

LA NUMÉRIMORPHOSE DES PRATIQUES DE CONSOMMATION MUSICALE

Le cas de jeunes amateurs

Fabien Granjon et Clément Combes

Lavoisier | « Réseaux »

2007/6 n° 145-146 | pages 291 à 334

ISSN 0751-7971

ISBN 978274622027X

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2007-6-page-291.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour Lavoisier.

© Lavoisier. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

LA NUMÉRIMORPHOSE DES PRATIQUES
DE CONSOMMATION MUSICALE

Le cas de jeunes amateurs

Fabien GRANJON
Clément COMBES

La musique est une des activités culturelles les plus prisées des Français de plus de 11 ans¹. Citée par 25 % d'entre eux parmi leurs trois principaux centres d'intérêt, elle arrive au 4^e rang des loisirs les plus appréciés, derrière le sport, la télévision et le cinéma². La consommation musicale est en effet une pratique massive qui touche 92 % des Français (39 % en écoutent quotidiennement et 36 % au moins une fois par semaine). Amorcé dans les années 1960, cet engouement pour la « chose musicale » n'a eu de cesse de s'accroître, notamment *via* un effet générationnel. Il bénéficie tout à la fois d'un élargissement de l'offre culturelle, des avancées du progrès technique, mais aussi du renouvellement des mécanismes de consécration et de légitimation de la culture. Différentes dynamiques à la fois socioculturelles, économiques et techniques s'associent donc pour faire de la musique une forme consommatoire aujourd'hui des plus courantes au point qu'elle se présente comme l'un des partenaires les plus évidents du quotidien des Français. Elle occupe notamment une place particulièrement importante chez les jeunes : 43 % des 12-25 ans citent la musique parmi leurs principaux intérêts culturels et 68 % en écoutent quotidiennement. Ce sont également eux qui mobilisent la plus grande variété de supports, qui utilisent le plus l'ordinateur à des fins musicales et sont les plus équipés en baladeurs K7, CD ou MP3 (34 % vs. 11% dans la

1. Nous remercions Frédérique Legrand et Dominique Pasquier pour leur relecture attentive et leurs commentaires des premières versions de ce texte.

2. Les données chiffrées de cet article ont été produites par Fabienne Gire. Elles sont issues des traitements statistiques des réponses apportées aux différents questionnaires *Entrelacs* dont certaines sections étaient dédiées au thème des pratiques culturelles. Le matériel d'enquête se compose également d'une trentaine d'entretiens semi-directifs qui ont été conduits auprès de jeunes amateurs de musique, hommes et femmes, ayant entre 17 et 35 ans (les plus de 25 ans étant encore pour la plupart étudiants) dont la consommation musicale est quotidienne et importante en termes de durée d'écoute (plusieurs heures par jour). Les enquêtés possèdent tous différents appareils de lecture (chaîne hifi, baladeur MP3, etc.) et de stockage (disque dur externe, clé USB, etc.) dont nécessairement un ordinateur personnel. Disposant également d'une connexion internet à domicile, ils développent diverses pratiques en ligne (*peering*, *podcasting*, etc.) en lien avec leur passion pour la musique (l'échantillon ainsi constitué ne prétend donc à aucune représentativité statistique). Par ailleurs, des observations ont été menées au domicile des enquêtés.

population française pour ce dernier équipement. Par ailleurs, les jeunes hommes sont suréquipés en lecteur MP3 par rapport aux jeunes femmes : 47 % vs. 24 %). Alors que 47 % des individus équipés d'un ordinateur à domicile écoutent de la musique *via* leur dispositif informatique, cette pratique touche 83 % des 12-25 ans disposant du même équipement. La culture numérique émergente est ainsi davantage celle des jeunes générations pour lesquelles la dynamique d'informatisation/numérisation des loisirs et de la consommation culturelle est le substrat à partir duquel se développe une partie toujours plus importante de leurs pratiques. La familiarisation dès le plus jeune âge avec les technologies les plus avancées (présence accrue des TIC et des écrans au sein des espaces privés, professionnels, d'études et de loisirs) et l'existence de sociabilités spécifiques entre pairs sont des dynamiques simultanées conduisant à faire des 12-25 ans la population manipulant le plus de contenus numériques et la plus utilisatrice de technologies informatiques à des fins culturelles. L'ordinateur devient notamment, pour eux, un système technique intégré et polyvalent à partir duquel l'on obtient, l'on centralise, l'on écoute et l'on redistribue des contenus culturels et notamment musicaux. Ces quelques éléments de cadrage montrent que l'âge, mais aussi le sexe, sont les variables souvent les plus clivantes (davantage que le niveau de diplôme ou la PCS) pour nombre de pratiques liées à la consommation musicale. Les différences sexuées étant par ailleurs, en général, plus marquées chez les 12-25 ans.

Outre ces différenciations sociodémographiques dont un ensemble de tableaux statistiques rendront compte tout au long de l'article, nous voudrions surtout livrer ici une première analyse des évolutions qui redistribuent depuis quelques années les cartes de la consommation des contenus musicaux. Nous souhaitons prêter attention aux changements dans les modes de faire des amateurs qui résultent de la dématérialisation des contenus et des nouvelles conditions d'appropriation des plus récents réseaux et technologies d'information et de communication. Les TIC participent par exemple pleinement à la généralisation de l'accès aux œuvres culturelles ainsi qu'à la diffusion et à la circulation élargies des contenus culturels. Elles conduisent à une réorganisation des pratiques des amateurs, de leurs relations aux œuvres et aux supports matériels. En d'autres termes, nous nous proposons d'explorer quelques-uns des attendus d'une hypothèse que nous nommerons provisoirement *numérimorphose*. Nous inspirant des travaux menés sur la

*discomorphose*³, nous voulons détailler ce que les relations de l'amateur à la musique doivent particulièrement, aujourd'hui, à la numérisation du signe sonore, à la dématérialisation des supports et à la multiplication des équipements. A l'évidence, il n'est pas possible de résumer les mutations engendrées par la numérimorphose à une simple modification de *formats* (e.g. le passage du disque au MP3). Les changements observés relèvent à la fois de l'explosion des cadres stabilisés de la discomorphose mais aussi d'une importante multiplication des modalités de consommation liées à la multiplicité des prothèses technologiques mobilisées. Si l'amateur de musique est « l'enfant du mariage de la musique et du marché, dont l'union n'a pu être consommée que lorsque la technique a su faire de la musique un bien et un service⁴ », il est aussi, dorénavant, le fils des amours ancillaires de la massification de la culture et de la numérisation du signe qui ont fait des contenus musicaux des biens éminemment reproductibles, accessibles, archivables, transmissibles et non rivaux.

Ce phénomène de *numérimorphose*, nous l'appréhendons également au regard des rapports différenciés qu'entretiennent les amateurs à leur passion musicale. Le terrain que nous avons effectué tend à montrer que ce ne sont pas tant les goûts des amateurs pour des styles de musique spécifiques que leur niveau de spécialisation (potentiellement centré autour d'un genre musical structurant) et la façon dont ils actualisent ces appétences qui déterminent assez largement leurs pratiques de consommation et leurs usages technologisés des contenus musicaux. Les lignes de partage des pratiques de consommation musicale prennent en réalité forme autour d'une opposition mettant en regard une appréhension *profane*, consommatoire et fonctionnelle de la musique face à un saisissement plus *expert*, informé et esthétisant de celle-ci. L'opposition *profane/expert* est parfois critiquée pour être une dichotomie radicalisant artificiellement le divorce entre le simple « mélomane » qui serait fan des musiques populaires de masse et le « grand amateur » qui serait, lui, fêru de musiques plus cultivées ou spécialisées. Elle gommerait ainsi la similarité des médiations par le biais desquelles les usagers de musique (et surtout les jeunes amateurs) construisent leurs passions respectives. Pourtant, si les *prises* par lesquelles passent la production de l'amateurisme sont il est vrai assez similaires d'un amateur à

3. La notion de « discomorphose » rend compte de l'invention d'un nouveau *format* musical (le disque) comme forme principale de la consommation musicale : HENNION, 1981 ; MAISONNEUVE, 2001, 2004 ; TOURNES, 2005.

4. HENNION *et al.*, 2000, p. 55.

l'autre (e.g. l'utilisation de supports et d'équipements identiques), les modes d'actualisation de ces *prises* peuvent être en revanche sensiblement différentes (e.g. une fonctionnalité qui sera centrale dans les usages des uns et absente des usages des autres). Il ne s'agit donc pas tant de mettre en regard des profils d'usagers qui seraient en tout point contraire, mais de souligner des différences significatives dans la façon dont la musique « agit et fait agir ». Ces polarités théoriques sont bien évidemment idéal-typiques et les *faire* imputés à l'une ou l'autre des catégories se distribuent dans la réalité sur un *continuum* de pratiques, de rapports à la musique et d'usages des TIC plus nuancés et distribués que ne le laisse entendre notre modèle tout les vertus surtout exploratoires. La prise en compte dans un même mouvement du tournant numérique de la consommation et de la sensibilité musicales et des relations contrastées que les amateurs entretiennent avec la musique nous permet toutefois de rendre compte des principaux changements de *formats* qui restructurent aujourd'hui les pratiques de consommation musicale.

DE LA NUMÉRIMORPHOSE

La sociologie de la culture a longtemps fait l'impasse sur la matérialité des œuvres et des différentes médiations techniques qui les font advenir (supports et équipements). Ce travers a notamment été souligné par la sociologie pragmatique de l'attachement pour laquelle le goût est avant tout considéré comme une « modalité problématique d'attachement au monde ⁵ ». Elle montre combien les dispositifs sociotechniques hétérogènes, composés de collectifs, de personnes et d'objets sont des *prises* essentielles aux amateurs de musique et nous invite à considérer leur amour de la musique au plus près de leurs pratiques effectives (*i.e.* de leurs expériences ordinaires). Antoine Hennion insiste ainsi sur le fait que la musique n'est pas « un donné fixe qu'on pourrait isoler de l'activité, mais ce qui surgit avec elle, à travers elle ». S'intéresser à la musique (ou tout autre domaine culturel), c'est prêter attention aux manières de faire de l'amateur, « moins ce qu'il aime (...) que ses façons d'écouter (...), son plaisir, qui le tient, les formes que prennent ses pratiques, les techniques étonnantes qu'il développe pour réunir les conditions de sa félicité, sans garantie de succès ⁶ ». Décivant les expériences des gramophiles des années 20 et 30, Sophie Maisonneuve précise : « Savoir-faire

5. HENNION, 2007.

6. HENNION, 2004, p. 13-15.

technique et sensibilité esthétique sont deux compétences qui se construisent conjointement. Plus l'amateur, découvrant les ressources et limites acoustiques du phonographe, apprend à régler l'appareil et à opérer l'ajustement optimal entre un disque (un genre musical) et les composantes techniques de l'instrument, plus il devient sensible à cet élément acoustique de la performance musicale. Plus, également, il apprend à connaître ses goûts, à anticiper ses émotions, et à mettre en relation des objets (disque ou type d'enregistrement, aiguilles), des gestes et une disposition subjective. (...) L'attachement matériel soutient l'attachement à la musique⁷ ».

Aujourd'hui, les pratiques culturelles d'une manière générale et les pratiques musicales en particulier se transforment sous l'effet du développement de la culture de masse, de la diversification de l'offre culturelle et technologique, et de l'émergence de nouvelles plateformes de services (réseaux *peer to peer* – P2P –, médias sociaux du web 2.0, etc.). La consommation de musique se décline ainsi sur une diversité toujours plus importante de supports (Vinyle, K7, CD, MP3), d'équipements (ordinateur, Pocket PC, clé USB, baladeur MP3 téléphone mobile, etc.) et s'actualise dans de nouveaux usages. Les changements induits par la dématérialisation et les potentiels renouvelés de manipulation déplacent plus ou moins fortement les activités de découverte, d'acquisition, de stockage, d'écoute et de distribution des contenus musicaux.

