

CAHIER DE ReCHERCHE

OCTOBRE 2004



N° 203

PEUT-ON PARLER D'UNE
« DÉMATÉRIALISATION DE LA
CONSOMMATION » ?

Mélanie ROUSTAN

Département "Consommation"

CRÉDOC

L'ENTREPRISE DE RECHERCHE

CRÉDOC

Peut-on parler d'une « dématérialisation de la consommation » ?

N° 203

Octobre 2004

Mélanie ROUSTAN

Département Consommation

Sommaire

INTRODUCTION GÉNÉRALE	5
1.1 Qu'entend-on par « dématérialisation » ?	5
1.1.1 Usages actuels et généalogie du terme	5
1.1.2 Significations « indigènes » et connotations	9
1.2 Quels sont les liens entre « dématérialisation » et consommation ?	10
1.3 Le point de vue des sciences sociales sur la consommation	11
1.3.1 La consommation comme processus de décisions et de passages à l'action	12
1.3.2 La place du corps	13
1.3.3 Une approche par la culture matérielle	14
1.3.4 En bref	15
1.4 Déclinaison du questionnement, annonce du plan	15
1.5 Note méthodologique	17
LA RELATION MARCHANDE À L'ÈRE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES	18
INTRODUCTION : LA CONSOMMATION COMME ACHAT	19
CHAPITRE 1 - LES NOTIONS D'ARGENT ET DE MARCHANDISE	21
1.1 La « transaction marchande »	21
1.1.1 Le point de vue de l'ethnologue sur l'échange marchand	22
1.1.2 La « transaction marchande » : un double travail d'abstraction et de mise en scène	23
1.1.3 Le rôle de l'argent dans la qualification de la transaction	25
1.2 Les fonctions non économiques de l'argent	26
1.2.1 La construction sociale de l'individu par l'argent	26
1.2.2 Monnaie-valeur vs argent-symbole : deux visions, une réalité	27
1.2.3 L'argent comme « fait social total »	28
1.3 La production sociale et culturelle de la marchandise	29
1.3.1 Les mécanismes microsociaux de marchandisation et de singularisation des objets matériels	29
1.3.2 Le continuum entre sphère marchande et non-marchande	32
1.3.3 Les limites de ce qui est « marchandisable »	33
1.3.4 Le cadrage social et culturel de la marchandise	34
1.4 Les différentes modalités matérielles et sociales de l'argent et de la marchandise	35
CHAPITRE 2 - UNE « DÉMATÉRIALISATION » DE LA MONNAIE ?	37
2.1 La « dématérialisation » de la monnaie : des discours aux « réalités »	37
2.1.1 La « dématérialisation » de la monnaie comme discours dominant	37
2.1.2 Des changements bien « réels » : métamorphoses de la matérialité monétaire	39
2.1.3 L'irrépressible présence des objets matériels et des corps en action	42
2.2 Le passage à l'euro : « palper » la nouvelle monnaie, matérialiser une communauté	43
2.2.1 Changer de culture matérielle, changer d'habitudes	43

2.2.2	La matérialité monétaire comme symbole « vécu » de la communauté	45
2.2.3	Monnaie, matérialité, corps, lien social et culture	48
CHAPITRE 3 - LA CARTE BANCAIRE ET LE E-COMMERCE : DE L'EMPLOI DES « OUTILS » MONÉTAIRES		49
3.1 Différentes formes monétaires pour différents emplois		49
3.1.1	Plusieurs budgets, plusieurs monnaies selon les destinations	49
3.1.2	Les contraintes techniques et sociales de l'usage des « outils » monétaires	51
3.2 La carte bancaire : une matérialisation de la monnaie « immatérielle »		54
3.2.1	L'« infinitude » de la carte de crédit	55
3.2.2	Du plaisir à la déviance, de la construction à la destruction	57
3.2.3	L'échec de l'évacuation du corps	59
3.3 Le lien social dans la relation marchande (monétairement) « virtuelle »		60
3.3.1	Spécificités et ambivalences de la carte bancaire	60
3.3.2	Changement de réciprocité – quel lien marchand ?	62
3.3.3	Quel place pour Internet dans la relation marchande ?	65
CONCLUSION PARTIE I		69
« L'IMMATÉRIEL DE L'IMMATÉRIEL » À L'ÉPREUVE DE LA RÉALITÉ DES PRATIQUES		72
INTRODUCTION : LA CONSOMMATION COMME USAGE		73
CHAPITRE 1 – LE PARADOXE D'UN « IMMATÉRIEL » DE L'IMMATÉRIEL MIS EN OBJETS ET AGI		76
1.1 L'imaginaire des nouvelles technologies : un « immatériel » de l'immatériel		77
1.1.1	L'ambivalence de l'imaginaire des nouvelles technologies	77
1.1.2	Le « virtuel » a mauvaise presse, la « dématérialisation » fait peau neuve	78
1.2 Un foisonnement d'objets : centralisation autour de l'ordinateur et « matérialité mobile »		80
1.2.1	La « nouvelle donne » matérielle de la « dématérialisation »	80
1.2.2	L'ordinateur comme point central polyvalent et ses périphériques mobiles	82
1.3 L'importance du corps en action : l'exemple du jeu vidéo		84
1.3.1	Le joueur a/est un corps	84
1.3.2	Les mécanismes de l'engagement du corps dans la pratique du jeu vidéo	86
1.3.3	Une relation sujet-objet complexe	88
1.4 S'il n'y a pas de « dématérialisation » des usages, peut-on conclure à un « pur » imaginaire sans fondement ?		89
CHAPITRE 2 – UNE ÉVOLUTION DE CULTURE MATÉRIELLE ?		91
2.1 Matérialité « amovible » et contenus interchangeables		92
2.1.1	Les degrés d'articulation entre matériel et symbolique	92
2.1.2	Les évolutions liées aux dites « nouvelles technologies »	93
2.2 L'exemple de la « discomorphose » : la forme matérielle fait la musique		94
2.2.1	Le disque formate l'écoute	96
2.2.2	Le disque s'inscrit dans un système d'objets, un faisceau de pratiques	98

2.2.3	<u>Le disque permet la standardisation et la personnalisation</u>	100
2.2.4	<u>Une digression instructive</u>	103
2.3	<u>La « révolution » MP3 : ce que ça change... ou pas.</u>	104
2.3.1	<u>Le formatage de l'écoute après la « dématérialisation »</u>	105
2.3.2	<u>L'« amour du disque »</u>	108
2.3.3	<u>Un bouleversement du rapport au marché ?</u>	110
2.4	<u>L'interactivité : un degré poussé d'articulation entre matériel et symbolique</u>	115
2.4.1	<u>L'équilibre précaire d'un sujet en action sur une « machine » interactive</u>	115
2.4.2	<u>Une « disparition » de l'interface ?</u>	117
<u>CONCLUSION PARTIE II</u>		119
<u>CONCLUSION GÉNÉRALE</u>		121
1.1	<u>Rappel de la problématique</u>	121
1.2	<u>Partie I – la relation marchande à l'ère des nouvelles technologies</u>	122
1.3	<u>Partie II – L'« immatériel » de l'immatériel à l'épreuve de la réalité des pratiques</u>	124
1.4	<u>En bref</u>	126
<u>BIBLIOGRAPHIE</u>		128

Introduction générale

1.1 Qu'entend-on par « dématérialisation » ?

1.1.1 Usages actuels et généalogie du terme

Les usages les plus anciens du terme de « dématérialisation » (début XIX^e) sont à chercher du côté de la science-fiction (inspirée par l'idée d'une disparition d'objets et de personnes), de la physique (« transformation des particules matérielles d'un corps en énergie »¹) et de la finance (« suppression des titres et des coupons représentant des valeurs mobilières, au profit d'une inscription en compte »²).

Aujourd'hui, l'emploi du terme de « dématérialisation » est très présent dans le domaine artistique, où l'idée d'une « dématérialisation de l'œuvre d'art » est considérée quasiment comme un lieu commun dans le milieu, en tous cas comme un fait acquis, marquant le passage, à la fin des années 1960, à l'art dit « contemporain ». A titre d'illustration, la notion est enseignée dans les cursus d'histoire de l'art³.

L'emploi du terme concerne alternativement ou simultanément le passage à l'art conceptuel des années 1950 aux années 1970 (en référence aux travaux fondateurs de Lippard et Chandler⁴), et l'émergence de l'art « technologique »⁵ depuis les

¹ Selon le Petit Robert.

² Selon le Petit Larousse.

³ Voir par exemple l'Ecole Nationale des Beaux-arts de Bourges (<http://www.enba-bourges.org/pedagog/pgs/programme2001/annee2/uv/theori.html>) ou l'Ecole Nationale Supérieure d'art Villa Arson à Nice, (http://www.villa-arson.org/ecole_dart/actualite/%20index_actualite_2002.html)

⁴ LIPPARD Lucy, CHANDLER John, 1968, « The Dematerialization of Art », in *Art International* (Lugano) 12, n°2, february 1968, pp.31-36 ; LIPPARD Lucy R., 1973, *Six Years : the Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972*, London, Studi Vista.

⁵ Art vidéo, art numérique, art digital, art informatique puis *web-art*, *net-art*, *cyber-art*, avec l'avènement de l'internet.

années 1970⁶. Le second peut être considéré comme une émanation du premier. De plus, ils ont en commun une même volonté de « réinventer » l'œuvre, voire de la « libérer », de gommer la ligne qui sépare l'artiste du public, de rendre ce dernier plus actif qu'un simple spectateur, et d'embrasser une posture critique.

Du point de vue de la « dématérialisation », dans la première acception, il s'agit bel et bien d'une élimination de la matérialité de l'œuvre d'art : l'art en tant qu'objet laisse la place à « l'art en tant qu'idée et l'art en tant qu'action » où « le temps et le mouvement (...) sont des éléments nouvellement pris en compte »⁷. La démarche est politique, critique, et autocritique, dans une société de consommation qui a « explosé » pendant les trente glorieuses. Il s'agit de dénoncer la « tyrannie de l'objet » et de remettre en cause à la fois sa fonction dans la société en général et dans l'art en particulier.

Dans la seconde acception, celle d'un art « technologique », il y a comme un « retour de matérialité » – le support informatique impliquant un certain nombre d'outils, donc leurs savoirs et savoir-faire spécifiques, tant du point de vue des auteurs des œuvres que de l'accès du public⁸.

Dans un tout autre registre, le terme de « dématérialisation » semble faire florès dans le monde de l'entreprise. Pour Antoine Crochet-Damais, qui coordonne un dossier intitulé « Les outils de la dématérialisation » pour *Le Journal du Net*, « La dématérialisation a pour but de gérer de façon électronique les flux de données ou de documents métier (notes, factures, brochures, catalogues, contenus techniques, etc.) transitant au sein de l'entreprise ou échangés avec ses partenaires (clients, fournisseurs, etc.), ainsi que les processus qui peuvent s'y rattacher, tels que la

⁶ MEREDIEU (de) Florence (dir.), 2003, *Arts et nouvelles technologies*, Paris, Larousse, coll. « Comprendre et reconnaître » ; RUSH Michael, 2004, *Les nouveaux médias dans l'art*, Paris, Editions Thames & Hudson, coll. « L'univers de l'art ».

⁷ DUPONT Valérie, 2001, « La dématérialisation de l'art : quelques rappels historiques », journal *Hors d'Oeuvre*, extrait en ligne : <http://perso.wanadoo.fr/interface.art/hors%20d'oeuvre/HO8/vd.html>

⁸ « Pour ce qui est de la filiation sociale de l'art en ligne, il suffit d'indiquer l'existence, depuis assez longtemps déjà, de communautés culturelles "branchées", de groupe de "hackers" et autres "bidouilleurs" dans les domaines de la recherche technologique, et cela jusque dans les milieux universitaires et scientifiques. » (FAUCONNIER Sandra, 2004, « Net art : Frequently Asked Questions. Introduction pour la conférence *Art en ligne, art en réseau, art en mouvement* au Musée Royal de Mariemont, Morlanwelz, Belgique, le 6 mars 1999 », <http://www.spinster.be/writing/netartfaq/fr.html>).

constitution d'un contrat, une commande ou encore le suivi d'une garantie de produit par exemple ».

C'est un bon résumé de la manière dont est employé le terme dans les milieux du management, c'est-à-dire comme un équivalent d'une informatisation des contenus, voire des procédures de traitement de l'information elles-mêmes (qui apparaissent comme deux niveaux distincts de la « dématérialisation »). Les objectifs se situent « classiquement » entre baisse des coûts et gain de productivité : d'abord par la réduction de l'usage du papier, et par-là la suppression d'un certain nombre de frais qui lui sont reliés, directement ou indirectement (stockage, archivage, postage, etc.) ; ensuite, par le biais d'économies en « ressources humaines ».

De façon similaire, « dématérialisation » est le terme consacré pour désigner – en simplifiant – le passage du « tout papier » au « tout électronique » dans l'administration publique⁹. Le mot apparaît tel quel dans les documents officiels relatifs à ce processus, amorcé au début des années 1980. Depuis 2000, cette politique vise directement le citoyen. Une étape marquante pour le citoyen *lambda* en a été la possibilité d'effectuer en ligne sa déclaration d'impôt (depuis 2001).

Mais c'est depuis la mise en chantier de la réforme de l'Etat, initiée avec le gouvernement Raffarin, qu'elle s'est tout à fait généralisée : l'ADAE¹⁰ – service interministériel placé auprès du Premier ministre, mis à la disposition du ministre chargé de la réforme de l'Etat – est créée par décret le 21 février 2003. On y trouve clairement, ainsi que dans son plan d'action intitulé ADELE¹¹, le terme de « dématérialisation ». C'est même un *leitmotiv* du programme d'application¹². Dans chaque volet développé auprès d'un public, il apparaît comme une branche de développement : « dématérialisation du Journal Officiel » pour les agents, « dématérialisation de l'état civil » pour les citoyens, « dématérialisation du contrôle

⁹ CANTERO Anne, 2002, *Des actes unilatéraux des communes dans le contexte électronique : Vers la dématérialisation des actes administratifs ?*, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, coll. « Collectivités locales » ; LAJOIE Thierry et HILAIRE Loïc (dir.), 2004, *Les marchés publics dématérialisés*, Paris, Le Moniteur, coll. « Guides juridiques ».

¹⁰ Agence pour le Développement de l'Administration Electronique.

¹¹ ADministration ELEctronique 2004-2007.

¹² Voir le site officiel <http://www.adae.gouv.fr>

de légalité et des circuits comptables et financiers » pour les collectivités locales et « dématérialisation des procédures d'achat public » pour les entreprises.

Outre la « dématérialisation », résolument présentée comme une « simplification¹³ », le maître mot du plan d'action est l'« administration électronique », définie (en référence à l'OCDE) comme « l'usage des technologies de l'information et de la communication et en particulier de l'Internet en tant qu'outil visant à mettre en place une administration de meilleure qualité »¹⁴.

Si les objectifs affichés sont consensuels, on y repère, de façon comparable au secteur privé, un souci de réduction des coûts et de compression des effectifs. Dans les deux cas, administration publique et administration privée, les avantages visés (et avancés), mais aussi les contraintes et réticences attendues ou du moins identifiées, sont relativement similaires. Ils relèvent pour les premiers d'une amélioration du traitement de l'information (en termes d'« objectivité » et de rapidité) et d'un souci d'économie, pour les seconds de problèmes de sécurité, de confidentialité, d'authentification, mais aussi de maîtrise des outils¹⁵ et de changement des habitudes – bref, de questions de *confiance* et de questions d'*usage*.

Plus récemment, dans un autre registre encore, on a parlé de « dématérialisation » de la photographie avec l'arrivée de l'appareil numérique. On évoque aussi de façon récurrente la « dématérialisation » du livre et/ou du secteur de l'édition, liée au « livre électronique »¹⁶ et à son « encre électronique »¹⁷. Depuis quelques années, la montée des pratiques de téléchargement de morceaux musicaux, qui semble

¹³ Le slogan du programme n'est-il pas « Pour vous simplifier la vie ! » ?

¹⁴ Cité sur le même site, à la rubrique « Qu'est-ce que l'administration électronique ? »

¹⁵ A noter que la mesure de « dématérialisation du journal officiel » a été jugée discriminatoire en Belgique, pour des questions d'accès à la technologie. <http://www.foruminternet.org/actualites/lire.phtml?id=743>

¹⁶ « "Dans dix ans, la moitié des livres seront numériques et quasiment tous les écrits le seront dans trente ans" prédisait-on chez Microsoft en 99. » Aujourd'hui disponibles à la vente au Japon : le « librier » de Sony, et le *e-book* de Toshiba (*Libération* du samedi 17 et dimanche 18 juillet 2004).

¹⁷ « Trois technologies légèrement différentes s'affrontent, avec une avance industrielle marquée pour la start-up américaine *e-ink* qui s'appuie sur les travaux du Massachusetts Institute of Technology. L'américain *Gyricon*, émanation du célèbre laboratoire de Palo Alto de Xerox (...) et le néerlandais *Philipps* » (*Libération* du samedi 17 et dimanche 18 juillet 2004).

inquiéter une industrie du disque pourtant florissante¹⁸, a fourni le cadre à un nouveau développement du terme de « dématérialisation ».

Celui-ci vient désigner la nouvelle forme de stockage et de transmission de la musique via l'informatique (le format « MP3 »), et souligner la facilité et la rapidité de ses transferts – licites ou non. Le terme apparaît, soit pour dénoncer les pratiques de « piratage »¹⁹, soit pour évoquer les enjeux commerciaux des modes de distribution qui y sont liés (par exemple le « juke-box virtuel d'Apple »²⁰). De façon plus neutre, il peut venir désigner le dernier stade d'un processus continu d'amélioration des techniques de conservation et de diffusion musicales (c'est un des points de vue d'une exposition historique sur la chanson française montée par la Bibliothèque Nationale de France²¹).

1.1.2 Significations « indigènes » et connotations

Ainsi, les usages du terme de « dématérialisation » peuvent être regroupés en trois ensembles, qui tendent à s'interpénétrer :

- le premier correspond à son sens le plus strict d'une « disparition » de la tangibilité d'un objet
- le second s'applique à tout processus visant à substituer une technologie à un individu dans le cadre de la gestion de données
- le troisième enfin, a trait à ce qui relève de l'informatique et des nouvelles technologies

On remarque que dans de nombreux cas, le terme de « dématérialisation » est venu concurrencer celui de « virtualisation », plus en vogue il y a quelques années. Peut-

¹⁸ « La maison de disque BMG, filiale de Bertelsmann, a atteint de janvier à juin 2004 son meilleur résultat jamais obtenu lors d'un premier semestre (30 millions d'euros de bénéfice opérationnel) » selon le journal *Libération* du lundi 6 juillet 2004.

¹⁹ Devenu « piraterie » en passant de la sphère des « bidouilleurs » à celles des « institutionnels » qui la condamnent.

²⁰ *Libération* du 21 septembre 2003 et du 8 juin 2004.

²¹ *Souvenirs, souvenirs... Cent ans de chanson française*, du 26 mai au 31 décembre 2004.

être l'opposition supposée de ce dernier avec la « réalité » lui conférerait-il des dimensions péjoratives dont souffre moins son « rival »²².

Par quels mécanismes la « dématérialisation » vient-elle s'appliquer au passage d'une interaction sociale à une interactivité avec une machine ? Comment l'apparente volatilité des données mémorisées et échangées peut-elle masquer la permanence du recours à de complexes *supports* d'accès à l'information ? Ce double paradoxe sera au cœur de nos interrogations.

1.2 Quels sont les liens entre « dématérialisation » et consommation ?

Celles-ci se déclinent autour de l'évaluation d'un éventuel phénomène de « dématérialisation » de la consommation.

Il est notable que le terme de « dématérialisation » n'apparaît explicitement, ni dans les travaux scientifiques relevant d'une approche de la consommation par les sciences sociales (qui incluent cependant des travaux sur les nouvelles technologies), ni dans les revues « savantes » de marketing²³ (qui s'intéressent pourtant vivement au *e-commerce* et au *e-management*).

Le lien le plus explicite entre « dématérialisation » et consommation est fait par les médias, notamment *via* la musique (et plus secondairement la lecture et la photographie). Sont visées pêle-mêle les pratiques de téléchargement de musique sur Internet, la variété des supports de stockage et d'écoute (plus ou moins miniaturisés et plus ou moins transportables), la soi-disant « facilité » de la reproduction et de la diffusion. Retrascripte en questionnement anthropologique, l'interrogation porte sur la nature (et non le degré) de la matérialité des « nouveaux »

²² Ce point sera creusé plus avant dans le chapitre dédié à l'étude des imaginaires associées aux nouvelles technologies.

²³ Le terme n'apparaît pas dans les titres des articles parus dans les vingt dernières années dans la *Revue Française de Marketing*, éditée par l'Association Nationale pour la Recherche sur le Développement des Marchés, ni dans *Décisions Marketing*, la revue officielle de l'Association Française du Marketing, ni dans *Recherche et Applications en Marketing*.

outils de réception de « produits immatériels » (au sens de contenus symboliques, comme un air, un texte ou une image), ainsi que sur les enjeux sociaux et culturels qui les sous-tendent.

Ensuite, le « *e-management* » inclut le « *e-commerce* », puisque l'application des nouvelles technologies s'étend à la relation client. Et l'électronisation de l'administration publique concerne aussi le citoyen comme « consommateur » de services publics.

Les questionnements réciproques de la notion de « dématérialisation » et de celle de consommation concernent aussi bien les objets que les sujets. Quels changements s'opèrent, sur le plan des échanges, en termes de présence humaine ? Ces changements relèvent-ils d'un pur imaginaire ou recouvrent-ils une réalité en mutation ? Qu'en est-il de la nature et des fonctions des objets échangés ? Dans quelle mesure les usages de consommation se sont-ils « libérés » de la matière ? Dans quel contexte et selon quelles modalités les objets « technologiques » s'insèrent-ils dans les pratiques de consommation ?

Encore faut-il s'entendre sur ce qui relève de la consommation.

1.3 Le point de vue des sciences sociales sur la consommation

Pour l'anthropologue ou l'ethnologue²⁴, la consommation ne se réduit pas à un acte d'achat. D'abord parce qu'elle n'est pas forcément marchande mais s'inscrit dans l'économie plus large des échanges d'objets et de personnes. Ensuite parce qu'elle n'est pas un moment, mais un processus complet (mais non linéaire) de production et de destruction : la filière, le « système d'approvisionnement »²⁵ si l'on se situe à une échelle large et en se centrant sur l'objet et les interactions qui l'enserrent et le

²⁴ En sociologie, les recherches sur la consommation ont tenté de mettre en évidence la complexité de ses dimensions sociales, les mécanismes de ses variations selon les groupes sociaux (qui ne dépendent pas uniquement du niveau des revenus), et ses significations imaginaires. Elles serviront également ici.

²⁵ FINE Ben et LEOPOLD Ellen, 1993, *World of consumption*, London, Routledge.

constituent ; l'« itinéraire de consommation »²⁶ si l'on se situe à une échelle plus fine et en prenant pour référence le consommateur.

1.3.1 La consommation comme processus de décisions et de passages à l'action

Avec une focalisation sur le consommateur final, la « consommation » ne commence pas au niveau de la transaction marchande, mais en amont. Elle se poursuit également en aval. C'est un processus qui amène une personne à vouloir obtenir un bien et à mettre en œuvre le nécessaire pour y parvenir, puis à l'utiliser²⁷. Dans cette optique, en deçà et au-delà de l'acte d'achat, se déroulent d'un côté, la prise de décision et le passage à l'action, de l'autre, l'usage. Le processus inclue certes l'échange d'une marchandise contre de l'argent (le plus souvent) mais également des questions de transport, de stockage, de manipulation, de transformation, de dégradation, et de gestion des déchets.

Une fois acquis l'objet, il s'agit de l'intégrer dans l'espace domestique, de l'inscrire dans des rythmes – autrement dit dans des dynamiques du corps, via l'action répétée sur la matière. C'est l'habitude, qui tend à rendre « naturels » les objets du quotidien, par routinisation, au point d'en faire oublier leur extériorité première au corps de celui qui les manipulent. C'est le mécanisme de l'« incorporation » au sens développé par Warnier²⁸ ou Kaufmann²⁹, qui donne un caractère d'évidence aux gestes maintes et maintes fois répétés et donc aux objets qu'ils mettent en action. Il use d'une certaine mémoire du corps pour alléger la conscience réflexive (une grande partie de nos décisions se prennent par habitude, une grande partie de nos actions sont au moins partiellement « automatisées ») tout en construisant du sens :

²⁶ DESJEUX Dominique, 2003, *Les sciences sociales*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? ».

²⁷ *ibid.*

²⁸ WARNIER Jean-Pierre, 1999, *Construire la culture matérielle. L'homme qui pensait avec les doigts*, Paris, PUF, coll. « Sciences sociales et sociétés ».

²⁹ KAUFMANN Jean-Claude, 1997, *Le cœur à l'ouvrage. Théorie de l'action ménagère*, Paris, Nathan ; 2001, *Ego. Pour une sociologie de l'individu*, Paris, Nathan, coll. « Essais & Recherches ».

des représentations, un imaginaire, des valeurs autour des objets, mais aussi une forme d'« intelligence du corps » qui échappe au discours³⁰.

1.3.2 La place du corps

En somme, la consommation n'est pas l'acte d'achat ; elle s'inscrit au cœur d'un univers plus vaste, qui est à la fois celui des objets et celui des sujets et du social en construction. Il s'agit de prendre au sérieux la « culture matérielle »³¹, pas seulement pour les signes qu'elle véhicule, qu'elle produit et qu'elle détruit, mais également pour sa part physique, celle qui entre en corps à corps avec l'humain, le structure et le construit, aux niveaux individuel et collectif. En vis-à-vis, les « techniques du corps », définies au début du siècle dernier par Marcel Mauss comme « les façons dont les hommes, société par société, d'une façon traditionnelle, savent se servir de leur corps »³², sont érigées en concept fondateur de différents courants en sciences sociales.

Ces derniers, que leurs approches soient plutôt sociologiques ou plutôt ethnologiques, considèrent le façonnage du corps et son infinie plasticité comme l'élément premier de la transmission de la culture et de la construction des sujets, en tant qu'individus mais aussi en tant que produits et producteurs du social. Le corps est ici entendu comme matérialité dynamique et génératrice de sens, engrenage entre le biologique, le psychologique et le social, et donc – en simplifiant – le lieu de toute « nature faite culture ». Ces techniques, qui fondent toute socialisation en (re)produisant du culturel, sont également au centre de la construction des sujets et

³⁰ On peut penser ici à l'« inconscient moteur » de Pierre PARLEBAS (1998, *Jeux, sports et sociétés. Lexique de praxéologie motrice*, Paris, INSEP - Publications, coll. « Recherche »), au « sens pratique » de Pierre BOURDIEU (1980, *Le sens pratique*, Paris, Minuit), mais aussi plus spécifiquement aux capacités d'action et de réaction développées en dehors du discursif – voire du symbolique – par les boxeurs et les danseurs décrits respectivement par Loïc WACQUANT et Sylvia FAURE dans des ouvrages aux titres évocateurs : *Corps et âme. Carnets ethnographiques d'un apprenti boxeur*, pour le premier (2000, Marseille, Editions Agone, coll. « Mémoires sociales »), et *Apprendre par corps. Socio-anthropologie des techniques de danse*, pour la seconde (2000, Paris, La Dispute).

³¹ Définie par Jean-Pierre WARNIER comme « l'ensemble des objets faits de main d'homme – parfois appelés "artefacts" – et considérés sous un angle culturel, autrement dit en termes de partage et de différenciation, d'usage, de production et de circulation, tant sur le plan individuel que sociétal » (à paraître, « Culture matérielle », in Bernard ANDRIEU (dir.) *Dictionnaire du corps*, Paris, CNRS).

³² MAUSS Marcel, 1950 [1934], « Notion de techniques du corps », in M. Mauss *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, Quadrige, p. 365.

apparaissent comme des « techniques de soi », « qui permettent à des individus d'effectuer, par eux-mêmes, un certain nombre d'opérations sur leur corps, leur âme, leurs pensées, leurs conduites » dans un but de modification de soi³³ – bref, qui permettent à des individus d'agir sur leur propre construction. Elles n'existent jamais en dehors du matériel, mais agissent dessus et avec, en produisant ainsi du sens sur lequel s'appuyer et avec lequel jouer.

De fait, les enjeux de la consommation vont bien au-delà du commercial ou même de l'économique, ils sont au cœur de l'élaboration des individus autant que du social et du culturel.

1.3.3 Une approche par la culture matérielle

On l'aura compris, le point de vue ici est celui d'une anthropologie de et par la culture matérielle, qui considère les objets comme des éléments fondateurs de toute construction humaine, fondée sur l'action. Pour autant, ce présupposé n'empêche en rien de s'intéresser aux évolutions tant des éléments de cette culture matérielle que de la forme de leurs échanges et de ses conséquences sur les individus et la société. La notion de consommation touche à ces trois niveaux. Pour simplifier, elle concerne la nature et la quantité des objets échangés pour une population donnée, la forme et le volume des échanges, ainsi que les modes d'appropriation et de destruction des ces biens (en revenant à la consommation au sens strict). Pour ces trois champs, il y a aussi bien des éléments physiques et matériels – de l'action, des pratiques – que des éléments symboliques et imaginaires – du sens, des représentations.

C'est l'« immatériel » du bien de consommation, pour reprendre un terme cher à Robert Rochefort³⁴, qu'il circonscrit cependant aux moments où l'objet est considéré comme marchandise, à savoir sa construction en tant que « produit à la vente » par les professionnels de la communication et de la distribution, et sa construction en

³³ FOUCAULT Michel, 2001, *Dits et Ecrits, tome II : 1976-1988*, Paris, Gallimard, coll. « Quarto », p. 990.

³⁴ ROCHEFORT Robert, 2001 [1995], *La société des consommateurs*, Paris, Odile Jacob., p. 33-38.

tant que « produit à l'achat » par le consommateur, qui trouvent leur point culminant au temps *t* de la transaction à proprement parler³⁵.

1.3.4 En bref

En simplifiant, l'apport des points de vue des sciences sociales peut se résumer ainsi :

Découpage de la consommation entendue *lato sensu* en trois champs :

- les *objets* échangés
- la *relation marchande*
- les *usages*

Découpage des faits analysés selon deux entrées :

- les *pratiques* (les faits objectifs, l'action, la matérialité des choses, le rapport « physique » aux objets, etc.)
- les *représentations* (le subjectif, le discours, le symbolique, l'opinion, l'imaginaire, l'immatériel)

1.4 Déclinaison du questionnement, annonce du plan

Les croisements de ces deux « filtres » permettent d'avoir une approche originale de la question de la « dématérialisation » appliquée à la consommation.

