dans la recherche d'informations. En fait, et un peu comme dans le paragraphe précédent, il faut revoir cette représentation dichotomique cognitif/affectif pour l'intégrer dans une approche plus dialectique.

D'après cette première remontée théorique, on peut percevoir un consommateur qui serait capable de lier son comportement à l'univers consommatoire dans lequel il se trouve. D'une certaine manière, cela revient à postuler que le téléchargeur est, soit dans un registre du calcul (cognitif), soit dans un registre du partage (affectif). Pour le dire autrement, son profil peut être celui d'un opportuniste qui télécharge par rapport à la gratuité ou celui d'un résistant sympathique qui favorise les échanges altruistes en luttant contre les majors (world compagnies). Ce n'est pas un hasard si d'ailleurs les représentations médiatiques du téléchargeur oscillent régulièrement entre les deux profils. Néanmoins, les gens que nous avons rencontrés montrent au contraire une certaine remise en cause de l'unicité des modes de justification par individu. En fait, le téléchargement peut mettre en jeu pour chaque personne une « pluralité de dispositions » (Lahire, 2001). Ainsi, les différents entretiens que nous avons menés, nous permettent de postuler l'existence d'une pluralité de registres (qui peuvent être contradictoires ou dissonants) que chaque téléchargeur mobilise. Tout ce passe comme si le téléchargeur, en fonction des situations (et la nécessité explicative lors d'un entretien en est une) et, de son inscription dans le processus du téléchargement, mobilisait un ou plusieurs registres de justification qu'il aurait en stock. Dans ce contexte, plutôt que de réduire les pratiques et les discours à des « mondes » décrits précédemment comme des situations pures, il convient de les relativiser au regard de la complexité réelle des situations sociales. C'est ce que permet l'utilisation de la méthode des itinéraires.

1.2. Les itinéraires du téléchargement

La méthode des itinéraires permet de décrire un ensemble de pratiques et leur inscription dans un tissu de relations, de représentations et de comportements plus large. En cela, elle complète l'enchaînement des étapes décrit par les modèles classiques de comportement du consommateur. Elle consiste en une tentative de reconstitution des pratiques et de prise en compte des contraintes dans lesquelles elles sont encastrées (Desjeux, 2006). Il s'agit d'intégrer à l'analyse du processus de consommation le système matériel, social et symbolique dans lequel il s'insère. En ce sens, cette représentation se rapproche des objectifs des différents développements expérientiels.

Dans le cadre de l'achat de biens, notamment de consommation courante, il semble possible de distinguer six à sept étapes que Desjeux (2006) rappelle ainsi : la décision dans le logement, le déplacement vers le lieu d'acquisition, le moment de l'acquisition, le rangement des acquisitions, la préparation de l'usage, l'usage puis l'abandon. A sa suite, Misset (2004) décrit l'itinéraire du téléchargement autour de 3 étapes essentielles :

- L'accès au téléchargement, qui supporte un certain nombre de contraintes : spatiales autour de la mémoire et de la place sur le disque dur, temporelles liées au type de connexion, matérielles selon l'équipement disponible.
- Le téléchargement et son contenu, qui comprend la problématique du contenu téléchargé ainsi que les rapports qu'entretiennent les téléchargements avec l'achat de musique, donc par extension pour ce papier avec la consommation culturelle.
- L'après-téléchargement, étape où se jouent les questions du stockage, du classement ainsi que de la destruction éventuelle des fichiers téléchargés.

Partant de cette première approche, nous avons décidé de nous centrer sur le comportement de consommation culturelle associé au téléchargement, c'est-à-dire à l'itinéraire suivi par un film ou un morceau de musique téléchargé¹. L'analyse des différents entretiens nous amène à préciser les propositions de Misset (2004) à partir des sept étapes décrites par Desjeux (2006). Ceci revient à proposer un découpage en 4 phases principales.

1. Evènements déclencheurs et recherche d'information

La question des besoins et motivations face au contenu téléchargeable est complexe. On retrouve ainsi une pluralité de motivations liées à la fois à la gratuité de la consommation considérée, tout du moins de son acquisition², à la volonté d'élargir ses connaissances culturelles ou techniques en matière informatique, ou encore l'utilisation du téléchargement et de son contenu dans la socialisation des répondants, qui en font varier le volume, la nature ainsi que la diversité. On retrouve ici un ensemble de points exprimant à la fois des notions de plaisir, d'engagement ou d'enrichissement personnel proche du modèle expérientiel proposé par Holbrook et Hirschman (1982), ainsi que des arbitrages coût-seuils ressentis des besoins plus proches des considérations des modèles rationnels du comportement du consommateur. Les conditions d'accès technique décrites par Misset (2004) peuvent modérer ces besoins, et plus particulièrement leur intensité perçue. Il nous paraît enfin important de noter qu'il semble parfois difficile de situer cette reconnaissance des besoins en amont d'un processus de choix ou d'un itinéraire de téléchargement, les besoins de contenu émergeant souvent dans l'action ou dans la recherche d'information. En ce sens, il semble plus pertinent d'envisager des évènements déclencheurs d'une intention de consommer pouvant advenir aux différentes étapes de l'itinéraire (Desjeux, 2006) qu'un ensemble de besoins à proprement parler.

Les pratiques de recherche d'information donnent en revanche une plus grande impression d'homogénéité. Il est clair que le niveau d'utilisation du téléchargement induit des pratiques plus ou moins intenses, ce qui est conforme aux modèles classiques de comportement du consommateur (Filser, 1994). On retrouve alors chez la plupart des répondants une diversité de sources importantes : sites de vente électronique, magasins, critiques, articles divers, utilisations des fonctions de recherche du logiciel de téléchargement, sources interpersonnelles... Si quelques répondants à l'utilisation très maîtrisée se contentent dans

¹ Deux commentaires s'imposent ici. Les types de contenu culturel téléchargés par les répondants de cette étude sont évidemment plus vastes que ces deux catégories de produits. Cependant étant donné la focalisation des débats sur ces deux filières, il nous a paru plus pertinent de nous limiter dans un premier temps à ces deux catégories de produits. De la même manière, il est évident que la consommation de musique comme de cinéma présente des spécificités qui en rendent la comparaison ardue. A ce stade exploratoire, nous avons cependant choisi de les considérer comme équivalentes. Les spécificités observables feront l'objet de travaux ultérieurs.

² Il est d'ailleurs amusant de comparer cette gratuité perçue à l'importance de l'investissement matériel nécessaire en cas de forte utilisation, donc à son coût. Les conditions de cet arbitrage et les arrangements induits semblent alors une voie de recherche intéressante sur la notion de gratuité.

cette phase de vérifier la disponibilité du contenu recherché, pour les plus actifs toute information semble bonne à prendre *ex ante*, ce qui rejoint la double gratuité du téléchargement : c'est-à-dire son caractère non-payant et *a priori* non contraignant en termes d'effort à l'acquisition ou de répercussion morale. On observe ici un changement de nature de cette recherche : il n'est pas tant question d'obtenir des informations en vue d'un jugement à porter sur les produits que d'accroître, ou le cas échéant de renouveler, son ensemble évoqué. La principale matérialisation de ce fait est l'existence de listes de « courses » dont la seule fonction est le maintien d'une forte stimulation au téléchargement : on l'utilise en effet pour avoir des choses à télécharger et ne pas oublier ce à quoi on vient de penser lors de la phase d'acquisition. Elle peut alors prendre la forme d'un carnet, de bouts de papiers volants, de SMS, etc... Cette première liste sera par la suite confrontée à d'autres listes lors des phases ultérieures. La réduction du risque généralement assimilée à cette phase reste cependant vraisemblablement présente, au moins sous la forme d'un besoin d'affiliation au groupe, donc d'une prise en compte du contexte social de référence au sens de Mucchielli (1992). Elle se traduit notamment par l'importance accordée aux pairs dans les sources considérées.