Tableau 1. Dispositifs mobilisés pour l'écoute musicale en fonction de l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Vinyles lus sur chaîne hifi	13 %	14 %	24 %	27 %	19 %
K7 lus sur chaîne hifi	38 %	49 %	58 %	55 %	51 %
CD audio lus sur chaîne hifi	87 %	87 %	79 %	61 %	78 %
CD audio lus sur ordinateur	62 %	44 %	28 %	8 %	35 %
MP3 lus sur ordinateur	47 %	25 %	13 %	3 %	21 %
MP3 lus sur chaîne hifi	26 %	15 %	14 %	4 %	14 %
MP3 lus sur baladeur	33 %	9 %	6 %	3 %	11 %
Une chaîne TV musicale	33 %	24 %	16 %	19 %	23 %
Un autre support	13 %	20 %	18 %	18 %	18 %

7. MAISONNEUVE, 2001, p. 16-22.

Tableau 2. Dispositifs mobilisés pour l'écoute musicale chez les 12-25 ans en fonction du genre

	12-25 ans	
	Hommes	Femmes
Vinyles lus sur chaîne hifi	16 %	8 %
K7 lus sur chaîne hifi	36 %	46 %
CD audio lus sur chaîne hifi	82 %	89 %
CD audio lus sur ordinateur	47 %	66 %
MP3 lus sur ordinateur	47 %	44 %
MP3 lus sur chaîne hifi	23 %	19 %
MP3 lus sur baladeur	47 %	25 %
Une chaîne TV musicale	31 %	35 %

Commentaires. Les 12-25 ans sont la classe d'âge qui mobilise le plus CD et MP3, quel que soit par ailleurs l'équipement qui en permet la lecture. Ce sont également eux qui ont le plus recours aux chaînes TV musicales. Les jeunes hommes sont plus enclins que les jeunes filles à écouter des Vinyles et des MP3 sur leur baladeur (leur taux d'équipement étant plus important), tandis que celles-ci privilégient davantage que les garçons l'écoute de CD (et de K7) sur chaîne hifi et surtout sur ordinateur.

La *discomorphose* fixait jusqu'alors : 1) la question de l'esthétique sonore (en renversant notamment la hiérarchie concert/studio, la performance *live* ayant tendance à s'aligner alors sur le « son » studio), 2) consacrait l'album comme l'expression matérielle aboutie de l'œuvre musicale et 3) organisait la création de la valeur autour des contenus eux-mêmes et leur exploitation par des industries culturelles. Sur ces trois points, la *discomorphose* tend depuis quelques années à être bousculée dans ses différents attendus. En premier lieu, la numérisation a permis l'ouverture d'horizons inédits à la création musicale et initié la mise en expériences de nouvelles formes musicales. Elle a impacté les savoir-faire artistiques ainsi que l'ordre des contenus, proposant des bases de composition originales qui ont débouché sur de nouvelles esthétiques. Le « son studio » imposé par le disque s'est en quelque sorte autonomisé et a pris le statut de matériau informationnel, de matière sonore et la relation à la musique s'en est trouvée bouleversée. Il est devenu une matrice se prêtant à toute sorte d'opérations sans équivalence possible avec la production sonore instrumentale traditionnelle. L'utilisation de l'ordinateur comme système de gestion et de production invite à un acte créatif plus immédiat et va surtout pousser à considérer avec plus d'attention la matière sonore. La musique numérique porte le potentiel d'une esthétique de l'agencement, de l'assemblage et de la production sémiotique répétitive. *Mix*, *remix*, détournements, collages, citations et autres figures de l'emprunt

et du « cut and paste » sont devenus les syntaxes fondamentales de la création musicale. Musique du fragment et de la séquence, elle se nourrit tout autant d'événements acoustiques concrets (génériques, jingles, sonneries, etc.), de morceaux enregistrés préalablement, que de sons électroniques originaux qu'elle va faire cohabiter au sein de nouvelles unités musicales. Sans doute cette plasticité musicale est-elle aussi pour partie responsable de l'hybridation de certains styles (world music, jazz-électro, cinematic music, etc.) qui instruisent des formes d'éclectisme au sein même des genres musicaux et conduisent aussi à une évolution des publics : les rockers s'ouvrent aux musiques du monde, les amateurs d'électro au jazz, les rappeurs à la black music, etc.

Pour moi, l'électro, enfin ce que j'appelais l'électro, c'était une nébuleuse de styles musicaux super froids et pas très intéressants, fabriqués par des types qui n'étaient pas forcément des musiciens, avec des machines et des ordinateurs... J'ai changé à partir du moment où il y a eu des jeunes artistes du jazz qui ont commencé à mélanger les apports de la techno et de l'électro avec la tradition jazz pour faire des albums vraiment très intéressants. Des types comme *Truffaz* ou *de Wilde* ils ont fait des choses vraiment très bonnes. [...] Et ça m'a petit à petit amené à avoir envie d'aller gratter par là et ça commence à faire un petit moment que je me mets à écouter de l'électro pur jus : *Jeff Mills*, *DJ Shadow*... (Philippe, 28 ans, Kinésithérapeute).

En deuxième lieu, là où la discomorphose conduisait à une valorisation de l'album, la numérimorphose tend à ouvrir des formes d'appropriation permettant une déconstruction plus aisée de l'entité album à la faveur de l'entité morceau (voire parfois du fragment de morceau : la « tourne » ou le « riff »). Si le disque avait « introduit un nouveau type de consommation musicale dans l'intérieur domestique, [conférant] à la musique une plus grande accessibilité ⁸ », la numérisation du signe sonore couplée à l'informatique de réseau ont décuplé ces potentialités. La mise à disposition via les réseaux P2P de tout ou partie des discothèques des internautes offre des quantités et une variété de contenus tout à fait considérables et inédites à cette échelle. Les relations à la musique s'en trouvent alors modifiées car les prises de la consommation et de l'amateurisme sont retravaillées par ce régime d'abondance ainsi que par la plasticité de la matière sonore encodée. L'ère de la musique et des réseaux numériques renouvellent ainsi les formats de la discomorphose et ouvrent de nouveaux possibles aux amateurs. Le

8. MAISONNEUVE, 2001, p. 18.

large déploiement de la micro-informatique domestique, la dématérialisation des supports, l'utilisation de plus en plus répandue des *webradios*, du *streaming*, du *podcast* ou encore la constitution de sonothèques numériques sont autant de phénomènes qui se combinent au sein de configurations de pratiques inédites qui tendent à contester l'hégémonie jusqu'alors écrasante du support CD que l'on achète et grave de moins en moins. On voit par exemple certains amateurs, surtout parmi les plus jeunes, se constituer des sonothèques virtuelles d'un nouveau genre, essentiellement composées d'adresses de ressources musicales essentiellement écoutables sous forme de flux, sans ressentir le besoin de détenir en propre sur leur ordinateur ou sur CD le moindre contenu :

[Sur Radioblog.club] on peut choisir un nombre de morceaux qu'on veut et après tu les écoutes. Tu peux choisir ce que tu mets dans ton juke-box. Parmi la musique qui est sur le site, tu tapes tous les noms que tu veux, tu les trouves plus ou moins facilement et après tu te les mets dans ta *playlist*. (Barbara, lycéenne, 17 ans)

En dernier lieu, « Lorsque les CD sont remplacés par des fichiers numériques, les coûts de production, dans une certaine mesure, et surtout les coûts de distribution, se réduisent fortement. De tels gains de productivité permettent une consommation plus diversifiée ainsi que le développement de pratiques intermédiaires entre la consommation et la production : les amateurs peuvent accéder à une qualité professionnelle pour les coûts limités d'un *home studio*. Les œuvres se désacralisent. Elles se réemploient, se composent avec d'autres, se réorganisent en œuvres nouvelles. Compilation, *remix*, *sampling* sortent des limites étroites du droit d'auteur comme les échanges sur les réseaux de pair à pair interrogent l'exception pour copie privée. Pourtant, les processus de production, de distribution, de promotion tardent à tirer parti de ce que le progrès technique, internet et la numérisation permettent⁹ ». De fait, sur le plan économique, le développement sans précédent de la reproduction des œuvres à des coûts marginaux, de l'échange de contenus musicaux devenus non rivaux (la copie n'est pas synonyme d'une perte d'usage du contenu) et non excluables (leur accès tend à s'universaliser) ainsi que leur diffusion bouscule les industries du disque qui voient baisser chaque année leur chiffre d'affaire. Les réponses apportées par ces dernières apparaissent mal adaptées car trop calquées sur les caractéristiques des marchés des biens matériels dont la promotion est

9. BOURREAU, GENSOLLEN et MOREAU, 2007, p. 15.

assurée par les médias de masse. Elles s'efforcent ainsi de reproduire les structures d'intermédiation liées traditionnellement au marché du disque mais rencontrent d'importantes difficultés ne sachant pas, *via* ces modèles, organiser cette nouvelle abondance. Les tarifs de la vente en ligne sont prohibitifs, les catalogues des services payants sont largement plus indigents que ceux des plateformes de téléchargement non commerciales et les solutions innovantes de monétisation des contenus (protection de la valeur par verrouillage de type *Digital Rights Management*, micropaiements, abonnements forfaitaires, licences, etc.) restent encore assez largement à l'état d'expérimentations (rencontrant au surplus, pour certains d'entre eux, une vive opposition de la part des consommateurs). Les nouvelles formes d'offre et d'extraction de la valeur tardent donc à émerger et c'est plutôt dans les marges de l'industrie musicale que s'inventent les nouvelles formes d'intermédiation et les possibles futurs modèles d'affaire. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard que celles-ci soient portées par des acteurs marginaux dans la mesure où elles ne se fondent qu'assez secondairement sur la vente de contenus et tendent plutôt à s'appuyer sur d'autres relais comme la captation des audiences, le référencement, la prescription (adaptation de l'offre à la demande) ou le partage d'expériences (e.g. des goûts) qui sont autant de services n'appelant pas obligatoirement un processus de marchandisation.

S'il est sans aucun doute prématuré de considérer les cadres de la discomorphose comme obsolètes (ils restent encore très largement à l'œuvre), il est toutefois évident que la multiplication des équipements et des supports ainsi que le développement du P2P ou encore du *streaming* introduisent un changement de régime d'usages et redessinent les cadres de la consommation musicale. La section suivante décline les premiers éléments d'analyse de ces nouveaux régimes de consommation de la musique, rendant compte de quelques-unes des dynamiques sociotechniques qui prévalent aujourd'hui à la découverte, à l'acquisition, au stockage, à l'écoute et à la redistribution des contenus musicaux numériques. Il n'est bien évidemment pas possible de dresser un panorama exhaustif de ces différents changements de *formats* mais nous avons néanmoins tenté d'en dessiner les principaux contours.

SE CONSTITUER UN PORTEFEUILLE DE GOÛTS, DÉCOUVRIR DE NOUVEAUX CONTENUS

Les médiations par le biais desquelles se forment les portefeuilles de goûts des amateurs et au travers desquelles ceux-ci s'actualisent sont diverses. Il

en est deux particulièrement importantes : la socialisation culturelle et la consommation médiatique. C'est principalement au travers de ces deux phénomènes que la découverte de certaines catégories de contenus et que l'appétence ou le désintérêt ressentis pour ceux-ci se construisent au fil du temps.

La socialisation culturelle

En matière de goûts, les héritages issus de la jeunesse, période durant laquelle l'intérêt pour la musique est donc particulièrement marqué laissent quelquefois leurs empreintes sur les répertoires individuels. Les « coups de cœur » et appétences singulières (e.g. un goût prononcé pour tel style de musique ou tel artiste) traversent parfois les années et continuent d'alimenter certaines pratiques de consommation à l'âge adulte. Si les formes de socialisation primaire et notamment l'héritage culturel parental et familial peuvent influencer les pratiques adultes, elles ne laissent pas systématiquement d'empreintes fortes sur les goûts des individus. Au gré de leur parcours biographique, ceux-ci se forment leurs goûts propres, les font évoluer et ils n'entretiennent bien souvent, au final, que très peu de lien avec l'environnement musical familial initial. D'une façon générale, les expériences socialisatrices secondaires sont centrales dans la diversification des contenus culturels mobilisés par les individus. De plus, les modes de fréquentation des œuvres musicales étant aujourd'hui largement ouverts, la transmission filiale des goûts est moins prégnante que par le passé et les singularités culturelles individuelles beaucoup plus poreuses à la pluralité des influences socialisatrices et médiatiques. Une enquêtée dont le père passionné de musique classique et disposant d'une impressionnante discothèque remplissant une pièce entière a longuement œuvré durant sa jeunesse pour l'acculturer à son style de musique préféré déclare ainsi :

Parfois, on en parle ensemble, mais ça ne me viendrait pas à l'idée de prendre sa musique et d'en écouter. (Barbara, lycéenne, 17 ans)

Les réseaux relationnels que mobilisent les personnes sont un des principaux relais de leurs pratiques culturelles¹⁰. Que les amateurs soient dans un rapport plutôt profane ou plutôt expert à la musique, les frottements culturels

10. DI MAGGIO, 1987 ; BURGOS *et al.*, 1996 ; ERICKSON, 1996 ; RELISH, 1997 ; CARDON et GRANJON, 2003 ; PASQUIER, 2005 ; GRANJON et BERGE, 2007.