« *Dématérialisation* » de la consommation : quelle réalité recouvre cette expression ? Vient-elle caractériser une évolution des composantes physiques des objets consommés ? des formes de l'échange ? des modes d'utilisation ? Relève-t-elle au

³⁵ COCHOY Franck (dir.), 2002, Les figures sociales du client, *Sciences de la société* n°56, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.

contraire d'un pur imaginaire engendré par les craintes liées à tout changement et « poussé » par le marketing toujours à l'affût de supports symboliques nouveaux ?

Dans un premier temps, dans une partie intitulée « La relation marchande à l'ère des nouvelles technologies », nous nous intéressons plus particulièrement aux formes de l'échange en général et aux évolutions de la relation marchande en particulier. Il s'agit de comprendre les fonctions sociales de l'argent, d'étudier la relativité et la réversibilité de la notion de marchandise, et de saisir les enjeux relatifs à l'extension des limites de la « marchandisation » vers de l'« immatériel ». Puis ce sont les formes matérielles de la monnaie qui sont interrogées, notamment à l'échelle micro-sociale. Enfin, l'analyse se porte sur le commerce électronique et le contexte de son émergence. Les dimensions sociales et surtout marchandes déployées sur et autour d'Internet sont décrites, et la place de ce dernier dans le processus d'achat étudiée.

Dans un second temps, dans une partie intitulée « "L'immatériel de l'immatériel" à l'épreuve de la réalité des pratiques », nous évaluons les changements intervenus dans les dernières décennies en termes de culture matérielle, et tentons de faire émerger un certain nombre de critères de regroupement et de division de ces objets « nouveaux », ainsi que des éléments de continuité et de rupture avec le passé. Sont prises en compte aussi bien leurs dimensions objectives que leur part d'« immatériel », aussi bien leur existence en tant que marchandises qu'en tant qu'objets du quotidien, en usage. Les notions de « matérialité mobile » et de « matérialité amovible » sont développées. Les imaginaires explorés, mais surtout les pratiques décrites et analysées. Le corps en action, et en répétition, apparaît comme une clef de compréhension des nouvelles technologies. Les cas de la musique et du jeu vidéo viennent l'illustrer.

Enfin, nous tâchons de conclure en apportant des éléments de réponse aux interrogations initiales, et en proposant, autant que faire se peut, des hypothèses interprétatives à l'évolution contemporaine de la consommation et du consommateur. Est soulignée la place du corps dans la consommation (au sens strict comme au sens large). Cette conclusion insiste également, par effet de miroir, sur l'importance de la matérialité des « choses » consommées – quelles que soient les conditions sociales de leur échange.

1.5 Note méthodologique

La présente recherche ne s'appuie pas sur une enquête de terrain et ne prétend pas relever davantage d'une revue exhaustive de la littérature scientifique sur le thème. Elle constitue un travail de réflexion sur les pratiques et représentations associées au domaine de la « dématérialisation », ainsi que sur leurs enjeux en termes de consommation et de façon plus générale de société et de culture. Ses frontières sont définies par l'étude des usages du terme dans les milieux où il est apparu et s'est développé (l'art, les médias, l'administration), l'analyse de ses significations « indigènes » et la compréhension de ses applications au champ de la consommation. Pour cela, l'auteur se fonde sur un corpus d'articles de presse (*Libération*, *Le Monde*, *Les Echos*, *Le Nouvel Observateur*, *Le Journal du Net*, etc.), de déclarations publiques et de documents officiels (discours de responsables gouvernementaux, projets de loi, communication institutionnelle), de publications « savantes » des milieux de l'art et du management (ouvrages d'Histoire de l'Art et de Sciences de Gestion, *Revue Française du Marketing*, *Décisions Marketing*, etc.), ainsi que sur un fonds d'écrits scientifiques des disciplines sociologique et ethnologique (ouvrages, articles de revues). Les données produites par le CREDOC constituent un socle à l'élaboration de l'analyse.

Partie I

La relation marchande à l'ère des nouvelles technologies

Introduction : la consommation comme *achat*

Cette première partie repose sur l'examen de la fraction la plus « visible » de la consommation : la relation marchande à proprement parler. Elle vient interroger l'idée de « dématérialisation de la consommation » en se centrant sur la sphère de ce que les économistes ont coutume de nommer « la rencontre de l'offre et de la demande », en venant y scruter au plus près la place de la *matière* (et donc celle du *corps*, indissociable) dans les pratiques, mais aussi les représentations qui s'y nouent et s'y jouent. L'acte d'achat, les formes de la vente, les modes de paiement et en général les différentes possibilités de contact entre un consommateur et une marchandise, ou entre un client, un produit et un vendeur sont envisagées.

Un premier chapitre, introductif, permet de comprendre l'originalité des approches de la sociologie et de l'ethnologie sur un domaine habituellement décodé par l'économie. Le décentrage du regard, sur la question de l'argent et des échanges en général, ouvre la réflexion aux enjeux sociaux et culturels inhérents à la relation marchande, au-delà et en-deçà de l'utilitarisme, mais aussi d'une approche exclusivement symbolique des choses. Une fois cette assise analytique posée, le propos s'intéresse plus précisément à deux phénomènes : la monnaie, que l'on dit de plus en plus intangible, et le *e-commerce*, emblème du pôle « technologique » et désincarné de la relation marchande.

Le deuxième chapitre tente de prendre de front la question de la « dématérialisation de la monnaie », tenue pour acquise dans les mondes de l'économie, du marketing et des médias, sans que l'on sache toujours exactement les changements que le phénomène est censé recouvrir. Il s'agit d'examiner les différentes métamorphoses survenues dans les modes de « stockage » de l'argent et dans les modes de paiement, et d'interroger, voire de remettre en cause, l'analyse dominante qui en est faite, à savoir celle d'une inexorable abstraction des échanges monétaires qui accompagnerait une tout aussi inexorable augmentation des flux de marchandises et un élargissement des types de produits échangeables. Les changements sont-ils aussi radicaux qu'on veut bien le laisser entendre ? Comment sont-ils interprétés ? Est-ce toujours la manière la plus pertinente de comprendre le succès ou l'échec de

telle ou telle innovation ? Les exemples du passage à l'euro et du porte-monnaie électronique viendront illustrer l'analyse, et asseoir le propos dans le sens d'une reconnaissance des dimensions matérielles et symboliques constitutives de la construction du social et des individus.

Enfin, un troisième chapitre se penche plus spécifiquement sur le « cyberconsommateur » et le *e-commerce* en général. Il s'agit, un peu paradoxalement, de se concentrer sur le rôle de la personne humaine dans la relation marchande : la qualification de cette dernière en tant que telle et les conditions sociales de sa production et de son bon fonctionnement. Cette approche passe par une focalisation sur le corps et les objets matériels, qui retrouveront une place centrale malgré – ou à cause de – l'imaginaire éthéré qui accompagne et structure les nouvelles technologies. Un des enjeux du chapitre consiste à cerner la place d'Internet dans le processus de décisions et d'actions menant à un achat.

Chapitre 1 - Les notions d'argent et de marchandise

Quand on lit des documents d'obédience économique, tout paraît simple : il y aurait des biens, des services, mis sur le marché – ce dernier pouvant être entendu rencontre théorique entre l'offre et la demande (personnifié, si l'on peut dire, par sa « main invisible » qui fixe les prix selon les forces en présence) ou configuration concrète, matérielle et sociale, de cette rencontre.

Pour le sociologue ou l'ethnologue, il n'y a pas d'évidence du marché et de la marchandise, ni même de l'argent. Ces catégories et la manière dont elles prennent forme dans une société et une culture données sont à interroger. Selon les lieux et les époques, la sphère des choses vendables et achetables, la façon dont les transactions s'opèrent, ainsi que les acteurs qu'elles mettent en présence, varient considérablement.

Nous avons choisi ici de nous concentrer exclusivement sur l'impact des nouvelles technologies sur les modalités de la relation marchande et la nature des biens consommés, délaissant délibérément la question de l'extension de la sphère de la marchandise vers des choses intangibles, que l'économiste qualifie de « services ».

1.1 La « transaction marchande »

Un objet est une marchandise de façon très claire au moment même de sa passation dans le cadre d'une transaction marchande – c'est peut-être le seul moment où l'on peut considérer une chose sans ambiguïté quant à son statut de marchandise³⁶. Encore faudrait-il pouvoir définir clairement une transaction marchande. Là encore, le sens commun aurait tendance à tenir pour acquis la notion. A partir du moment où un bien est échangé contre de l'argent, il y aurait transaction marchande.

³⁶ KOPYTOFF Igor, 1986, « The cultural biography of things : commoditization as process », A. Appadurai (dir.) *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.

1.1.1 Le point de vue de l'ethnologue sur l'échange marchand

Ce n'est pas si simple du point de vue de l'ethnologue, qui cherche à mettre en lumière les conditions sociales et matérielles de la production de telles situations, et à comprendre les représentations « indigènes » en présence, autrement dit les significations attribuées au phénomène par les différents acteurs et observateurs.

Rappelons pour commencer que l'analyse économique est un discours indigène parmi d'autres, même s'il se présente sous les traits de la technicité et de la scientificité³⁷, qu'il constitue l'interprétation dominante dans de nombreuses sphères jusqu'au sens commun, et qu'il a pris une place de type « mythologique » dans la culture de nos sociétés contemporaines³⁸.

Rappelons ensuite qu'une même situation peut être vécue et interprétée de différentes manières par ses acteurs. Cela vaut aussi pour la relation marchande : « une transaction peut recevoir de ses partenaires des sens différents, lorsque l'interprétation n'est pas fixée par un contexte rituel ou institutionnel »³⁹. Des pistes de réflexion émergent de cette assertion :

- Quelles sont les situations clairement socialement définies comme marchandes (et non plus seulement du point de vue économique) ?
- Quels sont les mécanismes et les éléments matériels et symboliques nécessaires à cette définition ?
- Que se passe-t-il en dehors de ces cadres, dans les situations plus ambiguës ?

³⁷ WEBER Florence, 1996, « Introduction », *Genèses* n°25 : Ethnographie économique.

³⁸ BLOCH Maurice, 1994, « Les usages de l'argent », *Terrain* n°23 : Les usages de l'argent.

³⁹ WEBER Florence, 2000, « Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le Grand Partage », *Genèses*, n°41 : Comment décrire les transactions, p. 86.

1.1.2 La « transaction marchande » : un double travail d'abstraction et de mise en scène

Pour Florence Weber, ethnologue, une transaction marchande présente deux caractéristiques principales : « le bien échangé est évalué indépendamment de la relation entre les personnes qui l'échangent » ; la relation est « fermée et affectivement neutre où transfert et contre-transfert se superposent, en principe instantanément, et épuisent le sens de l'interaction » ; et « Ces deux traits sont les deux faces d'une même mise entre parenthèses des caractéristiques personnelles des partenaires de l'échange. Le premier, en effet, renvoie à un **travail d'abstraction**, effectué en général par des intermédiaires spécialisés qui effectuent la mesure physique du bien « mis sur le marché » ou qui évaluent son prix. Le second renvoie à un **travail de mise en scène** de la transaction marchande comme telle, dans son immédiateté, isolée du courant ordinaire de la vie quotidienne. Ce travail de mise en scène peut être cérémoniel ou routinier, il peut engager une institution sous la forme d'un tiers (notaire, greffier...), d'un cadre matériel (magasin, boutique), de titres ou d'objets (chéquier, factures). »⁴⁰. Pour qu'une relation marchande existe, il faut que ses protagonistes s'identifient aux rôles socialement attendus (et construits), à savoir d'un côté un vendeur, de l'autre un acheteur, voire un client⁴¹.

Certaines situations sont simples, soit qu'elles soient « durcies » par des normes sociales, parfois légales, soit qu'elles soient fortement mises en scène, comme c'est le cas dans les « souks »⁴².

Mais des travaux ethnographiques ou sociologiques portant sur des relations n'apparaissant pas explicitement – ou paradoxalement trop explicitement – comme des transactions marchandes pour la société posent question à ceux qui les vivent.

⁴⁰ *Ibid*, p. 87.

⁴¹ COCHOY, *op. cit.*

⁴² GEERTZ Clifford, 1992, « The bazaar economy : information and search in peasant marketing », in *The sociology of economic life*, Mark GRANOVETTER et Richard SWEDBERG dir., Boulder et Oxford, Westview press, 225-32.

Par exemple, l'approvisionnement en cannabis au sein de réseaux amicaux⁴³ ou en boîtes en plastique lors des « réunions *Tupperware* »⁴⁴ créent des situations ambiguës, socialement (essentiellement pour des questions de morale) et/ou individuellement⁴⁵. Dans les deux cas, la réunion de vente à domicile, en s'appuyant sur des réseaux sociaux déjà en place et dont la structure « brouille les frontières théoriques entre plusieurs catégories relevant de la construction identitaire, comme espace domestique et espace commercial, travail et loisir, ami et collègue, consommateur et employé »⁴⁶, génère de l'incertitude et du malaise – mais aussi une marge de manœuvre qui ouvre à la créativité (dans la reconfiguration des rôles). Ce phénomène lié au recoupement de différents régimes d'échanges sociaux se retrouve dans l'histoire des pompes funèbres en France, exposée très finement par Olivier Boissin et Pascale Trompette dans un article intitulé « Entre les vivants et les morts : les pompes funèbres aux portes du marché »⁴⁷. Ce dernier cas pose également le problème, à l'échelle de la société, au plan culturel, de l'introduction dans la sphère marchande d'une activité autrefois prise en charge sur un régime de solidarité.

Cela dit, tout lien marchand est aussi (et avant tout ?⁴⁸) un lien social⁴⁹ et repose sur une confiance qui est en fait confiance dans les cadres sociaux, dont celui qui tient le système monétaire en place.

⁴³ ROUSTAN Mélanie, 2002, « Du client polymorphe à la figure du "non-client" : ambiguïtés autour des transactions de cannabis », *Sciences de la société* n°56, dossier sous la direction de Franck Cochoy « Les figures sociales du client », Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.

⁴⁴ CLARKE Alison J., 1999, *Tupperware : the promise of plastic in 1950s America*, Smithsonian Institution Press.

⁴⁵ Pour le cannabis par exemple, « La privatisation et « l'amicalisation » des transactions tendent à évacuer à la fois la potentielle violence (réelle et symbolique), l'interdit, et surtout l'argent (on se rend service, personne n'est « dealer », l'argent qui circule entre amis est moins impur que celui qui évolue dans la sphère publique). » ROUSTAN Mélanie, 2001, « De l'intérêt d'une approche dynamique des concepts de marchandise et d'authenticité : une illustration par la consommation de cannabis », *Consommations & Sociétés*, n°1, Paris, L'Harmattan.

⁴⁶ CLARKE, *op. cit.*, p. 108.

⁴⁷ BOISSIN Olivier, TROMPETTE Pascale, 2000, « Entre les vivants et les morts : les pompes funèbres aux portes du marché. », *Sociologie du Travail*, n°3, vol. 42, 359-68.

⁴⁸ Selon l'assertion de Bernard COVA selon laquelle « le lien importe plus que le bien » développée dans un ouvrage quasi éponyme publié en 1995 chez L'Harmattan, et intitulé *Quand le lien importe plus que le bien*.

⁴⁹ SINGLY (de) François, 2003, *Les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin.

1.1.3 Le rôle de l'argent dans la qualification de la transaction

L'argent apparaît alors à la fois comme une abstraction indispensable à la valorisation des choses qui rend possible leur échange par le biais d'un système d'équivalence et comme un élément matériel qui contribue à venir qualifier la transaction en transaction marchande. Sa présence (en tant qu'abstraction aussi bien qu'au travers d'éléments tangibles) fait partie des signes selon lesquels on se trouve bien dans une relation commerciale. Cette constatation sera cruciale dans le questionnement lié à son éventuel dématérialisation.

Toutefois, du point de vue analytique, Florence Weber nous rappelle que « la présence ou l'absence de monnaie dans un échange ne dit rien sur la nature de cet échange »⁵⁰ et signale qu'« On confond souvent transaction marchande et transaction monétaire, nature de la relation (marchande ou personnelle) et moyen de paiement (espèces ou nature). »⁵¹. En effet, on sait depuis Malinowski qu'un troc est une transaction marchande sans monnaie⁵² et inversement, quand par exemple, on décide d'acheter un bien « plus cher » à un membre de sa famille pour l'aider alors qu'il est en difficulté, on est dans une transaction monétaire non marchande, dans la mesure où des éléments extérieurs à la logique de marché viennent troubler l'évaluation du prix : « puisque le marché comme système fait dépendre le prix d'un bien de la rencontre entre l'offre et la demande de ce bien, *a contrario*, toute transaction dont le « prix » ne dépend pas d'une telle rencontre n'est pas une transaction marchande »⁵³.

Nous pouvons souligner ici l'importance de la matérialité des objets dans la qualification d'une relation en transaction marchande, et englober parmi ces objets non seulement les éléments de contexte mais aussi l'argent.

⁵⁰ WEBER, 2000, *op. cit.*, p. 85.

⁵¹ *Ibid*, p. 86.

⁵² MALINOWSKI Bronislaw, 1993 [1922], *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Paris, Gallimard.

⁵³ WEBER, 2000, *op. cit.*, p. 87.

1.2 Les fonctions non économiques de l'argent

L'argent lui-même est donc un objet matériel, mais aussi une construction sociale, en tant qu'abstraction (support d'une valeur, symbole d'un échange). En outre, encore plus que tout autre objet matériel, il contribue à la construction des individus.

1.2.1 La construction sociale de l'individu par l'argent

La grande majorité des personnes ont accès à l'argent, ne serait-ce que chichement, à tel point qu'en être exclu tend à signifier une « disqualification » en tant qu'individu à part entière, soit pour leur extrême jeunesse, soit pour leur « incapacité mentale » (souvent liée à la sénilité). Dans notre contexte culturel, le « droit » (au sens de norme sociale, mais parfois au sens juridique dans les cas de mise sous tutelle, par exemple) d'avoir et d'user de l'argent « fait » l'individu (moderne)⁵⁴. Et le périmètre de la circulation monétaire circonscrit un espace-temps social largement dominant. Très simplement, que l'on songe à l'accès pour un enfant à l'argent de poche comme entrée dans la vie sociale, et plus encore, comme socialisation, au sens d'un apprentissage des façons d'être en société et des différents rôles que des individus y tiennent en différentes circonstances. De plus, si l'argent permet à l'individu d'être individu, il lui permet surtout d'être cet individu en particulier. En effet, les liens entre « capital économique »⁵⁵ et manières de se construire en tant qu'individu sont des thèmes d'étude classique de la sociologie depuis son origine (via la notion de *classe sociale*), et d'autres approches montrent parallèlement que ce n'est pas seulement une question de quantité mais aussi de provenance⁵⁶.

⁵⁴ Pour un développement théorique autour des liens entre l'individu moderne et l'argent, voir le fameux *Philosophie de l'argent* de Georg SIMMEL (1997 [1900], Paris, PUF) et ses interprétations partielles, telles celles d'André ORLEAN (1992b, « La monnaie comme lien social. Etude de *Philosophie de l'argent* de Georg Simmel », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité), de Maurice BLOCH (*op. cit.*), de Jean-Philippe BOUILLOUD (1999, « Introduction. L'objet caché des sciences sociales », in BOUILLOUD Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), 1999, *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer) ou de Laurence RAINEAU (2004, *L'utopie de la monnaie immatérielle*, Paris, PUF).

⁵⁵ BOURDIEU Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.

⁵⁶ cf. par exemple GAULEJAC (DE) Vincent, 1999, « Argent, estime de soi et dignité », in BOUILLOUD Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), 1999, *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer.

Pour autant, est-ce à dire que notre société se réduit à un marché ? Certes pas, car si la présence et la circulation de l'argent, qui impliquent de mesurer les choses à son aune, fournissent des indices des frontières du processus de marchandisation, le lien n'est pas systématique et encore moins simple (comme nous l'avons montré) ni une hégémonie de la valeur fiduciaire sur les autres valeurs.

1.2.2 Monnaie-valeur vs argent-symbole : deux visions, une réalité

De façon classique, la monnaie⁵⁷ permet de valoriser des choses, matérielles et immatérielles (comme le temps, le travail ou le plaisir) et offre un moyen de les échanger les unes contre les autres. Toutefois, derrière cette évidence, des liens plus complexes entre argent, culture, individu et société se font jour, car l'argent ne sert manifestement pas qu'à acheter des choses ou à faire circuler des biens. Il comporte des dimensions culturelles, des fonctions sociales, et des implications individuelles.

C'est bien entendu, là encore, une question de point de vue : « Une hypothèse très présente dans la tradition économique consiste à voir dans le moyen de circulation, la fonction monétaire cardinale et dans la multilatéralité des échanges qui en est la conséquence, la caractéristique essentielle des économies monétaires. »⁵⁸. Du côté de la sociologie et de l'ethnologie, les travaux s'orientent vers des questionnements autour

- de l'origine de la monnaie⁵⁹,

⁵⁷ Pour Laurence RAINEAU, « Cette distinction [entre monnaie et argent] peut être celle de disciplines et révéler des différences de définitions de ce phénomène social : la monnaie est souvent l'instrument de l'échange, l'équivalent général que nous décrivent les économistes ; l'argent est le lien social, avec toutes sa dimension symbolique, des sociologues ou des anthropologues. L'usage différencié des deux termes peut aussi servir à marquer une rupture, celle de la modernité. » (*op. cit.*, p. 25) ou venir différencier deux mondes (valeurs, pratiques, imaginaires) : celui, « froid », des échanges anonymes et celui, « chaud » des liens personnels, du sensible. Derrière ces choix de qualificatifs, « c'est bien du même phénomène social dont parlent les économistes, les sociologues, les anthropologues ou les psychologues, même si c'est chaque fois sous un angle différent. » (*ibid.*, p. 26).

⁵⁸ ORLEAN André, 1992a, « Introduction », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité, p.2.

⁵⁹ Bernhard LAUM, par exemple, dans un ouvrage intitulé *Argent sacré* publié en 1924, situe la monnaie non pas « dans les nécessités propres aux développements des échanges de marchandises, mais dans la religion et, plus précisément, le sacrifice » (ORLEAN, *ibid.*).

- des conditions d'émergence de ses formes modernes⁶⁰,
- des mécanismes de légitimation d'une monnaie en particulier et de la fonction symbolique de l'argent dans le sentiment d'appartenance culturelle⁶¹,
- du rôle de la confiance dans les relations monétaires⁶²,
- de la place de la monnaie dans les relations marchandes⁶³ et non-marchandes⁶⁴,
- de ses imbrications avec les différents types de liens sociaux⁶⁵,
- de ses usages attendus et de ses emplois détournés⁶⁶,
- des conséquences de ses évolutions matérielles⁶⁷,
- des imaginaires avec lesquels il entre en résonance⁶⁸...

Nous allons travailler ici à la fois sur les métamorphoses des formes matérielles de la monnaie et sur leur place dans la construction sociale de l'argent comme abstraction.

1.2.3 L'argent comme « fait social total »

Du côté de la sociologie et de l'ethnologie, l'argent n'y est pas pris comme une abstraction théorique mais comme un « fait social total »⁶⁹, un « miroir de la société

⁶⁰ Que certains sociologues et anthropologues associent plus à l'idée de dette et d'échange symbolique qu'à celle d'efficacité économique (cf. par exemple POLANYI Karl, 1957 « The economy as an instituted process » in Polanyi K. & Arenberg C. M. (dir.) *Trade and markets in the early empires*, Glencoe, The free press ; DOUGLAS Mary, 1967, « Primitive rationing » in Firth R. (dir.) *Themes in economic anthropology*, London, Tavistock ; SOLINAS Giorgio, 1994, « L'être humain : une valeur qui n'a pas de prix ? », *Terrain* n°23 : Les usages de l'argent).

⁶¹ *Genèses* n°8, juin 1992, Monnaies, valeurs et légitimité.

⁶² SIMMEL, *op. cit.*

⁶³ *Genèses* n°41, décembre 2000, Comment décrire les transactions.

⁶⁴ *Ethnologie Française*, 1998/4, Les cadeaux : à quel prix ?

⁶⁵ ORLEAN, 1992b, *op. cit.* ; CARTIER Marie, 2000, « Le calendrier du facteur. Les significations sociales d'un échange anodin », *Genèses*, n°41 : Comment décrire les transactions ; WEBER, 2000, *op. cit.*

⁶⁶ *Terrain* n°23, 1994, Les usages de l'argent.

⁶⁷ HAESLER Aldo J., 1995, *Sociologie de l'argent et postmodernité. Recherche sur les conséquences sociales et culturelles de l'électronisation des flux monétaires*, Genève, Droz ; CLAM Jean, 2004, *Trajectoires de l'immatériel. Contribution à une théorie de la valeur et de sa dématérialisation*, Paris, CNRS Editions ; RAINEAU, *op. cit.*

⁶⁸ BOUILLAUD et GUIENNE, *op. cit.*

et des hommes »⁷⁰. Ses modes de fonctionnement autant que sa raison d'exister sont à chercher du côté des mécanismes socioculturels profonds qui les soutiennent et les structurent plutôt que du côté d'une soi-disant « rationalité supérieure » de l'*homo aeconomicus* qui peine à se laisser saisir quand il s'agit d'aller voir « sur le terrain » – y compris dans les zones réputées relever de cette logique rationaliste comme les marchés financiers⁷¹.

Ici, l'argent ne se pense pas tant en termes de circulation des biens, d'efficacité, de profit, de capital ou d'épargne, mais en termes de lien social, de confiance, d'appartenance à une communauté, de qualification des objets matériels, de construction de soi et du social dans la culture matérielle.

1.3 La production sociale et culturelle de la marchandise

1.3.1 Les mécanismes microsociaux de marchandisation et de singularisation des objets matériels

Un objet matériel n'a pas de nature intrinsèque et change de statut selon la manière dont il est manipulé et pensé. En dehors du moment *m* de la transaction marchande, il n'y a pas de marchandise en soi. Les plus emblématiques des produits de grande consommation⁷² n'échappent pas à cette « règle ».

Prenons le cas d'une voiture. C'est un objet fabriqué par l'homme, en série, de façon standardisée et massive. Pourtant, quand elle arrive entre les mains d'un propriétaire et qu'elle entre dans sa sphère domestique et familiale (et/ou professionnelle), elle

⁶⁹ KARSENTI Bruno, 1994, *Marcel Mauss et le fait social total*, Paris, PUF, coll. « Philosophies ».

⁷⁰ RAINEAU, *ibid.*, p. 23.

⁷¹ HASSOUN Jean-Pierre, 2000, « Le surnom et ses usages sur les marchés à la criée du Matif. Contrôle social, fluidité relationnelle et représentations collectives », *Genèses*, n°41 : Comment décrire les transactions.

⁷² Les « OCNI », « Objets de Consommation Non Identifié », pour reprendre une expression de Jean-Pierre WARNIER (1999, *op. cit.*, p. 147) désignant « le tout-venant » de la marchandise « standardisée, vendue dans l'anonymat de la grande distribution », qui s'inspire de l'idée d'« Objet Comestible Non Identifié » (FISCHLER Claude, 1990, *L'omnivore*, Paris, Ed. Odile Jacob, coll. « Points », p. 218).

est au centre d'investissements symboliques (statutaires ou sexués par exemple), mais aussi affectifs et physiques qui participent à la fois de la construction d'un individu en tant que tel et du tissage des liens sociaux à différentes échelles. La voiture peut classiquement être l'outil d'une affirmation de réussite sociale ou de virilité, mais elle en dit également long sur les relations interpersonnelles au sein d'une cellule familiale, les manières de fonctionner, le partage des tâches, la répartition des rôles. Après l'achat d'un objet, tout est fait pour lui « ôter son goût d'argent »⁷³, du moins lui ajouter d'autres « saveurs » et le « désactiver en tant que marchandise »⁷⁴.

Le temps est un élément clef de ce processus de « domestication » et d'appropriation, qui permet d'intégrer des objets à « l'espace intime » de son « chez-soi »⁷⁵. Il donne la possibilité de l'attachement à un objet, de l'accumulation des souvenirs « à ses côtés » et « en son sein », mais aussi de la mise en place des habitudes. **Si des processus psychiques sont à l'œuvre dans la transformation d'objets impersonnels en objets personnels, ils sont dépendants et complémentaires du « corps à corps » engagé avec ces objets.** L'appropriation passe aussi par une intégration à un espace encore plus intime, celui du corps en action. C'est dans l'action que prennent sens les objets, que se mettent en place les combinaisons d'objets entre eux, qui font sens également par analogie et par accumulation, voire par effet de « dialogue »⁷⁶, c'est dans l'action aussi que se forment les routines, que s'imposent les cycles, que se dessinent les espaces – et que se façonnent les corps et donc les sujets.

Car plus qu'une intégration à l'espace domestique ou professionnel, l'appropriation d'un objet mène à une intégration à l'espace physique de sa propre personne. Par exemple, quand je suis au volant, « ça conduit » plus que *je* ne conduis : l'action

⁷³ WARNIER Jean-Pierre, 1994, (dir.) *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », p.21.

⁷⁴ *To deactivate it as a commodity* – KOPYTOFF, *op. cit.*, p. 76.

⁷⁵ WARNIER, 1994, *op. cit.*, p. 21 - Pour la description et l'analyse d'un processus similaire sur le lieu de travail, voir Anne MONJARET, 1997, « Etre bien dans son bureau . Jalons pour une réflexion sur différentes formes d'appropriation de l'espace de travail », *Ethnologie Française*, vol. 1.

⁷⁶ Les objets « conversant les uns avec les autres » (WARNIER, 1994, *op. cit.*, p. 21), la proximité physique devient proximité sémantique (ROSSELIN Céline, « La matérialité de l'objet et l'approche dynamique-instrumentale », in WARNIER, *ibid.*, p. 156-60).

devient inconsciente (je n'ai plus à réfléchir pour embrayer et passer une vitesse), très légère et économe en énergie (je peux discuter en même temps), et mes sensations s'étendent à tout l'objet matériel (je « sens » les accélérations et les freinages, voire le volume du véhicule). La dynamique de l'objet finit par être « incorporée » « à titre de prothèse à la conduite motrice »⁷⁷. Il y a « passage d'une relation d'extériorité à un « allant de soi », une relation d'évidence, qui met en jeu de nombreux facteurs : le temps (à travers l'apprentissage et son actualisation dans une situation donnée), l'espace, le *sujet* agissant, les autres humains impliqués dans la situation et l'objet. »⁷⁸. Dans notre exemple, je deviens conducteur, certes pendant le temps même de la conduite, mais aussi sur le temps long de ma vie : j'ai à disposition cette compétence, prête à être réactivée, quitte à être réajustée à d'autres véhicules le cas échéant.