Le choix de regrouper ces deux phases habituellement séparées dans les modèles de comportement du consommateur découle à la fois de la simultanéité observée de l'émergence du besoin et de la recherche d'information, par ailleurs observée dans d'autres contextes plus classiques sous l'idée de recherche permanente (Filser, 1994), mais également de l'idée que l'acte de télécharger un contenu donné, et l'ensemble des pratiques qui vont lui être associées, créent en tant que telle la motivation à le télécharger. De nombreux entretiens font ressortir des contenus téléchargés non prévus, voire non conformes aux préférences initiales des individus. Dès lors, il nous semble, au moins à ce stade exploratoire, plus difficile d'évoquer la notion de besoin, si ce n'est dans les cas les plus extrêmes sous la forme d'un manque ressenti ou anticipé, ou tout du moins d'en rendre autonome une phase de reconnaissance.

2. La phase de téléchargement

Si elle n'est pas placée toujours dans les itinéraires à un moment précis, la phase de téléchargement, c'est-à-dire d'acquisition du contenu culturel, représente évidemment une étape de l'itinéraire suivi par un fichier lors de sa consommation. Cette étape est spécifique en ce qu'elle est systématiquement médiée par un ou plusieurs logiciels permettant l'accès à un ensemble de données disponibles. L'acquisition va donc être la confrontation entre la liste de « courses » précédemment décrite et la réalité de l'offre existante. Il est alors intéressant de noter que seuls les utilisateurs recherchant l'introuvable y sont relativement souvent confrontés. En ce sens, l'acquisition est détachée des contingences de l'accès aux produits culturels (la programmation en salle par exemple).

Va alors se matérialiser une deuxième liste, celles des téléchargements en cours. C'est à ce moment de l'itinéraire un flux qui est consommé, ou en un certain sens une anticipation du contenu. Ce flux suppose dans certains une organisation, afin d'en augmenter l'efficacité, c'est-à-dire la rapidité de téléchargement sous contrainte de la bande passante disponible et de la présence de sources nombreuses. Il faut ainsi restreindre ses envies pour ne pas diminuer l'efficacité de son usage, mais aussi envisager des périodes de téléchargement plus efficaces (la nuit, le week-end), et des durées plus ou moins frustrantes. Cette limitation fait aussi sens du point de vue des risques encourus, une idée souvent exprimée étant l'existence d'un seuil à partir duquel le comportement n'est plus toléré.

On consomme ainsi une expérience de la vitesse, de l'attente, de la performance, mais finalement assez peu de la socialisation pourtant mise en avant dans la littérature en

sociologie (cf. notamment Beuscart, 2002). Cette question de la vitesse et de la durée implique pour les usagers actifs un téléchargement constant au moins sur des périodes données. C'est cette « autonomie » vis-à-vis des autres étapes, relative puisque bien sûr celles-ci la nourrissent, la matérialisent ou l'utilisent, qui la rend transversale dans l'itinéraire de téléchargement.

Au final, ce moment du téléchargement exprime la libération d'un ensemble de contraintes classiques des processus d'achat : temps, budget, disponibilité de l'offre. Elle reste cependant soumise à des contraintes spécifiques aux outils utilisés, soit principalement la bande passante, mais également à terme la capacité de stockage.

3. Le stockage, la consommation ou la consommation

Après l'acquisition du produit se déroulent les phases de retour au logement c'est-à-dire de rangement, de préparation et d'usage (Desjeux, 2006). Nous avons choisi dans notre cas de les rassembler tant l'utilisation, le stockage comme le pré-stockage, soit le formatage des titres se situent souvent au moins initialement en un même lieu à savoir le disque dur interne de l'ordinateur. De ce fait, ces différentes pratiques vont fortement interagir et se co-construire.

Ainsi, le téléchargement du contenu est généralement suivi d'un premier arbitrage. Le fichier est maintenant sur l'ordinateur dans un dossier rattaché au logiciel de téléchargement. Son titre va alors être parfois reformaté suivant une nomenclature plus ou moins précise comprenant les informations considérées comme importantes par le consommateur (titre, auteur, album de rattachement, VO-VOST-VF, acteurs pour les films, durée, qualité...). On retrouve ici un ersatz de préparation, qui peut être plus important lorsque le contenu est un logiciel, nécessitant d'être installé de manière spécifique avant usage. Le fichier peut ensuite être déplacé vers un autre dossier, spécifiquement consacré à la musique ou aux films. Deux enjeux sont alors présents : laisser ses fichiers accessibles suppose de faciliter le fonctionnement du système mais présente des risques de détection donc de problèmes légaux. Certains contenus sont de surcroît considérés comme plus privés et doivent être cachés. De fait, certains produits peuvent socialement être visibles par autrui et d'autres non (Desjeux, 2006). Ce point peut également être rapproché de l'intégration au sens de Holt (1995), c'est-à-dire de l'assimilation entre fichiers possédés et identité, visible chez certains répondants. La qualité des fichiers laissés en accès pourrait alors être un signe distinctif, ce que ne reflètent pas les entretiens, ce point semblant être lié à l'usage particulièrement anonyme du téléchargement. Il s'inscrit cependant dans la possibilité d'une consommation collective, tous ayant accès aux fichiers, notamment pour choisir la musique à écouter lors d'une soirée.

Une fois ce premier choix opéré, le stockage va prendre effet sous des formes plus ou moins diverses : disque dur interne ou externe, CDs et DVDs, lecteurs MP3, clés USB... Si cette diversité renvoie de fait aux usages potentiels de ces fichiers, notamment sous la séparation entre usages nomades et sédentaires, elle renvoie également à une autre forme de catégorisation des produits. A ce niveau, on peut observer plusieurs liens entre le stockage et la consommation. Par analogie avec les nombreux travaux sur la cuisine en anthropologie ou sociologie de la consommation (cf. notamment François, 1997 *in* Desjeux, 2006), nous proposons plusieurs modes de stockamation, néologisme qui fait référence au lien entre le stockage et la consommation :

- le stockage « micro-onde », où l'élément téléchargé est consommé le soir même puis effacé,

- le stockage « plat cuisiné », où le produit subit un premier retraitement en vue d'une utilisation future,
- le stockage « frigo » qui consiste à conserver les éléments téléchargés tel quel, dans le cas d'un retraitement (consommation ou classement) assez rapide et périodique (le week-end, à la fin du mois...),
- le produit « surgelé », celui que l'on conserve très rapidement sans avoir de date de consommation, juste pour l'avoir « au cas où ... », parfois même oubliés, retrouvés par hasard, ou téléchargés plusieurs fois...

Ce lien de stockamation fait l'objet également d'un apprentissage, induit par les variations de volume de téléchargement, l'ancienneté de la pratique donc la familiarisation avec l'objet, ou la variété des moyens de stockage disponibles. En ce sens, les pratiques ne sont pas figées et un comportement un peu boulimique du début permet face au premier tri de mieux gérer les stockages suivants.

Si la consommation est fortement liée aux opérations de stockage, il convient cependant de revenir sur quelques spécificités des contenus téléchargés, de nature à éclairer les modes de consommation culturelle ici en jeu. Il apparaît en effet que la gratuité des produits est de nature à modifier la notion de qualité perçue, tant en termes de caractéristiques techniques (image, son...) que de sous-catégories de produits considérées. La disponibilité du produit, notamment en « avant-première », peut ainsi être privilégiée face à la qualité de l'image, comme le montre l'exemple des *screeners*, c'est-à-dire des films piratés en salle, téléchargés et consommés bien que l'image puisse être floue, le son décalé et l'accent québécois marqué. On retrouve ici la stockamation « micro-onde », dont l'éloignement d'un produit culturel sacralisé est évident. L'immatérialité du contenu renforce alors vraisemblablement ce type de comportement en facilitant l'élimination du fichier. De la même manière, la double gratuité du téléchargement permet d'envisager un test des produits avant achat, comme déjà relevé par Misset (2004), ainsi qu'un agrandissement des types de contenu téléchargés dont le sens sera mis en perspective dans la seconde partie de ce papier.