qui prennent corps au sein de leurs réseaux de sociabilité sont des ressources essentielles de la constitution de leurs goûts et de leurs consommations. Les sociabilités relayant à un moment donné un intérêt culturel partagé oscillent alors entre deux formes principales. Dans le premier cas de figure, l'intérêt culturel est le principe générateur des sociabilités, il nécessite une adaptation des goûts aux interlocuteurs et mobilise des compétences singulières dont sont plutôt porteurs de manière caractéristique les amateurs experts :

Tous les jeudis on se retrouve à la ferme de la Harpe pour jouer ensemble et faire des bœufs. C'est toujours les mêmes têtes, c'est la bande des copains du club de jazz. Entre deux morceaux, forcément ça discute un max de ce qui se joue mais aussi de musique en général. Ça c'est vraiment cool. Tu repars à chaque fois avec plein d'idées et même des CD pour écouter de nouveaux musiciens dans la semaine. (Paul, 25 ans, informaticien)

Internet joue d'ailleurs parfois un rôle de catalyseur dans l'initiation de ce type de contacts portés avant tout par des intérêts culturels spécifiques :

Mes amis à Rennes, je les avais pas avant d'être arrivée ici. C'est par internet que je me suis fait quelques copains. Il y a un forum que je fréquente, plutôt forum culturel et musical et donc je les ai connus comme ça. Ça commence tout juste, on commence un peu à se voir autour, en bougeant un peu, en faisant quelques concerts. C'est un forum gothique mais la plupart des gens qui sont dessus, leurs goûts c'est plutôt rock au sens large, enfin goth, métal, rock. Magdalena, elle commence tout juste à découvrir un peu l'univers métal, gothique, on a sympathisé sur le forum, on s'est rencontrées avec son ami, Fred, qui est fan de rock des années 1970. Je lui fais découvrir ce qu'elle connaît pas. Je lui ai passé pas mal de choses que j'avais sur mon ordinateur et Fred nous a prêté quelques CD. (Éloïse, étudiante, 23 ans)

Les sociabilités culturelles peuvent aussi épouser des formes plus triviales où, cette fois, ce sont plutôt les affinités électives qui sont génératrices de la pratique ou de la découverte culturelles. On a par exemple montré ailleurs que l'*éclectisme culturel* se ressourcent notamment dans la fréquentation d'individus développant des registres culturels variés et que c'est aussi dans ces rencontres renouvelées que se forment des marchés culturels plus ou moins provisoires, toujours singuliers, où se distribuent, se négocient et se forment diversement les goûts¹¹ :

11. GRANJON et BERGE, 2007.

En soirée, si quelqu'un met de la musique, par exemple, s'il est chez lui, ça va être sa musique. Et ça change, au bout d'un certain temps. Il y en a toujours un qui finit derrière l'ordinateur pour mettre son truc à lui. Donc quand il y a du monde en soirée il y a toujours un fond sonore, toujours un fond de musique et puis : "ah oui, tiens, ça, ça sonne bien", on entend et puis on se dit "tiens, je t'en ai parlé l'autre jour, c'est ça". On tombe sur des trucs comme ça, sans que ce soit vraiment délibéré. (Axel, étudiant, 21 ans)

C'est là une des principales façons dont les amateurs profanes s'acculturent aux goûts des autres. Il faut à cet égard noter que les sociabilités de groupe (visites, soirées, fêtes, sorties, etc.) sont potentiellement autant d'occasions pour évoquer, mais surtout pour échanger des contenus avec les interlocuteurs dont on sait par ailleurs qu'ils sont informatisés et qu'ils téléchargent. Disposer de son baladeur MP3 et/ou d'une clé USB sur soi, en permanence, permet ainsi, comme nous l'ont de nombreuses fois rapporté nos enquêtés, de récupérer des contenus musicaux au gré des rencontres. Si les amateurs experts s'appuient généralement sur des personnes-ressources clairement identifiées, des prescripteurs compétents dont les avis et jugements sont reconnus comme étant de valeur, les amateurs profanes mobilisent leurs sociabilités de manière nettement moins ciblées. Le don de contenus ne passe pas nécessairement par une étape préliminaire de discussion avisée et de prescription ajustée aux goûts. Il prend alors parfois des tournures quelque peu radicales en passant par la copie en masse de contenus musicaux (plusieurs gigas de données) dont le tri ne sera effectué qu'après acquisition.

L'inscription des intérêts musicaux dans les sociabilités entraîne également un sensible changement dans les manières de partager ses goûts au fur et à mesure que l'on avance dans l'âge. Les diverses étapes du cycle de vie correspondent *de facto* à des modifications notoires dans la manière dont elles sont organisées et vécues. Le foisonnement relationnel typique de la jeunesse s'estompe et le temps dévolu aux loisirs musicaux s'amenuise avec l'avancé dans l'âge. Les occasions de frottements avec le goût des autres se réduisent donc et les activités de partage évoluent davantage au sein des cadres conjugaux, familiaux ou bien spécifiquement dédiés à cet effet, mobilisant généralement moins les cercles amicaux. La discothèque ou la sonothèque se partage alors davantage avec le conjoint plutôt qu'avec ses amis. Il n'en reste pas moins que, tout au long de la vie, la consommation musicale trouve à se ressourcer dans des formes de partage nourries de diverses formes de sociabilité. Discuter de musique est par exemple une activité à laquelle 65 %

des Français de plus de onze ans et 91 % des 12-25 ans déclarent se livrer régulièrement (plus on avance en âge, plus cette activité s'amenuise). Parmi les individus déclarant discuter régulièrement de musique, c'est avec le cercle amical que ces discussions sont les plus courantes (82 %) suivi de la famille hors-foyer (60 %), du foyer (46 %), des collègues et camarades d'école (38 %) et des internautes (7 %). Plus on avance dans l'âge, plus la famille hors foyer est mobilisée et moins les autres cercles sont investis.

Tableau 3. Cercles relationnels mobilisés pour discuter de musique en fonction de l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Au sein du foyer	61 %	57 %	43 %	18 %	46 %
Avec de la famille hors foyer	45 %	64 %	66 %	73 %	60 %
Avec des copains ou amis	94 %	82 %	69 %	64 %	82 %
Avec des collègues	56 %	38 %	28 %	3 %	38 %
Avec des relations internet	14 %	3 %	5 %	---	7 %

Commentaires. Chez les 12-25 ans, les discussions ayant pour sujet la musique sont plus répandues que dans les autres classes d'âge quel que soit le cercle relationnel considéré, à l'exception de la famille hors foyer.

Les relais médiatiques

Quelles que soient les modalités d'acquisition des contenus (achats, téléchargements, emprunts), le relais médiatique joue un rôle prépondérant dans les processus d'information et de découverte qui précèdent ces actes d'appropriation. Il apparaît comme une *prise* majeure permettant d'aller à la rencontre de contenus inédits. Car les médias font montre d'une grande diversité et celle-ci permet de nourrir la majorité des portefeuilles de goûts, des plus spécialisés au plus communs. La médiation médiatique n'exerce pas seulement son magistère auprès des individus dont les goûts musicaux correspondent aux productions commerciales portées par les principaux médias de masse (radio, télévision, presse écrite), mais également, et tout autant (bien que de manière contrastée), auprès des personnes aux goûts plus pointus. Comme le note Philippe Coulangeon : « Le développement des industries culturelles ne va pas nécessairement de pair avec l'homogénéisation des préférences et des habitudes. Tout au contraire, l'industrie du disque et les médias audiovisuels semblent avoir partie liée avec une forte segmentation des goûts que celle-ci opère sur une base

nationale, générationnelle ou ethnique¹² ». Les médias sont mobilisés de façons différenciées par les amateurs de musique en fonction du niveau de spécification de leurs goûts. Plus leurs goûts sont inscrits dans un régime de rareté plus les médias qu'ils fréquentent sont spécialisés. L'amateur de R'n'B trouvera de quoi alimenter sa curiosité sur une radio comme Skyrock ou une chaîne de télévision comme M6, la satiété du fan de jazz pourra être pour partie assurée par la lecture de certains titres de la presse magazine spécialisée¹³ (Jazzman, Jazz Hot, etc.), tandis que celle de l'aficionado de breakcore ou d'abstract hip hop allemand trouvera plus certainement de quoi se satisfaire sur des blogs ou des sites web experts. Plus les contenus recherchés sont pointus moins ils sont relayés par les médias de grande diffusion (il s'agit de marchés trop petits jugés peu rentables) et plus il est nécessaire pour ceux qui portent ces appétences culturelles singulières de se tourner vers des médias de niche ou plus alternatifs. Experts et profanes trouvent donc la plupart du temps des médias correspondant à leurs besoins d'informations quel que soit le degré de spécialisation recherché. Si le type de média mobilisé (radio, télévision, presse, blog, etc.) renseigne en soi assez mal sur les répertoires des goûts de ses utilisateurs (le paysage radiophonique FM français couvre par exemple tous les types de musique, des plus *mainstream* au plus rares), il faut toutefois noter que l'internet est l'espace privilégié (mais bien évidemment non exclusif) des expressions musicales parmi les moins ordinaires.

Certains travaux critiques ont pu remiser un peu trop prestement la consommation médiatique sur les étagères d'une culture nécessairement avilie et inauthentique, la *culture cultivée* échappant quant à elle, par définition, à cette trivialisation par les médias. Force est aujourd'hui de constater que cette opposition entre culture médiatico-commerciale *populaire* et culture *légitime* dégagée des circuits marchands et médiatiques ne peut être que remise en cause. Investissant de nombreux marchés de niche en plus de ceux portant la production culturelle *mainstream*, les médias contribuent à légitimer des arbitrages culturels hétérogènes et à élaborer des formes de consécration culturelle plus variées¹⁴. Outre leur contribution à

12. COULANGEON, 2005, p. 58.

13. La moitié des lecteurs de la presse musicale a moins de 25 ans (16 % ont moins de 18 ans, 33 % ont entre 18 et 24 ans). Ce sont le plus souvent des hommes (les deux tiers sont des hommes), 47 % sont encore scolarisés et 19 % ont terminé leurs études et sont titulaires d'un diplôme au moins égal à d'un bac+5.

14. THORNTON, 1996.

l'assise de nouveaux régimes de participation culturelle, les médias participent aussi à l'amenuisement de l'indignité culturelle des moins bien dotés en *capital culturel* qui partagent quelques goûts avec une part de plus en plus importante de la population. La télévision, notamment, est devenue une « instance de reconnaissance et de légitimation pour tous ceux qui ne font pas partie des milieux cultivés et ne bénéficient pas des réseaux d'informations courts et spécialisés¹⁵ ». L'exploration de la sonothèque des amateurs experts révèle souvent qu'en périphérie des artistes centralement appréciés, l'effort est fait de se constituer un stock de contenus de type patrimonial (les incontournables de l'histoire de la musique) que l'on retrouve par exemple, avec parfois d'importantes similitudes, chez les amateurs profanes.

Notre enquête révèle une forte consommation des médias par les amateurs de musique. Ils permettent de « découvrir des œuvres dont on ignore l'existence ou que l'on n'aurait pas l'idée d'acheter. Il suffit de tourner un bouton et le déclic peut s'opérer. La musique vient en quelque sorte à l'auditeur, sans qu'il ait à faire de démarche particulière : c'est ici plutôt la musique qui prend l'auditeur. Elle est ainsi souvent évoquée comme déclencheur (hasard de l'audition) ou utilisée pour ces propriétés¹⁶ ». Les rôles de la radio et de la télévision (notamment des chaînes musicales spécialisées dont la mise à disposition a été facilitée par leur réception *via* l'ADSL) apparaissent ainsi tout à fait centraux dans les pratiques d'information et de découverte des contenus. Elle tend d'ailleurs à prendre une place de plus en plus importante à la fois dans les phénomènes de recherche de la nouveauté mais aussi de l'écoute musicale flottante :

Moi la musique c'est tout le temps. Je me lève le matin, le premier truc que je fais c'est d'allumer la télé, mettre une chaîne musicale et c'est du matin au soir. Je découvre principalement à travers la télé. Je crois que j'écoute plus à travers la télé qu'à travers le PC. Le PC je sais qu'il y a de la musique dedans, je sais quelle musique à peu près il y a. Donc si je veux écouter ça, je vais le chercher directement alors que la télé on ne sait pas ce qui va passer. (Mohamed, 30 ans, étudiant)

15. DONNAT, 1994, p. 147.

16. HENNION *et al.*, 2000, p. 113.

Tableau 4. Ecoute régulière de la radio en fonction de l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Oui	88 %	97 %	95 %	93 %	94 %
Non	12 %	3 %	5 %	7 %	6 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 5. Types de programmes radio régulièrement écoutés en fonction de l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Musique	96 %	95 %	88 %	83 %	91 %
Libre antenne	51 %	51 %	46 %	39 %	47 %
Actualité, météo	58 %	89 %	90 %	89 %	84 %
Émission culturelle	18 %	43 %	59 %	58 %	46 %
Retransmission sportive	36 %	31 %	39 %	43 %	37 %

Tableau 6. Types de programmes radio régulièrement écoutés par les 12-25 ans en fonction du genre

	12-25 ans	
	Hommes	Femmes
Musique	93 %	99 %
Libre antenne	58 %	45 %
Actualité, météo	48 %	68 %
Émission culturelle	19 %	17 %
Retransmission sportive	46 %	26 %

Commentaires. Les 12-25 sont ceux qui écoutent le moins la radio et se distinguent aussi par le peu d'appétence qu'ils développent à l'égard des programmes culturels et d'actualité. Les jeunes femmes sont plus attirées par les émissions musicales et d'actualité, tandis que les jeunes hommes préfèrent pour leur part les émissions de libre antenne et les retransmissions sportives.