Quant à la voiture, elle n'est « plus la même » non plus. Conduite par le même homme depuis dix ans, pris dans un embouteillage sur l'autoroute du soleil, « remplie » d'enfants qui laissent tomber du soda sur sa banquette et d'un chien qui y a plus d'une fois marqué son territoire, la voiture n'est plus une marchandise, mais un objet du quotidien, un objet personnel et familial, au cœur de la construction des individus. Cependant, si elle est remise à la vente, elle peut le redevenir. Pour cela, il faudra la nettoyer, la réviser, agir techniquement sur son moteur, ses pneus, son tapis de sol ou son cendrier, mais également – et dans le même mouvement – agir psychologiquement sur ses « occupants » pour finalement agir symboliquement sur son statut, « refroidir » la relation de la famille à l'objet, la « dépersonnaliser » pour permettre la séparation. Au temps *t* de la vente, la voiture sera « redevenue » une marchandise.

⁷⁷ WARNIER, 1999, *op. cit.*

⁷⁸ ROSSELIN Céline, à paraître, « Incorporation d'objets », in Bernard ANDRIEU (dir.), *Dictionnaire du corps*, Editions du CNRS.

1.3.2 Le continuum entre sphère marchande et non-marchande

Un objet change durant sa « vie sociale »⁷⁹. C'est observable si l'on s'intéresse à sa « biographie »⁸⁰. On y constate des allers-retours entre différents statuts, des plus anonymes au plus personnalisés, des plus actifs aux plus « relégués », des plus « chauds » aux plus « froids »⁸¹ – selon les actions menées par ou avec cet objet, selon les personnes et les contextes concernés, selon le sens où s'inscrivent et que construisent ces actions.

Le statut de marchandise est donc un statut réversible pour l'objet, résultant de sa production sociale, symbolique et matérielle⁸². De plus, il n'y a pas de frontière nette entre la marchandise et la non-marchandise, mais de constantes négociations, d'incessants réajustements, que la question soit envisagée à l'échelle individuelle, microsociale ou macrosociale. Le cadre théorique établi par Kopytoff⁸³, puis repris et enrichi par Warnier en France⁸⁴, développe **l'idée de continuum entre sphère marchande et non-marchande**, au lieu de la traditionnelle opposition. Deux nébuleuses en signalent les bornes :

- d'un côté, « le marché, l'argent, l'universalité, la valeur d'échange, la série, la standardisation, la permutabilité, l'anonymat, la masse, l'uniformité, l'industriel, le reproductible »,

⁷⁹ APPADURAI Arjun (dir.), 1986, *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.

⁸⁰ KOPYTOFF, *op. cit.*

⁸¹ TINE François et DESJEUX Dominique, 2000, « L'alchimie de la transmission sociale des objets. Comment réchauffer, entretenir ou refroidir les objets affectifs en fonction des stratégies de transfert entre générations », in Isabelle GARABUAU-MOUSSAOUI et Dominique DESJEUX (dir.), *Objet banal, objet social. Les objets comme révélateurs des relations sociales*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers sciences humaines et sociales ».

⁸² Sauf à imaginer que le véhicule soit devenu si exceptionnel qu'un collectionneur désire l'acquérir pour un musée, auquel cas son passage au statut de « patrimoine » devrait le préserver d'un éventuel retour à la marchandise, puisqu'il repose sur l'idée d'inaliénabilité et de communautarisation de la propriété.

⁸³ KOPYTOFF, *op. cit.*

⁸⁴ WARNIER, 1994, *op. cit.*

- de l'autre, le thème de « l'authenticité » – « le singulier, l'unique, le rare, le contingenté, l'original, le non reproductible, l'ancien, le traditionnel, le domestique, le fait-main, le fait-maison, l'aborigène, le légitime, le personnel, l'intime »⁸⁵.

Certains objets sont plus proches d'un pôle ou de l'autre du continuum, mais surtout un même objet peut évoluer au cours de sa vie sous l'influence de déterminants socioculturels – d'où l'introduction du terme de « **marchandisation** »⁸⁶, impliquant une dynamique. Le processus inverse et concomitant est celui de la singularisation : singularisation de l'objet par les individus (manipulation, appropriation, domestication, personnalisation, etc.) et singularisation de l'individu par les objets : chaque personne entre en contact, touche, manipule un certain nombre d'objets – un « répertoire de culture matérielle »⁸⁷, qui le caractérise en tant qu'individu (et tout à la fois l'inscrit dans une culture, via la notion de partage). Les processus sont autant physiques, psychiques que sociaux⁸⁸, ils jouent sur les manières de faire, les techniques, ainsi que sur la fabrication du sens.

1.3.3 Les limites de ce qui est « marchandisable »

Les phénomènes observables à cette échelle microsociale (puisqu'il s'agit d'envisager des objets et des individus en particulier) le sont également, dans une optique légèrement différente, à d'autres échelles plus larges : celle d'un groupe donné, celle d'une société et d'une époque ou celle d'une culture. D'abord parce que la qualification d'une catégorie d'objets en marchandises potentielles, autrement dit le travail symbolique et matériel de leur entrée sur un marché, se « décide » bien souvent collectivement ; ensuite parce que l'idée de singularisation par un « répertoire de culture matérielle » fonctionne aussi pour un groupe.

Dans le temps long de l'histoire, certains éléments sont entrés et sortis de cette sphère de la marchandise (potentielle). L'être humain lui-même a été et demeure au

⁸⁵ *Ibid.*, p. 179.

⁸⁶ *Commoditization* chez KOPYTOFF, *op. cit.*

⁸⁷ WARNIER, 1999, *op. cit.*

⁸⁸ MAUSS, *op. cit.*

cœur de « négociations » quant à sa catégorisation dans un pôle ou l'autre. Cela paraît provocateur de poser la situation en ces termes, car on voudrait tenir pour acquis – presque pour « naturel » – sa classification du côté de l'inaliénable. Pourtant, l'esclavage fut une réalité massive (et socialement « assumée ») durant des siècles : il s'agit bien là de considérer l'homme comme une marchandise (et non plus seulement sa force de travail). Il continue à poser problème dans de nombreuses parties du globe, y compris les plus « modernes ». La prostitution peut également faire partie des questionnements liés à ce thème (bien qu'elle puisse également être envisagée comme travail du point de vue du « producteur » ou comme service du côté du « consommateur »), de même que le trafic d'organes, le « don » d'ovocytes, les mères porteuses, ou le dépôt de brevet dans la recherche génétique⁸⁹. Le domaine de la santé en général pose problème⁹⁰.

1.3.4 Le cadrage social et culturel de la marchandise

Même si ces différentes questions ne s'envisagent pas sur le même plan, elles se trouvent à la croisée des chemins entre le respect de la personne humaine et les limites de l'extension du processus de marchandisation. Elles mettent en jeu et combinent des éléments très abstraits, comme l'éthique ou la propriété intellectuelle, aussi bien que des éléments concrets et physiques comme certains aspects de la relation sexuelle ou de la conservation et de la circulation de « morceaux de vivant ».

Elles se trouvent ainsi enchâssées dans du culturel et du social : qu'est-ce qui est vendable ? Qu'est-ce qui est achetable ? Que peut-on, en tant que communauté et/ou en tant qu'individu, laisser entrer dans la grande ronde des choses auxquelles il est possible de donner plus qu'une valeur : un prix ? Quelles sont les conditions symboliques et matérielles qui permettent de qualifier un échange en transaction marchande et de l'extraire du vol, de la spoliation, du trafic, etc. ?

⁸⁹ Par exemple, en septembre 2001, la procédure d'opposition engagée par l'Institut Curie auprès de l'Office Européen des Brevets (OEB) contre la société Myriads Genetics détenant le monopole des brevets sur les tests génétiques de prédisposition aux cancers du sein et de l'ovaire est venue interroger la légitimité de la propriété privée appliquée à la recherche médicale.

On retrouve les deux éléments de l'équation unissant des objets matériels et une culture donnée :

- la production matérielle et symbolique des biens est une production sociale et culturelle ;
- l'ensemble de ces biens et la manière dont ils sont qualifiés et manipulés définissent en retour une culture et pointent son fonctionnement social.

Pour reprendre Jean-Pierre Warnier, « les objets ne sont pas uniquement la matérialisation d'un sens qui serait donné a priori ou a posteriori », « ils font aussi culture » et « la relation que l'homme entretient avec eux participe à sa propre constitution en tant que sujet individuel, social et culturel »⁹¹.

1.4 Les différentes modalités matérielles et sociales de l'argent et de la marchandise

L'argent, le marché et la marchandise ne sauraient s'envisager au singulier : ils impliquent à la fois la monnaie et ses usages, dont les échanges marchands, et ceux-là mêmes se déclinent selon différentes modalités matérielles et sociales. De plus, selon l'approche par laquelle ils se trouvent analysés, ces phénomènes donnent à voir différentes facettes de leur réalité.

En termes d'évolution récente, le discours économique soutient l'idée d'une abstraction de plus en plus forte de la monnaie, et « l'air du temps » tourne ses projecteurs vers les formes les plus désincarnées de commerce. Dans les deux cas, les nouvelles technologies (du virtuel) seraient au cœur du processus de « dématérialisation » des marchés et des actes d'achat. Ce sont plus précisément

⁹⁰ Cf. par exemple l'ouvrage de Jean GADREY, *Nouvelle économie, nouveau mythe ?* (2000, Paris, Flammarion), où l'auteur mène une réflexion sur les limites de la mise en marché de biens immatériels tels que la cohésion sociale et territoriale, la santé ou l'environnement.

⁹¹ WARNIER, 1999, *op. cit.*, avant-propos.

ces questions qui vont à présent être éclairées, à la lumière du regard alternatif (au discours économique dominant) qui a été développé ici.

Chapitre 2 - Une « dématérialisation » de la monnaie ?

La « dématérialisation » de la monnaie est chose acquise pour les milieux financiers, économiques, et largement médiatiques. Ou, pour être plus exact, elle serait en cours, selon une évolution *inexorable* généralement ressentie et interprétée comme un *progrès*. Derrière cette idée, se trouvent pêle-mêle des éléments historiques comme l'émergence de la lettre de change et des phénomènes plus récents liés à l'arrivée des nouvelles technologies dans la banque et chez les commerçants. Quelles réalités recoupe cette « dématérialisation » ? Que dit de notre rapport à l'argent la cristallisation des discours autour de cette notion ? Que se passe-t-il concrètement et symboliquement au niveau des consommateurs ?

Au travers d'exemples précis, nous tentons d'analyser les liens entre monnaie, imaginaire et matérialité et de comprendre la place prise dans les usages par les moyens les plus « modernes » de paiement. L'étude du passage à l'euro permet de porter le regard sur les dimensions concrètes d'un changement de monnaie pour ses usagers, et ainsi de mesurer les implications symboliques d'une matérialité vécue quotidiennement par un groupe. Dans un autre registre, nous cherchons à comprendre les implications du « goût » des Français pour la carte bancaire, ce qu'il change dans leur rapport à l'argent et à la consommation.

2.1 La « dématérialisation » de la monnaie : des discours aux « réalités »

2.1.1 La « dématérialisation » de la monnaie comme discours dominant

La « dématérialisation » supposée de l'argent, ou plus exactement de la monnaie, est en général présentée dans une logique de progrès historique. Alliée à l'innovation technologique autour d'une construction dans le temps d'un monde de plus en plus détaché des contingences physiques, qu'elles soient

matérielles ou corporelles, elle apparaît non seulement comme une suite logique d'un mouvement répondant au principe d'efficacité, mais également comme un mouvement aussi irrépressible que souhaitable. Pour reprendre les mots de Laurence Raineau, auteur de *L'utopie de la monnaie immatérielle*, quand elle analyse le discours économique dominant, « il y aurait donc un « destin » de la monnaie à se dématérialiser »⁹². Pour illustration, l'ouvrage collectif publié par l'OCDE et intitulé *L'Avenir de l'argent* débute par cette assertion : « Le destin de l'argent est de devenir numérique »⁹³. **Il y a une véritable croyance des sciences économiques en une évolution de la monnaie vers toujours plus d'abstraction et toujours moins de matérialité.**

Les travaux d'anthropologues et de sociologues offrent des interprétations distinctes, parfois concurrentes et contradictoires de telles analyses. Par exemple, comme nous l'avons déjà souligné, les avis divergent sur l'origine même de la monnaie, qui se trouve alternativement envisagée comme une réponse moderne – et pour ainsi dire « civilisée » – à un désir de fluidifier et d'élargir la sphère des échanges, et notamment la circulation des biens, et comme une donnée quasi universelle et ahistorique, dans son principe tout du moins, lié au don, à la dette, et au sacrifice – autrement dit au lien social et au symbolique.

Cependant, au vu de la différence de poids de ces discours, et malgré leur égale légitimité scientifique, ils ne sont pas à envisager sur un même plan quant aux « effets de théorie » qu'ils peuvent produire sur la réalité : l'influence du paradigme économique est supérieure à celle du paradigme sociologique. La science économique, nous l'avons vu, est une véritable « mythologie » pour l'opinion⁹⁴, qui s'en trouve imprégnée par un effet de large médiatisation et par un effet d'imitation des classes sociales dominantes (aux plans économiques, sociaux et/ou symboliques, via les politiques par exemple). De plus, lorsqu'elle s'empare de la question de l'argent, elle est au cœur de sa zone d'influence. C'est pourquoi Laurence Raineau parle d'« utopie », pour souligner tout à la fois les dimensions

⁹² RAINEAU, *op. cit.*, p. 27.

⁹³ *L'avenir de l'argent*, 2002, OCDE, p. 7.

⁹⁴ BLOCH, *op. cit.*

irréaliste et irréalisable du projet et sa puissance transformatrice : « L'utopie de l'argent immatériel est ainsi celle d'un projet qui transforme la monnaie, même si elle ne crée pas ce qu'elle dit ou ce qu'elle croit »⁹⁵.

Car si l'argent et ses usages ne se sont en rien extraits du social et de sa part matérielle, ils ont effectivement évolué, encadrés, légitimés, stimulés par cet imaginaire : « [la « dématérialisation »] est le discours qui accompagne, justifie et impulse la dématérialisation de l'argent. »⁹⁶. Et ce phénomène n'est pas spécifique à l'argent : au sens où il concerne d'autres domaines de la vie sociale – « La monnaie suivrait en cela un mouvement général d'abstraction qui caractériserait notre société et qui serait impulsé par les technologies du virtuel » (*ibid.* 18)⁹⁷, et au sens où le processus d'évolution est « classique » – les actions se tournent vers un modèle idéal, sont portées par les représentations qui les enchâssent. L'imaginaire sert de cadre « facilitateur » à la prise de décision et au passage à l'action⁹⁸.

2.1.2 Des changements bien « réels » : métamorphoses de la matérialité monétaire

Certes des changements ont eu lieu : « Les monnaies virtuelles et électroniques prennent une place croissante dans nos règlements. L'argent immatériel domine largement les flux monétaires puisque la monnaie scripturale représente aujourd'hui en valeur l'écrasante majorité des transactions (plus de 80%). L'argent devient donc invisible, intangible, nous échappe puisqu'il ne passe plus d'une personne à l'autre mais d'un compte à l'autre. Et plus encore, même les instruments permettant le transfert de la monnaie scripturale se dématérialisent et ne circulent plus entre nos mains : le chèque, le titre interbancaire de paiement (TIP), l'effet de commerce sont

⁹⁵ RAINEAU, *op. cit.*, p. 16.

⁹⁶ *ibid.*, p. 27.

⁹⁷ Cf. BRETON Philippe, 1992, *Utopie de la communication. L'émergence de « l'homme sans intérieur »*, Paris, La Découverte.

⁹⁸ DESJEUX, 2003, *op. cit.* ; sans entrer en contradiction avec l'idée selon laquelle une part des significations est produite en retour par les actions, la part « sensible » pour ainsi dire.

par exemple maintenant fréquemment remplacés par des instruments automatisés, comme le prélèvement automatique, le téléversement ou le paiement par carte. »⁹⁹.

Mais qu'entend-on par « dématérialisation » de la monnaie ? Cette notion englobe différents phénomènes : ils touchent aussi bien à la notion abstraite de monnaie et aux liens théoriques qui l'unissent à un quelconque référent matériel qu'aux formes matérielles de l'argent dans le contexte des échanges et/ou du « stockage », qui sont de plus en plus « invisibles ».

- Le premier point met en jeu l'histoire de la monnaie, son interprétation en tant qu'abstraction, son fonctionnement en tant que système ; on y interroge notamment l'idée de « déréférencialisation » (détachement du référent matériel), dont un événement marquant fut la fin de la convertibilité-or en 1971¹⁰⁰.
- Le second aspect de la question concerne la « déréalisation » de l'argent, car nous focalisons notre propos sur le consommateur. Toutefois, ce dernier est aussi bien concerné par les changements des outils à sa disposition que par l'évolution des usages qu'il en fait.

Nous nous concentrons ici plutôt sur ce second aspect de la question.

A un premier niveau, une certaine « dématérialisation » a consisté à désolidariser la valeur d'usage d'un objet matériel de sa valeur en tant que marchandise : c'est le principe même de la monnaie¹⁰¹ – il n'y a pas pour 100 euros de papier dans un billet de 100 euros. Seule une crise monétaire, par exemple en temps de guerre, peut redonner une visibilité toute tragique à ce lien : Maurice Bloch évoque par exemple l'époque où les pièces de cinq francs étaient récupérées et fondues pour leur valeur en métal¹⁰². Dans le sens inverse, la polémique actuelle sur la suppression éventuelle des piécettes de un et deux centimes d'euro repose en partie sur le fait que ces « sous » valent moins en valeur faciale qu'elles ne coûtent à produire.

⁹⁹ RAINEAU, *op. cit.*, p. 15.

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 17.

¹⁰¹ Notons toutefois que l'argent peut avoir le statut de marchandise : les étrennes, le chèque cadeau, la liste de mariage (*Ethnologie Française*, 1998/4, Les cadeaux : à quel prix ?).

¹⁰² BLOCH, *op. cit.*, p. 8.

A un deuxième niveau, des supports ont rompu le lien proportionnel entre la valeur véhiculée et le nombre d'éléments matériels transportés. Pour le dire simplement, il faut plus de pièces et de billets pour constituer une grosse somme qu'une petite somme¹⁰³, alors qu'un chèque ou une carte bancaire gardent la même forme matérielle qu'elle que soit la somme « portée ». Cela existe depuis la lettre de change, mais la miniaturisation et l'électronique ont contribué à la généralisation du phénomène.

A un troisième niveau, les nouvelles technologies ont apporté une dimension supplémentaire à ces supports que l'on pourrait dire « à matérialité constante et valeur ajustable », en ajoutant à cette caractéristique le « court-circuitage » de l'espace-temps. La valeur est non seulement ajustable, mais le support matériel est réutilisable à l'infini, pour ainsi dire : un chèque s'utilise une fois, il faut écrire dessus avec un stylo, le poster pour le faire voyager, attendre qu'il arrive, qu'il soit enregistré, etc. ; une carte bancaire automatise une partie des actions et surtout ne change pas d'espace-temps avec son contenu. Autrement dit, ses déplacements se limitent à des courts parcours entre mon portefeuille et certains terminaux, alors que la somme d'argent se retrouve instantanément « ailleurs ». Ceci est lié au phénomène de la monnaie dite « scripturale » : des mouvements peuvent s'opérer de compte à compte, sans mettre en jeu aucune circulation physique de monnaie, quelle qu'elle soit.

Pourtant, à première vue, quoi de plus évident que l'argent dans la vie quotidienne ? Une fois la paye versée sur son compte en banque, autrement dit une fois son salaire « gagné », parfois « à la sueur de son front », le consommateur lambda (qui est aussi généralement un travailleur, et au-delà un individu, un sujet) va se nourrir (régler le pain avec de la menue monnaie, le restaurant avec un chèque déjeuner, le supermarché avec une carte à l'enseigne du magasin, etc.), se loger (envoyer le chèque du loyer au propriétaire), payer les factures (signer un RIB et le faire parvenir à EDF ou France Télécom), éventuellement rembourser des crédits (par débit automatique), mais aussi (se) faire plaisir, par exemple en jouant ou en faisant « chauffer la carte bleue » durant les soldes ou à Noël, et pourquoi pas se montrer

¹⁰³ Bien que la variabilité des valeurs faciales des pièces et des billets contribue à complexifier la

solidaire, que ce soit en « donnant la pièce » en bas de chez lui ou en signant un ordre de virement permanent à une association humanitaire...

Selon une catégorisation qui relève de critères non objectifs, certains de ces éléments sont considérés comme « matériels » – pièces, billets – d'autres comme « immatériels », par exemple la carte bancaire. Il y a souvent une confusion entre usages des nouvelles technologies et imaginaire du virtuel. Mais si l'on se place du point de vue des pratiques de la vie de tous les jours, une constatation s'impose : la monnaie comporte une dimension matérielle indéniable, tout à fait tangible, qui se concrétise dans une diversité d'objets peut-être jamais atteinte.

2.1.3 L'irrépressible présence des objets matériels et des corps en action

L'évolution concomitante des formes matérielles de ces objets et des liens abstraits qui les articulent au concept de monnaie s'est inscrite dans un paradigme de type économique, dont l'idéologie a reposé sur la croyance en une trajectoire linéaire de l'argent vers toujours plus de fluidité pour toujours plus d'efficacité – et toujours « moins de matérialité », sans que l'on puisse véritablement parvenir à saisir où se jouerait cette « disparition ». Le débat se noue aux niveaux des interprétations « savantes » de la question. Mais il concerne aussi directement les utilisateurs, car ce sont ces interprétations qui guident leurs actions, ou tout du moins étayent – pour partie – le sens qu'ils peuvent leur attribuer.

Toutefois, en restant centré sur les usages, force est de constater qu'ils engagent tous sans exception des objets matériels et des corps en action. Les outils liés à l'informatique n'échappent en rien à la règle. Bien au contraire, la quantité et la complexité des objets matériels et des technologies qu'ils impliquent sont sans précédent. Ils ne sont en aucun cas détachés d'une quelconque matérialité : que l'on songe seulement aux satellites placés en orbite ou aux « tuyaux » posés au fond des océans pour assurer les télécommunications, ou même tout simplement à l'électricité et au pétrole nécessaires au bon fonctionnement de tout le système (et des sociétés

« proportionnalité » du lien.

les plus industrialisées en général). Les techniques liées à une soi-disant « dématérialisation » de la monnaie, tout comme les techniques de communication et les techniques du vivant analysées par Alain Gras, « ne se séparent [pas] de leurs contenus matériels. Les unes et les autres ont un énorme besoin d'appareils de toutes sortes et d'une puissance motrice qui les rendent efficaces »¹⁰⁴. Selon un lien indéfectible, apparaissent en miroir des corps en action – des sujets –, qui produisent et manipulent tous ces objets, leur donnent « vie » en les utilisant, ou plutôt, se donnent vie à eux-mêmes, en tant qu'individus et en tant que société.

Deux exemples vont à présent venir enrichir le propos : le cas du passage à l'euro va permettre d'envisager les liens entre matérialité, lien social et culture quand il s'agit d'argent. L'analyse de la carte bancaire ouvre à la compréhension des différents usages des différentes formes de monnaie dans la vie quotidienne.

2.2 Le passage à l'euro : « palper » la nouvelle monnaie, matérialiser une communauté

Si le discours sur une « dématérialisation » en marche de la monnaie se fait entendre de manière très forte quant à l'analyse des évolutions de l'argent, qui tend à présenter sa matérialité actuelle comme purement « résiduelle » dans l'échange, « un exemple récent étaye plutôt la thèse inverse. Le passage à l'euro, en effet, ne s'est réalisé dans les esprits et dans les faits que par l'argent matériel (manuel). L'euro a même connu un processus tout à fait inédit et totalement inverse à celui que nous suggère le discours sur la dématérialisation (...) »¹⁰⁵.

2.2.1 Changer de culture matérielle, changer d'habitudes

La fin de l'année 2000 fut marquée par une effervescence autour de l'imminent « passage à l'euro ». Les discussions se trouvaient émaillées de prises de position

¹⁰⁴ GRAS Alain, 2003, *Fragilité et puissance*, Paris, Fayard, p.75.

¹⁰⁵ RAINEAU, *op. cit.*, p. 19.

diverses, de l'enthousiasme pour une monnaie européenne qui allait signer l'émergence d'une véritable communauté culturelle aux réflexions par principe réfractaires au changement, en passant par de longues tergiversations autour des meilleures techniques de conversion mentale et l'aveu de petites angoisses quant au bouleversement des habitudes quotidiennes. On s'inquiétait surtout pour les personnes âgées, dont certaines en étaient encore aux « anciens francs ».

Les pouvoirs politiques tâchaient de prendre toutes les précautions pour encadrer le « choc » symbolique et matériel associé au changement de monnaie. Rien n'était acquis. D'autant moins que l'euro comme unité de compte et moyen de paiement, mis en place depuis 1999, autrement dit sous sa forme immatérielle (monnaie scripturale convertible aux monnaies nationales), n'avait suscité – c'est un euphémisme – qu'un intérêt très relatif¹⁰⁶.

Aux alentours de Noël, l'excitation était palpable. Une certaine effervescence autour de la question semblait pouvoir laisser croire à une posture d'accueil de la nouvelle monnaie plutôt positive. L'enjeu tournait autour du changement d'habitudes : habitudes mentales, quant à l'évaluation des prix et des coûts en général, habitudes corporelles pour ce qui concernait les capacités à distinguer et à manipuler les pièces et les billets. On peut penser ici aux travaux de Bessy et Chateauraynaud¹⁰⁷ sur l'engagement du corps et de ses sens dans les procédures d'expertise, qu'elles soient le fait de professionnels ou d'amateurs. Le corps, ses techniques et ses compétences sont au cœur des mécanismes d'authentification menant notamment à l'instauration d'une confiance dans un système.

De nombreux éléments de culture matérielle sont apparus à cette occasion, la plupart pour soutenir la transition et aider à l'apprentissage cognitif et physique de la nouvelle monnaie, considéré comme la base de la réussite du changement. Les institutions publiques placardaient depuis longtemps des affiches représentant pièces et billets. On a vu, dans un autre registre, arriver tout un tas de calculettes, convertisseurs et autres porte-monnaies à cases (à chaque pièce son logement).

¹⁰⁶ Seul 0,5 % des échanges se sont fait en euros sur la période janvier 1999-décembre 2001 (RAINEAU, *op. cit.*, p. 19).

¹⁰⁷ BESSY Christian & CHATEAURAYNAUD Francis, 1993, « Les ressorts de l'expertise. Epreuves d'authenticité et engagement des corps », *Raisons Pratiques*, n° 4 « Les objets dans l'action », Paris, EHESS.

Certains étaient des produits à la vente, marchandises éphémères surgies pour l'occasion ; la plupart constituaient des cadeaux publicitaires offerts par les banques ou les commerçants.

Outre les « gadgets » donnés, échangés, offerts entre vendeurs et clients, entre collègues, entre amis ou en famille, de nombreux cadeaux de forme plus conventionnelle ont circulé lors des fêtes. Il y a eu des jeux mettant en scène la nouvelle monnaie, dont une version du plus emblématiquement « capitaliste », le Monopoly. On a vu également un grand nombre d'albums, de pochettes, de divers réceptacles pour collections : les numismates ont pu s'en donner à cœur joie et le nombre des amateurs de cette « marotte » a certainement explosé pour l'occasion. La « chasse » aux pièces étrangères a constitué un usage détourné de la monnaie, mais aussi une façon ludique de faciliter son acceptation, en donnant une possibilité de dédramatiser son apprentissage et sa connaissance concrète, de discuter et d'exorciser quelque peu le changement. Elle a également offert une occasion à des individus de différentes générations d'échanger – verbalement et matériellement – autour de cette monnaie. Pour un temps, pendant quelques mois peut-être, une solidarité, au sens strict du terme, a existé entre individus rassemblés autour d'un problème commun à la fois très symbolique et très palpable : « Ce qui est frappant, c'est que, quoique les théoriciens s'efforcent de comprendre l'argent de manière toujours plus abstraite ou virtuelle, ses utilisateurs, eux, refusent cette abstraction et font tout pour le retransformer en chose concrète. »¹⁰⁸.

2.2.2 La matérialité monétaire comme symbole « vécu » de la communauté

En théorie, une façon de résoudre le problème concret aurait pu constituer en le parachèvement du processus de « dématérialisation » de la monnaie. D'aucuns pensaient que quitte à opérer un changement, on aurait pu faire d'une pierre deux coups en finissant par « tuer » la monnaie « sonnante et trébuchante ». Pourtant, ce ne fut pas le cas. Pour quelles raisons ? « Il semble que la réponse soit dans la force du symbole que représente la matérialité de l'argent. Celle-ci serait justement

¹⁰⁸ BLOCH, *op. cit.*, p. 8.

apparue au grand jour avec l'euro. Cette force du symbole était en effet bien insoupçonnée par la plupart des observateurs puisque de fortes « résistances » et difficultés d'adaptation étaient attendues pour janvier 2001 (sur la base de l'absence d'intérêt et de désir qui était manifestée à l'égard de l'euro virtuel). Or, si le passage à l'euro n'a pas posé les problèmes anticipés, ce n'est pas en raison d'une soumission docile des populations concernées, mais grâce à une curiosité et un désir de recevoir, toucher, donner ces pièces et billets, que l'on n'avait pas pu prévoir. C'est par la matérialité, et l'engagement corporel qu'il suppose, que l'euro a pu exister, c'est-à-dire être reconnu comme monnaie. Il y a aussi une conscience d'appartenance à une communauté (qui devenait concrète par les pièces et les billets) car l'euro c'est la présence de l'Europe dans le corps à corps (entre les corps) , dit J. Birouste. Les pièces et billets rendaient présente la communauté entre les hommes concrets. Ils en étaient le symbole. »¹⁰⁹.

Le corps comme l'esprit étaient impliqués. C'est de tout son être qu'il fallait affronter une évolution pour ainsi dire « obligatoire ». On a pu voir à l'œuvre le double mécanisme de structuration des pratiques par des représentations préexistantes et de génération de contenus symboliques par et dans l'action. Car de cette déclinaison monétaire européenne, ou plus exactement de l'engagement physique et psychique qu'elle a demandé, s'est construit une forme de sentiment d'appartenance communautaire – y compris à l'échelle européenne. De façon révélatrice, les britanniques, qui ne participaient pas à « l'aventure », se sont sentis et ont été considérés comme « exclus » – tout du moins peut-on dire qu'une frontière symbolique fut tracée entre ceux qui en étaient et ceux qui n'en étaient pas.

Le partage effectif, vécu « dans sa chair », d'une culture matérielle commune, unifiée et aussi forte symboliquement que l'argent – ce « bien collectif » pour reprendre les termes de Michel Aglietta et Christian de Boissieu¹¹⁰ –, est à la source de mécanismes d'identification au groupe. Pour André Orléan, « La légitimité d'une monnaie ne peut être saisie en dehors du système de valeurs qui structure une

¹⁰⁹ RAINEAU, *op. cit.* , p. 20, citant Jean Birouste, intervention au colloque « L'argent », centre Pompidou, 1^{er}-2 février 2002.