Cette liberté d'accès, et ses conséquences, sont confortés en termes d'utilisation par la possibilité exprimée par les répondants de maîtriser le rythme et la programmation des contenus. En ce sens, les contenus téléchargés sont opposés aux médias de masse, radio ou télévision selon les cas, dont on pourrait s'émanciper, ce qui revient à des considérations plus générales sur les transformations induites par Internet, lesquelles font débat (Wolton, 2000). La matérialisation de cette phase est, en tous cas pour la musique, la *playlist*, soit la liste des produits consommés en une période de temps donnée. Elle peut être ritualisée (la première opération du matin), objectivée (comme obligeant à la découverte par un nombre arbitraire de morceaux nouveaux) ou mettre en scène l'humeur du moment pour soi comme pour les autres auditeurs. Véritable outil, elle comprend avec certains logiciels comme I-Tunes des fonctions automatisées (*random* pour la surprise des enchaînements, top 20 des morceaux les plus écoutés, statistiques...). En cela, elle participe à la formalisation de l'écoute, donc à son apprentissage. Ce dernier point rappelle l'importance du système d'objet concret mobilisé et peut être étendu au support d'écoute comme un type de lecteur considéré.

4. Le tri, la séparation ou le don

Si on considère les différents types de stockamation proposés précédemment, la dématérialisation des produits, leur gratuité, comme l'autonomie de la phase de téléchargement entraîne un volume de fichiers gardés potentiellement important. Cependant comme le rappelle Misset (2004), les contraintes spatiales, c'est-à-dire ici la place disponible

sur le disque dur dans un premier temps est limitée, ce d'autant plus que l'ordinateur peut être partagé avec d'autres utilisateurs. Une capacité de stockage saturée, une panne, un changement d'ordinateur vont ainsi induire la nécessité d'un tri, périodique ou non, en vue de l'élimination de certains contenus ou de leur transfert sur d'autres types de support. On doit faire alors le vide, tant physiquement qu'affectivement.

Il s'agit de déménager ou d'éliminer le contenu, ce qui va être lié à une phase de refroidissement affectif. Cette opération peut alors intégrer des aller-retours entre le stock et le tri. A l'instar du déménagement (cf. Desjeux et al. 1998), le tri est fatiguant et peut se faire à plusieurs, ce que facilitent à la fois, la réalisation mais aussi le désengagement du sens induit. Ce point est renforcé par la charge cognitive que représente une écoute ou un visionnage intensif de produits de moins en moins différenciés au fur et à mesure que le volume devient important. Des éléments préalablement classés font ainsi l'objet lors de ce tri de déplacement. Certains en phase de refroidissement sont d'un coup réchauffés : on les met dans la consommation courante (I pod), ils peuvent faire l'objet d'une redécouverte. D'autres chauds, et peu consommés, se retrouvent en phase de refroidissement, gardés physiquement sur un disque dur externe, mais éliminés dans l'usage. On trouve ainsi chez certains répondants des disques durs parfaitement rangés et des CDs empilés sans boîte sur un tour, voire par terre « en vrac », contraste important si on reste attaché à l'idée que la matérialisation du produit induit sa possible sacralité. Notons cependant que tous les supports ne sont pas systématiquement affectés de cette signification, leur mobilité pouvant se révéler un élément facilitateur de l'échange, réchauffant ainsi les produits contenus, ou les désengageant le cas échéant par un don.

Cette période de tri est intense émotionnellement. Comme pour le déménagement, des arbitrages sont faits : les doublons, ou les produits dont on est certain qu'on ne les utilisera jamais, sont éliminés. Mais ce dernier constat est rare. Ainsi seul un répondant procède régulièrement à l'élimination de ses fichiers, quitte à les re-télécharger. Confronter cette difficulté à éliminer et la facilité à acquérir interroge quant au sens à donner à cette pratique.

Cette description des phases de l'itinéraire de téléchargement d'un contenu culturel mérite au final quelques commentaires. Tout d'abord, l'itinéraire proposé ici relève d'une trajectoire pour le moins mouvante. Si on retrouve en grande partie les étapes classiques du comportement du consommateur, les frontières entre ces moments sont floues, ainsi que leur enchaînement, ce qui peut être directement lié aux caractéristiques des produits considérés. Par exemple, l'immatérialité, ou plutôt la matérialisation du contenu par son stockage fait l'objet d'un arbitrage intéressant et conditionne quasi instantanément une forme de catégorisation du mode de consommation lié, et incidemment une certaine valorisation du produit téléchargé. De la même manière la gratuité des contenus va entraîner des comportements spécifiques tout au long de l'itinéraire. Face à cette richesse à cette diversité de pratiques, il semble que la liberté est un chemin difficile à emprunter et que celui-ci met en valeur une évolution des pratiques au gré de celle des significations qu'on leur donne et de leur insertion dans un ensemble de pratiques plus larges et de représentation plus larges. Pour rendre compte de ce phénomène, nous allons procéder dans un second temps à une analyse des apprentissages induits au moyen des carrières de téléchargeurs.

2. La carrière du téléchargeur :

Les itinéraires décrits dans la partie précédente rendent compte de l'ensemble des pratiques et des dispositifs mis en œuvre par les consommateurs lors du téléchargement d'un film, d'un morceau de musique ou de tout autre contenu disponible. S'ils rendent compte de leur richesse et de leur complexité malgré l'impression générale de facilité exprimée par les répondants, ils en offrent cependant une vision synthétique, négligeant de ce fait la diversité des comportements observés.

Il s'agit donc dans cette seconde partie, d'approfondir le cadre préalablement proposé, et plus particulièrement d'en proposer une mise en perspective, autrement dit de s'intéresser à la logique d'ensemble et à sa dynamique propre. L'analyse proposée dans cette étude relève d'un constat : le niveau d'utilisation est lié à l'ancienneté du comportement de téléchargement. Plus encore, l'augmentation du volume de téléchargement s'accompagne à la fois d'une modification de la représentation de cet acte chez les téléchargeurs, d'une complexification des dispositifs socio-techniques en jeu, bref d'un apprentissage général d'un comportement pour le moins hors-normes.

Cet aspect d'apprentissage de la déviance nous a amené à intégrer à notre réflexion les analyses proposées par Becker dans son ouvrage *Outsiders* (1963) sur les fumeurs de cannabis. Cette analogie, si elle nous semble une heuristique pertinente d'un point de vue théorique, n'est de surcroît pas innocente au regard des entretiens réalisés. La dépendance à l'objet « téléchargement » et le vocabulaire fréquemment employé d'une pratique que l'on « fait tourner » semble croiser parfois les deux pratiques... Nous présenterons donc les trois grandes étapes de la carrière du téléchargeur apparues lors des entretiens, que nous analyserons sous la forme d'une dynamique d'apprentissage. A chaque étape correspondent des freins poussant à arrêter de télécharger mais également des normes les neutralisant. La tension entre ces deux forces renvoie *in fine* à celle entre émancipation et dépendance dans laquelle se construit l'objet téléchargement chez ses utilisateurs, et plus généralement à ce que consommer veut dire (Desjeux, 2006).