Tableau 7. Programmes musicaux cités parmi les 5 programmes TV regardés le plus régulièrement en fonction de l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Oui	31 %	14 %	8 %	7 %	14 %
Non	69 %	86 %	92 %	93 %	86 %
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Tableau 8. Programmes musicaux cités parmi les 5 programmes TV regardés le plus régulièrement par les 12-25 ans par rapport au genre

	12-25 ans	
	Hommes	Femmes
Oui	26 %	34 %
Non	74 %	66 %
Total	100 %	100 %

Tableau 9. Vidéos musicales citées parmi les 5 genres de vidéo regardés le plus régulièrement par les 12-25 ans par rapport au genre

	12-25 ans	
	Hommes	Femmes
Oui	10 %	17 %
Non	90 %	83 %
Total	100 %	100 %

Commentaires. Les 12-25 ans sont ceux qui sont le plus intéressés par les programmes télévisés dédiés à la musique et parmi eux, ce sont les filles qui semblent en être les plus férues. Par ailleurs, si les 12-25 ans ne se distinguent pas des autres classes d'âge quant au visionnage de vidéos musicales (14 % vs. 11 % en moyenne), celles-ci sont toutefois, là encore, légèrement plus prisées par les jeunes femmes.

Si la fréquentation des médias se présente globalement comme une pratique de consommation partagée par l'ensemble des amateurs, la recherche de contenus diffère toutefois notablement, sous certains aspects, entre les amateurs profanes et les amateurs experts. Les premiers trouvent le plus souvent dans la recherche de la nouveauté (le dernier *single* qui passe sur NRJ, le dernier clip sur MTV, ou l'extrait musical d'un nouvel album dont fait la promotion un site spécialisé) l'essentiel de leurs motivations à la découverte. Les seconds s'appuient quant à eux sur des pratiques généralement plus diversifiées (trouver une rareté, compléter une discographie, collectionner les versions, etc.) et adoptent, en conséquence, des usages médiatiques également plus variés et plus ciblés. Tel type de médias servira par exemple d'abord à « se tenir au courant », tandis qu'un autre pourra plus spécifiquement alimenter la curiosité de l'amateur expert pour une scène musicale particulière, son histoire ou ses ramifications stylistiques.

Cette différenciation s'observe également de manière flagrante concernant les pratiques d'information en ligne. Les médias numériques (sites web, blogs, forums, listes de diffusion, réseaux P2P, etc.) sont de plus en plus mobilisés par les amateurs et ouvrent un renouvellement conséquent de la

consommation médiatique en lien avec les processus de découverte de nouveaux contenus. Mais il faut néanmoins insister sur le fait que les potentialités ouvertes par les plus récents dispositifs de communication sur réseau sont surtout actualisées par les amateurs qui développent un rapport expert à la musique, à l'instar de cette fille d'ingénieurs de 20 ans, amatrice de visual kei (rock underground japonais très minoritaire) qui trouve à s'informer par le biais de sites spécialisés, rencontre le petit réseau français de passionnés sur les blogs dédiés et télécharge ou achète ses albums favoris en ligne (*via* eMule ou eBay). Internet, plus qu'aucun autre dispositif lui permet de s'adonner à sa passion et de contourner l'indigence des canaux médiatiques classiques en la matière. Quels que soient les styles de musique les plus appréciés, rester « dans le coup » (*hipness*) nécessite un travail particulier pour accéder aux sources d'information permettant un *aggiornamento* des « connaissances » et un renouvellement des plaisirs de la découverte. Ce travail est bien sûr relativement simple quand il s'agit « seulement » de mettre en fonctionnement son téléviseur ; il est à l'évidence plus ardu quand il faut repérer et se servir de ressources sociotechniques demandant des compétences plus complexes, quelles soient techniques, cognitives ou sociales (e.g. s'abonner à une liste de diffusion, participer à un forum de discussion, utiliser un moteur de recherche sur internet, etc.). Comme le rappelle Olivier Donnat, « toute pratique culturelle exige l'accumulation préalable d'un minimum d'informations et, dans la plupart des cas, de connaissances¹⁷ », cette remarque vaut bien évidemment plus que jamais concernant les pratiques culturelles en ligne. Sans les prises informationnelles nécessaires à la construction d'une recherche (préalable de l'acquisition), l'exploitation des ressources pourtant pléthoriques du réseau peut vite apparaître comme un exercice limité :

Je ne sais plus quoi télécharger. Là, sur eMule je suis un petit peu en panne au niveau de la saturation, parce que je ne sais plus quoi télécharger. Quand tu télécharges, faut savoir ce que tu télécharges, tu ne peux pas taper "ben, je veux du R'n'B", tu ne peux pas taper ça. Souvent t'entends à la radio et puis t'entends le nom d'un artiste, ça te plaît. Alors tu vas essayer d'écouter un petit peu plus et tu télécharges. Enfin, c'est au fur et à mesure : t'entends une chanson, t'aimes bien, t'essaies d'écouter les autres et puis à force, t'as écouté tout. (Laure, étudiante, 21 ans)

17. DONNAT, 1994, p. 15-16.

Les amateurs experts mettent au point des stratégies d'information particulièrement variées qui leur permettent de répondre à leurs différents besoins. Au travers des divers services existants et au regard du portefeuille de goûts qui est le leur, ils vont le plus souvent repérer puis focaliser leur attention sur un ensemble de ressources parmi celles qui sont attestées par leur communauté musicale de référence, auxquelles ils essaieront, le plus souvent, d'y adjoindre quelques autres, moins connues du « milieu », mais censées leur donner quelques avantages concurrentiels sur leurs groupes de pairs. Ces services seront le plus souvent consultés de manière itérative (la consultation est même parfois routinisée automatiquement, *via* des liens RSS par exemple), effectuant ainsi une sorte de veille informationnelle sur des types de musique et de contenus qui parfois ne trouvent aucun relais au sein des médias de grande consommation. Les sites web ou blogs de maisons de disque, de lieux de concerts, de festivals ou d'artistes ; les forums de discussion ou encore les listes de diffusion spécialisées sont ainsi diversement mobilisés afin de trouver différents types d'information (interviews, biographies, discographies, dates de concert, produits dérivés, etc.) et des contenus rares (albums anciens, titres inédits, *live* pirates, concerts privés, *remix*, *alternate takes*, etc.). Igor nous explique ainsi :

La découverte c'est comme un arbre généalogique. Tu pars par exemple d'un album qui te fait découvrir un artiste, tu apprends qu'il a bossé avec untel ou qu'il a fait un *featuring* sur un CD et puis tu le retrouves. Tu regardes toujours les noms des labels et une fois que tu trouves un label, tu peux toujours penser que tu vas toujours à peu près trouver le même style. Par exemple, le label fort, en ce moment, c'est *Border Community*. C'est vraiment un son typique. C'est un label qui existe depuis peu. Et c'est comme un rail de chemin de fer, quoi. Ça t'emmène tout seul vers d'autres artistes ». (architecte, 28 ans)

L'exploration du goût des autres, notamment au travers des différentes plateformes du web 2.0 (MySpace, Dailymotion, RadioBlog, etc.) se couple ici à une recherche volontariste du dialogue avec d'autres amateurs. Pour certains enquêtés experts, les communautés d'amateurs rencontrées sur les forums ou les blogs spécialisés jouent un rôle essentiel dans la construction de leur culture musicale. Internet devient alors le vecteur d'une véritable initiation musicale *via* la présence de certains passionnés qui jouent le rôle de prescripteurs. Ce sont là les légitimités de prescription traditionnellement assurées par des professionnels du domaine (généralement des journalistes) qui tendent alors à se défaire au profit de certains amateurs experts :

Il y a un site [L'Abcdr du son – webzine hip-hop] qui a fait ma culture. C'est le forum sur lequel je vais. C'est là où il se passe le plus de choses, il y a plein de gens qui discutent. C'est un truc où il y a des gens un peu de tous les milieux qui réfléchissent et qui écoutent de tout, mais qui réfléchissent avant toi. Il y a des types, c'étaient des puits de culture, ils savaient tout sur tout... Et donc je restais scotché à relire et ça m'a poussé à aller acheter plein de CD. C'étaient des passionnés qui écrivaient les chroniques. (Sébastien, 20 ans, étudiant)

L'utilisation des réseaux P2P pour rentrer en contact avec des individus partageant les mêmes intérêts musicaux est également assez emblématique de cette posture investie et experte de certains amateurs qui préféreront souvent explorer les stocks de contenus proposés de manière plus raisonnée (en sélectionnant par exemple d'abord des interlocuteurs dont ils parcourront les dossiers mis en partage, voire en discutant avec eux) plutôt que se contenter de télécharger des contenus par le biais de requêtes désincarnées effectuées auprès de serveurs et non de personnes susceptibles de partager des contenus non référencés et plus intéressants. Chez ce type d'amateurs, internet se présente alors moins comme un mode de consommation de l'actualité musicale que comme un procédé d'apprentissage et d'exploration de contenus originaux. Les amateurs profanes sont en revanche surtout intéressés par la recherche et l'acquisition de nouveautés. Si le repérage et l'utilisation de services-ressources fait bien partie de leur répertoire d'usages, les sites et services fréquentés ont un caractère moins spécialisé (les sites de la grande distribution sont ainsi souvent visités tandis qu'ils ne sont que rarement fréquentés par les amateurs experts) et sont surtout destinés à suivre les dernières sorties et événements musicaux. Outre cet intérêt pour l'actualité musicale, l'utilisation de services en ligne (et plus particulièrement des réseaux P2P) peut parfois, à l'instar des amateurs les plus experts, servir à enrichir la sonothèque, mais sous des modalités qui sont plus celles de la collection de contenus dont on a déjà l'expérience :

J'ai vu au cinéma *La Môme*, il n'y a pas longtemps, donc j'ai réécouté du *Edith Piaf*. J'ai téléchargé la discographie complète. J'ai choisi les chansons que j'aimais. Enfin, toutes celles que je ne connaissais pas, je m'en foutais, ça ne me parlait pas. Donc je voulais vraiment prendre les chansons que j'aimais : *Non, je ne regrette rien*, *Milord*, *Padam*, *L'hymne à l'amour*, *La vie en rose*... Gros sabrage ! (Fanny, étudiante, 24 ans).

Ici, le téléchargement et l'écoute en ligne alimentent moins la découverte de nouveaux artistes que celle de nouveaux morceaux d'artistes déjà connus et

appréciés. Et quand ils s'en approchent, c'est au dispositif technique que l'on confie alors la mission :

Ce que j'aimais bien dans Pandora, c'est le côté "ah, tu aimes Nick Cave, je vais te trouver des trucs qui ressemblent". (Claire, 27 ans, étudiante). Et Bruno d'affirmer de même : Les quelques groupes que je découvre par internet, en fait, c'est par le site Amazon.com. qui est un site de vente. Ils ont un système où quand t'achètes un CD ou même quand t'es sur une page d'un album, sans que tu aies acheté quoi que ce soit, ils te mettent : "Si vous aimez cet album, vous aimerez aussi". (26 ans, employé des PFG)

Le recueil de contenus qui prend forme sous ces modalités ressemble davantage, à la manière d'une série télévisée que l'on suit, à la prise de connaissance d'épisodes de saisons que l'on n'aurait pas encore visionnées, qu'à l'édification d'une collection renseignée telle que l'on en trouve chez les amateurs experts. Les amateurs profanes profitent ainsi d'une offre musicale pléthorique pour asseoir une forme d'hédonisme qui fait des goûts le moteur essentiel de la découverte : privilégier ce que l'on est certain d'aimer au détriment d'une démarche visant à mobiliser des contenus décalés par rapport à ses appétences premières, mais susceptibles d'ouvrir à d'autres horizons musicaux.