¹¹⁰ AGLIETTA Michel et DE BOISSIEU Christian, 1992, « L'émergence de la monnaie européenne », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité.

société donnée : la monnaie exprime cette communauté de croyances qu'elles soient religieuses, politiques ou économiques. Elle acquiert sa qualité de monnaie précisément en tant qu'elle est matérialisation de ces valeurs sociales. »¹¹¹. Et dans la mesure où la matière implique les corps en action sur elle, le « passage à l'euro comme prise de conscience « populaire » de l'entité européenne à travers la dimension concrète des pièces (alliage, choix du nom, présence de l'autre matérialisée par la face nationale de la pièce dans l'échange autochtone, débats sur les emblèmes choisis sur cette même face, etc.) montre comment la tendance à la dématérialisation, pourtant à l'œuvre dans la vision économique présidant aux destinées de l'Europe, a dû céder le pas devant cette nécessité qu'une communauté ne saurait se former sans la rencontre des corps et l'intermédiaire d'éléments matériels. L'usager « rend » à la monnaie ce que l'utopie de la dématérialisation semble vouloir lui retirer. »¹¹².

La « datation » du passage effectif à la monnaie européenne au moment de la mise en place des espèces et non de son avènement « immatériel » montre bien que la volonté politique ne suffit pas à créer la monnaie, mais que seul son usage réel, physique, en signe la « réalité ». Pour Laurence Raineau, « une monnaie n'est monnaie que parce que l'ensemble de ceux qui constituent une société accepte de la recevoir comme ce qui est commun à tous (et donc de la transmettre à nouveau). C'est pourquoi, même si la monnaie est émise par des banques, des institutions financières ou des Etats, elle est en réalité toujours créée par les acteurs sociaux qui la font circuler (l'acceptent et la transfèrent). Ainsi, ils ont pu refuser certaines formes immatérielles de monnaie (particulièrement dans le commerce électronique)¹¹³. Toutefois, il serait plus juste de parler d'une capacité créatrice des acteurs que d'une puissance d'opposition. Si la monnaie reste matérielle, c'est donc parce que la forme

¹¹¹ ORLÉAN, 1992a, *op. cit.*, p. 2.

¹¹² POIROT-DELPECH Sophie, 2004, « Préface », in Laurence RAINEAU, *L'utopie de la monnaie immatérielle*, Paris, PUF, p. 11.

¹¹³ Voir l'article de Zachary TUMIN concernant notamment le rejet des jetons électroniques comme cybermonnaie, mais aussi les autres « résistances » aux nouvelles technologies de paiement (2002, « Les futures techniques de paiement », *L'avenir de l'argent*, Paris, OCDE).

d'une monnaie n'est pas le produit d'une construction institutionnelle, mais ce qui émerge de l'ensemble des représentations et croyances collectives. »¹¹⁴.

2.2.3 Monnaie, matérialité, corps, lien social et culture

Finalement, le passage à l'euro et la place centrale qu'y a occupé la confrontation physique à ses formes matérielles montre à quel point une monnaie est avant tout matérialité. Pour être ressentie comme légitime par un peuple – le seul moyen pour elle d'exister – une monnaie doit être appropriée symboliquement et physiquement, et pour cela s'intégrer aux routines constitutives des sujets. Il s'agit de l'« apprendre par corps¹¹⁵ », de la partager en tant que culture matérielle, et du même coup d'entrer de plain-pied dans le système abstrait qui la sous-tend, fondé sur la confiance en l'institution qui la gère mais aussi sur les liens sociaux qui le sous-tendent autant qu'ils s'y construisent.

Les espèces, même lorsqu'elles ne constituent pas – ou plus – la forme dominante d'une monnaie, quantitativement, n'en demeurent pas moins l'épine dorsale : la matérialité « agie » se fait symbole.

¹¹⁴ RAINEAU, *op. cit.*, p. 177.

¹¹⁵ Selon la formule heureuse de Sylvia FAURE, *op. cit.*

Chapitre 3 - La carte bancaire et le e-commerce : de l'emploi des « outils » monétaires

A présent, nous allons décaler quelque peu le regard, de la monnaie comme entité à la monnaie comme pluralité : pluralité des formes, pluralité des usages, pluralité des significations. Le passage à l'euro fut révélateur de l'inébranlable centralité du « liquide » dans la construction de la crédibilité d'une monnaie, mais l'étude de ses concrétisations et de ses emplois ramène un degré de généralisation : quelle que soit la monnaie (au sens de francs, pesetas, livres sterling, etc.), les mécanismes régulant les pratiques présentent des similarités. De fait, le consommateur « ressurgit » alors, à la fois dans l'esquisse de ses utilisations de tel ou tel outil monétaire (« cash », chèque, carte bancaire, virement, etc.) et des représentations qu'il s'en fait, mais aussi dans la place qu'il prend dans une relation marchande emblématique de ladite « invisibilisation »¹¹⁶ de la monnaie, celle qui se noue dans le e-commerce – si l'on peut encore parler de « relation marchande ». C'est là tout l'enjeu.

3.1 Différentes formes monétaires pour différents emplois

3.1.1 Plusieurs budgets, plusieurs monnaies selon les destinations

Maurice Bloch, dans son introduction au numéro de *Terrain* consacré aux usages de l'argent¹¹⁷, développe l'idée d'une corrélation entre formes de la monnaie et usages, et remet en cause l'attachement exclusif de ce lien aux cas des sociétés dites « traditionnelles ». Se fondant sur les travaux de Viviana Zelizer¹¹⁸, il explique :

¹¹⁶ HAESLER, *op. cit.*

¹¹⁷ BLOCH, *op. cit.*

¹¹⁸ ZELIZER Viviana, 1994, *The social meaning of money*, New York, Basic Books.

« même dans un pays comme les Etats-Unis, où l'esprit commercial règne en maître, les implications prétendument logiques de la monnaie, et plus particulièrement la façon dont elle devrait réunir et unifier tous les revenus et toutes les dépenses, ne se retrouvent pas dans la réalité. En effet, les gens se constituent des fonds différents qu'ils réservent à des emplois bien spécifiques : certains sont destinés aux dépenses concernant les loisirs, d'autres aux enfants, d'autres encore aux dépenses liées à la maison, etc. Ils opèrent donc avec une monnaie unique de la même manière que les peuples non industrialisés, qui sont supposés utiliser un jeu de monnaies différentes selon les usages qu'ils leurs destinent. Aux Etats-Unis, nous retrouvons également des dépenses qui n'ont qu'une fonction sociale (...) »¹¹⁹. Tout se passe comme si le « feuilletage » par postes des dépenses du foyer était plus qu'une simple budgétisation : elle indique une correspondance entre différenciation de la monnaie et usages.

En allant plus loin, on constate également que les formes matérielles de ces diverses enveloppes monétaires varient selon les objectifs. Parfois, plusieurs « monnaies » circulent simultanément, monnaies « monétaires » et autres valeurs d'échange. Pour exemples ethnographiques, Frances Pine analyse en Pologne la survivance jusqu'à une période récente d'une économie où trois sphères coexistent, l'une activée par des échanges non monétarisés, une autre par des zlotis, et une troisième par des dollars¹²⁰. Myriam Hivon, dans un article intitulé « Payer en liquide . L'utilisation de la vodka dans les échanges en Russie rurale »¹²¹, décrit l'imbrication d'une monnaie « non monétaire » dans un système d'échanges local. Nous avons déjà déconstruit le lien d'évidence entre transactions marchandes et argent : l'échange marchand s'inscrit dans un réseau complexe d'échanges marchands et non-marchands, monétaires et non-monétaires.

¹¹⁹ BLOCH, *op. cit.*, p. 7.

¹²⁰ PINE Frances, 1994, « Maintenir l'économie domestique. Travail, argent et éthique dans les montagnes polonaises », in *Terrain* n°23 : Les usages de l'argent ; Maurice BLOCH, dans sa présentation du texte, précise : « Chacune de ces sphères concerne divers biens et services, est réglementée par une moralité différente, est autonome jusqu'à un certain point. Chacune est accompagnée d'associations esthétiques et politiques contrastées » (*op. cit.*, p. 9).

¹²¹ HIVON Myriam, 1998, « Payer en liquide . L'utilisation de la vodka dans les échanges en Russie rurale », in *Ethnologie Française*, 1998/4, Les cadeaux : à quel prix ?

A présent, il s'agit de s'intéresser au recours à différentes formes matérielles d'une même monnaie selon les usages et les destinations.

3.1.2 Les contraintes techniques et sociales de l'usage des « outils » monétaires

En France, certaines contraintes que l'on pourrait qualifier d'« extérieures » du point de vue du consommateur, dans la mesure où elles sont imposées par l'offre, viennent baliser le recours à telle ou telle forme monétaire – que ce soit dans le cadre de la monnaie comme mode de paiement, ou de la monnaie comme mode de capitalisation. Par exemple, ce sont des ordonnances légales qui régissent les taux des différents comptes d'épargne et des différents crédits, destinés exclusivement au financement de tel ou tel investissement¹²². Pour ce qui concerne la monnaie en tant que mode de paiement, il est classique dans les boutiques de voir accepter la carte bancaire au-delà d'une certaine somme seulement (usuellement 15 euros) et le chèque en-deçà d'une certaine somme, qui peut varier, et sous certaines conditions comme la présentation d'une pièce d'identité – sans compter les cas où il est proprement et simplement refusé. De façon similaire bien que moins coercitive, le consommateur est vivement « encouragé » à régler ses factures de téléphone portable par prélèvement automatique, et le patient ses prestations médicales directement par carte Vitale.

Il existe toute une série de situations de la vie quotidienne où le consommateur – et de façon générale l'usager d'argent – n'a pas véritablement le libre choix de son mode de paiement. Presque toutes en fait, si l'on veut bien considérer en plus des contraintes « visibles » toutes les contraintes plus implicites, qui relèvent de questions d'usages – justement – et qui se trouvent plus ou moins intériorisées, voire plus ou moins incorporées. Les processus de socialisation mettent au cœur de leur « travail » les manières d'agir dans les relations avec ses pairs. Les relations marchandes y apparaissent comme une sorte de « zone franche », au double sens

¹²² On peut penser au Plan Epargne Logement ou au crédit à taux zéro destiné à l'investissement immobilier, récemment amendé.

où elles sont censées neutraliser la dimension interpersonnelle du lien et où elles sont « surjouées », comme théâtralisées et régies par un code propre, celui de l'institution et/ou du rituel en place¹²³. C'est pourquoi les comportements y sont d'autant plus « attendus ». Certains gestes doivent arriver à certains moments, selon le contexte, et mettre en jeu certains éléments matériels, qui contribuent à « valider » la relation en relation marchande.

Parmi ces éléments matériels, il faut compter l'argent, sa présence en tant que tel, mais également la forme de sa présence. C'est une question de norme sociale, et tout écart à cette norme présente un coût (social). Qui ne s'est jamais senti mal à l'aise en tendant un « gros » billet pour régler une petite somme ? Qui à l'inverse, n'a jamais été tenté d'aller régler ses impôts en une multitude de « petites » pièces ? Le choix de la forme matérielle de la monnaie répond certes à un besoin rationnel d'optimisation des coûts¹²⁴ et de l'efficacité technique (celui de l'*homo aeconomicus*), mais elle relève aussi d'une logique identitaire, de gestion de son image en fonction des représentations sociales. L'usage de tel ou tel moyen de paiement est « parlant » : l'acheteur donne un élément matériel « qui pourrait être associé à quelque chose de lui, de sa vie privée, de sa richesse ou de sa pauvreté. Il est certain que le paiement « en liquide » de sommes importantes peut entraîner la suspicion aujourd'hui quant à l'origine de l'argent ou la nature de la vente (fraude fiscale). Il peut aussi renseigner sur la nature des revenus de celui qui paye : s'il dispose de grosses coupures, il n'est sans doute pas salarié ; s'il paye en pièces, il vit peut-être de la charité, etc. »¹²⁵.

Ce sont là des indices du fait que la diversification des formes monétaires selon les usages est une vraie question sociale, dont la lecture strictement économique (en termes de coût, de profit ou d'efficacité) ne parvient pas à épuiser la signification : « En vérité, les gens utilisent un tel outil le mieux possible mais pour leurs propres fins sociales, morales et esthétiques, et celles-ci dépassent de loin ce que les

¹²³ WEBER, 2000, *op. cit.*

¹²⁴ Puisque l'argent a aujourd'hui un « prix », celui des taux liés à sa création, via le crédit. Il s'est ainsi lui-même marchandisé (mise sur un marché, avec concurrence entre différentes offres).

¹²⁵ RAINEAU, *op. cit.*, p. 160.

théories économiques peuvent envisager. »¹²⁶. Ainsi, à côté de la structuration sociale des usages, qui tend à durcir le lien entre l'outil monétaire et ses emplois, il faut prendre en compte simultanément le *jeu* sur cette structuration, qui relève à la fois de la stratégie (rationnelle) et de la résistance au pouvoir – dans tous les cas de choix se situant dans la marge de manœuvre permettant à un être humain de s'individualiser tout en s'inscrivant dans la société au sein de laquelle il vit (c'est le principe de la « subjectivation »¹²⁷) : « La matérialité contemporaine de l'argent révèle ainsi les fondements apparemment contradictoires de notre société. Car la forme d'une monnaie a nécessairement un sens social, c'est-à-dire dit quelque chose de la totalité, de la société au sein de laquelle elle circule (et qu'elle rend ainsi présente aux hommes). Et cette société, comme la monnaie qui la symbolise dans les échanges, est tout autant le produit de l'imaginaire technicien (où le projet d'une monnaie immatérielle se forme) que du répondant qui caractérise l'humain c'est-à-dire la capacité et le droit de réagir, d'inventer, de modifier et de refuser ce qui est imposé, donné pour acquis ¹²⁸. C'est d'ailleurs pourquoi aucune forme, aucune monnaie n'est imposée ou donnée. »¹²⁹.

Dans cette marge de manœuvre, aussi traversée de contraintes et de significations soit-elle, se trouve le choix du mode de paiement. Il semble que les Français présentent un goût tout à fait prononcé pour la carte bancaire, qu'ils ressentent comme un « progrès », une manière de neutraliser les jugements de valeur émis quant aux formes matérielles de l'argent, et du même coup la tension, voire la violence, inhérentes au rapport de force qu'implique traditionnellement toute transaction marchande¹³⁰. Ce sont ces éléments que nous allons maintenant interroger, en nous penchant de plus près sur cette « cartophilie » – cet « encartement »¹³¹ ? – des Français.

¹²⁶ BLOCH, *op. cit.*, p. 9.

¹²⁷ cf. notamment BAYART Jean-François et WARNIER Jean-Pierre (dir.), 2004, *Matière à politique. Le pouvoir, les corps et les choses*, Paris, Karthala, coll. « recherches internationales ».

¹²⁸ POIROT-DELPECH Sophie, 1998, « Les techno-sciences d'un laboratoire à l'autre », *Socio-Anthropologie*, n°3, 1er sem.

¹²⁹ RAINEAU, *op. cit.*, p. 176.

¹³⁰ GUEISSAZ Albert, 1992, « La carte de paiement à mémoire », in Pierre CHAMBAT (dir.) *Communication et lien social*, Paris, Descartes.

¹³¹ HAESLER, *op. cit.*

3.2 La carte bancaire : une matérialisation de la monnaie « immatérielle »

Pour ses analystes plus théoriciens, c'est l'ensemble de la monnaie dite « immatérielle » qui en tant que monnaie a rompu le lien entre argent et matière. A l'échelle de l'institution émettrice, la quantité de monnaie émise ne dépend plus d'une quantité limitée de telle ou telle richesse naturelle (l'or), mais relève d'une décision humaine¹³² – autrement dit de facteurs culturels et non plus « naturels »¹³³. C'est une ouverture théorique vers l'infini, qui se trouve renforcée par la généralisation du système de crédit, qui littéralement crée de la monnaie : les banques n'étant plus obligées de conditionner les crédits par des dépôts préalables d'autres clients, l'opération se fait par simple inscription sur un bilan, qui vient augmenter la valeur de la monnaie scripturale en circulation.

Bien que ne signant pas à proprement parler une « dématérialisation » du monde (inenvisable pour l'ethnologue), cette évolution « théorique » de la monnaie a créé des changements « pratiques » dans la vie quotidienne des consommateurs : « La matérialité de la monnaie n'a pas disparu mais elle s'est radicalement transformée. Elle était hier ce qui ancrant le lien social dans la nature et marquait le sens de la société dans la finitude de la connaissance et du pouvoir de l'homme. Elle exprime aujourd'hui une rupture entre société et nature et révèle en cela la puissance de l'utopie qui fonde la société moderne. Elle rend aussi présente entre les hommes cette croyance dans un univers, un temps et une connaissance infinis. »¹³⁴.

Si l'on prend l'exemple de la carte bancaire, deux grandes lignes ressortent effectivement en termes d'évolution de l'échange marchand, du point de vue

¹³² S'il existe bien une limite à sa reproduction, « elle est imposée de l'extérieur (par le système politique et/ou bancaire) et devient de ce fait modulable en fonction des besoins (de l'économie). Il s'est ainsi dessiné une monnaie potentiellement reproductible à l'infini. » (RAINEAU, *op. cit.*, p. 129).

¹³³ Même si les sciences sociales ont depuis longtemps montré le caractère culturel de l'élaboration du concept de nature.

¹³⁴ RAINEAU, *op. cit.*, p. 175.

du consommateur : le sentiment d'infinitude¹³⁵ de la réserve d'argent disponible, autrement dit « dépensable » au moment *m* de la transaction, et l'ambivalence des nouveaux rapports de réciprocité établis lors de la relation marchande.

3.2.1 L'« infinitude » de la carte de crédit

Nous l'avons déjà dit, la carte bancaire ne donne pas d'indices matériels qualitatifs ou quantitatifs de la somme d'argent qu'elle représente¹³⁶. Elle ne donne pas à voir de manière claire un montant limité. C'est d'autant plus vrai s'il s'agit d'une carte de crédit et d'une carte de retrait, outil multifonctions qui offre à son usager une grande diversité de combinaisons d'utilisations. C'est une des raisons pour lesquelles le « don » de sa première carte bancaire à un adolescent est souvent un moment spécial, emprunt de la crainte qu'il ne parvienne pas à gérer son argent et du plaisir de la confiance témoigné à son égard, mais aussi du sentiment d'un cap dans son éducation à l'argent, ou plus exactement à la forme d'argent dominante dans notre société, autrement dit la monnaie « immatérielle ».

C'est également une des raisons pour lesquelles les émotions et sensations procurées par une après-midi de *shopping* effectuée avec des espèces n'ont rien à voir avec celles nées d'une « session » similaire avec une carte de crédit. Dans le premier cas, la limite donnée par la somme emmenée « clôture » les achats, y compris potentiels, et les font demeurer dans le cadre de l'économie domestique, d'un budget avec différents montants attribués à différents postes, parmi lesquels l'habillement, la décoration ou les soins du corps ont peu de chance de constituer des priorités. Le rapport à l'argent est alors rationalisé. Dans le second cas, la dépense se fait de façon plus instinctive et en tous cas virtuellement illimitée¹³⁷. De

¹³⁵ Qui recouvre une part de réalité, certes, surtout avec les cartes dites « de crédit ».

¹³⁶ Même si le type de carte de crédit et l'établissement auquel elle est rattachée peuvent en dire long sur le niveau de richesse et le statut social de son porteur : la carte bleue à plafond limité de *La Poste* ne donne pas le même type de « signaux sociaux » qu'une *American Express* ou une *Visa Gold*. Toutefois, les mécanismes de leurs fonctionnements n'en présentent pas moins, sur le plan théorique, les mêmes grandes lignes.

¹³⁷ On peut penser ici à la « dépense » Bataillienne (BATAILLE Georges et PIEL Jean, 1990, *La part maudite. La notion de dépense*, Paris, Minuit).

plus, il y a comme une forme d'extériorisation, voire d'« évaporation » de la responsabilité – puisqu'on sait que tôt où tard la carte « ne passera plus ». Au lieu de partir d'une somme tangible, matérialisée par une quantité de billets et de pièces, à laquelle soustraire au fur et à mesure les montants dépensés jusqu'à la limite : celle du zéro, du « plus rien », on réitère, on répète un geste exactement identique que le paiement soit de 22, 220, ou 2200 euros ; il ne s'agit plus de décompter mais éventuellement de compter, d'additionner non pas des espèces mais des chiffres sur des tickets de caisse – il faudrait quasiment faire ses comptes pour savoir où l'on en est... Et l'on n'a justement pas envie de savoir.

Au niveau du consommateur, le sentiment est celui d'une « toute-puissance », pour employer un terme du vocabulaire psychanalytique. Une carte bancaire en poche, on se sent fort, on se sent libre, d'autant plus si la carte est internationale. On se sent potentiellement le maître du monde – toute la nuance se situant dans le « potentiellement ». D'ailleurs une publicité télévisée combinant un slogan tel que « Le bonheur ne s'achète pas, pour tout le reste, il y a Mastercard » et des images mettant en scène justement du « bonheur acheté » (un billet d'avion, un séjour dans un palace, une méharée... sur fond de « paix des ménages » et de satisfaction familiale) joue sur la tension entre les deux pôles de l'imaginaire lié aux cartes bancaires : d'un côté, la possibilité de virtuellement tout posséder tout de suite, de l'autre, l'éthique d'une culture dont un pilier du rapport à l'argent est censé se condenser dans le dicton « l'argent ne fait pas le bonheur ».

Permettant d'oublier pour un temps toute difficulté financière, ou du moins toute contrainte objective de budget, et à la fois d'effacer une éventuelle culpabilité liée à l'injuste répartition sociale des richesses, la carte bancaire « ouvre une fenêtre » au consommateur sur un rêve, celui d'un monde où l'argent serait illimité. Aldo Haesler, en sociologue de la postmodernité, interprète ce ressenti de l'utilisateur d'un point de vue politique, et avec une certaine ironie : « à une époque où le moindre des enseignements de la crise écologique serait de prendre conscience de la finitude du monde, la carte permet-elle de cultiver sans heurt ni mauvaise conscience un imaginaire de l'abondance »¹³⁸.

¹³⁸ HAESLER, *op. cit.*, quatrième de couverture.

3.2.2 Du plaisir à la déviance, de la construction à la destruction

Le sentiment d'infinitude (même virtuel, au sens strict, celui d'une potentialité) qui s'en dégage apparaît comme grisant. Il l'est d'autant plus que la mise en action des corps est très différente dans les deux cas. Dans celui de la carte bancaire, elle n'est pas sans rappeler la machine à sous : la composition du code, l'attente d'une validation « externe », comme issue de nulle part, en tous cas non humaine, puis le « verdict » qui tombe, le déblocage (ouf !) de la situation et le bruit du ticket qui s'enclenche – bref, le *jeu*, dans toute sa dimension magique et presque mystique¹³⁹, et dans l'excitation qu'il procure. D'ailleurs, « tant que je gagne, je joue » constitue aujourd'hui un commentaire humoristique banal, presque éculé, du peu de sociabilité qui peut avoir lieu devant un distributeur de billets. Ici comme ailleurs, le « faire » produit du sens, il structure en retour des représentations qui lui préexistent : faut-il envisager une « nouvelle rationalité économique » où s'oppose la « gestion ménagère » et le « syndrome du casino »¹⁴⁰ ?

Quoi qu'il en soit, ce n'est pas un hasard si les « problèmes » liés à l'argent, qu'ils soient considérés comme sociaux ou comme psychologiques (dans bien des cas, c'est une question d'angle de vue) ont trait à la manipulation et à la maîtrise de la monnaie dite « immatérielle » – qui implique, comme nous le montrons par ces exemples, la mise en actions d'un enchevêtrement d'objets matériels simples et de systèmes techniques complexes. La figure de l'acheteur compulsif, esquissé par la psychologie, relayé par les médias, illustre la perte de contrôle sur soi dans la perte de contrôle sur les « outils » de l'argent. Elle rappelle aussi la forte dimension symbolique (anthropologique et/ou psychanalytique) de l'argent. Pour notre propos, elle vient surtout remettre sur le devant de la scène un corps qu'on pourrait dire « pulsionnel », entre désir et maîtrise, qui rappelle comme par effet miroir l'omniprésence des objets matériels qui lui donnent prise sur le monde, via l'action.

¹³⁹ Pour le retrait au distributeur de billet – et non strictement le paiement par carte – le psychanalyste Serge Tisseron avait proposé lors du colloque *Matière à Penser III* (organisé en 1999 à La Sorbonne) une interprétation qui reposait sur une comparaison avec le confessionnal : la file d'attente, le secret, la dimension rituelle, le « jugement » qui tombe (« récompense » ou « punition »)...

¹⁴⁰ HAESLER, *op. cit.*

Pour Sophie Poirot-Delpech, « l'argent reste aujourd'hui au moins autant qu'hier un lieu où s'expriment les passions, cette région de l'expérience génératrice de l'anomie à laquelle toute société doit laisser sa part si elle ne veut pas se perdre¹⁴¹. D'ailleurs, si les moyens électroniques ou virtuels de paiement sont censés pacifier, et donc dépassionner, la relation et l'achat, bien des pratiques souvent secrétées par ces mêmes moyens résistent à cet idéal. Le dit dépensier compulsif ne saurait s'adonner à sa passion avec une telle ferveur sans sa carte de crédit qui, dans l'imaginaire, matérialise une possibilité d'achats illimités dans l'instant. Et comment ne pas évoquer le pari et le jeu (sans réduire ce dernier à un ensemble de règles), qui restent le support privilégié d'un état de présupposition magique qui conduit à penser que tout peut arriver¹⁴². Et que ces pratiques communes soient socialement traitées dans leurs manifestations les plus extrêmes comme des formes de dérèglement psychique n'infirmes en rien leur caractère de résistance, sociale sinon concertée, à l'ordre réglé. »¹⁴³.

Sur une thématique proche et dans une approche plus sociale, la question du surendettement¹⁴⁴ est en France tout à fait liée aux formes dites « immatérielles » de la monnaie et à la maîtrise qu'elles impliquent, fort différente des actions et représentations classiques (donc transmises par socialisation « verticale ») liées à la gestion d'un ménage¹⁴⁵. La monnaie scripturale, l'argent virtuellement infini de la carte bancaire, l'argent disponible avant que de l'avoir gagné du crédit... autant de formes monétaires qui requièrent pour leur usage une logique toute particulière. Certains ne parviennent pas à s'y adapter et se retrouvent sur la touche. D'autres se laissent emporter par sa dimension « virtuelle » qui donne moins de prise à la *limite* et tend à introduire le ludique.

¹⁴¹ DUVIGNAUD Jean, 1990, *La genèse des passions dans la vie sociale*, Paris, PUF, coll. « Sociologie d'aujourd'hui ».

¹⁴² DUVIGNAUD Jean, 1980, *Le jeu du jeu*, Paris, Balland, p. 64.

¹⁴³ POIROT-DELPECH, 2004, *op. cit.*, p. 12.

¹⁴⁴ « A la fin des années 80, après la déréglementation du crédit, le surendettement des ménages est devenu suffisamment important pour rendre nécessaire la loi Neiertz *Sur le surendettement des particuliers*, depuis lors plusieurs fois améliorée. » (LA HOUQUE (DE) Arnaud, 2002, *A propos du surendettement. Hommes et argent*, Paris, L'Harmattan, p. 5).

¹⁴⁵ GARDAZ Michel (dir.), 1997, *Le surendettement des particuliers*, Paris, Anthropos ; LA HOUQUE (DE), *op. cit.*

Pour Michel Gardaz, si le problème existe depuis toujours, l'évolution des formes monétaires lui a donné une ampleur jamais atteinte auparavant, qui lui confère une dimension sociale plus qu'individuelle ou proprement psychologique : « Aujourd'hui, on peut dépenser l'argent que l'on n'a pas. Avec l'avènement du crédit et de la société de consommation, les possibilités de dépenses excessives, autrefois limitées aux grands de ce monde et aux fils de bonne famille, se sont démocratisées. (...) Ce qui pouvait apparaître comme un problème d'individu en difficulté pour concilier pulsion et raison, devient désormais l'expression d'un « malaise dans la civilisation » où le fonctionnement interne des organisations financières et les pratiques commerciales qui l'accompagnent ont leur part. »¹⁴⁶.

Ici encore plus qu'ailleurs, la « relation dialectique » liant l'individu et l'argent mène à une situation où « on ne sait plus très bien qui possède qui »¹⁴⁷.

3.2.3 L'échec de l'évacuation du corps

Que des individus puissent « dérapier » dans leur utilisation de cet argent qui se voudrait immatériel (et aller parfois jusqu'à se construire en individus « déviants ») prouve à quel point le corps est en jeu. Bien plus qu'à une « dématérialisation », on assiste à une évolution de culture matérielle : les formes matérielles de l'argent évoluent, et avec elles les liens entretenus par ces objets entre matérialité et abstraction (du point de vue des objets), mais changent du même coup les « techniques du corps »¹⁴⁸ et les « techniques de soi »¹⁴⁹ qui y sont rattachées (du point de vue des sujets). La monnaie n'est plus la même, et les gens qui la font et qu'elle fait non plus.

En ce sens, la tentative d'évacuation du corps portée par l'« utopie de la monnaie immatérielle » est un échec. Le rapport corps-objet montre à quel point la « dématérialisation » de l'argent, cette entreprise de rationalisation et d'évacuation

¹⁴⁶ GARDAZ, *op. cit.*, quatrième de couverture.

¹⁴⁷ BOUILLOUD, *op. cit.*

¹⁴⁸ MAUSS, *op. cit.*

¹⁴⁹ FOUCAULT, *op. cit.*

de la dimension passionnelle et plus généralement incontrôlable des corps, présentée comme un point central du progrès amené par la modernité et ses technologies, qui tendent à substituer la faiblesse de la chair par la rigueur de l'ordinateur (dont l'absence d'âme est censé également contribuer à éliminer les fameux « états d'âme » défavorables à l'efficacité) a failli. Plus exactement, le rapport corps-objet montre à quel point la « dématérialisation » de l'argent doit être prise pour ce qu'elle est : une utopie, certes transformatrice, auto-réalisatrice parfois, mais une utopie, quelque chose qui relève d'un encadrement symbolique de la réalité, pas de son analyse.

Nous allons maintenant envisager sous un autre angle la question du corps : non plus seulement dans le rapport à l'objet argent, mais également dans la relation humaine de l'échange marchand. Quelles implications sociales ont eu les changements techniques monétaires récents ? Que reste-t-il de l'interaction quand elle est médiée par le système technique ? Et quand elle l'est doublement : par le paiement par carte, par l'achat sur Internet ?