2.1. Débuter : de la première fois initiatique aux conditions de l'escalade...

S'il convient de prendre ce point avec précaution étant donné la récence de cette expérience pour certains des répondants, la première fois où l'on télécharge est souvent mémorable... A l'instar de la première expérience de fumeur de marijuana, on est ici dans le monde de l'innocence (Becker, 1963), et plus précisément dans notre cas dans celui de la gratuité, tant économique que morale. Rares sont ceux en effet qui rapprochent les avantages généralement reconnus à ce mode de procuration par opposition à des modes d'acquisition plus classiques en magasin : simplicité, immédiateté, plaisir, de la contrainte de la loi. Cette naïveté de l'acte peut même le rendre magique tant le contenu semble apparaître, sortant d'une caverne d'Ali Baba où l'abondance se double de l'absence d'effort...

D'où une fascination certaine pour un objet dont on commence à peine à pressentir les possibilités. Le contenu téléchargé est encore simple dans sa forme (des titres de musique) et repose sur une forte notoriété, y compris chez les plus mélomanes. Les dimensions intrinsèques du téléchargement, pour reprendre la terminologie d'Holbrook et Hirschman (1982), semblent plus importantes que les dimensions extrinsèques. La recherche de sensations prévaut ainsi sur la recherche d'un contenu garantissant par exemple un enrichissement culturel.

« Je faisais ça vraiment innocemment. Je voulais une musique, on m'a dit tu fais comme ça, je l'ai fait, et j'ai trouvé ça vraiment génial. On avait tout à portée de main, sans avoir à déboursier d'argent. C'était le top... » (Renaud)

« C'était chez un de mes amis, on utilisait Napster. On avait pris ça comme un nouveau gadget, c'était trop drôle de taper un nom et de le récupérer. On avait commencé par Jean-Jacques Goldman, je ne sais pas pourquoi, puis Britney. Je me souviens qu'il s'est foutu de ma gueule pour Britney. (...) c'était assez ludique. (...) J'ai trouvé ça marrant, magique. » (MARC)

« C'était bien, enfin, c'est sûrement pas le bon terme. Il y avait des fois où j'étais assis sur ma chaise, avec e-mule allumé et je guettais comment ça avançait. Enfin, pas tous les jours, mais je regardais... Cette histoire, ça me fait faire pas mal d'économies. » (Mathieu)

Simple curiosité pour certains face à l'engouement autour de ce sujet, on ne commence que rarement à télécharger pour acquérir un objet précis, et encore moins seul. Parents, amis, petits amis sont liés à ce moment, et transmettent à la fois l'outil, la technique du téléchargement, voire de son camouflage, et une légitimation de l'acte. On apprend chez les amis ou ils viennent aider à installer quand ils s'y connaissent une informatique, une vertu essentielle dans la culture « numérique » des lycéens et des étudiants interrogés. On apprend à ses parents ou ils expliquent les prémisses, participant ainsi selon la cas à un lien générationnel entre hommes ou en inversant le rapport d'autorité, la détention de la technique se légitimant en répondant aux besoins de l'autorité parentale... Il est d'ailleurs intéressant de noter le basculement entre lien familial et lien entre pairs comme source d'initiation, les étudiants se détachant nettement en favorisant pour la plupart leurs amis comme initiateurs. En revanche, l'assignation du rôle de téléchargeur, comme de celui d'initiateur ne semble pas systématiquement sexuée. Les territoires de ce nouveau bricolage sont sans doute plus flous au sein de la génération « numérique »...

Cette initiation s'intègre de surcroît pour les étudiants parfois dans une ritualisation plus générale qui comprend l'achat d'un ordinateur personnel mais aussi et surtout le départ de la maison familiale auquel l'équipement numérique autonome est souvent lié (ordinateur, lecteur mp3, lecteur de Divx, premier forfait haut débit...). Cet équipement agit comme une sorte d'événement déclencheur, ce qui nous rapproche de l'idée déjà évoquée que l'acte, ici l'acte de s'équiper notamment pour des raisons scolaires, engendre la motivation. Il semble donc que se mêle ici « effet de cycle de vie » et « effet d'époque », comme préalablement par Préel (2004).

« En fait, c'était dès que j'ai eu mon ordinateur à moi ! Un ami m'a installé plein de logiciels, dont Kazaa, et m'a dit, tu pourras télécharger plein de son. Il m'a aussi installé un logiciel pour ne pas être repérée par les flics. Je ne sais pas comment ça fonctionne, mais j'écoute ce qu'il me dit, car il est informaticien. » (Gaëlle)

« Ça n'était pas à mon initiative, mon mari téléchargeait des logiciels, puis comme je suis curieuse et j'ai été voir comment ça marche. » (Marine)

« J'étais émerveillée et eux, ils rigolaient... ils disaient c'est pas possible... et dès j'ai été chez moi, j'ai téléchargé ! puis je l'ai dit à tout le monde... Après, on est fière de pouvoir transmettre, faire tourner... » (Chloé)

« Ce sont mes enfants qui m'ont montré... on est vieux jeu nous autres. J'aurais jamais pensé le faire, et puis finalement c'est amusant ! » (Boulangère)

« Mon père m'a montré comment faire. Il faisait ça au boulot depuis un certain temps déjà. Depuis, on s'est réparti le boulot. Il fait les films et moi la musique. J'ai pu découvrir comme ça tous les sons qu'il aime... » (Eric)

La magie du moment de la découverte, le flottement dans l'innocence, l'excitation initiale ne peuvent cependant se maintenir éternellement. Rapidement ré-apparaissent les premières contraintes. La première étape de la carrière du téléchargeur s'achève sur ainsi sur les caps à franchir pour continuer, amplifier et plus sûrement modifier son comportement de téléchargeur. Les réactions sont d'ailleurs diverses entre ceux qui restent calmes, leur

curiosité ayant été satisfaite, ceux qui vont radicalement connaître une escalade des volumes et des contenus, et ceux qui oscilleront entre ces deux extrêmes, par vague ou cycle de pratiques.

Le point de départ est évidemment la nécessité d'un équipement adapté, tout au moins dans une configuration minimum. Il est par ailleurs nécessaire de dépasser une absence de maîtrise technique du logiciel utilisé le rendant peu efficace, mais également de gérer un flux entrant qui peut se révéler particulièrement important. La baisse d'excitation va aussi de paire avec une crainte : celle de ne pouvoir renouveler la sensation faute de goûts suffisants, donc de contenu à télécharger. Cela induit donc une nécessaire modification de ses besoins pour continuer. Enfin, la réalité du comportement prenant forme, la question légale ne peut plus être éludée aussi innocemment.

« Au début, je téléchargeais beaucoup, je faisais beaucoup de recherche, et je lançais tout ce que je trouvais. Et puis, j'ai changé : je téléchargeais les choses trois à trois pour que ça prenne moins de temps. » (Gaëlle)

« Cette impression de magie n'est pas restée longtemps. Après ça n'a pas disparu tout de suite, mais rapidement. Après, il y a une prise de conscience des possibilités du programme. » (Marc)

« C'était galère mais j'étais à fond quand même, même avec mes 56 ko... et il y avait déjà des putains d'amendes... » (Sana)

« C'était galère. A l'époque on en pouvait faire que deux chansons dans la soirée. Et en plus il n'y avait pas grand chose, donc le premier morceau a du être un gros hit. (...) Après il fallait aller chercher ça sur le serveur, trouver une combine, graver. C'était assez technique finalement. » (Adam)

« Après je me suis demandée si j'allais pas manquer de choses à télécharger, mais non ! bon, l'excitation retombe, mais je continue quand même. » (Chloé)

« J'ai trouvé 10 millions de choses et ça a été assez vite vers le gravage et la recherche à fond ! Puis c'est retombé comme un soufflet, car j'avais trop de trucs, puis ça revient par phase. » (Claire)

On retrouve ici la question de l'avant-téléchargement (Misset, 2004) et des contraintes matérielles, spatiales et temporelles qu'elle induit. S'y ajoute une dimension technique assez proche. Les questions des goûts, des flux en place comme du retour de la loi nous semble d'un autre ordre. Elles relèvent en effet d'une modification substantielle du comportement de téléchargeur, tant dans ses pratiques, dans ses besoins qui se formalisent, que dans ses représentations générales de l'objet utilisé. On retrouve ici les différentes dimensions des itinéraires décrits en première partie à la suite des travaux de Desjeux (2006) ainsi que l'apprentissage d'un comportement comprenant une part non négligeable de déviance avérée. A partir de ces différentes difficultés, continuer va signifier au moins en partie mettre en place un apprentissage complexe pour se transformer de débutant en amateur averti.