ACQUÉRIR, STOCKER, PARTAGER

Acquisition et partage

Si l'ont fait momentanément l'économie d'une réflexion sur les processus d'achat, l'acquisition et le partage de contenus musicaux dépendent socialement des échanges ancrés dans les réseaux relationnels des amateurs (famille, amis, collègues) ainsi que de l'utilisation souvent couplée des services en ligne ouvrant d'autres possibilités de reproduction et d'échange des contenus musicaux :

J'ai une amie avec qui je fais aussi beaucoup de découvertes et qui a elle-même une amie qui travaille pour un label. J'ai beaucoup de contacts avec elle et on a le même intérêt pour la musique. Et à chaque fois que l'on se voit, on fait des échanges. Je l'ai vue dernièrement et j'y suis allée avec mon disque dur externe. Je lui ai donné absolument tout ce que j'avais. Elle a pris tout ce que j'avais et puis j'ai fait la même chose. Et chaque fois que l'on se voit on procède comme ça. Avant c'était avec les CD. Avec elle, je fais pas

mal de découvertes, surtout des groupes indépendants et ça m'a rendu curieuse. Du coup je vais voir par moi-même en faisant des recherches sur internet sur les groupes qu'elle me donne. (Valérie, étudiante, 23 ans)

Un français sur deux déclare ainsi se faire prêter ou échanger régulièrement de la musique. L'échange de contenus musicaux est une pratique généralisée chez les jeunes (82 % des moins de 25 ans échangent régulièrement de la musique) qui se raréfie au fur et à mesure que l'âge augmente. Chez les 12-25 ans elle se caractérise par une mobilisation importante du cercle amical, sans pour autant délaisser les autres ressources relationnelles. À l'évidence, la portabilité des équipements et des mémoires externes, la dématérialisation des contenus, le développement du téléchargement illimité, ainsi que l'habitude d'un accès rendu gratuit à certains biens culturels se conjuguent pour faire émerger une culture du partage qui s'exprime naturellement lors des rencontres amicales ou plus largement conviviales. Nombre d'enquêtés font ainsi le récit de pratiques devenues courantes lors de soirées, où la gestion de l'écoute de la musique s'organise collectivement (chacun pouvant venir avec ses propres contenus) et va jusqu'au partage effectif de contenus : CD ou fichiers numériques sont quasi systématiquement échangés entre convives ou proches :

Quand je vais chez Germain, j'ai mon ordinateur et puis, tac, je copie... Si j'ai envie d'aller chez quelqu'un, j'amène mon disque dur, je peux prendre de la musique en deux secondes et je pourrai l'écouter en revenant chez moi. (Axel, étudiant, 21 ans)

Tableau 10. Cercles relationnels supportant les échanges réguliers de musique par rapport à l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Au sein du foyer	46 %	28 %	23 %	11 %	29 %
Avec de la famille hors foyer	45 %	70 %	66 %	78 %	61 %
Avec des copains ou amis	90 %	78 %	66 %	57 %	78 %
Avec des collègues	43 %	24 %	19 %	11 %	29 %
Avec des relations internet	6 %	3 %	2 %	7 %	4 %

Tableau 11. Cercles relationnels supportant les échanges réguliers de musique chez les 12-25 ans par rapport au genre

	12-25 ans	
	Hommes	Femmes
Au sein du foyer	40 %	50 %
Avec de la famille hors foyer	39 %	49 %
Avec des copains ou amis	90 %	90 %
Avec des collègues	52 %	37 %
Avec des relations internet	8 %	4 %

Commentaires. Les 12-25 ans sont ceux qui investissent le plus le foyer, le réseau amical et celui des collègues et camarades d'école à des fins d'échanges de contenus musicaux. Ils désinvestissent en revanche la famille hors foyer. Les jeunes femmes sont par ailleurs plus enclines à échanger avec leur famille proche ou éloignée, tandis que les garçons se démarquent par une mobilisation plus importante des collègues et camarades d'école.

Au-delà des sociabilités présencielles, internet a pris une part prépondérante concernant les sociabilités musicales. L'échange de musique est de moins en moins synonyme de rencontre physique ou de lien d'attachement comme l'illustrent les plateformes de P2P et l'activité de partage anonyme. On note par exemple l'existence de relations constituées et entretenues quasi exclusivement sur internet échappant aux contraintes spatiales. Internet participe en outre d'une mutualisation étendue de contenus et d'information *via* les forums de discussion, les sites web, les blogs d'amateurs et autres plateformes de téléchargement. Les amateurs parmi les plus investis peuvent à loisir apporter leur contribution au *buzz* musical général par l'ajout d'informations complémentaires ou de commentaires personnels, voire la création d'un site spécialisé sur l'objet précis de leur passion. Ils peuvent également concourir à la circulation des œuvres par la mise en partage de fichiers rares ou inédits et l'introduction d'œuvres « pirates ». Si le CD reste un support dont l'ensemble des amateurs font plus ou moins usage, l'on ne peut néanmoins que remarquer l'évident amenuisement de la place qu'il tient au sein de certaines de leurs pratiques de consommation. Cette évolution reste néanmoins complexe et mérite une analyse approfondie des pratiques individuelles effectives car le disque n'est pas, loin s'en faut, mis à l'index des pratiques surtout parmi les amateurs qui développent le rapport le plus investi à la musique. Ces derniers accordent en effet une place encore prégnante au disque (dont ils sont généralement de méticuleux possesseurs et collectionneurs) et lui associent également d'autres modes d'acquisition et de partage : téléchargements, usages de mémoires externes mobiles, constitution de *playlists* en ligne, etc. La conjugaison de ces différents supports et services

leur offre la possibilité d'augmenter leurs capacités d'accès à des contenus plus variés et/ou plus pointus avec une plus grande facilité, mais le disque bénéficie également d'une considération particulière. *Objet culturel* à part entière, il ne se présente pas uniquement comme le support d'un produit consommable. Il est une pièce maîtresse d'un dispositif consommatoire qui se nourrit certes du plaisir esthétique du son, mais aussi de celui des connaissances qui y sont déposées et renseignent l'œuvre de l'artiste. Il permet aussi, à l'instar du livre, d'édifier des collections qui se donnent notamment à voir aux proches et fournissent potentiellement prises à des affects (la saveur particulière d'un CD qui vous a été offert) ou des échanges (verbaux, de contenus) permettant d'ancrer, de décliner et de prolonger sa passion musicale :

J'ai une bonne collection dont j'ai une liste à jour et je dois être à plus de mille CD. Enfin pas tous originaux, mais j'aime bien avoir des boîtiers avec la jaquette et les *lyrics*. J'aime avoir l'objet entre les mains. Quand il y a des éditions *collector* j'essaie de les avoir parce qu'il y a quelque chose en plus, autre que le CD qui donne vraiment envie d'avoir l'objet. Quand j'achète les CD j'aime bien avoir les livrets et je suis déçue quand il y a juste un truc avec une photo derrière. En général les MP3 que je télécharge je les transforme quasiment systématiquement en CD. Si c'est un artiste qui me plaît beaucoup, j'essaierais d'acheter le CD. L'ordinateur c'est vraiment un espace de transit, ça ne reste pas dessus. C'est vrai que parfois des groupes que je ne connais pas j'écoute d'abord sur l'ordinateur et si ça ne me plaît pas j'efface. Si ça me plaît, après il y a deux solutions : soit je grave, soit j'essaie de me procurer le CD suivant mes moyens et ce que je trouve. En fait moi, mon but, c'est d'avoir les CD. Je ne mets pas les CD sur l'ordinateur, c'est plutôt l'inverse que je fais, je télécharge pour faire le CD. (Éloïse, étudiante, 23 ans)

Offrant une dimension visuelle à l'œuvre, la jaquette peut par exemple constituer un élément décisif dans l'acquisition d'un CD dont il devient alors important de posséder un « original ». La nécessité de combler le manque de concrétude de la musique passe ainsi par l'entretien d'une collusion entre l'objet-disque et l'œuvre musicale. Face à la dématérialisation des contenus qui facilitent la déconstruction des œuvres, les attachent à l'univers de l'informatique et les maintiennent dans un état de nudité du fait de l'indigence ou de l'absence des éléments scripturaires et iconographiques qui accompagnent encore souvent les fichiers numériques, les amateurs experts réaffirment l'ancrage du disque dans leurs pratiques.

Là, j'ai une pile de CD gravés, donc il faut que je fasse les pochettes... Mais par exemple, c'est très con, mais vu que j'ai pas de boîtes, je ne les écoute

pas. C'est très con, parce qu'en fait, je me dis "qu'est-ce que j'ai envie d'écouter ?". Je regarde la Cdthèque et ils n'y sont pas... Donc du coup, je ne les écoute pas, donc il faut que je fasse les pochettes fissa... (Claire, 27 ans, étudiante)

Ce constat est d'ailleurs probablement à même d'expliquer pour partie la faiblesse des pratiques d'acquisition de musique *via* les plateformes de téléchargement légal, car les amateurs qui continuent à acheter des CD restent toutefois réticents à acquérir un contenu numérique payant (et considéré comme cher) qui reste pourtant dépourvu des « paratextes » et matérialités (du boîtier, de la jaquette) permettant d'ancrer leur intérêt musical et d'éprouver un agrément à partir d'autres éléments que la simple consommation du flux sonore. Pour ce qui concerne les amateurs entretenant un rapport plus profane à la musique, ils tendent davantage à disqualifier le disque sous sa forme commercialisée au profit d'usages liés aux technologies numériques. L'achat de disque est un investissement jugé superflu au regard de leurs attentes qui se focalisent pour l'essentiel sur la musique sans ses à-côtés. Plus globalement, l'écoute musicale est perçue par les amateurs profanes comme une pratique consommatoire éphémère de *hits* que propose et légitime le marché, largement évolutive et fondée sur la variabilité des goûts. La tendance est alors à construire son univers musical selon une culture du tube et il n'est donc pas surprenant de constater que les modalités d'acquisition et de partage procèdent également selon un référentiel qui est celui du morceau plus que de l'album :

Dès que j'ai une musique ou un artiste qui me plaît, je télécharge une chanson par-ci par-là, une chanson et puis une autre. (Fanny, 24 ans étudiante) et Emeric d'ajouter : une fois, sur MSN, en discutant avec un contact internet, il m'a dit "écoute, est-ce que tu connais ça ? Je te l'envoie". Et après, on a un petit peu évolué en parallèle, c'est-à-dire qu'en découvrant un petit peu, tac, t'en files à l'autre. Là encore, s'il découvre un truc sympa, je sais qu'il m'appellera et vice versa ». (20 ans, étudiant)

Plateformes de téléchargement, messagerie instantanée, mail, etc. cadrent la consommation fragmentée de ces amateurs en ce qu'ils facilitent une acquisition et des échanges fractionnés de contenus. La clé USB ou le baladeur MP3 font aussi, à ce titre, de plus en plus partie de l'équipement mobile quotidien emmené partout « au cas où ». L'échange de musique est en cela moins programmé et planifié que contingent, se déroulant au gré des circonstances. Faire un tour dans le disque dur de l'ordinateur d'un ami à qui

l'on rend visite pour inspecter ses fichiers musicaux tend à remplacer l'ancien inventaire de sa CDthèque.

Les pratiques de téléchargement occupent bien évidemment une place de choix dans le renouvellement des *prises* et des *formats* de l'acquisition et du partage de contenus musicaux. Elles se structurent principalement selon deux logiques identifiables. La première d'entre elles tient au perfectionnement de la culture musicale des amateurs et à l'agrément de leur sonothèque. Il s'agit de rendre celle-ci la plus idéale possible pour les amateurs les plus experts et la plus large possible pour les amateurs profanes, par l'ajout d'albums/de morceaux considérés comme « incontournables » et/ou d'artistes importants (ce jugement de valeur étant propre à chaque amateur et largement fonction de ses goûts). L'achat n'est en ce cas, même pour les plus experts, pas forcément jugé indispensable et le téléchargement de fichiers numériques relève alors de l'évidence, du fait de sa commodité et de la possibilité de répondre à tous les appétits. Ces nouvelles conditions techniques créent alors un double mouvement d'ouverture et de fermeture car tandis qu'elles multiplient les accès (gratuits) aux œuvres, elles conduisent l'amateur à plus d'exigences vis-à-vis de l'achat de musique. Aussi, la découverte d'un album ou d'un artiste s'effectue rarement après investissement, mais davantage en connaissance de cause, une fois l'artiste mis à l'épreuve lors d'écoutes préalables. Si le réseau relationnel est bien évidemment toujours mobilisé comme ressource d'approvisionnement, internet semble toutefois avoir pris une part prépondérante dans les façons de découvrir de nouveaux contenus et de nouvelles manières d'accéder aux œuvres (extraits proposés sur les sites d'artistes, services spécialisés du web 2.0, réseaux P2P, etc.).