3.3 Le lien social dans la relation marchande (monétairement) « virtuelle »

3.3.1 Spécificités et ambivalences de la carte bancaire

Pour prendre l'exemple le plus courant de monnaie dite « immatérielle », la carte bancaire est certes porteuse de données monétaires, mais elle comprend et fournit d'autres informations, relatives à son propriétaire (identification) mais également relatives à la situation d'achat – jour et date, lieu, et parfois nature de la marchandise. Ainsi, pour Aldo Haesler, « étudier les seules attributions monétaires des cartes, c'eût été négliger des fonctions adjacentes qui, précisément, en se combinant aux fonctions monétaires – comme le fait de payer et d'être identifié en même temps – me paraissent être l'une des innovations remarquables de ce

phénomène »¹⁵⁰. Et non seulement les données de tous types circulent au moment de la transaction – ce qui pose, nous l'évoquerons, des questions d'ordre politique – mais ces données sont conservées, retranscrites et communiquées à différentes personnes, outre le consommateur.

Ainsi, une partie de l'ambivalence de l'usage de la carte se situe dans le caractère de « traçabilité » qu'elle donne à toute opération – « traçabilité » qui constitue une des raisons du recours à l'usage des moyens de paiement électronique ou de leur rejet. Concrètement, l'acte d'achat par carte bancaire fournit des données secondaires qui peuvent aussi bien se révéler très utiles à la gestion d'un budget que se « retourner » contre son porteur : du banquier qui va refuser un service (découvert autorisé, emprunt) en arguant de la « futilité » des dépenses (« vous n'aviez qu'à pas acheter des chaussures à 400 euros ») au conjoint qui va, à proprement parler, « demander des comptes » au plan de la nature et du montant des dépenses, mais aussi au plan de la date et du lieu – quand ce n'est pas la justice, pour un adultère par exemple, et finalement pour tous types de crimes et délits.

La carte bancaire, et la monnaie dite « immatérielle » plus généralement, offrent une grande fluidité qui se paye au prix du contrôle. Pour Laurence Raineau, « La disparition de la monnaie matérielle dans l'échange éliminerait avec elle le contrôle, le jugement, le regard de l'autre (celui immédiatement présent dans l'échange), perçu comme susceptible d'engendrer de la violence. Pourtant, la mise à l'écart des personnes physiques, et du contrôle privé qui semble y être associé, a pour contrepartie l'accroissement d'une autre forme de contrôle social, moins visible immédiatement, mais aux capacités beaucoup plus menaçantes. »¹⁵¹.

Pour elle, « lorsque l'argent est immatériel, sa circulation est en même temps création d'un système de contrôle (à travers le système bancaire, technique et même aujourd'hui commercial) »¹⁵² ; « Au fur et à mesure qu'elle perd son lien avec la matérialité, la monnaie s'imbrique dans un système (politique, bancaire et technique) dont elle devient de plus en plus dépendante, et qui enferme son devenir dans celui

¹⁵⁰ HAESLER, *op. cit.*, p. 11.

¹⁵¹ RAINEAU, *op. cit.*, p. 160.

¹⁵² *ibid.*, p. 165.

du système. De ce fait, les acteurs sociaux perdent le pouvoir (collectif) immédiat qu'ils pouvaient avoir sur le devenir de la monnaie. (...) Tant que la monnaie est matérielle, les hommes ont aussi le pouvoir de changer les règles de sa circulation. »¹⁵³. Quand elle devient « immatérielle », il faut faire des « choix politiques, économiques, éthiques qui peuvent se retourner contre la liberté de l'homme »¹⁵⁴ – d'autant plus lorsqu'ils se concrétisent sous des formes purement techniques. Haesler, toujours plus pessimiste, parle de la carte bancaire en particulier comme d'« un *média* qui combine l'intelligence technologique avec la disciplinarisation économique, d'un *média* ayant définitivement transgressé les contre-pouvoirs traditionnels qui s'opposaient à son expansion, d'un *média* aussi symbolique que diabolique : l'argent invisible, l'argent sur carte, la *plastic money*. »¹⁵⁵.

Mais finalement, il faut croire que « les utilisateurs sont plus sensibles aux risques d'exposition de leur vie privée dans un contexte local, qu'aux dangers de contrôle par un organisme central »¹⁵⁶. Autrement dit, ils préfèrent le risque d'évoluer sous l'œil de *Big Brother* à celui d'apparaître dans les rumeurs lancés par la boulangère...

3.3.2 Changement de réciprocité – quel lien marchand ?

Outre le sentiment d'infinitude et quelques-unes de ses implications, la saynète décrite précédemment souligne les modifications survenues en termes de réciprocité avec l'avènement du paiement par carte : la description donne à voir un individu en interactivité avec une interface, pas (seulement) en interaction avec un autre individu. Pour Haesler, cela implique que la « réflexion » laisse la place à la « réaction », dans une « transaction singulière » où « Effectivement, devant les diverses machines de banques, les innombrables dispositifs d'identification et autres lecteurs de cartes, il ne s'agit plus de réfléchir longtemps, il faut réagir vite, correctement et répétitivement. C'est qu'elles nous déchargent aussi de toute cette

¹⁵³ *ibid.*, p. 162-3.

¹⁵⁴ GRAS Alain, 1997, *Les macro-systèmes techniques*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? », p. 5.

¹⁵⁵ HAESLER, *op. cit.*, p. 9-10.

¹⁵⁶ GUEISSAZ, *op. cit.*, p. 262.

foule de petits rituels quotidiens et souvent désagréables, de frictions, de soupçons, d'antagonismes minimes – face au commerçant, au concierge, au pompiste, au péagiste, au passant anonyme ou « considérable » –, conflits microscopiques, échanges anodins, liens éphémères et imprévisibles qui, tous pourtant, participaient d'une *vie sociale*, d'une socialité qu'il fallait composer soi-même, où il fallait s'exposer, transiger peut-être, trouver un accord. »¹⁵⁷.

Le vendeur se trouve en quelque sorte « superflu », ou du moins, s'il contribue à construire la transaction marchande n'y est-il pas indispensable techniquement. Dans certains cas, on se passe de sa présence, avec les distributeurs automatiques par exemple ou l'achat par Internet. De plus, la réciprocité de l'échange entre les deux partenaires se trouve médié – court-circuité ? – par un système technique tiers, qui chapeaute la relation et extrait la validation de la relation elle-même. Ce n'est pas le vendeur qui décide ou non s'il veut vendre à l'acheteur, c'est sa banque, et plus précisément un réseau surplombant et complexe constitué d'organismes divers : « La transaction entre acheteur et vendeur est remplacée par une double relation verticale avec le système bancaire. Le partenaire de l'échange est transformé en spectateur neutre et relais non responsable de la communication entre le porteur et le centre d'autorisation, ou disparaît complètement au profit d'un terminal. ». Mais ce qui disparaît aussi c'est « une personne avec laquelle il est possible de discuter, de négocier, une personne qu'il est possible d'agresser, ou qu'on peut tenter de séduire, avec laquelle on peut marchander, à qui on peut demander un délai de paiement, bref, un médiateur et un interprète des contraintes économiques »¹⁵⁸. Pour Haesler, « cette invisibilisation (...) aboutit à une indolorisation du sacrifice dans l'échange, processus qui finit par désamorcer la tension réciprocaire »¹⁵⁹. C'est même une véritable « dissolution du schème réciprocaire » dont les conséquences vont bien au-delà du marchand en irriguant tout le social : « les modifications modernes des moyens de paiement, loin de représenter une simple évolution technique, seront, ou sont peut-être même déjà, la source de révolutions sociales profondes : c'est à un changement radical de l'équilibre de l'échange réciproque (économique ou

¹⁵⁷ HAESLER, *op. cit.*, p. 12.

¹⁵⁸ GUEISSAZ, *op. cit.*, p. 259, cité par RAINEAU, *op. cit.*, p. 161.

¹⁵⁹ HAESLER, *op. cit.*, p. 12.

symbolique) tel qu'il a toujours été pratiqué (...) que nous allons assister, installant durablement dans nos sociétés de nouveaux liens sociaux, de nouveaux schèmes cognitifs, abolissant imaginativement l'espace et la réalité pour définir (...) une société artificielle . »¹⁶⁰.

Enfin, le temps de la relation d'échange monétaire diffère de celui de la relation d'échange marchand. L'achat est effectué, mais le débiteur ne le sera que plus tard, et il le sera envers sa banque et non envers son « fournisseur ». Le récipiendaire, de son côté, « touchera » l'argent et pourra le réutiliser seulement sous délai, de façon différée et contrôlée (par sa banque, entre autres)¹⁶¹. S'il s'agit d'un achat sur Internet, la transaction marchande elle-même sera différée, le temps de l'acheminement *physique* de l'objet *matériel*¹⁶². Le besoin en transport et en postage n'a en rien diminué avec l'avènement des nouvelles technologies dans le commerce, bien au contraire¹⁶³. Ainsi, il se confirme ici qu'à un niveau culturel, la transformation des formes abstraites et matérielles de la monnaie est liée de manière très forte à une évolution de notre appréhension du temps : d'un temps cyclique vers un temps moderne rectiligne et linéaire, qui permet les notions de futur et de progrès, et les « paris » sur l'avenir¹⁶⁴.

On constate également ici un indéniable changement du lien à l'espace : la transaction monétaire est « explosée » en différents espaces, parfois « virtuels » (que les postmodernes qualifieraient plutôt de « non-lieux »¹⁶⁵) ; la transaction marchande aussi, à tel point que l'acheteur et le vendeur n'ont plus nécessairement de contacts physiques¹⁶⁶.

¹⁶⁰ Jean-Philippe BOUILLOU (op. cit., p. 15), présentant le texte de Aldo HAESLER et Christian PAPILLOU, « Le nouveau doux commerce . L'argent invisible et ses enjeux sociologiques », (in BOUILLOU Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer.

¹⁶¹ C'est pourquoi malgré le succès des cartes bancaires en France, demeure toujours une large part de l'économie irriguée par les espèces, dont la part « sombre », celle du travail au noir, du commerce illégal ou « honteux ».

¹⁶² L'achat par Internet d'un service ajouterait un degré de « dématérialisation » à la transaction, mais n'enlèverait pas la pertinence du fond de la réflexion engagée ici.

¹⁶³ RAINEAU, op. cit., p. 24.

¹⁶⁴ *ibid.*, p. 138-43.

¹⁶⁵ AUGÉ Marc, 1992, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil.

¹⁶⁶ Ce qui n'est pas nouveau, faut-il le souligner, mais qui vient s'ajouter à une multitude de spécificités.

Au-delà du rapport à l'espace géographique, c'est le rapport à l'espace social, duquel l'argent constitue depuis toujours une clef¹⁶⁷, qui est touché. Encore plus radicalement qu'autrefois, l'usage de l'argent « immatériel » (et sa stratification entre types d'outils) circonscrit des espaces sociaux et délimite des champs accessibles à certains individus, sous réserve qu'ils y soient accepté et qu'ils en acceptent le « revers » (le contrôle centralisé), et rejettent ceux qui en sont exclus à la périphérie. Haesler résume radicalement : « Les inclus vivront à *la carte*, ayant-droits confortablement installés sur leurs îlots sociaux, les autres pouvant véritablement aller se faire voir ailleurs. » Pour le sociologue, le « pire » est que l'outil « carte bancaire » porte en lui-même les instruments de son acceptation symbolique : « comme une interface n'est pas seulement un mécanisme d'adaptation entre systèmes (socio-)techniques, mais un dispositif d'*opacisation* tant cognitive qu'esthétique, la carte permettra de vivre le déchirement de notre monde dans la bonne humeur et en toute placidité. »¹⁶⁸.

3.3.3 Quel place pour Internet dans la relation marchande ?

Pour revenir au consommateur, par définition inclus au monde de l'argent et plus largement au marché, le rôle des nouvelles technologies et plus particulièrement d'Internet dans les décisions qu'il sera amené à prendre, ne semble pas univoque. Certes, nous l'avons vu, une approche « serrée », et à vrai dire « théorique », de la transaction marchande sur Internet laisse à penser à une « disparition » du vendeur, qui doublerait la soi-disant « dématérialisation » de l'échange de sa « désincarnation », au moins partielle.

Toutefois, en prenant une échelle plus large, celle de tout le processus d'achat, des études empiriques portant sur le *e-commerce* donnent à voir une combinaison des recours aux dispositifs techniques et à des dispositifs humains en face-à-face et/ou médié différemment. Du côté de l'offre, d'après Cochoy, « Le travail relationnel qui se déploie sur le marché vise bien, pour une large part, à réencadrer les

¹⁶⁷ BOUILLLOUD, *op. cit.*

¹⁶⁸ HAESLER, *op. cit.*, p. 12.

relations marchandes dans un registre maison , à situer le rapport de clientèle dans un monde où les acteurs pensent leurs échanges en termes d'appartenance, de communauté, de réciprocité. »¹⁶⁹.

Du côté de la demande, ce phénomène apparaît clairement dans le rapport du CREDOC sur *Le profil des acheteurs à distance et en ligne*¹⁷⁰. Par exemple, les auteurs replacent Internet parmi les autres « modes de commande » et parmi les autres « circuits de distribution », pris comme « sources d'information et lieux d'achat ». Internet y apparaît comme un moyen supplémentaire d'acheter à distance, mais également comme un média complémentaire des autres vecteurs existant tout au long du processus d'achat.

A partir du cas précis de l'automobile, et pour parler en des termes plus « techniques » propres aux sciences de gestion, « La complexité de l'articulation des canaux d'information et de distribution utilisés par les acheteurs de voitures neuves et quasi-neuves interrogés, conduit néanmoins à nuancer, avec Filser¹⁷¹, le scénario "all click" qui accompagna l'euphorie des années 1999-2000 et qui annonçait la marginalisation des magasins et des média physiques, "fantasme sombre" pour Bur¹⁷². Par ses fonctions d'accompagnateur (recherche de réduction des coûts de transaction) et d'accélérateur (recherche d'expérience) révélées tout au long du processus de prise de décision, Internet ne peut être réduit, comme le stipule le scénario "brick and mortar"¹⁷³, à un seul rôle marginal¹⁷⁴. »¹⁷⁵. « Dans leur processus de prise de décision d'achat, les consommateurs semblent recourir à une articulation

¹⁶⁹ COCHOY Franck, (dir.), 2002, Les figures sociales du client, *Sciences de la société* n°56, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail p. 5

¹⁷⁰ JACQUOT Caroline et COUVREUR Agathe, 2004, *Le profil des acheteurs à distance et en ligne*, Paris, rapport CREDOC.

¹⁷¹ FILSER Marc, 2002, « Faut-il des théories pour gérer la distribution ? », in *Réseau des IAE, Sciences de Gestion et Pratiques Managériales*, Paris, Economica, coll. « Gestion, Série : Production et techniques quantitatives appliquées à la gestion », p. 127.

¹⁷² BUR Guillaume, 1999, « Internet », in P. BRUNEL (dir.), *Dictionnaire des mythes d'aujourd'hui*, Paris, Editions du Rocher, p. 377.

¹⁷³ Version « en dur », par opposition au commerce électronique.

¹⁷⁴ FILSER, *op. cit.*, p. 127.

¹⁷⁵ BADOT Olivier, NAVARRE Christian, JARVIN Magdalena et MORISSE Benjamin, 2004, « Ré-intermédiation et comportements expérimentiels dans le e-commerce : le cas de l'achat de véhicules automobiles sur Internet », in *Consommations et Sociétés* n°4 : Nouvelles Technologies et Consommations, édition online (www.consommations-societes.net).

"click-and-mortar" à double sens (...) Dans le sens "mortar-and-click", l'acheteur évalue l'offre en se rendant dans une ou plusieurs concessions, en essayant les véhicules, en discutant avec les vendeurs, etc. puis passe commande sur Internet ou dans une concession et suit son évolution sur Internet (tout au long du canal, du constructeur au concessionnaire), par un système de "e-tracking" du type de ceux mis en place par les sociétés de transport de colis (...). Dans le sens "click-and-mortar", la préparation de l'achat se fait sur les sites web des constructeurs, des concessionnaires, des revues spécialisées, des établissements financiers, par les *browsers*¹⁷⁶, etc. puis le futur acheteur se déplace en concession pour la négociation et la transaction. »¹⁷⁷. Les auteurs précisent : « les comportements d'achat multi-canal évoqués ici par les concessionnaires sont "synchroniquement hybrides" en ce sens qu'à chaque étape du processus de prise de décision, l'acheteur peut recourir à l'un ou l'autre canal (par exemple, l'évaluation de l'offre pouvant s'effectuer tant en concession que sur Internet, tant dans la presse que sur le site du constructeur) »¹⁷⁸.

En d'autres termes, Internet, lors du processus d'achat, entre en concurrence et en complémentarité avec tous les autres modes de connaissances et d'actions. Pour Jacquot et Couvreur, « La multiplication des circuits de distribution permet (...) aux consommateurs d'adopter des comportements proches de ceux d'un "entrepreneur"¹⁷⁹ et d'utiliser les multiples formes de commerce en tirant parti de leurs avantages respectifs, aux différents stades de l'achat. »¹⁸⁰.

De plus, et c'est un peu différent, il peut « servir à tout ». Badot, Navarre, Jarvin et Morisse parlent d'une « multi-affectation d'Internet au long du processus d'achat », autrement dit « le recours à Internet dans le processus de décision ne semble faire l'objet d'aucune affectation spécifique, mais au contraire d'une affectation multiple et omniprésente tout au long du processus de décision »¹⁸¹.

¹⁷⁶ Moteurs de recherche.

¹⁷⁷ BADOT Olivier, DUPUIS Marc et NAVARRE Christian, à paraître, « L'attitude des concessionnaires de la distribution automobile à l'égard d'Internet : les résultats contrastés d'une étude exploratoire sur quatre pays européens ».

¹⁷⁸ BADOT *et ali.*, *ibid.*

¹⁷⁹ ROCHEFORT Robert, 1997, *Le consommateur entrepreneur. Les nouveaux modes de vie*, Paris, Odile Jacob.

¹⁸⁰ JACQUOT et COUVREUR, *op. cit.*, p. 6)

¹⁸¹ BADOT *et ali.*, 2004, *op. cit.*

Pour autant, recourir à Internet comporte des spécificités : « L'usage par le prospect des ressources d'Internet influence le fonctionnement de ces trois sphères [cognitive, émotionnelle, économique] et de leur dynamique¹⁸². Dans la sphère cognitive, l'apprentissage est accéléré, les sources d'apprentissage sont multipliées. La qualité des décisions d'achat est considérablement augmentée et le consommateur devient plus "intelligent". Dans la sphère économique, l'usage d'Internet permet d'obtenir des avantages de prix indiscutables et le consommateur se crée des occasions d'économies réelles. Dans la sphère émotionnelle enfin, l'usage d'Internet multiplie les occasions de jeux, conforte la position de pouvoir du consommateur »¹⁸³. C'est tout l'équilibre dynamique qui est bouleversé par l'usage du nouveau média. Par exemple, « le désir de "retourner" la relation de pouvoir asymétrique avec le vendeur (qui se joue dans la sphère émotionnelle) peut (...) conduire le prospect à intensifier sa recherche d'information (le prix, la marge du concessionnaire) à travers les outils disponibles sur Internet (sphère cognitive), pour finalement se faire plaisir (sphère émotionnelle) en montrant au vendeur toute son ignorance du produit. »¹⁸⁴. Là aussi, cette attitude peut apparaître comme typique du « consommateur entrepreneur »¹⁸⁵, adoptant une attitude d'expert de la consommation et de ses modes de fonctionnement.

¹⁸² Sur la base des travaux de Christian NAVARRE sur l'« expérience d'achat » dans le secteur automobile (2002, *Effets de la diffusion des NTIC dans l'industrie automobile - Amérique du Nord et Europe. Point sur le B2C et la transformation de la distribution*, Cahier de recherche, Car Internet Research Program, University of Ottawa, 11 juillet).

¹⁸³ BADOT et al., *ibid.*

¹⁸⁴ BADOT et al., *ibid.*

¹⁸⁵ ROCHEFORT, 1997, *op. cit.*

Conclusion partie I

Globalement, cette présence du corps, entre contrôle de soi, répétition, domestication (qu'on songe à la précision de la « technique du corps »¹⁸⁶ requise pour taper sur un clavier) et désir, tension, intensité est au cœur du plaisir trouvé à l'utilisation des cartes bancaires, qui ont connu un vrai succès, ainsi que de l'achat sur Internet (ou du moins le *surf* d'ordre commercial). Ce mélange de retenue, de précision et de sensations fortes est emblématique du rapport physique entretenu par les usagers avec leurs « machines » informatiques et électroniques. Le lien corps-objet est ici typique des nouvelles technologies. Il n'indique une disparition ni de l'un ni de l'autre, et montre au contraire son importance dans la construction sociale de la transaction : « Les idées reçues sur les dimensions universalistes et rationalisées de l'argent, qui voient dans l'argent un équivalent universel quasiment *dé-socialisé*, doivent être sérieusement amendées : loin d'être un simple médium neutre du rapport d'échange, il semble au contraire participer des tensions et des rapports sociaux, les fixer voire les amplifier. Il y aurait peut-être une illusion quantitative à déduire de l'objectivité du calcul une neutralité du lien d'argent (...) »¹⁸⁷.

Les sciences sociales ont montré que l'argent et ses multiples formes servaient à bien plus que faire circuler des marchandises. S'y ajoutent d'une part des enjeux liés à l'établissement du lien social, entendu à la fois comme ciment d'une culture (via des mécanismes aussi symboliques que « physiques », cf. euro) et comme relation interindividuelle subjectivante (cf. transaction marchande), d'autre part des enjeux de stratification sociale et de construction individuelle, corrélés au niveau d'accumulation (richesse) et à la diversité des usages faits de l'argent (quantitativement et qualitativement).

¹⁸⁶ MAUSS, *op. cit.*

¹⁸⁷ BOUILLOUD, *op. cit.*, p. 18.

Dans cette optique, la question de la « dématérialisation » se pose comme un paradoxe, ou plutôt une tension (au sens neutre) : insaisissable dès lors qu'on se penche sur des pratiques, qui mettent systématiquement en jeu des objets matériels et des corps en actions, elle redonne une prise à l'analyse quand on s'intéresse aux contenus symboliques, aux représentations à l'imaginaire – bref, à l'immatériel !

Le rapport de l'argent et des relations marchandes à la « dématérialisation » est avant tout de type symbolique : la « dématérialisation » constitue le paradigme, l'« utopie transformatrice », la structure mythologique de la sphère des échanges. Elle est un axe central des discours qui décrivent et expliquent les évolutions qui y ont lieu, et sa force « auto-réalisatrice » n'est pas à négliger. Pour autant, elle ne saurait être considérée comme le terme le plus juste pour qualifier une évolution de culture matérielle qui n'est toujours pas parvenue (à supposer qu'elle y arrive jamais) à évacuer le corps, ses actions, sa puissance sémantique, du jeu social : « nous continuons, malgré la force du mouvement poussant à nous en affranchir, d'emprunter à la matière la texture de nos liens. (...) Dans le monde des hommes, le lien s'établit à travers des objets dont la forme, toujours culturellement produite, concrétise et pérennise notre vision du monde. Et les formes « immatérielles » de la monnaie comme de la plupart des techniques de communication renvoient à l'institution moderne d'une culture qui se fait contre la nature, d'un sujet coupé de l'objet. »¹⁸⁸.

Ainsi, le terme de « dématérialisation » peut être pris comme un indice du fait que les objets matériels se sont métamorphosés, ont évolué quant à leur rapport à d'autres objets matériels, à l'espace et au temps ; il peut être pris également comme une ligne forte de l'imaginaire encadrant tout le domaine que touchent les nouvelles technologies ; mais en aucun cas, pour l'ethnologue, il ne peut être pris au pied de la lettre.

La partie qui suit a pour objectif d'approfondir l'idée d'une « dématérialisation » de la consommation comme « immatériel de l'immatériel » mais aussi d'approcher, aussi objectivement que faire se peut, les changements matériels survenus avec lesdites

¹⁸⁸ POIROT-DELPECH, 2004, *op. cit.*, p. 12-13.

nouvelles technologies ainsi que les conséquences qu'elles impliquent sur les modes de construction dans le quotidien des objets, des individus et du social.

Partie II

« L'immatériel de l'immatériel » à l'épreuve de la réalité des pratiques

Introduction : la consommation comme *usage*

Dans le cadre de la réflexion sur l'évolution de l'argent et des relations marchandes, nous avons montré l'ambiguïté des relations entre les représentations d'une réalité et les pratiques observables, au sens d'une multitude de situations mettant en jeu des objets matériels et des sujets en action, mais aussi – et c'est ce qui complique l'appréhension de toute chose – des discours. **Il y a interpénétration constante et dynamique entre mécanismes d'interprétation et processus d'action.** C'est ainsi que pour la monnaie, la « dématérialisation » est apparue comme une utopie : un cadre de production et d'expression du sens qui structure et donc influence l'évolution des choses. Il y a tout un discours de la « dématérialisation » de la monnaie, présentée comme un progrès historique et inéluctable, voire souhaitable. C'est en ces termes que se construisent la plupart des interprétations sur les changements ayant eu lieu. Pour autant, une analyse des métamorphoses de l'argent dément la radicalité de ce discours, et montre au contraire un changement des formes matérielles de la monnaie qui a eu des conséquences sur ses modes d'appréhension en tant qu'objet et donc sur ses conditions de production en retour des sujets. Pour le dire simplement, il y a eu métamorphose de la culture matérielle liée à l'argent, mais que celle-ci se place de façon univoque dans un processus de « dématérialisation » relève d'un imaginaire développé autour de ces changements concrets (et bien souvent antérieurement).

Dans cette deuxième partie, nous nous éloignons des sphères marchandes et monétaires et nous rapprochons de **la consommation comme *usage***. Les types d'objets matériels et les différents discours dans lesquels ils s'inscrivent et/ou qu'ils génèrent sont étudiés. La tension entre représentations et actions reste au centre de notre propos. Il s'agit de tenter de **comprendre la dynamique entre imaginaire et pratiques**, et de saisir leurs influences réciproques – ce qui revient en partie à évaluer l'équilibre des forces entre offre et demande (quant à la définition des usages par exemple), mais aussi à définir l'ensemble des contraintes, des emprises et des sources d'inspirations qui « font » un objet matériel, physiquement et

quantitatifs aussi bien que qualitatifs (l'action sur les objets reste au centre de tout usage), il est possible toutefois de reconnaître des métamorphoses liées aux nouvelles technologies et d'en analyser les conséquences : les objets changent, la nature des actions n'évolue-t-elle pas avec eux ? la place du corps dans les usages ? la manière dont les choses sont « marchandisées » ?

Deux exemples principaux serviront d'illustration et de base à l'élaboration du propos tout au long de cette partie : **la musique et le jeu vidéo**. Le premier parce qu'il permet de relativiser la « révolution » de la « dématérialisation » en posant la métamorphose du téléchargement comme une rupture en degré plus qu'en nature du lien entre la musique comme abstraction et ses formes matérielles, et parce que les conséquences que le phénomène provoque sont particulièrement visibles au niveau du rapport du consommateur au marché. Quant au jeu vidéo, son intérêt est de cumuler plusieurs tensions propres à ce phénomène de « dématérialisation » : d'une part, un imaginaire de l'intangible en contradiction avec des pratiques très physiques, d'autre part, une articulation tout à fait spécifique entre matérialité de l'objet et contenus symboliques, qui pourrait bien constituer le trait dominant de la « nouvelle » culture matérielle inspirant ces réflexions.

Chapitre 1 – Le paradoxe d'un « immatériel » de l'immatériel mis en objets et agi

A force de « baigner » dans les structures interprétatives que nous proposent les discours de tel ou tel groupe – souvent dominant – on peut avoir tendance à les prendre pour acquises. Nous avons déjà constaté, avec la question de l'argent, que la « dématérialisation » pouvait constituer un imaginaire fort et puissant, qualifié dans ce cas d'« utopie transformatrice » et rattaché au paradigme économique néo-libéral. Dans ce chapitre, nous allons tenter de clarifier la question de la « dématérialisation » quand elle touche directement à des objets matériels, en l'occurrence les « nouvelles technologies »¹⁹⁰. Comment décrire l'imaginaire de ces objets considérés comme « communicants » et/ou « intelligents » ? Quelle place y occupe la notion de « dématérialisation » ? Cette dernière recouvre-t-elle un système d'objets à la matérialité évanescence ? Engage-t-elle une culture matérielle qui saurait se dispenser des corps et des actions du sujet ?

¹⁹⁰ Gérald GAGLIO (2004, « Présentation du dossier », *Consommations et Sociétés* n°4 : Nouvelles Technologies et Consommations) fait le point sur l'expression : « Contemporain de l'ouvrage de Pierre Schaefer en 1970 [*Les machines à communiquer*] et réellement popularisé en France avec le rapport de Pierre Nora et d'Alain Minc de 1978 [*L'informatisation de la société*], le vocable "nouvelle technologie" a accompagné d'abord l'introduction du magnétoscope, de la télévision par câble et du Minitel. L'appellation s'est peu à peu distinguée des mass media, qui sous-tendaient des acteurs passifs et indifférenciés. Par couches successives, l'expression inclut désormais des dispositifs aussi divers que les jeux vidéo, le micro-ordinateur, puis Internet et le téléphone portable. (...) De plus, ces technologies restent finalement toujours "nouvelles", même les plus anciennes, parce qu'on y fait sans cesse entrer les nouveautés introduites par le marché (comme le DVD ou l'agenda électronique). Dominique Boullier met ainsi en doute le caractère nouveau de tous ces objets et systèmes : "Les nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ont une incapacité chronique à perdre leur "n", comme si elles demeuraient toujours nouvelles, alors que les principes ou même certains appareillages de la micro-informatique datent pourtant de 20 ans" (2001, « Les conventions pour une appropriation durable des TIC, utiliser un ordinateur et conduire une voiture », *Sociologie du Travail*, n°43) ».

1.1 *L'imaginaire des nouvelles technologies : un « immatériel » de l'immatériel*

1.1.1 *L'ambivalence de l'imaginaire des nouvelles technologies*

Les imaginaires associés aux nouvelles technologies trouvent leurs racines dans des représentations développées avec l'avènement de l'ère industrielle, technique puis informatique. Relayés aussi bien par la science-fiction (littérature, bande dessinée, cinéma) que par les médias et dans une certaine mesure les sciences, de puissants stéréotypes placent les nouvelles technologies comme symptôme et emblème d'un processus (lié à la Modernité et au Progrès) qui tendrait à réduire, voire à annihiler la place du corps et des objets matériels dans les activités humaines (substitution de la force et de l'intelligence des individus par celles des machines, déréalisation des rapports sociaux, rupture de l'ancrage physique des identifications) – processus qui peut s'apparenter à une « dématérialisation ». La chimère de l'androïde oscille ainsi entre l'image d'un corps prothèse « vidé » de sa substance psychique (réduit à sa matérialité) et celle d'un « pur » esprit au corps atrophié et largement projeté dans l'univers informationnel du « virtuel » (expurgé de sa matérialité)¹⁹¹. Les deux facettes se retrouvent autour de l'idée d'une hybridation sujet-objet censée « libérer » de la matière, soit celle de l'objet, soit celle du corps (qui se retrouvent alors en situation d'interchangeabilité).