2.2. Continuer : un apprentissage complexe pour devenir téléchargeur

Becker (1963) décrit trois apprentissages essentiels pour poursuivre une carrière de fumeur de marijuana : l'apprentissage de la technique, l'apprentissage de la perception des effets, l'apprentissage du goût pour les effets. Ces trois modalités permettent le passage de la simple curiosité de la première expérience à la possibilité de fumer par plaisir. Elles sont ainsi liées à un changement de comportement, d'attitudes comme de représentations à l'égard de l'objet, complétée par un apprentissage face au contrôle social et légal. Dans le cas du téléchargement, il est clair que se met également en place un ensemble de dispositifs en termes techniques autour de l'itinéraire de téléchargement, de perception du téléchargement et des produits consommés, et un apprentissage des conséquences modifiant le rapport à la loi et à la norme. Cela implique donc de mettre en place des pratiques plus complexes, de se désinhiber, mais aussi de se construire une nouvelle identité de téléchargeur.

Devenir téléchargeur, c'est en partie acquérir progressivement la panoplie du téléchargeur. Celle-ci est nécessaire à un usage intensif et lie capacité de stockage, capacité d'échange entre pairs sans avoir recours au logiciel de téléchargement (notamment au moyen de clés USB ou de disques durs externes), et usage nomade des contenus (où l'ordinateur portable devient un moyen de lecture et de stockage avant toute autre fonction...). Ces différents outils représentent un coût financier important, mais remplissent en contrepartie différentes fonctions décrites par Holt (1995), à savoir la classification parmi les téléchargeurs selon leur degré de compétence mais également selon leur volume de fichiers ou l'intégration, l'ordinateur se révélant une partie de soi et la liste de ses fichiers une forme de présentation de ce qu'on est. Difficile cependant de savoir à ce stade si encore une fois l'équipement (ou l'usage) précède la motivation, ou si le flux de fichiers entrants justifie un tel investissement.

« Il y en a qui se la pètent avec [leur lecteur mp3]. Leur truc est tout beau, bon, il a moins de mémoire que le tien, mais il est tout beau... (...), [Pour la panoplie complète] il aurait un graveur et un lecteur Divx qui va avec ! C'est bien beau d'avoir des films gravés, si tu ne peux pas les lire ! » (Vincent)

« Au début, c'est ma sœur qui m'expliqué comment ça marchait. Rapidement on a fait un concours de celui qui avait le plus de trucs sur son disque dur. Enfin, je faisais le concours tout seul, mais je l'éclatais... » (Robin)

« Tout ça, c'est une banque d'organes, j'envoie des informations que pour avoir ce que je cherche. Tu fais une recherche de tout ce qu'il te faut [pour faire fonctionner ton ordinateur]. Le film ça va fonctionner aussi même si c'est plus léger. » (Bruno)

Cette question des flux de fichiers téléchargés correspond au deuxième apprentissage nécessaire pour continuer à télécharger. Il comprend à la fois une meilleure maîtrise des logiciels afin d'améliorer ses recherches et de profiter au mieux de la bande passante, celle-ci passant par un arbitrage entre le système de crédit alloué par e-mule en fonction du nombre de fichiers partagés et l'augmentation du risque de détection qui y est lié. Il passe également par une recherche d'information constante, l'objectif étant souvent de maintenir le niveau de téléchargement constant, « 24/24 7/7 ». Toutes les sources sont bonnes à prendre, qu'elles détournent les actions classiques des entreprises ou qu'elles fassent l'objet d'un interrogatoire des auteurs lors des entretiens, sommés de nommer leurs cinq albums préférés pour diversifier les sources d'idées... Devenir téléchargeur, c'est alors investir de plus en plus de temps et d'énergie dans cette activité.

« Les adolescents, c'est différent, car ils ne connaissent pas assez l'outil pour l'utiliser au maximum de ses possibilités. (...) Par exemple, ils n'utilisent pas les recherches multicritères. Ils ne savent pas vraiment optimiser leurs recherches pour trouver ce qu'ils veulent. » (Renaud)

« Je récupère le programme du cinéma [de chez moi]. Je regarde et je choisis les films qui m'intéressent. (...) Le programme de télévision, ça marche aussi, par exemple s'il y a un truc bien qui passe sur le câble. (...) Quand je passe dans les rayons DVD du carrefour, je note les noms qui m'intéressent... » (Mathieu)

Afin de maintenir le flux le plus constant possible, il devient rapidement nécessaire de modifier les contenus téléchargés. Différents dispositifs sont à l'œuvre et correspondent au moins dans un premier temps à un double élargissement de la culture des répondants. Aux « hits » des premiers temps succède alors un approfondissement des goûts initiaux en matière de films ou de musique. Dans ce dernier cas, la nature du fichier change progressivement du simple morceau vers des albums, voire des discographies complètes. Une deuxième voie est largement explorée par les répondants : celle de la diversification des styles musicaux ou des films regardés. La découverte est une norme commune et valorisée, ce qui correspond à la thèse de Coulangeon (2004) qui décrit l'éclectisme comme forme actuelle de la distinction, telle qu'analysée par Bourdieu (1979). L'objectif est alors la construction d'une culture esthétique rendue possible par le volume de téléchargements disponible. A ces voies légitimes s'ajoute une consommation de produits plus populaires, musiques et films faciles, dénigrée dans les entretiens par leurs propres consommateurs. S'il paraît évident que ces

téléchargements désinhibés participent au maintien du flux entrant, ils s'inscrivent probablement également dans les dissonances culturelles formulées par Lahire (2004), où « le besoin de participation sans complication ordinaire » exprime une nécessaire décompression en privé, détachée des contraintes de la distinction et de ses « degrés de honte ». Plus généralement, ils expriment sans doute la réaction de consommateurs privés des dispositifs de différenciation de produits indifférenciés hors de l'action marketing, tels que décrits par Cochoy (2002). Le rôle joué par la pochette dans la beauté et la valeur de l'objet reste alors un des seuls facteurs pouvant justifier « l'effort » d'acheter.

Notons, enfin, que cette amplification des produits disponibles influence vraisemblablement la consommation culturelle non seulement dans sa diversité mais également dans son déroulement. Elle va ainsi parfois altérer le mode d'écoute ou de visionnage en l'accéléralant, ne laissant qu'un temps réduit pour séduire avant l'effacement du disque dur, et dont l'apprentissage se révèle difficile mais peu risqué étant donné la facilité de re-télécharger. Ceci constitue selon un des facteurs de la désacralisation des produits culturels tant décriée par cette filière. Apprendre à télécharger affecte ainsi le volume, le contenu et la manière de consommer de la culture.