Tableau 12. Peeristes téléchargeant des contenus culturels (musique et/ou vidéo) par rapport à l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Musique et vidéo	24 %	8 %	2 %	1 %	8 %
Musique uniquement	9 %	7 %	3 %	1 %	5 %
Vidéo uniquement	2 %	1 %	1 %	0 %	1 %
Ni musique, ni vidéo	66 %	85 %	94 %	98 %	87 %

Tableau 13. Peeristes 12-25 ans téléchargeant de la musique et/ou de la vidéo par rapport au genre

	12-25 ans	
	Hommes	Femmes
Oui	40 %	31 %
Non	60 %	69 %
Total	100 %	100 %

Commentaires. Les 12-25 ans sont la classe d'âge qui compte le plus de peeristes. Les modalités d'usage des plateformes P2P exigent quelques pré requis dont il est difficile de faire l'économie. Ces compétences cognitives et techniques viennent se conjuguer aux degrés d'investissement et d'érudition de l'amateur ainsi qu'à son portefeuille de goûts et structurent, elles aussi, l'écologie des pratiques de consommation musicale. En la matière, les plus jeunes développent des pratiques plus assurées que celles de leurs aînés. Sans doute pour les mêmes raisons, il y a proportionnellement davantage de garçons que de filles à télécharger des contenus à la fois musicaux et vidéo.

Là encore les pratiques de téléchargement soulignent un clivage entre catégories d'amateurs. Les plus experts profitent des potentialités du P2P pour approfondir leur connaissance des courants musicaux auxquels ils sont attachés en faisant par exemple l'acquisition de contenus rares qu'ils n'auraient pu trouver *via* les industries du disque (pirates, albums non réédités, émissions radio, artistes non signés, musiques autoproduites, versions différentes d'un même morceau, etc.). Mais ils vont être tout autant incités à explorer des univers distincts de ce qui fonde le cœur de leurs goûts. En cela, leurs acquisitions sont avisées : les fichiers téléchargés sont ciblés (et le cas échéant renseignés *via* les proches ou les médias) et destinés à être gardés une fois placés dans la sonothèque. Les amateurs profanes quant à eux engagent plutôt des contenus qu'ils n'auraient jamais voulu acquérir sous forme marchande. Le P2P est donc l'occasion d'obtenir gratuitement des *hits* souvent récents et aisément accessibles dans le commerce et dont ces amateurs savent qu'ils correspondent à des envies aussi vives qu'éphémères :

J'écoute assez régulièrement la radio, parce que j'aime bien me tenir au courant de l'actualité. C'est vrai que des morceaux que j'aime bien, je vais les télécharger, mais bon, je les écoute le temps qu'on les entend à la radio, puis après ça passe vite quoi. (Laure, 21 ans, étudiante) Et Fanny de renchérir : Il y a des chansons, je vais avoir un gros besoin d'écouter ça tout le temps et... au bout de très peu de temps, finalement ça va me saouler et j'aurais même du mal à le réécouter (24, ans, étudiante).

Finalement, la pratique du téléchargement ne les conduit pas à sortir des canons musicaux promus par le marché car ils n'investissent pas de médias plus spécialisés/alternatifs les incitant à découvrir des œuvres différentes. Les contenus musicaux récupérés restent ceux diffusés et relayés par l'industrie musicale. Le P2P peut cependant leur permettre quelques ouvertures vers des genres auparavant plutôt délaissés. La musique classique fait par exemple régulièrement son entrée dans les sonothèques par le biais de la publicité ou des bandes originales de film. Dès lors, le P2P va conférer à ce type de *prise* musicale plus d'efficience puisqu'elle pourra donner lieu à des explorations à moindre frais.

Les peeristes procèdent en général par sessions de téléchargement plus ou moins espacées. Le temps d'écouter les dernières acquisitions et de reconstituer une nouvelle liste d'artistes ou morceaux à télécharger. Si la plupart a recours à un unique logiciel de téléchargement, certains parmi les plus rompus à internet diversifient les sources entre les plateformes classiques (eMule, Kazaa, Soulseek...), les réseaux de type *bit torrent* (plus rapides mais offrant moins de choix), les sites de « musique libre » (Jamendo, etc.) ou encore les blogs MP3 et autres *warez*. Moins fournis et plus hasardeux quant à la sécurité, ces derniers sont extrêmement rapides et se concilient bien avec les pratiques et attentes des amateurs profanes (mais expérimentés toutefois dans l'usage d'internet). Ces derniers, et, parmi eux, ceux notamment qui disposent d'une culture internet des plus conséquentes, peuvent être amenés à télécharger massivement, de façon peu ordonnée et pas toujours réfléchie, des fichiers de toute sorte (musique autant que vidéo, jeux ou logiciels). Encore faut-il avoir connaissance de ces sites et le cas échéant de la façon de les pratiquer. On observe *a contrario* certains amateurs, y compris parmi les plus experts, renoncer aux potentialités offertes par le P2P en raison d'une maîtrise précaire des dispositifs techniques (et d'une faible volonté d'y remédier). Ce choix peut être toutefois lié à des causes diverses (peur du gendarme ou des virus, sentiment de culpabilité vis-à-vis des artistes, etc.). Il leur paraît alors somme toute plus simple de compter sur des proches plus « valeureux », moins « scrupuleux » ou meilleurs techniciens. Ils privilégient alors des échanges fréquents avec les membres de leur réseau et se tournent également vers des écoutes en ligne. Le téléchargement tient lieu ici de dernier recours : il s'effectue *via* des plateformes courantes et faciles d'usage (eMule pour la plupart) et concerne quelques titres épars, ciblés et absolument désirés.

Stocker des contenus

Si certains amateurs continuent à acheter des disques la plupart d'entre-eux a en revanche renoncé à graver des CD, bénéficiant désormais d'assez de place sur leur ordinateur ou sur des mémoires externes pour stocker et sauvegarder leur musique. Les plus jeunes n'ont généralement qu'une CDthèque restreinte, le plus souvent composée de disques offerts par des proches et les disques favoris sont bien souvent « rippés » sur l'ordinateur afin de pouvoir être copiés sur différents autres supports (disque dur externe, iPod et autres baladeurs MP3). L'ordinateur domestique est de fait devenu un véritable outil de gestion à partir duquel les amateurs peuvent organiser l'ensemble des opérations liées à la gestion et à l'écoute de contenus musicaux. Ses performances actuelles en termes de capacité de stockage ont peu à peu favorisé la constitution de sonothèques numériques dont il n'est pas rare qu'elles comptabilisent plusieurs dizaines (centaines) de giga-octets, ce qui se traduit par la mise en mémoire effective de (dizaine de) milliers de morceaux. Ces sonothèques sont la plupart du temps surdimensionnées et certains albums et/ou titres sont peu, voire jamais mobilisés que ce soit dans des pratiques d'écoute ou de partage :

C'est vrai que dans le dossier « Ma musique », il y a les trois quarts que je n'écoute pas. (Marie-Laure, étudiante, 21 ans) et à Vincent d'affirmer : Il faudrait que j'arrête, j'en ai tellement. J'ai récupéré beaucoup de musique dans un petit laps de temps et je n'ai pas forcément eu le temps de tout écouter. (chargé de mission au sein d'une association, 26 ans)

Certains amateurs profanes avouent ainsi se trouver parfois, alors qu'ils parcourent leur sonothèque, devant des artistes dont ils ignorent tout, qu'ils n'ont même jamais écoutés et dont ils ont oublié tant la provenance que la raison de leur présence. Les amateurs experts sont contraints à une certaine forme de réalisme en dépit d'une curiosité *a priori* insatiable. Une fois passée la période d'euphorie inhérente aux nouvelles conditions d'accès quasi-illimité aux œuvres (qui nourrit d'autant leur désir d'en avoir toujours plus), ils constatent rapidement leur incapacité structurelle à tout écouter et se résignent finalement à revenir à des répertoires plus modestes.

Tableau 14. Stockage des contenus musicaux téléchargés par rapport à l'âge

	12-25 ans	26-45 ans	46-60 ans	60 ans et +	Total
Conservés sur PC	76 %	79 %	73 %	58 %	76 %
Gravés sur CD/DVD	47 %	70 %	74 %	85 %	62 %
Copiés sur un lecteur port.	75 %	39 %	32 %	19 %	52 %
Mis en partage en P2P	6 %	16 %	22 %	3 %	13 %

Commentaires. Les 12-25 ans sont ceux qui gravent le moins, qui transfèrent en revanche le plus les contenus téléchargés sur des lecteurs portables et sont somme toute peu enclins à la remise en jeu sur les réseaux P2P des fichiers qu'ils y ont pourtant récupérés. Par ailleurs l'on ne constate aucune différence entre hommes et femmes quant au stockage des contenus téléchargés

Les amateurs experts en particulier se constituent de véritables collections numériques où les contenus sont consciencieusement ordonnancés par genres et/ou par artistes. Ils sont aussi attentifs à la présence des titres, des morceaux et des illustrations de l'album, à l'instar de l'intérêt porté au livret d'un disque. D'aucuns utilisent à cet effet des logiciels de type iTunes qui vont rechercher automatiquement sur internet les informations manquantes concernant un contenu tandis que d'autres ne téléchargent que des albums déjà « renseignés ». Les sonothèques des amateurs experts sont généralement soigneusement classées par ordre alphabétique, chronologique, par styles, par labels, par sources, etc., et parfois même répertoriées sous forme de listes ou de bases de données. C'est par le biais de cette normalisation que les stocks prennent alors valeur de collection. Si leurs discothèques étaient aussi généralement structurées selon des critères plus ou moins nombreux (genres, artistes, dates) qui conduisaient à un classement unique plus ou moins complexe, les sonothèques bénéficient, elles, de la plasticité du numérique et notamment des possibilités de duplication des contenus. Les classements peuvent alors se superposer les uns aux autres (e.g. un même fichier peut être présent dans différents répertoires), cohabiter dans un même espace et présenter des niveaux de personnalisation encore jamais atteints. Les sonothèques deviennent alors l'expression des formes d'amateurisme mises en œuvre : à la fois espaces sédimentés des goûts, mais aussi mémoires des modes d'appréhension de la musique. L'espace du disque dur devient en soi un lieu constitutif du plaisir musical puisque c'est au travers de la variété ses agencements que l'amateur multiplie les manières de concrétiser sa passion. A la volonté d'avoir des albums complets et renseignés se couplent des modalités de classement qui le plus souvent se combinent entre elles. Celles-ci relèvent de normes d'ordonnancement qui structurent les stocks sur des

critères objectifs issus des contenus eux-mêmes (artistes, labels, dates d'enregistrement, etc.) et non indexées à des éléments contextuels ou fonctionnels (« musiques de danse », « zik à Tof », etc.).

Les amateurs profanes ont quant à eux tendance à moins se soucier de l'organisation de leur sonothèque. D'une part, leur fonctionnement par morceaux leur fait rencontrer quelques difficultés de classement, d'autre part, la plasticité des contenus numériques renforce les possibilités de déconstruction/reconstruction de leur sonothèque, davantage sujette aux mouvements incessants des ajouts et des suppressions de fichiers au gré des envies et appétences du moment. Les albums sont en effet quasi systématiquement déconstruits, amputés de certains, voire de la plupart de leurs titres et réagencés dans des *playlists* ou des compilations de durée de vie tout à fait variable : *best of* personnalisé d'un artiste, compilation des morceaux préférés dans un genre ou une ambiance musicale particulière, *playlist* des titres les plus écoutés du moment (souvent destinée aux écoutes nomades), etc. Ceci implique la dénomination personnalisée de dossiers indiquant par exemple la provenance des contenus : « Musique David », « Catherine + trucs Lou », « Topher Musique », « zzz Camille », etc., mais également des référencements de type « trucs nuls », « compile zen », « danse », etc., qui indiquent les fonctions attendues à la lecture des fichiers. Ceux-ci sont ainsi souvent rapportés à des contextes sociaux par rapports auxquels la musique va participer à la réalisation d'une situation particulière : se détendre, faire la fête, rigoler, danser, etc. Montrant un dossier sur son ordinateur, Yannick affirme ainsi :

Ça, c'est des conneries, par exemple, *Rabbi Jacob, Les lacs du Connemara*... J'ai un dossier pour les conneries, j'ai aussi un dossier « vrac fêtes ». Là-dedans, j'ai pas mal de trucs. J'avais fait une compile pour les fêtes avec des musiques sixties qui passent et qui repassent : du *Cloco*, ce genre de trucs. (étudiant-apprenti, 21 ans)

On retrouve certaines de ces pratiques chez les amateurs plus experts bien qu'ils ne se résignent que rarement à supprimer des contenus et, lorsqu'ils créent des *playlists* ou des compilations, conservent évidemment les albums à partir desquels ils les ont créées. Les compilations et les *playlists* des amateurs experts épousent par ailleurs des contours pour le moins différents de celles élaborées par les amateurs profanes. Elles trouvent leur raison d'être dans le plaisir esthétique de configurer une suite de morceaux qui peuvent avoir des traits communs sous différents

aspects (même année, même label, mêmes musiciens, versions différentes d'un même morceau, etc.) ou qui peuvent donner lieu à la démonstration de certaines formes d'érudition lors de moments collectifs : *blind tests* de difficultés grandissantes par exemple. Sophie Maisonneuve¹⁸ rappelait que l'avènement du disque, de son plaisir matériel, avait engendré des pratiques proches de celles de la bibliophilie.