C'est pourquoi nous considérons que **l'imaginaire associé aux nouvelles technologies – leur « immatériel » en tant qu'objets de consommation – s'organise autour de l'idée d'immatériel, au sens de quelque chose d'intangible, d'impalpable**. Il flotte comme une évanescence aussi bien des objets que des corps. En tous cas l'idée d'un bouleversement du rapport à la matérialité des choses, parfois « vécu » positivement, parfois négativement, jamais dans l'indifférence : « à chaque nouvelle invention, de nombreux savants et ingénieurs

¹⁹¹ FLICHY Patrice, 2001, *L'imaginaire d'internet*, Paris, La Découverte, coll. « Sciences et société » ; RIGAUT Philippe, 2001, *Au-delà du virtuel. Exploration sociologique de la cyberculture*, Paris, L'Harmattan ; BRETON Philippe, 1995, *A l'image de l'Homme. Du golem aux créatures virtuelles*, Paris, Le Seuil.

affirment que l'humanité fait un pas vers son bonheur. D'autres acteurs sociaux redoutent au contraire des catastrophes qui sont presque le symétrique des espérances exprimées. Un ensemble de fantasmes se mêle aux arguments rationnels, dans les rapports d'experts, dans les premières publicités, dans les médias, dans les discours de tous les jours. »¹⁹².

Le « virtuel » concentra pour un temps l'ambivalence de ce « messianisme high-tech »¹⁹³ qui présente un double visage : d'un côté l'espoir d'une amélioration du genre humain, de l'autre la peur de sa perte et la culpabilité de ses fautes. Puis ce fut au tour de la « dématérialisation », dans un registre proche mais légèrement différent de celui du « virtuel ».

1.1.2 Le « virtuel » a mauvaise presse, la « dématérialisation » fait peau neuve

Comme exposé en introduction d'un ouvrage collectif intitulé *La pratique du jeu vidéo : virtualité ou réalité ?*¹⁹⁴, « Virtuel est un terme aujourd'hui aussi polysémique qu'usité. Avec l'avènement des technologies dites nouvelles de l'information et de la communication (NTIC), son destin semble irrémédiablement lié à l'informatique, et notamment aux jeux vidéo. Ainsi, depuis une vingtaine d'années, des connotations, teintées (voire tintant) de futurisme sont venues s'agréger à ses significations initiales. Celles-ci, comme l'indique l'étymologie¹⁹⁵, donnaient le virtuel comme une réalité *en puissance*, un *potentiel* qui ne demande qu'à être actualisé mais pourrait tout aussi bien demeurer *ad vitam eternam* dans les nimbes de *l'éventualité*... Car avec le virtuel, on ne sait jamais : c'est du peut-être que oui, peut-être que non ... Le seul consensus qui semble s'exercer à son propos repose sur son opposition avec le *réel*, ou tout du moins sur leur dissociation. Là est d'ailleurs son fil conducteur sémantique dans le temps : le virtuel désigne un mode

¹⁹² VILLE Sandrine, 2004, « Les imaginaires inspirés par les nouvelles technologies », *Consommations et Sociétés*, n°4 : Nouvelles technologies et consommation (dossier coordonné par Gérard GAGLIO), www.consommations-societes.net

¹⁹³ BALANDIER Georges, 2001, *Le Grand Système*, Paris, Fayard.

¹⁹⁴ ROUSTAN Mélanie (dir.), 2003, *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».

¹⁹⁵ Du latin *virtus*, force.

spécifique de rapport au réel, dans une extériorité colorée de défiance qui n'est pas sans rappeler celle de ses frères et cousins de *l'artificiel*, du *créé*, de *l'imaginaire*, de *l'illusoire*, du *fictionnel* et du *fictif*, mais aussi du *potentiel*, du *possible*, du *probable*, du *plausible* et du *vraisemblable*... ».

Avec le « virtuel », on est plus dans un changement de rapport au réel que dans une évolution du rapport à la matérialité (bien que les deux soient interdépendants). **L'idée de « virtuel » va plus loin qu'un strict rapport aux objets, elle englobe d'emblée un lien au monde connoté comme défaillant**, voire pathologique quand le discours psychiatrique s'en mêle. La notion renvoie à une perte de soi, un décrochement de la « réalité » qui tend à être condamné, sur le plan moral sinon sanitaire. Elle indique plutôt un phénomène difficile à maîtriser, qui peut « emporter » l'individu et le couper du monde, des autres et de lui-même.

Par réaction, cela explique certainement en partie pourquoi **le terme de « dématérialisation » a gagné du terrain, notamment dans les domaines les plus légitimes** : si, réduits à leur sens le plus pragmatique, les deux termes de « virtualisation » et de « dématérialisation » sont parfois employées indifféremment, pour désigner d'une façon qui se veut neutre l'introduction d'une gestion informatisée de l'information, le second vocable permet d'éviter certaines connotations du premier, incompatibles avec les exigences des sphères économiques et professionnelles où la *fiabilité* est reine. En effet, la « dématérialisation » est généralement vue comme souhaitable en plus d'être inexorable¹⁹⁶.

Voyons à présent ce qu'il y a à trouver, à voir, à toucher derrière ces images... et ce que la « nouvelle donne » matérielle implique en termes de pratiques.

¹⁹⁶ C'était très clair dans le cas de l'argent. Cela semble se confirmer pour l'administration, aussi bien publique que privée. C'est moins simple pour la musique, car l'informatisation de « l'objet » n'est pas seulement source de fluidification, il autorise aussi une renégociation du rapport au marché qui ne semble pas radicalement aller dans le sens de l'offre.

1.2 Un foisonnement d'objets : centralisation autour de l'ordinateur et « matérialité mobile »

Derrière le terme de « dématérialisation », on trouve une profusion d'objets matériels qui peut surprendre au premier abord.

1.2.1 La « nouvelle donne » matérielle de la « dématérialisation »

Pour Jean-Louis Murat sur le cas précis qui le concerne, « c'est mortel de dématérialiser la musique, car c'est un univers très lié au fétichisme de l'objet »¹⁹⁷. Aussi pleine de bon sens cette assertion apparaît-elle, elle ne se vérifie pas dans les pratiques. Dans le domaine musical, l'engouement – la frénésie presque – de consommation, de collection, de connaissance des objets matériels ne souffre pas de la « dématérialisation », elle semble à l'inverse se reporter sur... d'autres objets matériels, ceux justement de la « dématérialisation ». Le « culte des objets » que les passionnés entretiennent parfois à la culture matérielle ne disparaît pas, il se déplace. Mais la prise est là, l'attachement, la ritualisation¹⁹⁸, la collection, la passion esthétique ou technique, les investissements identitaires, psychiques et affectifs de tous types.

L'iPod, le baladeur numérique d'Apple, en est une illustration parfaite. Il condense tout l'imaginaire de la « dématérialisation » – cet « immatériel » de l'immatériel – dans sa matérialité même. Jonathan Ive, le designer de l'iPod, se souvient dans *Newsweek* que début 2001, Steve Jobs lui avait demandé de créer un objet « si simple, si lumineux, qu'on n'imaginerait même pas qu'il ait été fabriqué. » Pour Françoise-Marie Santucci, journaliste à *Libération*, « Sur la carte imaginaire de la modernité, il se situe à l'exacte confluence de la technologie, de la branchitude et du design. » ; « A tel point qu'il pourrait renvoyer le compact disc au rayon des antiquités, et incarner une nouvelle ère futuriste, totalement digitale, où nous

¹⁹⁷ Propos recueillis par Françoise-Marie SANTUCCI, *Libération* du 17 septembre 2004.

¹⁹⁸ *Ethnologie Française*, 1996, XXVI, 2 : La ritualisation du quotidien.

évoluerions dans un univers blanc nacré comme sa coque en plastique. »¹⁹⁹. Les termes mêmes employés pour décrire ce baladeur donnent à lire le paradoxe de ce type d'objets, censés « incarner » une nouvelle ère « digitale » : il s'agit bien de faire prendre corps à un imaginaire, de lui donner de la chair littéralement, et de s'en servir avec les doigts en l'occurrence. On est bien dans la sphère de la culture matérielle, qui prend sens dans l'action du sujet.

Mais le petit baladeur est aussi au centre d'expositions artistiques, de sites internet, il rassemble tel ou tel groupe autour de lui, de sa connaissance, de son « amour » – bref il fait culture. Par exemple, Les « people » « chantent ses louanges », « Les fans plus anonymes l'évoquent avec la démesure propre aux croyants et le photographient, tels les nains de jardin d'*Amélie Poulain*, devant le mont Fuji, au Venezuela, à Rio ou narguant le Capitole. »²⁰⁰. Et là encore, il faut souligner qu'il fait aussi marché : « Chaque sortie d'un nouveau gadget est aussitôt répertoriée sur les innombrables sites voués au culte de l'icône » ; « Surfant sur le boom de la petite boîte blanche d'Apple, les fabricants d'accessoires rivalisent d'imagination pour fourguer LE dernier gadget à brancher sur son iPod, assurés de vendre à peu près n'importe quoi pourvu que ça commence par un « i ». Depuis trois ans, ce marché a explosé, alignant près de 200 produits, du classieux fourreau Vuitton (265 dollars, ou, dans une même fourchette de prix, l'étui Gucci, Dior, Paul Smith...) à la pochette waterproof qui permet de faire trempette avec son nouveau compagnon digital, en passant par l'improbable Groove Bag, sac à main en simili-cuir blanc doté d'une pochette apparente où glisser le baladeur, relié à deux enceintes incorporées. »²⁰¹.

Ainsi, que les industriels se rassurent, « Comme tous les biens de consommation (alimentaires, électroménagers, hi-fi...), les NTIC sont des produits disponibles sur le marché et sont matérialisés par des objets qu'il convient d'acquérir (ou que l'entreprise met à disposition du salarié) avant de créer une pratique. »²⁰². De plus, les objets de la « dématérialisation » présentent les caractéristiques classiques des objets matériels, notamment techniques, comme le besoin d'énergie, la faillibilité, la

¹⁹⁹ *Libération*, 17 septembre 2004.

²⁰⁰ *Ibid.*

²⁰¹ Article de Marie LECHNER, *Libération* 17 septembre 2004.

²⁰² GAGLIO, *op. cit.*

complexité d'usage et le coût. C'est un vrai « retour » de matérialité. Par exemple, Françoise-Marie Santucci fait remarquer que « outre un prix astronomique, la famille iPod pâtit de sérieux problèmes de batteries »²⁰³. Et Gérard Gaglio généralise, en présentant la contribution de Jawad Abdou à son dossier sur les NTIC : « l'obligation de recharger tous ces outils de façon régulière entraîne toute une logistique et différentes stratégies, à la fois de la part des utilisateurs (anticipation, gestion dans l'urgence, délégation) mais aussi des offreurs : le changement d'une batterie hors d'état de marche est rendu onéreux, ce qui oblige à acheter un nouvel appareil fréquemment. »²⁰⁴. En ironisant un peu, on pourrait dire que le marché du *hardware*²⁰⁵ n'a pas été « dématérialisé » pour deux sous... Apparaissant d'abord comme secondaires, ces « adjuvants » que sont les piles et autres batteries se révèlent finalement essentiels, en ce qu'ils « octroient différents degrés de mobilité : mobilité statique, mobilité intra-domestique, mobilité extra-domestique »²⁰⁶.

1.2.2 L'ordinateur comme point central polyvalent et ses périphériques mobiles

Du point de vue du consommateur, non pas au sens strict de client mais ici d'auditeur, la soi-disant « révolution » MP3 ne modifie pas en profondeur les conditions de l'écoute : la musique se savoure seul ou à plusieurs, chez soi, au bureau ou en voiture, en tant qu'activité à part entière ou comme accompagnement à autre chose. Ce n'est pas tant dans l'écoute mais dans la pratique musicale au sens large qu'il faut chercher les changements : que le baladeur soit numérique ou non, que les enceintes du salon soient branchées sur un ampli ou sur un ordinateur ne modifient pas le plaisir auditif à proprement parler, mais elles font évoluer sa mise en oeuvre.

²⁰³ *Libération*, 17 septembre 2004.

²⁰⁴ GAGLIO, *op. cit.*

²⁰⁵ Pour ce qui est des « contenus » et des « flux » toutefois, le rapport au marché est très touché, dans la mesure où tout peut se passer à domicile, qui plus est parfois sans faire intervenir d'argent (ce point sera développé ultérieurement).

²⁰⁶ GAGLIO, *op. cit.*

En termes de culture matérielle mobilisée, il faut souligner une centralisation du système d'objets autour de l'ordinateur (connecté à internet) – encore une fois pourrait-on dire, en rappelant que « le potentiel considérable de l'ordinateur, c'est sa versatilité : à la fois outil de loisir, outil de travail et maintenant outil de communication »²⁰⁷. A ce niveau, point de « dématérialisation » en vue, mais une place privilégiée donnée à/prise par l'informatique domestique. Un premier niveau consiste ainsi à noter que si la forme matérielle d'un fichier informatique peut sembler transparente à certains moments, elle ne se dispense jamais d'un support, soit de stockage, soit de transport, soit de fonctionnement. Certes un morceau musical, un film, une photographie est un fichier informatique, mais ce fichier est totalement dépendant de la matérialité : il n'existe qu'à travers un support ou un lecteur. Sa transformation en quelque chose de perceptible par le corps passe nécessairement par un système d'objets matériels, par ailleurs des plus complexes.

La plupart sont typiquement des objets « nomades », qui autorisent le « consommateur entrepreneur » à garder « sur lui » certaines de ses « prothèses » (Dominique Boullier parle d'« habitèle » comme « extension du domaine de la personne »²⁰⁸) tout en considérant son domicile comme sa « base » – et l'ordinateur connecté qui en est le *centre* technique, social et marchand comme le point névralgique de « reliance »²⁰⁹.

Il n'y a pas moins d'objets matériels avec la « dématérialisation » mais ceux mis en œuvre ne sont pas tout à fait les mêmes. Certains viennent à manquer aux consommateurs, pétris par la force de l'habitude (et construits par leur relation routinière aux objets) malgré leur désir perpétuel de nouveauté : on a vu par exemple une grande marque comme Kodak jouer dans ses publicités sur l'attachement à des usages « traditionnels » de la photographie papier, comme l'album, l'encadrement, la conservation « près de son cœur » dans le portefeuille, etc. Les objets sont ainsi plus

²⁰⁷ ROCHEFORT, 1997, *op. cit.*, p. 88.

²⁰⁸ L'auteur précise : les « propriétés techniques des supports des appartenances qui constituent l'habitèle : ils sont portables et plus ou moins couplés au corps (...) ils sont compatibles, ils doivent s'inscrire dans des chaînes techniques, juridiques, administratives complexes (...) ils sont marchands parfois mais pas nécessairement (...) ils sont chargés d'information » (BOULLIER Dominique, 2004, « Objets portables en tous genres et prises sur le monde : l'habitèle comme extension du domaine de la personne », *Consommations et Sociétés*, n°4 : Nouvelles technologies et consommation (dossier coordonné par Gérald GAGLIO), www.consommations-societes.net)

²⁰⁹ ROCHEFORT, 1997, *op. cit.*, p. 77 ; cf. aussi tout le chapitre 3 : « Lieux fixes et objets nomades ».

ou moins acceptés selon la façon dont ils arrivent à inscrire leurs nouveaux usages dans le « paysage » préexistant des pratiques. Les actions qu'ils impliquent évoluent donc aussi. Notamment, les « techniques du corps »²¹⁰ se distribuent sur des petits objets « près du corps » et se spécialisent sur le rapport à l'ordinateur et à ses périphériques. Nous allons maintenant analyser précisément les mécanismes de cet engagement – qui est engagement du sujet tout entier – avec le cas du jeu vidéo.

1.3 L'importance du corps en action : l'exemple du jeu vidéo

1.3.1 Le joueur a/est un corps

Pour le jeu vidéo, les travaux empiriques font apparaître le corps – ses actions et réactions enchaînées, ses perceptions et sensations étendues, la démultiplication de ses images – comme le lieu et le moteur de l'expérience vidéoludique²¹¹.

Tout d'abord, la présence de « séquelles » touchant le corps (surtout les yeux et les mains) constitue le témoignage direct de son implication. Outre ces modifications du corps matériel (au sens d'un corps biologique, regardé d'un œil médical), d'autres apparaissent sur le plan sensoriel (notamment pour la vue, avec des effets de persistance rétinienne, par exemple). De plus, la douleur surgit parfois pour rappeler au joueur qu'il a participé de tout son corps au jeu. Maux de tête, de dos, problèmes oculaires, courbatures, peuvent constituer autant de conséquences directes d'une session. Durant le jeu lui-même, le joueur est stimulé, tant au niveau de son attention que de ses perceptions et de son investissement intellectuels, émotionnels, voire affectifs. Le simple fait de jouer peut lui procurer du plaisir, remporter une victoire le transporter... parfois jusqu'à l'énervement. Cet état de tension se révèle ambivalent, à la fois force d'attraction et de répulsion pour le joueur, car de l'engouement au

²¹⁰ MAUSS, *op. cit.*

²¹¹ STORA Michael, 2003, « La marche dans l'image. Une narration sensorielle », in ROUSTAN Mélanie (dir.) *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».

stress, le pas est vite franchi. Pour décrire les effets après coup, l'expression de « *fatigue nerveuse* » est souvent employée.

Outre ces formes de plaisir et de déplaisir liées à des aspects purement ludiques, un autre type de ressenti peut être envisagé, provoqué par les simulations d'espace et de vitesse (utilisées notamment dans les jeux de course et de sport). Les joueurs décrivent des états-limites, entre émotions et sensations, des impressions de fluidité et de déplacement très proches de ce qu'ils peuvent ressentir dans des situations « réelles », et qu'ils qualifient pour certains de « *physiques* ». De plus, l'observation de mouvements « parasites » du joueur en action offrent des indices d'un engagement du sujet perceptif tout entier : balancement latéral du buste en fonction des tournants d'un circuit, inclination d'avant en arrière selon la vitesse espérée du véhicule dans le jeu, mimiques diverses, exclamations...

Toutefois, si la plupart des temps du jeu donnent à voir un sujet impliqué dans toute la complexité de ses dimensions physiques et psychiques, certains moments sont au contraire de l'ordre de la rupture, parfois du morcellement. En effet, il arrive d'éprouver un sentiment de « décrochage » du corps par rapport à la volonté consciente, qu'il donne l'impression de n'en faire qu'à sa guise ou qu'il « lâche » (les nerfs, les réflexes, le sommeil). De façon similaire, nous l'avons déjà évoqué avec les piles et batteries, la présence des objets devient flagrante quand ils gênent ou semblent résister : un blocage mécanique, une incompatibilité technique, une manette défaillante, un bruit étrange, un cordon manquant, un « déménagement »²¹², une panne... les replacent brusquement au centre de la pratique. La rupture de « l'harmonie » routinière fait ainsi prendre conscience de la présence matérielle des objets.

Le corps, indissociable du sujet, apparaît comme engagé dans le jeu vidéo : il jouit, souffre, peine, ressent, décroche... On est alors loin de sa signification populaire le

²¹² Par exemple, à l'occasion d'une soirée ou d'un week-end de jeu vidéo (mise en réseau d'ordinateurs personnels dans un même lieu privé), les joueurs sont amenés à réunir leurs machines, et donc à les déplacer physiquement – ce qui peut s'apparenter à un « déménagement ». Lors de leur circulation, le poids et l'encombrement des objets reviennent sur le devant de la scène (DESJEUX Dominique, MONJARET Anne et TAPONIER Sophie, 1998, *Quand les Français déménagent. Circulation des objets domestiques et rituels de mobilité dans la vie quotidienne en France*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Sciences sociales et sociétés », p. 180).

réduisant à une entité mécanique, inerte, et isolée du monde (le corps vu par le médecin-légiste) ; il est vivant, dans l'action, en contact avec la matière et les personnes qui l'entourent, et constitue le sujet, enchâssé dans une histoire individuelle, sociale et culturelle (le corps vu par l'ethnologue). Pour reprendre les mots de Warnier : « On n'a pas un corps-viande agissant de manière extérieure et transitive sur une matière inerte, y compris la matière de son propre corps (...) On a un sujet qui fait corps avec les éléments pertinents de son environnement sensorio-affectivo-moteur. (...) C'est un universel. »²¹³.

1.3.2 Les mécanismes de l'engagement du corps dans la pratique du jeu vidéo

L'observation de joueurs en train de pratiquer montre qu'à partir d'un certain stade de maîtrise du jeu, le niveau de conscience réflexive diminue, les mains semblent s'activer seules, hors de tout contrôle délibéré. Effectivement, pour le sujet en action, l'impression est de commander directement son « avatar » et non les mouvements de ses doigts.

De ce fait, la maîtrise technique du jeu peut être considérée comme l'aboutissement d'un processus d'« incorporation »²¹⁴ : tel le conducteur automobile n'ayant plus à réfléchir pour passer les vitesses, le passionné de jeu vidéo a acquis un ensemble de « stéréotypes moteurs »²¹⁵ ou simplement d'« algorithmes moteurs »²¹⁶ qui ont « pour résultat une grande économie d'énergie, la capacité à agir longtemps, sans fatigue, de sorte que le moi conscient puisse se dégager de l'action et s'investir ailleurs. »²¹⁷. Le corps perceptif est au centre de ce mécanisme d'appropriation. Il y apparaît comme « élastique » dans l'action et plus encore la répétition de l'action. Il

²¹³ WARNIER Jean-Pierre, 2002, « Les jeux guerriers du Cameroun de l'Ouest », *Techniques & Cultures*, 39, p. 180.

²¹⁴ WARNIER, 1999, *op. cit.* ; ROSSELIN Céline, 1999, « Si tu vas un peu brusquement, tu te cognes contre l'armoire ! », in Marie-Pierre JULIEN et Jean-Pierre WARNIER (dir.), *Approches de la culture matérielle. Corps à corps avec l'objet*, Paris, L'Harmattan, coll. « Connaissance des hommes », p. 107-118 ; KAUFMANN, 1997, 2001, *op. cit.*

²¹⁵ PARLEBAS, *op. cit.* 1998, p. 395-8.

²¹⁶ Le stéréotype moteur est une réponse à un milieu ne laissant aucune place à l'incertitude, quand l'algorithme conserve une capacité d'adaptation (*ibid.*).

²¹⁷ WARNIER, 1999, *op. cit.*, p. 12.

ne se limite plus aux frontières de la peau mais jouit d'une capacité d'extension aux objets qui l'entourent et dont il a pris l'habitude, avec lesquels il a développé des automatismes et dont il connaît toutes les caractéristiques et réactions physiques²¹⁸. Ainsi, jouer, bien jouer et accéder aux plaisirs de la maîtrise technique impliquent un « oubli » du corps en action, voire *dans* l'action, à tel point que « ça » joue plus que « je » ne joue.

La connaissance est d'abord celle du matériel (d'où des transferts de compétence possible²¹⁹), l'incorporation celle des caractéristiques physiques de l'objet (où sont les touches ?). Cette appropriation du matériel s'oublie vite, mais ressurgit lors des changements de supports, de marques, et dans une moindre mesure de modèles (les marques restant fidèles à leur standard). La découverte d'un jeu est une autre occasion de reprendre conscience de ses actions, non pas tant sur des boutons que sur des *commandes*, voire des organes de communication avec la machine²²⁰. La pleine conscience du mouvement des doigts sur le clavier ou sur la manette revient alors pour un temps²²¹. Cette « prise en main » constitue l'échauffement plus que le coup d'envoi de la partie. Le stade « réflexe », clef de la fluidité de l'action et donc du jeu, peut être obtenu au fil de l'expérience ou délibérément acquis par l'entraînement.

Le second palier de l'incorporation est l'« interface » : terme usité dans le domaine de l'informatique générale, sa signification ne semble pas encore totalement stabilisée. C'est le système d'exploitation qui permet la circulation d'informations entre le joueur et le jeu. L'interface a d'abord désigné les « organes matériels de communication » (écran, clavier, souris, manette), puis s'est étendue à une

²¹⁸ Cette réflexion sur le corps et son rapport aux objets matériels trouve ses racines dans les intuitions géniales de Marcel MAUSS (*op. cit.*) un des premiers, en ethnologie, à ne pas réduire le corps à sa dimension symbolique. En outre, la notion de « schéma corporel », travaillée tout au long du siècle, constitue une autre source d'inspiration pour l'élaboration des concepts de « synthèse corporelle » pour Jean-Pierre WARNIER (1999, *op. cit.*, p. 27) ou de « corps socialisé, à géométrie variable » pour Jean-Claude KAUFMANN (2001, *op. cit.*, p. 182).

²¹⁹ Il est notable que ces routines viennent s'inscrire dans des corps déjà socialisés, notamment à la pratique de l'informatique, mais qu'elles peuvent aussi venir initier un processus d'« acculturation technologique » (JACQUINOT-DELAUNAY Geneviève, 2001, « Présentation », in JACQUINOT-DELAUNAY G. (dir.) dossier « Qui a encore peur des jeux vidéo ? », *MédiaMorphoses*, n°3, p. 22), d'où des enjeux forts au niveau socioculturel.

²²⁰ « Les touches sont des mécanismes qui permutent et rendent visibles des symboles : voyez les pianos et les machines à écrire. » (FLUSSER Vilem, 1996, *Choses et non-choses. Esquisses phénoménologiques*, Paris, Editions Jacqueline Chambon, coll. « Rayon Philo », p. 106).

²²¹ MABILLLOT Vincent, 2001, « Mises en scène d'interactivité », in JACQUINOT-DELAUNAY G. (dir.) dossier « Qui a encore peur des jeux vidéo ? », *MédiaMorphoses*, n°3, p. 48.

abstraction, « l'organisation logique de l'application », autrement dit le mode de dialogue avec la machine et son efficacité²²². Dans le cas du jeu, le terme de *gameplay* est employé pour désigner cette face « numérique » de l'interface.

1.3.3 Une relation sujet-objet complexe

L'exemple du jeu vidéo montre à quel point ce serait se fourvoyer que de confondre les représentations associées à des pratiques avec ces pratiques elles-mêmes. L'imaginaire mobilisé autour de l'activité vidéoludique, cristallisé autour de la notion de « virtualité », est emblématique de la sphère de la « dématérialisation », censée combiner nouvelles technologies de l'information et de la communication, évanescence des objets matériels et évacuation des corps physiques. Pour autant, l'approche ethnographique montre et démontre un engagement total du corps en ce qu'il incarne le sujet tout entier, comme entité bio-psycho-sociale. Le corps est (ici comme ailleurs) action, réaction, perception sensorielle, construction symbolique.

Un objet comme le jeu vidéo, malgré un « immatériel » tout à fait immatériel, fonctionne sur la rencontre entre une matérialité très « performante » et un sujet très « engagé » – autant dire dans une sphère qui ne saurait relever d'une quelconque « dématérialisation ». Sauf à considérer que « dématérialisation » est justement le terme approprié pour décrire la tension entre un cadre interprétatif, un discours où les objets et les corps peinent à trouver leur place et des pratiques somme toute classiques, bien qu'adaptées à une culture matérielle dont il ne s'agit pas non plus de nier les spécificités. Dans le cas du jeu vidéo par exemple, on voit bien que le lien unissant le système des objets matériels à leurs contenus symboliques est particulier à une nouvelle catégorie de culture matérielle, arrivée avec l'informatique, et dont il s'agit de mesurer la « puissance » – notamment en termes de construction de soi.

L'exemple quelque peu « extrême » du jeu vidéo a montré : d'une part que l'imaginaire associé à un objet n'était pas forcément en phase avec la réalité de ses

²²² WEISSBERG Jean-Louis, 1999, *Présences à distance. Déplacement virtuel et réseaux numériques. Pourquoi nous ne croyons plus à la télévision*, Paris, L'Harmattan, coll. « Communication », p. 29.

pratiques – ici, l'imaginaire ne retient que la dimension « virtualisante » de l'activité en occultant les moyens de l'atteindre, très matériels et très « physiques » –, d'autre part que certains objets relevant des « nouvelles technologies » ont tout de même une manière d'articuler la matérialité au symbolique qui, sans être totalement révolutionnaire, s'est trouvée potentialisée par l'informatique (versatilité des stockages, fluidité des transports de l'information, miniaturisation). **Avec la culture matérielle, le sens se construit toujours dans l'action ; avec une partie de cette culture matérielle, apparaissent des effets de double détente dus à un feuilletage (simultané et diachronique) des contenus symboliques portés et construits.**

1.4 S'il n'y a pas de « dématérialisation » des usages, peut-on conclure à un « pur » imaginaire sans fondement ?

L'imaginaire attaché aux nouvelles technologies met en scène un monde où le Progrès aurait « purifié » les humains en de purs esprits grâce à des machines toujours moins dépendantes de la matérialité – que cette évolution soit décrite comme une réelle avancée anthropologique ou qu'elle se fasse synonyme d'angoisses philosophiques et/ou sociologiques. **L'observation des pratiques donne à voir au contraire un foisonnement d'objets matériels toujours plus complexes** et confirme la constance de l'importance du corps humain dans son appréhension du monde : l'action sur les choses transforme la matière et transforme en retour le sujet, via les sensations et la construction du sens par l'agir. **Il n'y a pas de « dématérialisation » des usages.**

La culture matérielle, la plus complexe et la moins « matérialisée » apparaisse-t-elle, n'en demeure pas moins au cœur de la « forge » des individus et du social. C'est pour elle et par elle que se bâtissent les sujets, qui sont ce qu'ils font et qui co-construisent leurs images et leurs identités. C'est elle aussi qui « tient » le lien social – et le transforme quand elle permet des relations qui s'inscrivent différemment dans l'espace, le temps et la sphère plus large de l'action sur les choses et de la représentation de soi.

Le couple dynamique sujet-objet demeure au cœur de la construction des individus et du social. Son caractère primordial n'est pas remis en cause par l'apparition de « nouveaux » objets matériels. Est-ce à dire que la « dématérialisation » n'est qu'un « emballage » sans fondement, qui ne recouvre aucune réalité ? Ce n'est pas si simple. Car s'il apparaît clairement qu'il n'y a pas de « dématérialisation » de la consommation au sens d'une « dématérialisation » des usages, il serait radical de balayer d'un revers de la main cette notion au seul prétexte qu'elle n'est pas applicable au sens strict. C'est pourquoi nous allons continuer notre réflexion, en tentant de comprendre comment a pu émerger un tel imaginaire, en essayant de pister les indices sur lesquels repose une telle idée. Car si notre propos rejette l'antériorité univoque des représentations sur les pratiques, en soulignant le fait que les secondes construisent aussi les premières, il se doit de rester fidèle à lui-même, en se demandant sur quelles dimensions de ces pratiques reposent la naissance et le développement de cet imaginaire de la « dématérialisation ». C'est l'optique du chapitre qui suit que de « disséquer » les caractéristiques de cette culture matérielle et d'en évaluer la spécificité.

Chapitre 2 – Une évolution de culture matérielle ?