« Le réseau a été l'élargissement de nos connaissances. La fac, c'est un gros espace avec des gens de tous les horizons. Ça discute beaucoup sur la musique. Si ça t'intéresse, tu télécharges. C'est comme ça qu'on est passé à différents styles de musique » (Marc)

« Il y a ce rattrapage culturel que je n'avais pas. Dans les conversations il y a plein de clichés, que tout le monde comprend et que je n'avais pas. Il a fallu faire ce rattrapage à grande vitesse car j'étais à la ramasse ! Et le soir quand tu veux un truc léger, c'est vraiment sympa ! » (Florent)

« Je me suis intéressé récemment à ce qui se faisait en Chine. (...) En fait, ça part de la bande originale du film Kill Bill et de Maiko Kadji. J'avais vraiment kiffé le son, je me suis renseigné, j'ai téléchargé. (...) Mais bon, je n'ai pas fait le tour. Et des fois, c'est vraiment spécial... » (Eric)

« On entend un morceau, et on télécharge l'intégrale ! On finit comme ça avec tout Dorothée sans même le vouloir. J'en connais qui l'ont ! On a de ces trucs dans nos téléchargements... De vraies bouses. » (Renaud)

« En même temps, j'ai perdu quelquefois pas mal de temps à écouter des trucs débiles des années 80 que j'aurais jamais écouté sinon. Bon, mais c'était rigolo... Au final ça rend plus éclectique. Les gens font plus de tests. » (Simon)

Se savoir téléchargeur, c'est aussi passer de la dépendance vis-à-vis de l'initiateur à la fierté de transmettre. Faire seul, c'est aussi se libérer... que ce soit en termes techniques, de délais par rapport aux commandes qu'on devait passer à ses amis, en termes de goûts, pouvoir échanger... A l'inverse apprendre aux autres, c'est aussi se rassurer, se débarrasser d'eux, se protéger par le nombre, une joie de « faire tourner » ... Cette transmission des normes va participer de fait à la construction de l'identité de téléchargeur en s'accompagnant d'une neutralisation de la déviance, c'est-à-dire d'un amoindrissement des risques perçus et d'un développement de représentations adaptées.

« Au départ, on a peur, on ne sait pas trop comment faire. On se limite. Puis on voit que ça passe, alors on fait plus gros. Et à chaque étape on augmente la dose... » (Robin)

« Mais de toute façon, la loi, on l'oublie vite. Télécharger, ça devient une seconde nature. » (Renaud)

Il existe selon Becker (1963) plusieurs façons de neutraliser la norme ; « c'est-à-dire [de proposer] des justifications de la déviance que les délinquants estiment valables à la différence de la justice et de la société globale ». L'individu peut chercher à se singulariser par rapport aux autres téléchargeurs. Cette distanciation peut s'opérer autour d'une sorte de culture légitime du téléchargement, notamment au niveau du contenu.

« je suis un cas à part, je suis mélomane (...) ce qui m'intéresse c'est plutôt trouver ce qui est introuvable (...) l'internaute lambda, il prend un disque dur externe, copie tout sur le mien et ne cherche même pas à savoir ce que j'aime ou ce que je pense » (Pascal).

Il peut également se considérer comme passif, comme déchargé de la responsabilité de ses activités, accusant alors la technologie, la mondialisation, le système, procédant ainsi à toute une série d'externalisation de la cause.

« Le jeune, il télécharge à outrance mais il achète aussi des disques durs et un I-pod super cher, le téléphone qui va avec et sur lequel il peut mettre ses morceaux préférés. Faut arrêter de faire les vierges effarouchées, les lecteurs mp3 avec 5000 morceaux, c'est obligatoirement du téléchargement. C'est comme quand j'achète des feuilles RIZZLA longues, je fais quoi avec... tapisser mon mur ? » (Simon)

Il peut venir diminuer le dommage que peut entraîner l'acte déviant un vol de voiture peut devenir un emprunt, tout ce qui ne concerne pas l'ensemble de la société. Ainsi on ne prend finalement que majoritairement des choses qu'on aurait pas achetées, car de piètre qualité, et qu'on partage, qu'on ne vole pas.

« En même temps, c'est qualifié d'illégal, mais ils exagèrent un petit peu ! Si tu as un CD et que tu souhaites partager avec des gens, tu as le droit, alors pourquoi pas sur Internet ? » (Marine).

Il peut considérer que le préjudice n'en est pas un qu'il est plutôt une forme juste de représailles ou de châtement.

« Oui bon voilà. Ils en prendront d'autre avant moi. Enfin, j'espère... Je ne tue personne avec ça. Johnny, il ne va pas me faire pleurer pour ces droits, Depardieu pareil...L'ouvrier qui entend ça avec ses 3/8 et ses quatre gosses... ça me révolte » (Mathieu)
« Tout ce que ça fait, c'est que ça recrée un marché sur e-mule. On voit les blockbusters qui se font télécharger, Bruce Willis ne va pas en mourir au bord de sa piscine. S'ils produisaient des choses correctes, on ne serait pas tenté... » (Simon)

Il existe cependant une justification supplémentaire dans le cas du téléchargement, qui démontre à la fois la singularité de cette déviance et la difficulté à définir la déviance par un mode statistique et non interactionniste entre « déviant » et « entrepreneur de morale » (Becker, 1963). Comment peut-on en effet être déviant si on est des millions à pratiquer le téléchargement ? La loi du nombre fait la normalité, mais constitue également un mode de défense du téléchargeur contre le risque... Cependant ce dernier argument ne vaut que si tout le monde joue le jeu, ce qui repose la question des arbitrages entre fichiers disponibles et détection décrit précédemment.

Au final, ce sont des identités de téléchargeurs qui se construisent autour de pratiques et de représentations de plus en plus complexes comprenant une idéologisation de la déviance. S'il est difficile de définir ce qu'est un téléchargeur, il se dégage différents stéréotypes correspondant à des usages intensifs du téléchargement : Archivistes, collectionneurs, ou « compilateurs fous », correspondant à autant de rapports à la culture et défendant la noblesse de leur geste contre un système qui les classe comme déviants.

2.3. Vous avez dit liberté ? Professionnalisation, boulimie et désengagement

L'étape précédente de la carrière de téléchargeur consistait en une émancipation de plus en plus marquée du respect de la loi et du marché, s'accompagnant d'un volume croissant de fichiers téléchargés. Cette abondance de biens libère tant dans l'accès à la consommation culturelle, en faisant un outil égalitaire de ce point de vue, que dans l'usage, qu'elle permette plus de distinction ou à l'inverse qu'elle en facilite le détachement. Elle inverse de ce fait l'équilibre possible entre l'offre et la demande du point de vue du consommateur en réduisant les contraintes habituellement posées par les producteurs, tels qu'ils ont pu être décrit en sociologie des marchés (Dupuy et Thoenig, 1986). C'est plus précisément l'action du marketing au sein de la filière qui est attaquée, tant celui-ci participe à l'élaboration de la valeur du produit culturel, à l'instar de la fonction de différenciation du packaging décrite par

Cochoy (2002). Cependant, cette inversion du rapport offre-demande implique également un type de comportement différent : comment gérer la masse importante de données entrante ? Trois conduites liées ressortent des entretiens lors de cette dernière étape. Les plus actifs se professionnalisent, ce qui peut ouvrir la voie à des conduites quasi pathologiques rapprochées ici de la boulimie de produits culturels et d'une dépendance au téléchargement, ou à une prise de distance avec cette pratique sous l'effet d'une ré-apparition des contraintes initiales.

Etre professionnel du téléchargement consiste à continuer à s'affranchir des limites à sa consommation en aggravant les conduites décrites dans la partie précédente. L'abondance s'organise, occupe de plus en plus de temps, demande de plus en plus d'outils dont les fonctions deviennent explicites. La continuation ou l'amplification du flux reste une nécessité pour continuer à télécharger mais elle s'accompagne dorénavant d'une formalisation marquée. Les quelques professionnels rencontrés se fixent des programmes de téléchargement de la semaine, disposent de logiciels qu'ils « font tourner » pour des fichiers spécifiques (films ou musique par exemple), se répartissent le travail à plusieurs en vue d'échanges ultérieurs, développe une écoute sélective pour s'assurer une découverte constante. Cette formalisation de la gestion du flux entrant s'accompagne alors d'une volonté de connaissance culturelle, pouvant par exemple prendre la forme de documentaires, d'articles sur l'histoire de la musique. On devient également professionnel, et connaisseur, en acquérant une méta-connaissance sur le contenu, tant technique que culturelle.