La plasticité du numérique et les potentialités de réagencement qui en découlent, la manipulation des fichiers et l'organisation de nouvelles entités musicales sont également constitutives d'émotions inédites. Les nouvelles conditions d'accès aux œuvres, même rares ou inédites, ainsi que la relative abolition de la contrainte financière permettent aussi aux amateurs experts d'expérimenter diverses formes musicales et d'effectuer des explorations dans des univers musicaux distants de leurs goûts principaux : découvrir des artistes importants de l'histoire de la musique, faire le tour de la discographie d'un artiste particulièrement prolifique, etc. L'idée de constituer une sorte de discothèque idéale (*i.e.* détenir les « classiques » de chaque courant musical, indépendamment de ses appétences particulières) peut dès lors être concrétisée. L'acquisition de contenus inédits s'accompagne alors de nouvelles exigences classificatoires : faire le tri parmi les nouveautés entre ce qui ne sera pas gardé et ce qui va l'être, ranger et classer ce qui est destiné à rester, etc. Si pour quelques-uns la sélection des contenus musicaux se fait quasi-exclusivement *a priori*, c'est-à-dire qu'ils ciblent leurs acquisitions en connaissance de cause, la plupart des personnes interrogées récupère tout autant des albums ou des morceaux qu'ils aiment et désirent avoir que des contenus peu ou pas connus à éprouver en première écoute. Ce tri *a posteriori* les conduit souvent à créer un dossier *ad hoc* servant de « sas » de sélection.

L'ÉCOUTE MUSICALE

Comme le note Anne-Marie Green dans son travail sur les usages sociaux du walkman, « Rien n'oblige plus l'auditeur à écouter les différentes parties de l'œuvre dans l'ordre de leur exécution, rien ne l'empêche plus d'écouter un morceau autant de fois qu'il le veut. Le papillonnage, le « zapping », le rapport interactif à l'œuvre enregistrée est partie prenante du rapport entretenu avec la musique »¹⁹. *De facto*, l'écoute est sans doute l'activité qui,

18. MAISONNEUVE, 2001.

19. GREEN, 2004, p. 104.

sous l'effet de la dématérialisation des contenus et de leur nouvelle plasticité, s'avère être la plus déconstruite de toutes les opérations liées à la consommation de musique. Cette déconstruction est d'abord spatiale et temporelle²⁰. En grands consommateurs de musique et afin de satisfaire ce qu'ils formulent parfois comme un « besoin vital », les amateurs que nous avons interrogés multiplient les occasions et modalités d'écoute :

J'écoute de la musique tous les jours. Où que je sois : dans la voiture, à la maison, il y a de quoi écouter de la musique un peu partout, dans la chambre, dans la cuisine, dans le bureau, dans le salon. On peut en écouter où que l'on soit. (Éloïse, étudiante, 23 ans)

Les lieux d'écoute se multiplient donc et tendent aussi à se spécialiser en fonction de la répartition des équipements. L'écoute en mobilité servira par exemple davantage à la découverte de nouveautés, quand le salon sera plutôt réservé à l'écoute attentive des « standards » sur la chaîne hifi et la cuisine pourra être l'espace dédié à une écoute flottante de contenus radiodiffusés. Il est toutefois difficile de généraliser ces formes de spécialisation tant elles dépendent des équipements, des espaces domiciliaires et des emplois du temps des amateurs.

De même, les moments d'écoute tendent à se multiplier et à se distribuer selon des plages horaires plus étendues (e.g. au travail) et choisies. L'exemple des possibilités d'écoute différée ouverte par le *podcasting* est à cet égard emblématique, permettant de faire coïncider au mieux les contenus avec le moment de leur écoute :

C'est dommage que Canal B [radio locale du bassin rennais] n'ait pas de podcast, parce que je pourrais l'écouter en différé au moment qui me conviendrait le mieux. Parce que ça, c'est génial, le podcast ! Les émissions de France Inter je les mets en podcast et je les écoute après, au moment qui m'intéresse le plus. C'est comme les émissions de Lenoir, parfois je suis trop crevé pour les écouter, alors je les écoute *a posteriori* en podcast. (Pierre, cheminot, 34 ans)

Il faut également noter que chez certains amateurs profanes, une large part de l'écoute s'effectue non à partir des contenus qu'ils possèdent mais *via* les stations de radio et les chaînes de télévision. Autrement dit, l'écoute procède

20. Nous n'aborderons pas ici de la question de l'écoute en mobilité. Sur ce point particulier, cf. BULL, 2002 ; GREEN, 2004 ; BULLICH *et al.*, 2006 ; PECQUEUX, 2007.

couramment d'une sujétion à une programmation. Le premier intérêt avoué de cette pratique est de se tenir informé des nouveautés, mais on comprend aussi que celle-ci permet une écoute moins active et plus désinvolte :

On a ces chaînes-là [Europe 2 TV, MTV, NRJ 12...] qu'on va mettre assez régulièrement sans pour autant regarder les clips, mais ça nous fait notre fond musical... Moi je vais pas spécifiquement choisir un CD. Je vais plutôt aller vers les clips et les stations de radio. Parce que je n'ai pas forcément envie spécifiquement d'écouter un truc à un moment donné » (Fanny, 24 ans, étudiante).

Ce penchant pour les chaînes musicales radiophoniques et télévisuelles rejoint assez clairement le constat effectué par Hervé Glévarec à propos de la radio : ces modes de consommation médiatique inscrivant la musique dans un « univers impur », qui au contraire du disque mêle différents contextes d'appréhension : « Une émission étant à la fois discursive, musicale, promotionnelle, l'écoute de la musique est encadrée dans toutes sortes d'autres éléments »²¹. Ce faisant, au-delà de leur fonction de médium musical, la radio et la télévision tiennent, pour les amateurs profanes, le rôle de « compagnon » de route escortant différentes activités et se présentent comme des « espaces d'intégration », une « connexion à un univers imaginaire et symbolique »²². L'usage de certaines formes de webradios (Musicoverly, RadioBlog.com, etc.) s'inscrit aussi dans ce double phénomène de sujétion à une programmation permettant une écoute relâchée et d'encastrement dans un contexte extra-musical (forums, commentaires, liens publicitaires, etc.). Au regard de la diversité des services qu'ils proposent, les différents sites et services de musique en ligne président à des pratiques très hétérogènes. Qu'ils soient destinés à une large diffusion ou à un public de niche, ils peuvent participer activement à la construction des goûts de leurs audiences, voire à la promotion des artistes. La possibilité de se constituer un univers musical personnalisable *via* la création de *playlists* en streaming, le choix d'un style musical ou d'une ambiance, la mise en « favoris », ainsi que le principe d'interactivité et de coproduction (plus ou moins important selon les sites) à partir de systèmes de vote ou de recommandations sont autant de potentialités ouvertes par la technique et qui diversifient et fractionnent les formes de consommation.

21. GLEVAREC, 2003, p. 85 et 2005.

22. *Idem*, p. 88.

Mais la déconstruction la plus spectaculaire prend forme autour des *formats* d'écoute informatisée où les *playlists* et la fonction *random* fondent des pratiques de « zapping » qui se rapprochent de certaines modalités de consommation télévisuelle. Celles-ci sont en cela symptomatiques de cette émancipation qui rompt avec l'image surinvestie et fantasmée d'un rapport de déférence de l'amateur vis-à-vis de l'œuvre. Elles mettent en exergue de façon significative le phénomène, accru sous le régime numérique, de personnalisation de l'écoute musicale qui peut aller jusqu'à prendre la forme extrême d'écoutes erratiques où les morceaux ne sont jamais consommés dans leur intégralité. Un artiste en remplace un autre, « chaque œuvre s'intègre dans un flux continu de musique, précédée et suivie d'autres œuvres semblables ou non, au gré de ses goûts, ou d'une programmation, voire d'un choix aléatoire confié à son baladeur²³ ». Le P2P ou le *streaming* modifient également le rapport de l'amateur à la musique en ce qu'ils autorisent des pratiques consommatoires plus compulsives. L'abondance des contenus (stockés ou non) et leur facilité d'accès créent un nouvel espace de liberté où les choix n'étant plus que très partiellement contraints, l'amateur se délecte finalement davantage de la surprise de l'écoute que de l'écoute elle-même. Sans doute peut-on d'ailleurs voir dans ce badinage musical l'indice d'une instabilité grandissante des consommations culturelles et des publics. Les entretiens rendent ainsi compte de nombre d'écoutes liées à des « lubies » plus ou moins éphémères que l'amateur (souvent profane) tente de satisfaire dans l'instant :

Après la musique j'en écoute beaucoup. Je me rends compte que j'en écoute pas mal sur internet et par tous ces systèmes de blogs radio. RadioBlog c'est un site qui m'amuse parce que tu tapes n'importe quel artiste, c'est super varié et il y aura son morceau en ligne. Du coup c'est marrant parce que t'es chez toi, t'es juste avec un pote et il dit « j'écouterais bien Claude François », tu vas sur RadioBlog, tu tapes Claude François et voilà, tu mets cette chanson. Tu l'as tout de suite, t'as pas à la télécharger. (Vincent, chargé de mission au sein d'une association, 26 ans)

L'écoute de *playlist* est devenue une autre modalité de consommation courante qui permet de concilier au mieux musique et condition d'écoute chez les amateurs profanes. L'endroit, l'humeur, le temps à disposition ou les personnes présentes seront autant de critères permettant de programmer une série de morceaux censés correspondre au mieux à l'ambiance du

23. KAPLAN *et al.*, 2007, p. 10.

moment. *Medley* musical par style, artiste, couleur, ambiance ou patchwork de morceaux hétéroclites, allant de quelques titres à plusieurs heures de musique, la *playlist* peut prendre une multiplicité de formes. D'une durée de vie généralement courte (le temps d'une soirée ou d'un trajet par exemple), elle offre la possibilité aux amateurs de conformer au mieux leurs programmations musicales à leurs états émotionnels. L'agencement par les goûts se mixe alors à une quête des contenus convenant à la situation. Les appétences se contextualisent et sont indexées plus aisément aux effets sensoriels attendus qui ne sont pas seulement mus par une sensibilité esthétique :

D'un côté, je vais avoir l'humeur à écouter des chansons lentes, plutôt tranquilles et zen et, d'un autre côté, parfois, je suis en train de marcher, j'ai envie d'écouter un truc qui me booste... Du coup, je suis toujours un peu partagée entre, vraiment, la sélection de ce que je suis sûre d'aimer et que je zaperais pas et vraiment, rester dans un truc où je pourrais avoir toutes mes humeurs. (Fanny, 24 ans étudiante)

Couplée ou non à la fonction *random*, l'usage des *playlists* permet aussi de réintroduire de la diversité dans les routines d'écoute d'albums parfois connus jusque dans l'enchaînement des titres. Ce dispositif offre également la possibilité de découvrir des contenus stockés, mais rarement entendus. On délègue alors à la machine le fait d'aller chercher des contenus peu ou pas écoutés alors que l'on aurait plutôt tendance à mobiliser naturellement les contenus que l'on connaît déjà. Si cette modalité d'écoute est largement partagée par l'ensemble de nos interviewés, c'est chez les tenants d'un amateurisme profane qu'elle est la plus développée allant jusqu'à devenir le mode d'écoute le plus courant.