Le terme de « dématérialisation », même si nous en rejetons la pertinence dans son acception stricte, n'a pas surgi de nulle part ni par hasard. Il correspond certainement à des métamorphoses des formes matérielles de phénomènes complexes (comme l'argent ou la musique). En avançant dans la réflexion, nous sommes amenés à envisager ces métamorphoses non seulement dans leur matérialité, mais surtout dans l'impact de cette matérialité sur le phénomène pris dans toute ses dimensions, des plus concrètes aux plus abstraites. Il faut pour cela mettre en application la « résolution » de réfléchir en termes d'articulation et non d'opposition matériel / immatériel.

Si nous tenons maintenant pour acquis l'omniprésence des objets matériels et des corps dans les mécanismes de construction des pratiques, mais aussi des individus et du social, nous devons à présent affiner l'analyse. Dans le cas de la « dématérialisation », cette omniprésence a été montrée. Toutefois, les objets, par la façon et le niveau de complexité avec lesquels ils articulent dimensions matérielles et contenus symboliques, n'offrent pas les mêmes prises et ne créent pas les mêmes alchimies. C'est ce pan de la réflexion qu'il faut continuer à mener pour la « dématérialisation ». Les exemples de la musique et du jeu vidéo continuent de fonder le propos.

Les objets et les corps « résistent » très bien à la « dématérialisation ». Cette dernière n'a pas de pertinence lorsque le regard se porte sur la quantité de culture matérielle et sur ses usages. Pour autant, tous les objets ne sont peut-être pas à considérer sur le même plan : même si c'est toujours dans l'action du corps que se crée la pratique et son sens, cela ne se fait pas exactement de la même façon. De ce point de vue, la « dématérialisation » fait mouche, une fois toutes les précautions précédentes énoncées et gardées en tête : le lien matérialité-contenu symbolique se fait ultra-flexible avec l'informatique, qui en plus miniaturise... cela ne saurait se réaliser sans évolution.

2.1 Matérialité « amovible » et contenus interchangeables

En simplifiant le propos, tout objet comporte des dimensions matérielles (taille, poids, résistance, etc.) et des dimensions symboliques. Ces dernières, et les articulations qui les lient aux premières, se déclinent en nature et en degré.

2.1.1 Les degrés d'articulation entre matériel et symbolique

Par exemple une chaise comporte des dimensions symboliques : son « immatériel » en tant que marchandise²²³, son image sociale, son appartenance à une culture plus ou moins légitime, son rattachement à une classe sociale, à un sexe, à un moment de la vie... mais aussi la mémoire familiale déposée dans cette chaise, l'investissement « sensori-affectivo-moteur »²²⁴ qui fonde son appropriation, sa domestication, sa personnalisation, etc. Nous considérons cette articulation entre matériel et symbolique comme **un premier niveau, dont dispose tous les objets.**

A présent, considérons un livre. En tant qu'objet, il présente bien toutes les caractéristiques susdites : il signifie quelque chose au plan culturel, au plan social, au plan individuel. Mais le fait qu'il comporte un contenu symbolique explicite – ici écrit – lui confère un **second degré** d'articulation entre matériel et symbolique, **de l'ordre du support**. Cette caractéristique supplémentaire est généralisable à toutes les productions incluant de l'image et/ou du texte. Et, en simplifiant, elle date des débuts de l'humanité.

Les évolutions techniques de la révolution industrielle sont venues complexifier la situation, en ajoutant de nouvelles possibilités aux productions symboliques humaines, par exemple de photographier ou de filmer une scène, ou d'enregistrer des sons. Ces inventions ont permis d'ajouter un **troisième degré** d'articulation matériel / symbolique : celui d'une **articulation amovible**. En effet, ces objets sont en fait des systèmes d'objets, composés de « machines » et de « supports » de

²²³ au sens de ROCHEFORT, 1997, *op. cit.*

²²⁴ TISSERON Serge, 1999, *Quand l'esprit vient aux objets*, Paris, Aubier Montaigne.

contenus qui enregistrent, entreposent ou refont vivre la mémoire de tel ou tel contenu et qui sont interchangeables entre eux. L'exemple de la « discomorphose » de la musique est exposé ci-après.

2.1.2 Les évolutions liées aux dites « nouvelles technologies »

La révolution dite « technologique » a « poussé » cette articulation plus loin, en y adjoignant **une autre, non plus entre la machine et le support du contenu symbolique, mais entre le support et le contenu lui-même**. Une rupture supplémentaire s'opère ainsi avec la possibilité de renouveler le contenu d'un support (la cassette, la disquette).

L'informatique en réseau permet en plus de **faire transiter les contenus d'un support à un autre, ou directement d'une machine à une autre**. Une certaine idée de fluidité en ressort, liée au fait de considérer l'information comme un flux. Cette fluidité est permise par le principe du domaine informatique, qui articule *hardware* et *software*. Le fichier informatique, bien que constamment dépendant de la matérialité, présente un caractère d'amovibilité tout à fait remarquable : il peut passer d'un support matériel à un autre, que ces derniers soit imbriqués l'un dans l'autre (le CD et l'ordinateur), simplement connectés (le baladeur et l'ordinateur) ou distants de plusieurs dizaines de milliers de kilomètres (le fichier source et l'ordinateur). On peut trouver ici une forme de prise de distance vis-à-vis des contraintes matérielles, qui permet de comprendre le point d'ancrage de la tentation du recours à la « dématérialisation ». **Sans qu'il y ait de « disparition » de la culture matérielle, ni de véritable libération, qui impliquerait de pouvoir s'en dispenser tout à fait, il y a bien une évolution**. En reprenant l'exemple de la « dématérialisation » de la musique, nous explorons (ci-après) les conséquences de ces changements sur le consommateur.

Enfin, un **dernier degré** peut encore s'ajouter à tous ceux cités précédemment en termes d'articulation matériel / symbolique : **l'interactivité**, qui permet l'actualisation perpétuelle des contenus. C'est ici le cas du jeu vidéo qui viendra illustrer les implications en termes de rapport à la matérialité d'une telle complexification.

2.2 L'exemple de la « discomorphose » : la forme matérielle fait la musique

La « dématérialisation » amène à s'interroger sur la pertinence de l'opposition entre matérialité et immatérialité. En effet, le terme implique clairement une « diminution », voire une « disparition » de matérialité du phénomène qu'il vient qualifier. Or, pour que la matérialité « baisse », il faudrait que ce phénomène ne soit pas déjà une abstraction. Le problème est survenu avec l'analyse de la notion d'argent. Et il a été réglé à la fois en reconnaissant qu'une abstraction ne peut l'être plus, quelles que soient les formes matérielles qui en constituent la substance, et en prenant néanmoins en compte les évolutions de ces formes et leurs conséquences. Les parts matérielles et immatérielles d'un phénomène apparaissent comme totalement enchevêtrées, interdépendantes. Leur imbrication est constante et leur co-construction s'opère dans l'action et l'interaction des individus. Il semble donc important de ne pas se crisper sur une opposition entre matérialité et immatérialité et de porter le regard prioritairement sur les articulations de l'une à l'autre. L'exemple développé ici, celui du support musical disque, est intéressant en ce qu'il montre la complexité de ces articulations, dans un contexte antérieur à ladite « dématérialisation ».

Dans un ouvrage paru en 2000 à La Documentation Française, intitulé *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Antoine Hennion, Sophie Maisonneuve et Emilie Gomart²²⁵ s'attèlent à un double travail pour comprendre l'amour de la musique, les mécanismes de l'écoute, et la construction de l'auditeur contemporains : d'un côté, ils analysent les changements de configurations matérielles, symboliques et sociales qui ont fait de la musique ce qu'elle est à notre époque ; de l'autre, ils tentent une comparaison entre passion musicale et addiction. En se fondant sur la première partie de l'ouvrage, et notamment sur ce que les auteurs décrivent comme la « discomorphose » de la musique (sa transformation en et par le disque), ainsi que sur d'autres ressources en ce qui concerne l'avènement

²²⁵ HENNION Antoine, MAISONNEUVE Sophie et GOMART Emilie, 2000, *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation Française.

de la musique en fichiers informatiques, nous tenterons d'évaluer l'impact des formes matérielles d'une abstraction sur son existence en tant que telle et en tant que pratique sociale.

Pour Hennion et ses collaborateurs, il est important de prendre la musique comme un « événement incertain, un faire en situation, un surgissement à partir d'instruments et d'appareils, de mains et de gestes »²²⁶ et pas seulement comme une œuvre abstraite, une forme immatérielle ou alors comme un pur construit social et culturel – et de considérer « le rapport à la musique comme un ensemble de pratiques, comme un *faire* »²²⁷. Pour cela, les sociologues se recentrent sur deux notions interdépendantes : l'amateur et l'écoute²²⁸. L'un et l'autre se co-construisent, enchâssés dans un enchevêtrement matériel, symbolique et social que constituent toute la filière du « système d'approvisionnement »²²⁹ de la musique, ses dispositifs techniques, ses interactions humaines, son système imaginaire. Si « les formes actuelles de l'amour de la musique et les espaces modernes de l'écoute sont très différents de ce qui a pu se passer dans les époques antérieures », « c'est la transformation radicale de tous ses intermédiaires matériels qui a véritablement créé l'espace musical de l'écoute actuelle – ce que nous appelons la production de l'amateur. »²³⁰.

Ainsi, c'est en s'appuyant sur une culture matérielle dont ils disposent tout autant qu'ils créent sans cesse que les différents acteurs, du créateur à l'auditeur font la musique – on pourrait dire « du producteur au consommateur ». Car s'il est généralement acquis que la musique s'est peu à peu autonomisée de la danse et du religieux pour devenir une « activité » à part entière, autant pour ses créateurs, ses « facteurs » que ses auditeurs, force est de considérer que le marché n'est pas étranger à ce phénomène. Sur la période récente, « l'offre de musique, à travers les formes modernes que sont le concert payant, ou l'enregistrement et la radiodiffusion

²²⁶ *Ibid.*, p. 41.

²²⁷ *Ibid.*, p. 127.

²²⁸ « La polysémie de ce mot-clé d'écoute, sa relative indétermination entre l'actif et le passif, sont fort bien venues pour interroger la musique sur ce qu'elle engage, au lieu de la prendre pour un objet autonome dont la pratique et la consommation ne relèveraient que de considérations musicales. » (HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 39).

²²⁹ FINE Ben et LEOPOLD, *op. cit.*

²³⁰ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 40-1.

(...) a créé la demande de musique, comme consommation d'un produit manufacturé. »²³¹. Nous allons retrouver ici des enjeux liés à la construction sociale d'un objet en marchandise et d'une relation humaine en échange marchand : « l'auditeur devenu client » constitue « l'invention musicale du XXe siècle »²³².

La conséquence en a été profonde, et ne regarde pas seulement l'industrie de la musique. Car les formes matérielles de cette dernière et leurs modes de diffusion ont conditionné sa réception, sa « consommation » à proprement parler : « L'écoute est moins une qualité personnelle que le résultat éventuel d'un temps et d'un espace aménagés, à la suite d'un long apprentissage historique et collectif ayant lui-même produit un univers inédit d'objets coordonnés. »²³³. Plus simplement, « nous avons appris à prendre plaisir à écouter de la musique »²³⁴, et cette opération a émané d'un système d'objets, d'acteurs et d'actions. De plus, nous avons appris à prendre plaisir à écouter une certaine musique d'une certaine manière, dans certaines conditions. L'exemple du disque est à ce titre frappant. Le disque change (la relation à) la musique

2.2.1 Le disque formate l'écoute

S'il affranchit l'auditeur du « musicien vivant » par le biais de l'enregistrement, le disque le rend dépendant d'un système technique lui-même dépendant d'une énergie – généralement l'électricité, parfois l'énergie motrice humaine (manivelle). En tous cas, le disque rompt le lien spatial et temporel entre un écoutant et une production de musique *hic et nunc*. Il permet de garder une trace et de la remobiliser à l'infini. En théorie tout du moins, car après des décennies de « discomorphose », le rapport s'est inversé. La sphère musicale s'est tellement centrée sur l'objet disque que le concert est passé au second plan. De référence, il est devenu secondaire : « Notre espace musical est désormais balisé par les médias et l'enregistrement, la radio et, bien sûr, avant tout le disque. Le concert n'est plus la source que le disque

²³¹ *Ibid.*, p. 54-5.

²³² *Ibid.*, p. 61.

²³³ *Ibid.*, p. 59.

²³⁴ *Ibid.*, p. 58.

reproduirait, c'est le contraire. »²³⁵ – le concert avait valeur de « nouveauté », il prend la fonction de « vérification ». Non seulement le disque permet-il le décalage dans le temps, et donc dans l'espace, de l'écoute de l'œuvre, mais il en modifie les critères d'authenticité.

Il est bien question d'une trace, mais il s'agit plus de celle laissée par l'écoute intensive et itérative d'un morceau dans le corps perceptif et sensitif d'un auditeur que celle laissée sur un objet matériel par une technique de reproduction d'un contenu immatériel. Car la possibilité de passer et repasser une musique, de la faire rejouer à l'infini est une caractéristique forte du disque (comme de tout support d'enregistrement), qui a des conséquences sur la pratique musicale au sens large.

De plus, les choix opérés en termes de caractéristiques matérielles de l'objet se sont faits *normes* au fil du temps : il définissent un *format* d'écoute. La durée totale de l'enregistrement, la durée des morceaux, le système même des « plages » indépendantes et numérotées, atteignables directement... autant d'éléments concrets qui conditionnent le rapport temporel à l'écoute et la mise à disposition de la musique à proprement parler. De plus, l'idée d'album et la cohérence nécessaire de l'assemblage qu'il implique tend à formater également les attentes de ce qui est censé être de la musique.

En allant plus loin, il faudrait préciser également que les différentes formes matérielles du disque, de la « galette » au CD, ont apporté des nuances à ce « conditionnement » des pratiques. Le journaliste Florent Latrive²³⁶ présente le format des chansons comme « un héritage des disques et cylindres des gramophones (et autres phonographes) du début du siècle, limités à 3 ou 4 minutes de musique » et précise que l'album « naît avec le 33 tours en 1948, quand Columbia lance le LP (long playing) » ; il ajoute : « L'apparition du disque compact a aussi changé la donne. Si le 33 tours proposait deux faces de 22 minutes chacune, le CD peut accueillir 74 minutes²³⁷ de musique et *les oeuvres sont*

²³⁵ *Ibid.*, p. 60.

²³⁶ *Libération* du 17 septembre 2004.

²³⁷ Une durée choisie par l'un des dirigeants de Sony afin de pouvoir caser l'intégralité de la Neuvième Symphonie de Beethoven.

devenues plus longues », remarque Stanislas Hintzy, d'OD2²³⁸ France. A l'époque, rappelle-t-il, *certain artistes avaient protesté contre le disque laser, accusé de mettre en danger l'équilibre artistique voulu entre la face A et la face B* . ».

Ainsi, « le rapport matériel au disque est un rapport cognitif à l'œuvre »²³⁹. D'abord parce qu'apparaît clairement la « fonction médiatrice du disque »²⁴⁰ dans la perception et la réception de l'œuvre : par exemple, on pense une durée en nombre de disques. Ensuite parce que les possibilités de répétition à l'envi offertes par le disque permettent une connaissance très poussée de tel ou tel morceau, soutenue par les éléments annexes fournis par sa pochette (textes, éléments historiques). Enfin, parce que la multiplication des commentaires induits par la commercialisation de l'objet développe la « diffusion d'un discours savant intermédiaire (critiques, biographies) auprès des non-spécialistes »²⁴¹, qui poussent ces derniers à devenir des « experts ».

2.2.2 Le disque s'inscrit dans un système d'objets, un faisceau de pratiques

Et l'objet disque n'est pas un objet « autonome », au sens où il ne se suffit pas à lui-même. Pour exister dans son « destin » premier, celui de faire de la musique, il doit être *agi* par un sujet mais aussi être assemblé à d'autres objets matériels constituant un système technique propre à lui donner toute sa dimension.

Outre le temps, c'est l'espace de l'écoute qui est formaté par le disque, ou plus exactement le disque et son système d'objets inhérents. Hennion, Maisonneuve et Gomart parlent d'une « colonisation de notre espace-temps par la musique ». Pour eux, « Le matériel hi-fi fait entrer la musique dans l'espace privé et dans le quotidien, qu'elle peut tendre à coloniser, au sens propre par le volume des disques et du matériel (...), et surtout par une présence continuelle (...). »²⁴² et « La colonisation

²³⁸ *On Demand Distribution* : société lancée par Peter Gabriel, grossiste de musique en ligne pour la Fnac ou Wanadoo.

²³⁹ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 135.

²⁴⁰ *Ibid.*, p. 136.

²⁴¹ *Ibid.*, p. 135.

²⁴² *Ibid.*, p. 146.

du quotidien s'entend aussi au sens où la musique est associée à toutes les situations possibles, selon les amateurs : lecture, tâches ménagères, travail intellectuel, détente (...), ou encore repas entre amis (...); elle peut devenir un accompagnement de tous les instants, encore facilité par le baladeur. »²⁴³.

L'écoute est touchée par la « discomorphose » de la musique, mais la pratique musicale va bien au-delà : « le moment musical ne se réduit pas à l'audition, le disque s'approche, se touche et se caresse... »²⁴⁴. Il s'étend aux manipulations du disque en dehors du temps de son « passage » dans la chaîne hi-fi, le baladeur ou tout autre dispositif : « la matérialité même du disque est un aspect concret dont l'importance est tout à fait mise en relief par les amateurs (ce que le coffret a su parfaitement valoriser), attachés à leurs disques d'une manière qu'ils décrivent comme très physique . »²⁴⁵. Ainsi, le disque n'est pas pris seulement comme le représentant matériel d'une abstraction – l'œuvre – mais comme objet. Il s'appréhende en termes d'« appropriation ». Regarder, toucher, choisir, acheter, sortir de son emballage... puis toucher encore, ouvrir, fermer, nettoyer... lire la jaquette, admirer les photographies... et manipuler encore et encore, classer, ranger, trier... autant de pratiques de l'amour de l'objet qui font de l'auditeur un amateur, voire un passionné quand l'attachement confine au fétichisme.

C'est parfois le cas, car si, comme nous l'avons vu, « l'appropriation est à la fois possession matérielle de l'objet (...) et maîtrise cognitive de la musique »²⁴⁶, elle touche à d'autres sphères de construction du sens. Par exemple, quand « l'appropriation débouche (...) sur la collection, dont le discophile est la nouvelle figure »²⁴⁷ : le passionné se construit alors via ce hobby étrange, qui consiste à accumuler, rassembler et discriminer des éléments de culture matérielle partie prenante d'un patrimoine plus ou moins reconnu comme tel²⁴⁸. Le processus s'intrique autant dans l'action sur les objets matériels à proprement parler (et la

²⁴³ *Ibid.*, p. 147-8.

²⁴⁴ *Ibid.*, p. 130.

²⁴⁵ *Ibid.*, p. 129.

²⁴⁶ *Ibid.*, p. 135.

²⁴⁷ *Ibid.*, p. 129.

²⁴⁸ BROMBERGER Christian (dir.), 2002, *Passions ordinaires. du match de football au concours de dictée*, Paris, Hachette Littérature, coll. « Pluriel ».

création de sens qu'elle implique) que dans les réseaux sociaux sous-jacents. Parfois, la stratification symbolique de l'attachement aux objets matériels « va plus loin », quand ces derniers se font médiateurs d'un lien social, dirigé vers leurs créateurs ou vers leurs protagonistes, réels, virtuels ou fictionnels. C'est le phénomène du « fan », qui été très bien décrit par Dominique Pasquier, auteur d'une étude sur les adolescents et la télévision, et spécifiquement les inconditionnels de la série *Hélène et les garçons*²⁴⁹. En restant dans le domaine musical, il faut signaler également l'ouvrage de Le Bart sur la passion *Beatles*, très révélateur à ce sujet²⁵⁰. Ainsi, de différentes manières, le rapport cognitif à l'œuvre (connaître une musique) porté par l'objet matériel se double parfois d'un rapport affectif à l'artiste (aimer son auteur)²⁵¹.

En amont de cette configuration matérielle, temporelle et spatiale de la musique par le disque, qui lui confère un pouvoir sur la pratique individuelle (dont l'écoute ne constitue pas le domaine exclusif), la construction imaginaire de ce que *doit* être un album touche profondément à la musique en tant qu'objet social et culturel (aspects normatifs portés par le groupe).

2.2.3 Le disque permet la standardisation et la personnalisation

C'est ainsi que le disque est venu non seulement construire la pratique du consommateur mais bouleverser les mécanismes de formation de ses goûts. Car la filière menant à la fabrication de l'objet matériel vit de l'influence et de l'action de toute une série d'acteurs : les artistes, mais aussi les éditeurs et leurs « lignes » qui requièrent une certaine cohérence, les producteurs dont le rôle stéréotypé a trait à la rentabilité du produit, les vendeurs qui organisent, classent, structurent l'offre et

²⁴⁹ PASQUIER Dominique, 2000, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Maison des sciences de l'homme, Mission du patrimoine ethnologique.

²⁵⁰ LE BART Christian (en collaboration avec Jean-Charles AMBROISE), 2000, *Les fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, PUR, coll. « Le sens social ».

²⁵¹ Il est à noter que les rapports cognitif et affectif peuvent également se diriger directement vers l'objet matériel : connaître le disque comme objet technique, aimer ce disque parce que c'est un cadeau, un souvenir, etc. Une certaine (con)fusion se produit alors entre les dimensions matérielles et immatérielles du disque comme objet personnel.

contribuent à la construction des catégories mentales²⁵², les commentateurs divers – experts, journalistes, critiques – qui font et défont les légitimités du moment... et bien sûr les consommateurs, derniers maillons en tant que clients finaux. Au travers de toute cette chaîne, ou plutôt de ce réseau dynamique – Hennion, Maisonneuve et Gomart parlent de « la trame des interactions liant le monde du disque »²⁵³ – on a pu observer le développement d'un *répertoire*.

La matérialisation implique des choix. Pour la musique classique par exemple, « La révérence envers les grands compositeurs, la convergence frappante des goûts, l'omniprésence de la notion de référence sont le résultat convergent de cette construction conjointe et réflexive de la musique comme patrimoine par les éditeurs, les critiques, le marketing, les vendeurs et les amateurs. »²⁵⁴. Et pour la musique baroque en particulier, « médias (film), public, éditeurs, disquaires contribuent ensemble à faire exister ou revivre cette musique »²⁵⁵. Comme dans l'art en général, il y a coopération volontaire ou non entre « recherche intellectuelle et initiatives commerciales »²⁵⁶. L'étendue et la diversité du goût du consommateur ne sont pas des pures émanations de ses caractéristiques sociales et culturelles. Elles dépendent aussi de toute la « filière d'approvisionnement »²⁵⁷ – dont il demeure, rappelons-le, une « pièce maîtresse »²⁵⁸.

En effet, la « discomorphose » de la musique correspond certes à l'instauration de normes collectives nécessaires à sa « marchandisation », mais elle offre concomitamment la « domestication » de son écoute : « Objet de l'écoute privée d'un patrimoine collectif, la musique est aussi le moyen de la privatisation de soi. (...) »

²⁵² « le support impose le classement, il fait rentrer la musique dans le format de son unité et dans les catégories de ses rayons. » (HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 134) ; « Le disque crée des catégories par lesquelles l'amateur appréhende la musique ; habitué des magasins, il cherche en fonction de ces classifications. » (*ibid.*, p. 136)

²⁵³ *Ibid.*, p. 144.

²⁵⁴ *Ibid.*, p. 139.

²⁵⁵ *Ibid.*, p. 144.

²⁵⁶ *Ibid.*, p. 145 (en référence aux travaux de Raymonde Moulin).

²⁵⁷ FINE Ben et LEOPOLD, *op. cit.*

²⁵⁸ Il ne faut pas oublier que la dynamique va dans les deux sens : l'offre fait la demande mais la demande fait l'offre, pour rester fidèle à un vocabulaire économique aujourd'hui approprié par tous. Car si la manière dont est proposée la musique « donne le ton » en structurant les conditions matérielles, spatiales et temporelles de l'écoute, et donc de l'auditeur, réciproquement la manière dont se construit l'amateur à travers ses pratiques de la musique (usages, actions sur les objets, appropriations) et les représentations qu'il s'en fait façonne en retour les évolutions techniques et plus largement sociales de l'offre.

L'emprunt, la pratique souvent évoquée du repiquage permettent de se constituer chacun son répertoire. L'écoute se fait domestique, au double sens où elle s'effectue désormais majoritairement de façon solitaire, dans un espace privé, et où elle est apprivoisement d'un objet personnel, que l'on peut écouter à son rythme et qui vient meubler un intérieur (...) »²⁵⁹. En d'autres termes, « Le disque crée à la fois la purification du répertoire et l'hétérodoxie des pratiques de l'amateur. »²⁶⁰.

L'écoute, sa culture matérielle et son imaginaire façonnent l'individu écoutant, le subjective en amateur de musique – et pourquoi pas en passionné. La transformation ne relève pas seulement de processus abstraits, psychologiques. Elle s'appuie sur des pratiques, des usages d'objets, des actions sur la matière. C'est là que se trouve l'importance de la matérialité de la musique.

Le disque a donné à l'amateur de musique matière à agir et à se construire dans l'action : « Au-delà du répertoire « discomorphosé », la forme technique de l'écoute, la façon pratique dont nous nous passons tel ou tel enregistrement, sont modifiés de façon tout aussi radicalement irréversible : dispersion de l'écoute dans le temps et dans l'espace (...), accès sélectif à tel ou tel passage, écoute comme face-à-face personnel avec un « morceau » choisi. Ce format discographique de l'écoute musicale est un dispositif tout à fait récent qui centre la musique sur la consommation, en général privée ou en tout petit groupe, chez soi ou dans ses espaces intimes, d'une musique dont on se sert « à volonté », dont on règle la dynamique, dont on recompose à son gré les séquences et la logique de répertoire. »²⁶¹.

En d'autres termes, le disque peut être classé parmi les objets matériels qui ont contribué à l'individualisation, voire à la personnalisation, de la consommation de loisir et de « culture ». Il constitue déjà le mariage paradoxal de la production de masse standardisé et de la consommation « sur mesure », qui semble si apprécié du « consommateur entrepreneur »²⁶² : « le disque doit concilier les règles d'une

²⁵⁹ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 146.

²⁶⁰ *Ibid.*, p. 134.

²⁶¹ *Ibid.*, p. 60.

²⁶² ROCHEFORT, 1997, *op. cit.*

production industrielle de masse et d'une consommation privée, au caractère affectif très marqué (...) Reproductible à des millions d'exemplaires, « promu » par les médias et tout un système de critiques et de stratégies publicitaires entrelacés, il devient dans la sphère du privé un objet très personnel »²⁶³. Pour Hennion et son équipe, ce sont justement les mêmes traits – relevant de l'articulation matériel-symbolique – qui autorisent une standardisation-massification de la production et une individualisation de la consommation : les « traits normatifs issus de l'exploitation des possibilités de fixation de l'écoute sont aussi ceux qui permettent sa modulation »²⁶⁴.

Bien que rentrant incontestablement dans la catégorie des marchandises mondialisées, il fait l'objet (grâce à sa diversité, sa multiplicité et les combinaisons qu'elles permettent) des appropriations individuelles les plus personnelles. C'est un phénomène surprenant au premier abord mais qui a été décrit et défendu par de nombreux anthropologues. Daniel Miller et Don Slater par exemple, avaient montré une dynamique similaire dans une approche ethnographique de l'usage d'Internet à Trinidad²⁶⁵. Plus récemment, Jean-François Bayart examine et nuance ce processus à travers le monde et à travers différentes pratiques objets, mettant en jeu des objets plus ou moins « technologiques »²⁶⁶.

2.2.4 Une digression instructive

De la même manière que les formes matérielles de la monnaie faisaient l'argent, voire *étaient* l'argent, les formes matérielles de la musique font/sont la musique en tant que système technique, social et symbolique, c'est-à-dire en tant que réseau d'objets, d'actions et d'acteurs, en tant que *faire* mais aussi en tant que corpus d'œuvres. **On ne peut considérer les objets matériels comme de simples supports d'une abstraction « pure » (et vierge de tout contact « physique »).** L'intrication de la culture matérielle dans un phénomène social est complexe, elle le

²⁶³ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 127.

²⁶⁴ *Ibid.*, p. 128.

²⁶⁵ MILLER Daniel et SLATER Don, 2000, *The Internet. An ethnographic approach*, Oxford, Berg.

²⁶⁶ BAYART Jean-François, 2004, *Le gouvernement du monde. Une critique politique de la mondialisation*, Paris, Fayard.

constitue, le conditionne, tout en en étant le fruit. Toujours est-il qu'elle n'est pas la simple concrétisation d'idées qui lui préexisteraient. L'exemple du disque est à ce titre parlant.

Il permet d'interroger la « dématérialisation ». En effet, bien qu'a priori n'en relevant pas, puisque apparaissant clairement comme un objet matériel, il pourrait s'y assimiler dans la mesure où il rompt un lien de dépendance de la musique à la matérialité et à la corporéité, en l'affranchissant du *hic et nunc* du concert et de son caractère humain. Pour autant, en remplaçant une matérialité par une autre, il introduit de nouvelles possibilités d'usages mais ne dispense en rien des objets. Il sera bon de garder en tête ce « passage » d'une forme matérielle à une autre pour évaluer en retour les transformations englobées par la « dématérialisation » et qui sont *présentées* comme des ruptures.

Cette remarque rappelle que pour envisager un phénomène à proprement parler, il est indispensable d'analyser son « emballage » imaginaire et discursif. Les représentations qui l'accompagnent sont souvent le résultat d'une conjoncture dont il est partie prenante mais qui le dépasse largement. Nous en avons déjà eu des exemples avec l'évolution des formes matérielles de la monnaie ou des circonstances concrètes de la relation marchande. Nous allons à présent « décortiquer », de ce point de vue, les nouvelles technologies.

2.3 La « révolution » MP3 : ce que ça change... ou pas.

Autant le jeu vidéo peut apparaître comme une « invention » récente, avatar « sorti de nulle part » de la sphère informatique, autant la « dématérialisation » de la musique s'inscrit d'emblée dans un temps long, voire immémorial, celui du plaisir sonore et/ou auditif (selon qu'on se place du point des objets ou des sujets). L'introduction d'un axe évolutif, sinon historique, ouvre de nouvelles perspectives à la réflexion.

2.3.1 Le formatage de l'écoute après la « dématérialisation »

Comme nous l'avons montré avec le disque, le rapport matériel à la musique est aussi un rapport cognitif, au sens où la configuration matérielle de l'enregistrement et de la diffusion d'une œuvre conditionne l'appréhension et la compréhension de sa réception. Les questions de formatage de l'écoute et de classement des œuvres sont à ce titre intéressantes.