« Les deux logiciels tournent sur les deux PC en même temps... C'est plus rapide sur Bit Torrent pour les discographies. C'est moins ciblé en revanche. Sur e-mule, on trouve de tout, y compris les grosses merdes. (...) En répartition de sons écoutés dans la semaine, je fais 50 % de trucs connus, 50 % de découverte, histoire de ne pas rester sur une seule idée toute la semaine. J'ai regardé, je consomme un Giga de son par semaine. Je mets souvent à jour ma playlist. (...) Il y a tellement de trucs, on peut plutôt connaître l'histoire de la musique. J'ai téléchargé une émission sur le hip-hop pour voir l'évolution des sons sur 10 ans. (...) On se répartit les tâches avec un ami et en fin de semaine, on se donne rendez-vous chez lui. Puis on échange nos musiques, nos films. J'arrive, il allume le PC, on fait les branchements. D'abord, je prends, puis je donne, ou l'inverse, ça dépend de l'état des disques durs. Au départ, je prends tout, puis je fais un tri chez moi ! J'efface ce que j'ai déjà, puis je trie le reste. », (Eric)

« Mais je vais quand même garder l'album... On ne va pas jeter, si jamais en vieillissant je me mets à aimer... Il faut penser aussi à l'avenir musical au moins... » (Renaud)

« On a bâti une organisation plutôt pratique ! Un ou deux téléchargent, un stock, on avait un centre. On a refait un e-mule version réelle. (...) Même par rapport à ma famille, c'est un plaisir de cracker. Ils en sont même venus à programmer des interfaces DVD. La plus petite a eu de bons profs, mes cousins, elle a 10 ans... Bon, avec un screener (film enregistré en salle), elle a fait une interface DVD nickel » (Marc)

« J'ai même un ami qui bourrine tellement qu'il s'est lancé dans une vaste entreprise : il récupère à partir d'une liste assez longue qu'il a trouvée tous les films par ordre alphabétique... » (Mathieu)

A ce stade, l'amplification du flux entraîne quasi inéluctablement un volume incroyable de fichiers culturels disponibles (plusieurs centaines de Giga-octets...). On ne sait d'ailleurs plus trop le quantifier, si ce n'est sous la forme du nombre de moyens et du volume de stockage disponible. Après le développement d'une écoute et d'un visionnage spécifique, on passe donc à l'accumulation sans consommation. La difficulté est alors de donner du sens à la pratique effectuée, de retrouver la magie des premiers instants dans un processus de ré-enchantement tant l'organisation a pris le pas sur le plaisir (cf. notamment Desjeux, 2006). Celui est d'autant plus difficile à mener que le professionnel se retrouve seul face à sa pratique, les services marketing habituellement en fonction de conférer la magie à la consommation (Ritzer, 1999) étant évidemment en grande partie absents de ce processus. Ce point est par ailleurs renforcé par la perte d'intérêt de l'autre finalité rationnelle d'un tel volume, le trafic, étant donnée la généralisation du téléchargement. Le professionnel justifie

alors son comportement par une anticipation de ses goûts futurs, transformant ainsi doublement la consommation : elle n'est plus destruction de l'objet consommé et peut être constitué d'une simple accumulation de stocks... La complexité de ce processus est fortement ressentie et constitue une des composantes de l'identité du professionnel, plus apte que les téléchargeurs à maîtriser ce problème.

« Parfois, on a des MP3 qui ne sont même pas nommés. Qu'on télécharge juste pour savoir ce que c'est, sur e-mule ou sur les disques durs des potes. Si on connaît, on renomme, sinon... Il doit y avoir une centaine de fichiers nommés "audiotrack1" sur mon disque dur., (...) On tourne en circuit fermé, donc ça marche comme pour moi. Ça fait un peu comme une économie souterraine mais il n'y a pas d'argent qui tourne. On ne vend rien, on fait des CDs aux potes mais gratos ». (Renaud)

« La star academy, c'est la solution de simplicité [pour l'auditeur]. Ce sont des gens qui n'ont aucun talent, c'est un bon coup de marketing. Et ça ne dure pas très longtemps. C'est la seule chose que je boycotte. » (Eric)

L'ambiguïté face à cette perte de sens potentielle est importante. Où s'arrête la pratique avouable ? où commence la déviance parmi les déviants, c'est-à-dire la conduite quasi pathologique ? Quand apparaît la perte de contrôle, la dépendance suivant l'émancipation ? L'escalade des volumes est en effet assimilée dans certains discours des professionnels à la plongée dans le monde de la drogue, et ce comportement est stigmatisé par les autres téléchargeurs car porteur de risques pour l'ensemble du système. L'outil a perdu sa convivialité au sens d'Illitch (1973) et devient fin au lieu de moyen. On retrouve ici les analyses critiques de la consommation, notamment en termes de perte de substance des individus face aux objets spectaculaires (Debord, 1967), qui s'aggraverait sous la forme de cercles addictifs typiques du capitalisme hyperindustriel (Stiegler, 2006). Une comparaison de cette accumulation qu'on justifie difficilement avec la boulimie, à l'instar d'autres travaux sur le caddie et le ventre (Begout, 2004) ici matérialisé autour du disque dur interne ou externe, pourrait alors se révéler féconde et fera l'objet de travaux ultérieurs.

« Après, j'ai plongé (rires). J'en ai pris un peu, puis plus... Une vraie drogue... » (Renaud)

« Quand je vois ces jeunes qui téléchargent à fond, et dans certains cas font du business, je l'aurais vraiment mauvaise de prendre une condamnation pour l'exemple... La dernière fois, je me suis fait piller mon disque dur sans même une discussion sur ce qu'il y avait dessus... » (Pascal)

*« ça veut dire quoi de tout garder ? à vous de me dire ce que ça veut dire ! Il n'y a pas un fichier que je ne garde pas... **On va retourner le problème : imaginez que le disque dur plante...** C'est ma phobie ! **Pourquoi** ? avec tout ce temps passé dessus, je n'ai pas référencé ce que j'ai et je ne sais pas exactement ce qu'il y a sur mon disque dur. Pour tout récupérer, il faudrait un temps fou. (...) Ce serait le travail de quatre années de perdu. ... Mais après, il faut savoir s'arrêter, sinon on ne s'en sort plus. Mon iPod, pour ça c'est bien. Il y a 1 Go de musique sur un petit MP3, c'est largement suffisant ! (...) Avec e-mule, c'est possible de faire 150 Go en deux semaines ! Un de mes potes l'a fait. C'est énorme... » (Eric)*

« Cela a arrivé que je passe mes week-ends enfermé à mater des divx. En fait ça va vite. Un l'après-midi, une nuit de films ça peut faire trois ou quatre, et voilà, un le matin et un à 16 heures. Tu as juste le temps d'aller te faire un café avec quelqu'un et hop ! (...) Bon et puis c'est rigolo car on avait des discussions sur tous les films avec les collègues qui rigolaient le mardi car j'avais un week-end de quatre jours à me voir ne plus me souvenir de tout ce que j'avais vu, ni même des titres parfois. C'était notre private joke. » (Guillaume)

« Mathieu, il téléchargeait tout le temps, puis il a tout supprimé car il avait peur de ne pas se maîtriser (...) Il était tout le temps en train de chercher des films, des séries, de la musique. Ça faisait un peu comme les jeux vidéo, pour certains ils n'arrivent pas à décrocher » (Marine)

Le dernier exemple indique bien à quel point cette voie peut être intenable. Il n'est donc pas surprenant que même chez les professionnels, pourtant atypiques en termes de résistance face au pouvoir de l'objet « téléchargement », puissent se mettre en place des processus de désengagement. Les causes de ce « retour à la normale » sont diverses et sont à rapprocher d'un retour des normes neutralisées. Ainsi, face à l'amplification du comportement, il devient plus difficile de justifier la déviance face à la loi, de renouveler ses goûts pour maintenir le

flux de fichiers entrants même par anticipation. Des contraintes extérieures, une modification de la vie sociale avec une nouvelle installation en couple ou un nouvel emploi donc du temps comme du matériel disponible, rappelle de même en fin de trajectoire l'importance des conditions socio-techniques de l'usage décrite par Misset (2004). Cependant arrêter reste très souvent un vain mot, une justification de début d'entretien... Un usage plus maîtrisé, par vagues, ou plus simplement une continuation des échanges de manière interpersonnelle et non via les outils du téléchargement semble plutôt être la norme à ce stade. Ce n'est qu'à cette condition que le plaisir peut revenir.