Les régimes d'écoute des amateurs les plus investis épousent des formes assez différentes, plus spécialisées, plus respectueuses de l'intégralité des œuvres, moins immédiates, elles convoquent parfois des niveaux d'expertise et de savoirs variés allant du relevé de chorus sur partition (attention portée à la construction mélodique, harmonique et rythmique) à l'écoute esthétique la plus attentive (immersion dans la matière sonore). Par ailleurs, les experts maintiennent la nécessité de l'écoute linéaire d'albums et leurs usages des *playlists* sont davantage associés à des attendus esthétiques : lecture transversale de différents albums d'un artiste, confrontation de différentes versions d'un même morceau, etc. Pour ces derniers, la *playlist* peut aussi être sauvegardée, devenant alors un objet musical à part entière. *Juke Box*

moderne pour les amateurs profanes, les *playlists* se présentent, pour les amateurs experts, comme de nouvelles potentialités leur permettant de renouveler les *prises* de leur passion. Conçues parfois comme de véritables cabinets de curiosité, elles rassemblent des contenus fort divers dont l'enchaînement aura parfois été longuement réfléchi. Vitrites insolites, ces *playlists* ne redistribuent pas tant les modalités d'écoute que de présentation des contenus selon des critères esthétiques. Ce n'est pas la lecture du CD qui se voit ici revisitée, mais plutôt la disothèque et la manière de montrer ses contenus (à soi et aux autres) par le biais de nouveaux agencements. Par ailleurs, d'autres fonctionnalités d'écoute comme la programmation de quelques titres ou la mise en boucle sont aussi souvent mobilisés, permettant une imprégnation maximum de l'œuvre sur l'amateur. La chose n'est pas neuve et existait déjà sous le régime de la discomorphose, mais sa facilitation par le numérique renouvelle « une écoute attentive à l'interprétation, dont la sensibilité et les ressources esthétiques (de jouissance et d'appréciation) se développent par la comparaison²⁴ » :

Moi, je suis vachement plus sur l'album. J'aime bien parce que c'est vrai qu'un artiste, dans son album, il va mettre différentes choses. Puis il va faire un autre album où il va faire passer un autre message. Ou alors il va faire ressortir d'autres émotions. Les artistes, ils font un album en fonction du moment. Donc moi, j'aime bien avoir cette évolution-là, la différence qu'il peut y avoir, comparer deux albums d'un même artiste. (Axel, étudiant, 21 ans)

Tour à tour consommation désinvolte d'une musique de fond à peine perçue et destinée à accompagner une activité, écoute « religieuse » au cours de laquelle on s'immerge dans une expérience esthétique, ou bien encore appropriation intellectualisée où le désir de connaissance se substitue au seul plaisir esthétique, les différentes modalités d'écoute se succèdent au quotidien. Mais il existe là encore des distinctions plus structurelles relatives au rapport personnel entretenu de façon plus générale à l'égard de la musique. Pour les amateurs profanes, l'écoute musicale est avant tout appréhendée comme un divertissement, un passe-temps léger qui ne demande pas d'effort cognitif particulier et permet de prendre de la distance avec les pesanteurs de la vie quotidienne. L'engagement corporel auquel invitent certaines musiques qui sont faites pour être dansées et se dépenser physiquement est une illustration (moins fréquente il est vrai) de cette

24. MAISONNEUVE, 2004, p. 40.

fonction cathartique qui est liée à la consommation musicale. Cependant, l'écoute de la musique par les amateurs profanes peut être également le lieu d'une authentique expérience esthétique que les individus expriment le plus souvent en évoquant les états émotionnels que déclenchent chez eux certains morceaux et dans la manière qu'ils ont de gérer leurs écoutes en fonction de la charge sensible pour eux de tel contenu ou de tel autre. On trouve bien là un amateur s'*activant* à se laisser agir par la musique, autrement dit se mettant délibérément à la disposition du son, *via* des dispositifs et des pratiques ritualisées afin d'atteindre des émotions recherchées : « se donner la pêche » par exemple. L'une des caractéristiques par ailleurs remarquable de cette expérience esthétique est qu'elle s'éprouve avant tout à la première personne et trouve assez peu à se relayer dans un partage collectif, le plus souvent à la fois par pudeur (retenue de l'évocation de sensations intimes) et par manque de ressources langagières susceptibles de rendre intelligible à l'autre cette sensibilité.

De leur côté, les amateurs experts (qui par ailleurs peuvent eux aussi, à l'occasion, mobiliser des formes d'écoute détachée ou fonctionnelle) cultivent une démarche plus instruite visant l'enrichissement de leur culture musicale qui, au-delà de la quête du plaisir esthétique, nécessite de s'aventurer sur des territoires plus « escarpés ». Ils se montrent également plus attentifs à la qualité de la restitution du son. En matière de qualité sonore, ils vont d'abord saluer les vertus du disque (seul support aux yeux de quelques-uns capable de restituer correctement certains répertoires spécifiques comme celui de la musique classique), mais vont également investir dans de l'équipement hifi (amplificateur, enceintes, casque, etc.) et porter un grand intérêt à sa disposition dans le lieu de vie. Ces amateurs sont d'autant plus disposés à « mettre le prix » dans du matériel performant qu'ils ont désormais un accès aux œuvres à moindre frais. Ils vont aussi se montrer attentifs à l'encodage des fichiers numériques qu'ils créent ou récupèrent et vont faire usage des fonctionnalités offertes par les matériels les plus sophistiqués pour agir sur la qualité du son. Comme le note Franck Léard : « l'intervention de l'auditeur ne se réalise pas seulement sur le temps musical qui lui est offert. Il peut également opérer à l'intérieur de l'œuvre, par le biais des fonctions correctives que lui propose la technologie. (...) L'écoute musicale s'affranchit [alors] de l'œuvre musicale pour répondre aux attentes de la personnalisation qu'impose l'usage des technologies numériques. Elle en vient même à primer sur l'œuvre

car elle place l'auditeur comme le centre de la relation esthétique en lui offrant des possibilités d'intervention accrue sur l'œuvre²⁵ ».

CONCLUSION

Sans doute ce que nous avons désigné par *numérimorphose* peut-il être saisi comme le signe, dans le champ de la production/réception musicale, du développement d'un certain individualisme de type expressif. Celui-ci, s'appuyant sur les technologies numériques les plus récentes produirait de nouvelles formes d'amateurisme qui, renouvelant les *prises* de l'amour de la musique, permettraient que s'expriment des formes consommatoires dont l'objet serait finalement moins la musique que l'amateur lui-même. Le postulat est audacieux mais nous paraît relever d'une conception survalorisant l'autonomie d'un amateur qui serait nécessairement un usager actif, inventif, accompli et entrepreneur de sa propre passion. Pour ce qui nous concerne, la numérimorphose se présente moins comme une construction théorique révélant combien l'amateur de musique serait passé maître dans les *arts de faire* grâce aux technologies numériques qu'une hypothèse montrant que celles-ci sont de fait *productrices* de nouvelles formes de pratiques de consommation et d'amateurisme. La numérimorphose correspond à des équipements de plus en plus variés et sophistiqués (ordinateurs, disques durs, baladeurs MP3, etc.), des plasticités nouvelles (MP3, *playlists*, *podcasts*, etc.), des médias et des services foisonnants (presse, télévision, blogs, web 2.0, etc.), des collectifs hétérogènes (réseaux sociaux en/hors ligne) à partir desquels s'incarnent de nouveaux usages et donc de nouveaux amateurs qui se démarquent de ceux de la discomorphose justement par leurs manières de faire sensiblement différentes. Moins marquées par les goûts, les pratiques de consommation musicale sont par exemple de plus en plus diversifiées et s'accompagnent d'un déplacement des signes de distinction de la nature des contenus eux-mêmes vers les modalités de consommation de ceux-ci. Se distinguer semble davantage passer aujourd'hui par la manière dont on mobilise certains contenus (*via* différents équipements, supports et rapports à ces contenus : e.g. intérêt pour la rareté *vs.* intérêt pour la nouveauté, classement rigoureux *vs.* classement en recomposition permanente, etc.) que par le simple choix de ceux-ci. Mais ce que nous avons également tenté de montrer au travers de la modeste différenciation profane/expert (et de quelques éléments statistiques),

25. LEARD, 2003.

c'est que la numérimorphose n'est pas un phénomène uniforme. Elle ne décrit pas tant un rapport général renouvelé à la musique redéfinissant la relation qu'entreprendrait la figure d'un amateur abstrait à l'objet tout aussi abstrait de sa passion qu'une complexification des formes concrètes d'amateurisme qui avaient déjà été initiées durant le passage à la discomorphose. Loin d'opérer une rupture franche vis-à-vis des formes d'amateurisme instaurées par le disque, le numérique en prolonge et en renouvelle plutôt les modalités, notamment du fait des possibilités renforcées d'intervention sur une œuvre de moins en moins liée au format achevé et unifié de l'album.

RÉFÉRENCES

- BOURREAU M., GENSOLLEN M., MOREAU F. (2007), « Musique enregistrée et numérique : quels scénarios d'évolution de la filière ? », *Culture prospective*, n° 1.
- BULL M. (2002), "The seduction of sound in consumer culture: investigating Walkman desires", *Journal of Consumer Culture*, vol. 2, n° 1, p. 81-101.
- BULLICH V. *et al.* (2006), « Les usages des baladeurs MP3 », Intervention au colloque *Mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication*, MSH Paris-Nord.
- BURGOS M., EVANS C., BUCH E. (1996), *Sociabilités du livre et communautés de lecteurs. Trois études sur la sociabilité du livre*, Paris, BPI/CGP.
- CARDON D., GRANJON F. (2003), *Eléments pour une approche des pratiques culturelles par les réseaux de sociabilité*, DONNAT O., TOLILA P. (dir.), *Les public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po, p. 93-108.
- COULANGEON P. (2005), *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte.
- DI MAGGIO P. (1987), "Classification in Art", *American Sociological Review*, n° 52, p. 440-455.
- DONNAT O. (1994), *Les Français face à la culture. De l'exclusion à l'éclectisme*, Paris, La Découverte.
- ERICKSON B. (1996), "Culture, class and connections", *American Journal of Sociology*, n° 102, p. 217-251.
- GLEVAREC H. (2003), « La place et les conséquences de la radio dans l'univers culturel et social des jeunes », DONNAT O., TOLILA P. (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presse de Sciences Po, p. 85-92.
- GLEVAREC H. (2005), *Libre Antenne. La réception de la radio par les adolescents*, Paris, Colin/INA.
- GRANJON F., BERGE A. (2007), « Eclectisme culturel et sociabilités. La dimension collective du mélange des genres chez trois jeunes usagers des écrans », *Terrains & travaux*, ENS Cachan.
- GREEN A.-M. (2004), « Les Usages sociaux du walkman dans le quotidien urbain. Ou le "temps musical" comme élément de transformation de l'espace social », *Sociétés*, n° 85, p. 101-111.

HENNION A. (2007), « Réflexivités. L'activité de l'amateur », *Intervention lors de la journée du CPM sur la musique et sa sociologie*, Lille.

HENNION A. (2004), « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, n° 85, p. 9-24.

HENNION A. (1981), *Les professionnels du disque. Une sociologie des variétés*, Paris, Métailié.

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

KAPLAN D. *et al.* (2007), *Musique et numérique : créer de la valeur par l'innovation*, Rapport FING.

LEARD F. (2003), « L'écoute musicale sur support numérique : l'œuvre musicale réinventée par son usage ritualisé », *Communication au colloque « Rythmes et Rites de l'œuvre »*, Grenoble.

MAISONNEUVE S. (2004), « Du disque comme médium musical », *Cahiers de médiologie*, n° 18, p. 35-43.

MAISONNEUVE S. (2001), « De la "machine parlante" à l'auditeur. Le disque et la naissance d'une nouvelle culture musicale dans les années 1920-1930 », *Terrains*, n° 37, p. 11-38.

PASQUIER D. (2005), « La culture comme activité sociale », MAIGRET E., MACE E. (dir.), *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, INA/Armand Colin.

PECQUEUX A. (2007), « L'écoute musicale mobile. Notes à propos de ce que la mobilité urbaine fait à l'écoute de la musique », *Intervention à la Journée scientifique Comment la musique vient-elle au territoire ?*, Bordeaux.

RELISH M. (1999), "It's not all education: Network measures as sources of cultural competency", *Poetics*, n° 25, p. 121-139.

TAYLOR C. (1998), *Les sources du moi, la formation de l'identité moderne*, Paris, Le Seuil.

THORNTON S. (1996), *Club cultures. Music, Media and Subcultural Capital*, Middleton, Wesleyan University Press.

TOURNES L. (2005), « L'électrification des sensibilités musicales. Le disque, l'enregistrement électrique et la mutation du paysage sonore en France (1925-1939) », *French Cultural Studies*, vol. 16, n° 2, p. 135-149.