« Depuis un moment, en fait en décembre 2004 je pense. Après a commencé une drague sérieuse donc du coup, voilà... » (Guillaume)

« Mais bon, avec la base de chansons qu'on a, les coups de coeur, ils sont déjà pris depuis longtemps. Bien sûr il y a les nouveautés, donc principalement des merdes commerciales, ce qui implique qu'il n'y a pas trop de coups de coeur... Tout ça, il fallait en profiter à temps ! (...) On ne nous embêtait pas avec ça. (...). Je fais partie des pionniers, ceux qui ont arrêté car ils ont maintenant une grosse base. Maintenant, c'est devenu différent, c'est plus un plaisir qu'une question de collection. » (Renaud)

Conclusion

Ce papier avait pour unique objectif d'investir l'univers du téléchargement de produits culturels. Comme toutes les premières explorations, celle-ci laisse apparaître plusieurs limites (méthodologiques et théoriques) qui sont autant de pistes pour des approfondissements futurs. Au-delà de ces différentes limites, plusieurs réflexions ont émergés et méritent selon nous d'être ici soulignées :

- Le caractère gratuit du téléchargement semble être une étape supplémentaire dans une remise en cause des représentations classiques du comportement du consommateur. Cette remise en cause correspond moins à la substitution d'un paradigme par un autre (passage du cognitif à l'affectif) qu'à la reconnaissance de la présence pluriels de ces motifs dans les différentes étapes d'un même acte.
- La liberté qui découle de ce type de consommation se heurte finalement à l'élaboration de nouvelles contraintes que l'on a pu entrevoir dans les itinéraires du téléchargement mais également dans la construction de carrière de téléchargeur. Dans des cas extrêmes cette liberté supposée se retrouve aliénée dans des comportements et des pratiques addictives.
- La représentation par les itinéraires à partir des dimensions sociotechniques du téléchargement montre, notamment, que les motivations se construisent, après les actions. Autrement dit, l'action et les moyens précèdent la motivation et font l'objet ensuite d'une rationalisation ou l'émotionalisation a posteriori.
- A partir du travail sur les carrières de téléchargeurs, il nous semble possible de percevoir que le profil du téléchargeur est jonché de dispositifs pluriels (plus ou moins consonants) qui sont mobilisés notamment pour neutraliser la norme et permettre de justifier son action « déviante ». En cela, ce travail rejoint les différents travaux, notamment de Lahire, sur la prise en compte d'un homme pluriel.

Bibliographie

Alter N. (2000), *L'innovation ordinaire*, PUF/Sociologies, Paris.

Badot O. (2005), Esquisse de fonctions socio-anthropologiques du commerce et de la distribution. Les cas Mc Donald's, West Edmonton Mall et Wal-Mart. Thèse d'Ethnologie, Université Paris V – René Descartes

Becker H. S. (1985), *Outsiders*, Paris. Editions Métailié

Begout B. (2004), *L'éblouissement des bords de route*, Éditions Verticales/Le Seuil, Paris

- Beuscart J.S. (2002), « les communautés du logiciel libre face au marché et à l'action publique », <http://www.melissa.ens-cachan.fr>
- Beuscart J.S. (2002), Les usagers de Napster, entre communauté et clientèle. Construction et régulation d'un collectif sociotechnique, *Sociologie du travail*, n° 4, vol. 44, p. 461-480
- Bourdieu P. (1979), *La distinction : critique sociale du jugement*, Paris, Collection Le sens commun, Éditions de Minuit.
- Bourgeon-Renault D. (1996), *Analyses du comportement du consommateur dans le domaine culturel*, Actes des 1erès journées de Recherche en Marketing de Bourgogne
- Bourgeon D. et Filser M. (1995), Les apports des modèles de recherche d'expériences à l'analyse du comportement dans le domaine culturel : une exploration conceptuelle et méthodologique, *Recherche et Applications en Marketing*, Vol 10, n° 4, pp. 5-24
- Breton P. (2000), *Le culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ?*, Paris, Éditions La Découverte et Syros
- Cochoy F. (2002), *Sociologie du packaging ou l'âne de Buridan face au marché*, Paris, PUF.
- Corcuff P. (2000), *Les nouvelles sociologies*, Nathan, collection 128, Paris
- Coulangeon P. (2004), « Classes sociales, pratiques culturelles et styles de vie. Le modèle de la Distinction est-il (vraiment) obsolète ? » *Sociologie et sociétés*, 36 (1), Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 59-85.
- Debord G. (1967), *La société du spectacle*, Paris, Buchet-Chastel.
- Desjeux D., Monjaret A. et Taponier S. (1998), *Quand les français déménagent*, PUF, Paris.
- Desjeux D. (2006), *La consommation, Que sais-je ?*, Paris, PUF
- Dodier N. (1995), *Les hommes et les machines*, Paris, Métailié
- Dupuy F. et Thoenig J.-C. (1986), *La loi du marché : l'électroménager en France, aux États-Unis et au Japon*, L'Harmattan, Paris
- Filser M. (1994), *Le comportement du consommateur*, Dalloz, Précis Gestion, Paris.
- Filser M. (2003), Vingt ans de recherche en comportement du consommateur, in *Consommations, sociétés et consommateurs*, coordonnée par Rémy E., Garabau I., Filser M. et Desjeux D., Paris, L'Harmattan
- Holbrook M. et Hirschmann E. (1982), « The Experiential Aspects of Consumption : Consumer Fantasies, Feelings and Fun », *Journal of Consumer Research*, Vol 9, n°2, September, 76-88.
- Holt D.B. (1995), « How Consumers Consume : A Typology of Consumption » *Journal of Consumer Research*, 22, June, 1-16.
- Illich I. (1973), *La convivialité*, Paris, Seuil.
- Kaufman J.C., (1996), *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan collection 128
- Lahire B. (2001), *L'homme pluriel. Les ressorts de l'action*, Paris, Nathan
- Lahire B. (2004), *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Éditions La Découverte, Paris
- Laplanche J. et Pontalis J.-B. (2004), *Vocabulaire de la psychanalyse*, Paris, PUF
- Lardelier P. (2006), *Le pouce et la souris. Enquête sur la culture numérique des ados*, Paris, Arthème Fayard
- Misset S. (2004), « Le téléchargement de musique par Internet. Itinéraire d'une pratique sociale », *Consommations & Sociétés*, n°4, <http://www.consommations-societes.net>
- Mucchielli A. (1992), *Les motivations*, 3^{ème} édition, PUF, Collection Que-sais-je, Paris.
- Préel B. (2005), *Les générations mutantes, Belle Époque, Krach, Mai 68, Internet*, Paris, La Découverte.
- Ritzer G. (1999), *Enchanting a Disenchanted World : Revolutionizing the Means of Consumption*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Stiegler B. (2006), *Mécréance et discrédit, Tome 3 : L'esprit perdu du capitalisme*, Galilée, Paris
- Wolton D. (2000), *Internet, et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Flammarion, Champs, Paris.