Si le disque apparaissait déjà comme « invitation à venir se servir sans scrupule pour en prendre ce que l'on veut »²⁶⁷, les fichiers MP3 arrivent en continuité et même en renforcement de ce rapport à la musique. Déjà, avec le disque, « la possibilité de choisir sa musique à la carte », de se faire son propre programme à domicile en dosant les extraits, la dynamique, le moment de son écoute, n'est pas une simple commodité, la mise à disposition plus facile du même répertoire. Elle modifie en profondeur la relation musicale (...) permet des pratiques nouvelles, une appropriation plus intime et personnalisée, plus liée aux dispositions et humeurs de chacun, que celles auxquelles ouvre le concert. Cette appropriation du support est aussi appropriation de l'œuvre, construction particulière de moments musicaux spécifiques. Le point le plus important est sans doute la possibilité de développer une compétence personnelle sur son propre goût, d'apprendre à se faire plaisir avec la musique à sa main, de diverses manières. »²⁶⁸. La discothèque, la manière de la ranger et de la mobiliser, constituait nous l'avons vu une appropriation cognitive (mais aussi affective, en plus d'être matérielle) de la musique « possédée ». Sans faire intervenir de la même manière la dimension matérielle du classement, le MP3 est un pas de plus vers ce nous sommes tentés de nommer un « libre-service fait-maison sur-mesure » de la consommation musicale, qui s'appuie et développe tout à la fois une *connaissance* et un *goût* des œuvres. La *playlist* – une sorte de sous-ensemble dans lequel l'ordinateur ou le baladeur va « piocher » – est une forme de « preuve » de l'élaboration de ce double processus : elle requiert de disposer de savoirs et d'opérer des choix.

²⁶⁷ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 134.

²⁶⁸ *Ibid.*, p. 132-3.

La fonctionnalité de la musique en fichiers informatiques – et son éventuelle gratuité – tendent à pousser l'amateur à accumuler en masse. Seules les contraintes techniques liées au stockage peuvent le restreindre, l'obligeant à choisir ce qu'il veut garder ou jeter et/ou graver sur des CD. Dans tous les cas, il lui faut trier, ranger, discriminer, hiérarchiser... les fichiers et/ou les disques gravés. Pour Séverine Misset, « Plusieurs comportements peuvent exister : classer les fichiers, les effacer, les écouter, les graver. Mais ces différentes opérations sont liées. En effet, les classements effectués (classement automatique de l'ordinateur ou système de rangement en dossiers par groupes, artistes ou genres musicaux) peuvent être une préparation à une opération future de gravage et/ou d'écoute en permettant d'établir des *playlists* (répertoires de chansons qui se jouent les unes après les autres automatiquement). Mais le classement sert aussi à établir une sélection des titres en vue de déterminer ceux qui vont être effacés. »²⁶⁹. Le problème du classement qui induit en amont des catégorisations mentales persiste, et même empire, ou du moins se complexifie avec l'avènement de la musique en fichiers.

En effet, non seulement les nomenclatures se multiplient autant que les étapes potentielles de matérialisation (ne serait-ce qu'à l'écran) des fichiers, mais ces derniers atteignent des quantités proprement astronomiques pour peu qu'ils évoluent sur des machines puissantes.

Dans le cas du disque, la topologie des genres musicaux et autres types classifiant se fondait sur un équilibre entre catégories commerciales et catégories savantes, que l'auditeur reproduisait dans une large mesure à son domicile. En rendant tous les morceaux disponibles en même temps, et en remettant l'accent sur la fonction aléatoire (le *shuffle*) de la « mise en jeu » du morceau, l'informatisation de la musique a introduit une autre forme de catégorisation : la *playlist*. Dans son dossier sur l'iPod, le fameux baladeur numérique d'Apple, Françoise-Marie Santucci écrit : « à quoi sert d'avoir jusqu'à 10 000 chansons sur soi ? Réponse : à organiser sa discothèque comme on veut. A la redécouvrir *via* deux modes d'utilisation bien particuliers : les listes et la fonction aléatoire, ou "*shuffle*". Qu'on les appelle "*gym*",

²⁶⁹ MISSET Séverine, 2004, « Le téléchargement de musique par Internet : itinéraire d'une pratique sociale », *Consommations et Sociétés*, n°4 : Nouvelles technologies et consommation (dossier coordonné par Gérald GAGLIO), www.consommations-societes.net

"spleen du dimanche soir", "transports urbains" ou "chanteuses noires américaines de 1975 à 1979", les listes permettent de ranimer la manie du classement qui palpite en chaque amateur de musique. Hier, les débats savants fleurissaient quant au rangement des vinyles et CD (par ordre alphabétique, par genre, par année ? avec le boîtier cristal ou en pochette ?); aujourd'hui c'est plutôt : montre-moi tes listes, je te dirai ce que tu vaux. (...) L'autre nouveauté des baladeurs numériques, c'est l'aléatoire, le *shuffle* : la machine organise elle-même l'ordre dans lequel passent les chansons. En somme : "Je ne sais pas quel morceau va arriver après, mais je sais que je vais aimer". Si on fait tourner en mode aléatoire sa liste "rock indé américain", qui contient par exemple 300 morceaux, c'est déjà pas mal. Mais le top du top, c'est de pratiquer le *shuffle* sur 2 000 ou 10 000 chansons : vertige absolu. Pour Michael Bull, chercheur à l'université de Sussex, ces petites machines permettent "*de modeler son propre paysage sonore en fonctions de ses humeurs mélancolique, effrénée, heureuse ; c'est la bande-son de notre vie*". »²⁷⁰.

L'accumulation des musiques directement disponibles et la nouvelle mise en perspective de la fonction *shuffle* – qui existait déjà sur les chaînes hi-fi, y compris celles à chargeurs multiples – aboutissent à cette nouvelle forme de tri que constitue la *playlist*, à mi-chemin entre catégorisation sociale (normative) et personnalisation. Tout le jeu consiste à trouver un bon dosage entre le conformisme minimal nécessaire au partage et l'affirmation d'une sensibilité qui se veut individuelle et unique.

Une autre question posée par la quantité des titres disponibles simultanément à l'écoute pour un même auditeur et par la fonction *shuffle* met en jeu l'idée de répétition. En effet, d'aucuns considèrent que l'accumulation de la musique pourrait être inversement proportionnelle à sa connaissance. Par exemple, Jean-Louis Murat, chanteur, s'interroge : « Moi, un 45 t de vinyle, je commence à en penser quelque chose au bout d'un mois quand je l'ai entendu 25 fois : comment on peut avoir un avis sur un truc qu'on a écouté une fois ou deux ? »²⁷¹.

²⁷⁰ *Libération* 17 septembre 2004.

²⁷¹ Propos recueillis par Françoise-Marie Santucci, *Libération* du 17 septembre 2004.

Ici, c'est l'encadrement social et culturel du rapport cognitif à l'œuvre qui est en cause : l'amateur va-t-il se retrouver « perdu » dans ses propres goûts sans l'influence des commentateurs divers, des plus savants aux plus « dévoyés » par le marché ? Il est à parier que le système matériel, symbolique et social de production du savoir et de la légitimité en termes de musique va rapidement s'ajuster à la nouvelle donne qu'est censée imposer la forme du fichier informatique et la dose de privatisation qu'elle implique. Internet est en effet un espace social ouvert et perméable au monde qui l'entoure, et ne saurait être considéré comme un huis clos. D'ailleurs, le phénomène des *playlists* donne un exemple de négociation et de distribution du savoir *online* (sur internet comme ailleurs, le partage fait culture).

2.3.2 L'« amour du disque »

Quant aux formes antérieures, abstraites ou matérielles, de la musique, que vont-elles devenir ? L'album est-il sur le point d'être enterré ? Le disque va-t-il disparaître ? Il est difficile de se prononcer.

Pour ce qui est de l'album, potentiellement, il libère de toute contrainte de format pour l'artiste, que ce soit en termes créatifs ou en termes économiques (mais l'œuvre existe-t-elle en dehors de sa marchandisation aujourd'hui ?). Pour Goran Vejvoda, artiste participant à l'exposition *Off the record* autour de l'iPod, « C'est toujours l'industrie du disque qui a mené le jeu, le support qui dictait le contenu ; quand l'album est apparu, on a commencé à faire de la musique dans ce format, 2 faces de 40 minutes, maintenant, on peut faire des morceaux de deux secondes, ou de douze heures, on a de nouveau une grande liberté de création »²⁷².

Toujours est-il que du côté de l'offre marchande, c'est ce format qu'on propose et même qu'on encourage, en le vendant moins cher que les morceaux à l'unité sur les sites de vente en ligne, et que du côté de la demande, on continue à télécharger des albums entiers : « Malgré l'offre des chansons à l'unité, les consommateurs, même en ligne, manifestent d'ailleurs un appétit intact pour ce format. Entre 25 et 50 % de

²⁷² *Libération*, 17 septembre 2004.

ce qui est vendu l'est sous forme d'album , indique Stanislas Hintzy, d'OD2 France. »²⁷³. Ce qui tend à faire penser qu'il ne s'agit pas de toute façon que d'une question économique, mais que cet attachement relève aussi d'une question de formatage de l'écoute. Les habitudes physiques et mentales sont fortes : on veut un album, on veut un disque.

C'est pourquoi malgré cette (r)évolution technique, le disque continue à avoir de beaux jours devant lui. D'abord, même à imaginer sa supplantation par la musique numérique sans supports autre que les « machines » (le *hardware*), l'histoire a montré que les métamorphoses des formes matérielles se succédaient plutôt sur le mode de l'accumulation que du remplacement. L'exemple des vinyles est à ce titre frappant : relégués et « ringardisés » pendant une courte période, ils ont toujours perduré en tant qu'objets d'amour, d'attention et de collection, et ont connu un véritable *revival* avec l'ère des DJs, justement parce que leurs caractéristiques matérielles permettent une action du corps très « directe » (pour parler vulgairement, « on met les mains dessus »).

Les effets de « patrimonialisation » ne sont donc pas à négliger. En effet, la construction sociale et culturelle de la musique aujourd'hui l'a constituée en corpus détenteur d'une histoire, qui est autant celle de ses interprétations (enregistrements) que celle de son évolution comme objet musicologique pur (abstrait). La configuration actuelle offerte par sa numérisation ne va pas à l'encontre de ce mouvement : la quantité des versions disponibles pousse l'amateur à chercher telle ou telle version de tel ou tel morceau, de façon encore plus poussée qu'avec le disque. Et si Hennion et ses co-auteurs placent la « révolution » musicale dans sa « discomorphose »²⁷⁴, nous affirmons quant à nous qu'elle est à chercher du côté de l'enregistrement – preuve en est la persistance des découvertes de « trésors » oubliés ou de « toilettage » d'enregistrements fantômes, finalement indépendants du moment où ils se sont transformés (ou pas) en disque (qui apparaît alors comme un support parmi d'autres).

²⁷³ *Ibid.*

²⁷⁴ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 140-2.

2.3.3 Un bouleversement du rapport au marché ?

Comme nous l'avons suggéré en introduction, si la « dématérialisation » de l'argent tend à faire consensus et à être considérée comme un progrès souhaitable en plus d'être inexorable, il n'en va pas de même de la « dématérialisation » de la musique. Présentée par les industries dominantes de la production musicale relayées par les médias comme une « menace » – sans qu'on sache exactement sur quoi elle pèserait mis à part les recettes des *majors* – la « dématérialisation » de la musique crée des tensions, provoque des affrontements judiciaires²⁷⁵, fait des vagues. Nous allons examiner ici les changements apportés par la nouvelle métamorphose des formes matérielles de la musique que constitue le fichier MP3 en termes de lien au marché du consommateur.

Pour Séverine Misset, sociologue, qui a mené une enquête de terrain sur le téléchargement de musique en 2002²⁷⁶, « A première vue, le conflit autour du téléchargement semble opposer deux groupes de pression aux intérêts contraires : l'industrie du disque (conçue alors comme un tout homogène, avec des intérêts communs) *versus* les consommateurs soucieux d'économiser leur argent ». Cependant, l'auteur précise rapidement que « derrière le terme "industrie de la musique" se trouve non pas une entité homogène faisant bloc face aux téléchargements de musique mais différents groupes aux intérêts contradictoires et qui, par conséquent, sont mobilisés différemment » – essentiellement les *majors*²⁷⁷ et les indépendants, avec « une chance d'autonomisation pour les uns contre un risque de perdre un peu d'hégémonie pour les autres ». L'auteur cite également les artistes, les responsables politiques et les consommateurs comme acteurs de ce système décidément ancré dans le social et pas seulement dans le technique. Les enjeux ne touchent pas seulement à la manière dont s'écoute la musique, mais aussi à son approvisionnement, marchand ou non, à sa distribution, à sa production et à sa création. Comme dans le cas du disque, c'est la musique dans toutes ses acceptions

²⁷⁵ La première plainte française à l'encontre d'un consommateur « téléchargeur » (non trafiquant) a été déposée récemment (*Libération* du 28 septembre 2004).

²⁷⁶ MISSET, *op. cit.*

²⁷⁷ L'oligopole EMI, Vivendi-Universal, Bertelsmann, Sony Musique et AOL-Warner.

(de l'œuvre immatérielle à l'industrie en passant par la pratique) qui est susceptible de changer avec l'évolution de ses formes matérielles.

Le disque demeure aujourd'hui la forme matérielle dominante de la musique. Cependant, il convient d'apporter une nuance de taille : depuis l'avènement du téléchargement par internet, distinction doit être faite entre CD acheté dans le commerce et CD gravé. Et il ne s'agit pas d'un simple retour à l'époque de la duplication qu'autorisaient et encourageaient les cassettes. En effet, les CD gravés le sont autant à partir de CD « officiels » qu'à partir de fichiers téléchargés sur internet. La « musicothèque » géante – et pourquoi pas exhaustive ? – que constitue virtuellement la toile change la donne. D'autant plus quand l'on sait que les morceaux mis à disposition le sont souvent gratuitement. C'est peut-être là l'un des enjeux forts de cette nouvelle métamorphose de la musique : elle change le rapport du consommateur au marché.

L'inquiétude exprimée par les maisons de disque tient à leur croyance dans le fait que l'accès gratuit à de la musique va mécaniquement faire chuter leurs ventes. Pourtant, les données commerciales et financières les concernant ne semblent pas alarmantes (cf. introduction générale). En outre, l'analyse montre que, de façon générale, les différentes pratiques liées à la musique se renforcent plutôt que de se concurrencer : Pour Hennion et ses co-auteurs, « il faut inclure [aux] multiples combinaisons que savent produire les amateurs pour configurer leur plaisir, la passion discomaniaque au même titre que celle du jeu collectif ou du déchiffrement solitaire. Il faut articuler l'usage fait des médias, des partitions, des disques et des concerts à celui de la pratique d'un instrument et du chant, et non les opposer : ils s'appuient les uns sur les autres et surtout, ils ne peuvent plus se comprendre les uns sans les autres ; réciproquement aucun d'eux ne contient à lui seul l'usage qu'on peut en avoir »²⁷⁸.

De plus, les enquêtes de terrain à propos des pratiques du téléchargement « pirate » montrent qu'il n'y a pas de système de vases communicants entre consommation

²⁷⁸ HENNION *et al.*, *op. cit.*, p. 56.

gratuite et consommation marchande de musique²⁷⁹. Séverine Misset²⁸⁰ analyse le téléchargement selon « une typologie en trois catégories : le téléchargement comme substitut à l'achat, la coexistence de l'achat et du téléchargement, le téléchargement comme test préalable à l'achat » ; elle explique clairement qu'il y a « conjugaison des différentes catégories chez les enquêtés » et relève que « les deux dernières catégories remettent en cause l'idée reçue que télécharger de la musique signifie ne plus acheter de CD ou de cassettes dans le commerce ».

L'auteur ajoute : « Il peut paraître surprenant d'acheter un CD après l'avoir téléchargé. Cependant ceci s'explique par la dimension de test déjà évoquée mais également par un autre élément, qui relève de l'imaginaire : le caractère authentique attribué au CD du commerce ». Elle souligne « un renversement de la notion d'authentique » telle qu'elle a été développée, notamment par Warnier et Rosselin²⁸¹, qui met en avant l'idée d'une rupture avec « l'ici et maintenant » et l'opposition avec la normalisation, la massification, la commercialisation même. Pour Misset, « dans le cas présent, la standardisation n'est pas perçue comme un obstacle à l'authenticité du produit. L'authenticité découle dans ce cas de la signature de l'œuvre et de la manière dont on se procure l'objet. Elle est le résultat d'un passage par les "instances certificatrices" constituées par l'industrie du disque »²⁸². En d'autres termes, un CD acheté dans le commerce continue à apparaître comme « plus vrai » qu'un CD gravé à la maison.

Enfin, un autre élément fort ressort : le choix d'acheter un CD mis sur le marché par une maison de disque, en devenant « optionnel », est ressenti comme une *décision* de rétribuer l'artiste : « On peut en outre souligner que le fait d'aller acheter le CD d'un artiste ou d'un groupe que l'on aime est perçu comme un soutien financier et une gratification, pour celui-ci. Plusieurs enquêtés ont désigné cela comme une "éthique musicienne", qui consiste à vouloir faire marcher le groupe ou l'artiste que

²⁷⁹ FARCHY Joëlle et ROCHELANDET Fabrice, 2001, " La copie privée numérique. Un danger pour la diffusion commerciale des œuvres culturelles ? ", in Réseaux n°106, volume 19.

²⁸⁰ MISSET, *op. cit.*

²⁸¹ WARNIER, 1994, *op. cit.* ; WARNIER Jean-Pierre et ROSSELIN Céline (dir.), 1996, *Authentifier la marchandise. Anthropologie critique de la quête d'authenticité*, Paris, L'Harmattan.

²⁸² MISSET, *op. cit.*

l'on aime. »²⁸³. En tous cas tant que seules les maisons de disque sont considérées comme pouvant assurer la signature de l'œuvre d'un artiste, « authentifier » son travail. Ce qui n'est déjà plus le cas, notamment pour les vedettes les plus en vogue et/ou les mieux établies.

C'est à ce niveau que les choses changent et vont peut-être beaucoup changer : d'une part du côté des créateurs, pour qui « Internet représente une opportunité de regagner une liberté artistique en atteignant le public sans passer par les maisons de disque »²⁸⁴, « autorise un accès immédiat et peu onéreux au public, permet d'envisager une diffusion sans support matériel : d'ores et déjà, nombre d'artistes proposent à leurs fans, entre deux albums, démos, remix ou morceaux originaux à télécharger. »²⁸⁵ ; d'autre part du côté des consommateurs, qui retrouvent à cette occasion une marge de négociation face au marché. Pour l'heure, la question est ouverte : le téléchargement représente-t-il une opportunité ou un risque de rompre la chaîne reliant le disque à son auteur ? une occasion de couper le fil censé relier l'auditeur à l'artiste ou de le retisser ? Le « producteur » va-t-il retrouver son sens strict, celui d'une personne qui fait la musique, ou rester dans celui d'une personne qui la finance ?

Des prémisses semblent indiquer des possibilités de suppression d'un certain nombre d'intermédiaires, phénomène qui tendrait à se faire rencontrer l'offre et la demande sur le mode du « direct-producteur ». Il flotte comme un fantasme de « purification » du rapport du consommateur au marché, sur fond d'oligarchie des maisons de disque. Et la tendance est également portée par la frange « fan » des amateurs de musique, qui, même si elle se montre friande d'objets touchant l'artiste adoré (qu'elle doit se procurer dans le commerce, pour la plupart), apprécie également la personnalisation des rapports qu'autorise internet.

Toutefois, la « réintermédiation » est en cours, pour reprendre un terme propre au jargon du *e-commerce*. Longtemps arqueboutés sur la lutte contre le « piratage » informatique, autrement dit l'approvisionnement solidaire et non-marchand en

²⁸³ *Ibid.*

²⁸⁴ *Ibid.*

²⁸⁵ article de Florent LATRIVE, *Libération* 17 septembre 2004.

musique, les « vendeurs » tentent de reprendre la main : « Voilà un moment que les maisons de disques, plus occupées à se lamenter sur leurs trésors perdus ou à menacer les internautes qu'à signer de bons artistes, ne réfléchissent plus à l'avenir. Selon Business Week, Steve Jobs l'a fait, à leur place. Entre 2001 et 2003, le patron d'Apple a rencontré une vingtaine d'artistes (Bono, Mick Jagger) ainsi que des patrons de majors ou de labels (Warner, Universal, Def Jam). Selon Jimmy Iovine, légende découvreur d'Universal (Eminem, Marilyn Manson), ce mec a fait marcher ses méninges pendant qu'on se tapait la tête contre les murs . Et Jobs a eu l'intuition que oui, les gens étaient prêts à payer pour acheter des morceaux en ligne, du moment que ça existe bien sûr (il y a quelques années, les majors ne voulaient même pas entendre parler de musique numérique qui, selon elles, ne pouvaient qu'être synonyme de piratage), du moment que c'est simple et pas cher. L'idée est d'autant plus brillante, lucrative, voire diabolique, qu'Apple dispose déjà du baladeur pour stocker tout ça : c'est l'iPod. »²⁸⁶.

Le phénomène de la musique sur fichiers informatiques entre en résonance avec la figure du « consommateur entrepreneur » développé par Robert Rochefort²⁸⁷ : des compétences jusqu'alors « professionnelles » sont rapatriées dans le champ privé, et donnent lieu à une personnalisation très poussée de la consommation. Ces compétences relèvent autant du matériel que de l'immatériel : par exemple, pour graver ses propres CD, il faut être capable techniquement de le faire (et disposer du système d'objets idoine) et « oser » mettre en œuvre ses connaissances et affirmer ses goûts. De plus, la suppression d'un certain nombre d'intermédiaires entre « production » et « consommation » de la musique et la reconfiguration du lien avec l'artiste sont également emblématiques d'un nouveau rapport à la consommation, qui articule le libre-service, le fait-maison et le sur-mesure tout en accordant de l'importance à l'origine des choses et en se targuant d'une certaine éthique dans son appréhension du marché. Enfin, la culture matérielle dont il est question ici répond aux exigences de cette nouvelle figure du consommateur, qui pour brouiller les frontières entre vie privée et vie professionnelle, mais aussi entre travail et loisir, a besoin d'objets de « reliance » – et de plaisir –, « nomades » si possible, qui lui

²⁸⁶ *Libération* du 17 septembre 2004.

²⁸⁷ ROCHEFORT, 1997, *op. cit.*

permettent de rester en contact avec autrui tout en renforçant le rôle de « QG » de son domicile.

Ainsi, **le rapport physique et cognitif à un objet se tisse en fonction de l'articulation entre dimensions matérielles et symboliques de cet objet, qu'il produit en retour.** Il y a encore ici un effet de co-construction des sujets et des objets. C'est une constante dont certaines caractéristiques sont immuables, comme la dimension bio-psycho-sociale de l'homme et la combinaison matérielle et symbolique de la culture matérielle, et dont certaines autres évoluent et touchent quelque peu aux façons dont la réciprocité s'opère – pas tant dans la nature et la fonction des mécanismes que dans leur contenu. Ladite « dématérialisation » pourrait bien en faire partie.

Nous allons à présent nous intéresser à une autre facette des nouvelles technologies, portée à son paroxysme par le jeu vidéo : l'interactivité.

2.4 L'interactivité : un degré poussé d'articulation entre matériel et symbolique

2.4.1 L'équilibre précaire d'un sujet en action sur une « machine » interactive

Élément primordial du jeu vidéo, son image, en plus d'être synthétique, est mouvante, ou plutôt *interactive*²⁸⁸ : elle évolue selon des schémas prédéterminés par un programmeur et *activés* par un joueur, dans le but de faire *ressentir* à ce dernier « l'intérieur » du jeu, qu'il s'agisse d'un monde existant reproduit le plus exactement possible ou d'un univers onirique « image-inné ».

²⁸⁸ HOLTZ-BONNEAU Françoise, 1986, *L'image et l'ordinateur*, Paris, Aubier / Institut National de la communication audiovisuelle.

C'est le phénomène de *l'immersion*, qui vient souligner, mais également articuler la tension entre réalité et virtualité dans la pratique vidéoludique. Pour dépasser cette opposition et qualifier plus globalement l'expérience, l'expression de « réalité virtuelle » est employée²⁸⁹, qui « désigne un type particulier de simulation interactive, dans lequel l'explorateur a la sensation physique d'être immergé dans la situation définie par une base de données »²⁹⁰. A cheval entre le monde des « choses » que la main saisit et celui des « non-choses » que le bout des doigts programme et active²⁹¹, la réalité virtuelle est une fusion éphémère entre un ressenti « réel » en interaction avec un monde « virtuel », qui constitue l'essence même du jeu vidéo, sa force d'attraction autant que de répulsion.

La pratique du jeu vidéo apparaît comme une activité complexe et multiforme, lieu d'une synergie homme-machine dont la spécificité réside dans *l'interactivité* : l'important est que la commutation fonctionne entre action sur le jeu en tant que machine et action sur le jeu en tant que monde virtuel, dont une portion se donne à voir à l'écran. Durant le jeu, il y a « fusion » de la « sphère opérationnelle » et de la « sphère symbolique »²⁹², fusion qui sous-tend l'expérience de réalité virtuelle.

Celle-ci est fonction du maintien du joueur dans une infra-conscience propre à la dynamique du jeu vidéo en tant que pratique. En dépit des idées reçues, celui-ci est une activité « physique » aussi bien que « psychique ». Durant la phase de jeu, l'exécution de gestes routinisés, résultats d'un travail d'incorporation, laisse la conscience réflexive hors de l'action corporelle, pour mieux réinvestir l'attention dégagée dans l'action « interne » au jeu (celle de l'avatar), et donc dans l'image. Il faut agir vite et bien, en fonction d'automatismes moteurs et mentaux, acquis antérieurement et déclenchés tout autant que validés par l'image en mouvement (interactivité et immersion vont de pairs). La substitution des *stimuli* habituels par des *stimuli* créés numériquement vient provisoirement « saturer » les perceptions sensorielles, émotionnelles et intellectuelles du joueur, l'emmenant ainsi vers des

²⁸⁹ L'expression de « réalité virtuelle » renvoie à l'expérience vidéoludique, mais elle l'excède toutefois en s'étendant aux domaines industriel, militaire et médical. En outre, elle est parfois utilisée pour désigner une pure technique.

²⁹⁰ LEVY Pierre, 1997, *Cyberculture. Rapport au Conseil de l'Europe*, Paris, Odile Jacob, p. 84.

²⁹¹ FLUSSER, *op. cit.*

²⁹² MABILLOT, *op. cit.*, p. 48.

espaces-temps nouveaux, virtuels et ludiques. Pour un temps, il y a analogie, voire homologie, entre les *actions* réelles et virtuelles du joueur, dans un entre-deux qui lui permet d'accéder « sans risque » à des activités « à haut risque » comme le ski acrobatique, le combat rapproché, la lutte contre les mauvais esprits... ou la manipulation de femmes aux formes généreuses mais au caractère bien trempé !...

2.4.2 Une « disparition » de l'interface ?

Dans l'optique d'une expérience optimale de réalité virtuelle, l'interface tend à être interprétée comme un accès (avec ses éventuels dispositifs immersifs) mais également comme un frein (en tant qu'obstacle éventuel à la fluidité de l'action). De façon symptomatique, à la question de l'avenir des jeux vidéo, les prévisions vont dans le sens d'une disparition de l'action sur l'interface, voire de l'interface elle-même, soit qu'elle s'étende à tout le corps perceptif, soit qu'elle se réduise à une matérialité minimale (de la greffe d'une puce à un branchement « psychique ») – dispensant dans les deux cas le joueur de tout travail sur soi, notamment au niveau de l'aisance du corps. On retrouve typiquement ici l'imaginaire de la « dématérialisation ».

Pourtant, dans notre optique, la disparition attendue de l'interface, souhaitée ou redoutée – signifiant parfois la mise en corps réelle de la machine, parfois son absence – correspond plutôt à une expression du processus de l'incorporation, qui tend à effacer la médiation matérielle. En effet, c'est l'acquisition par le joueur d'une compétence aussi physique que mentale qui, en facilitant immersion et interactivité, permet de plonger dans le « bain » de la réalité virtuelle.

D'ailleurs, d'autres imaginaires entrent en concurrence avec celui de la « dématérialisation » dans le cas du jeu vidéo. Par exemple, il est notable que se développe une branche du jeu vidéo où l'objectif n'est plus d'« effacer » l'interface, mais de considérer la maîtrise de cette dernière comme l'enjeu de l'activité. Dans ce

contexte, le corps est au centre du jeu en tant qu'outil de la performance²⁹³ et le jeu comme pratique sociale tend quant à lui vers le sport²⁹⁴.

²⁹³ Etienne BARRAL souligne un phénomène de vieillissement physique des joueurs, qui comme les cow-boys, doivent savoir dégainer très vite et « perdent » avec l'âge (1999, *Otaku. Les enfants du virtuel*, Paris, Denöel).

²⁹⁴ MORA Philippe et HEAS Stéphane, 2003, « Du joueur de jeux vidéo à l'e-sportif : vers un professionnalisme florissant de l'élite ? », in ROUSTAN Mélanie (dir.) *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».

Conclusion partie II

Cette deuxième partie, en prenant la consommation comme usage et non plus seulement comme relation marchande, a poursuivi le balayage du regard sur la « dématérialisation ». La réalité de cette dernière se situe essentiellement dans le domaine des représentations, associées aux nouvelles technologies. C'est ainsi qu'elle peut être qualifiée d'« immatériel de l'immatériel » : **la « dématérialisation » est avant tout un imaginaire porté par une catégorie d'objets et associé à leurs usages.**

L'observation de ces objets et usages en termes de pratiques (au lieu du discours sur des pratiques) montre **au contraire un foisonnement et une complexification de la culture matérielle et une omniprésence du corps en action.** Certes des évolutions peuvent se constater, comme l'importance grandissante de l'ordinateur comme point central polyvalent dans la maison et le développement de « périphériques » de plus en plus miniaturisés et mobiles, mais les processus de consommation demeurent constants : c'est dans l'action du sujet sur l'objet que s'opère la construction du premier en usager et du second en « usité » puis en « usagé ». On ne peut parler d'une « dématérialisation » au sens strict.

Toutefois, l'existence même de cet imaginaire amène à s'interroger sur les changements survenus avec certains objets, et à se demander dans quelle mesure ces derniers ne présentent pas des caractéristiques spécifiques quant à leur rapport à la matérialité. L'exemple de la musique permet de relativiser la « révolution » de la « dématérialisation » en posant la métamorphose du téléchargement comme une rupture en degré plus qu'en nature du lien entre la musique comme abstraction et ses formes matérielles. C'est l'enregistrement qui fut le vrai changement, dont le disque fut longtemps la « preuve ».

L'existence de différents degrés d'articulation entre matériel et symbolique est tout de même reconnue, plaçant au cœur de l'évolution de la culture matérielle l'apparition de la *représentation*, puis les formes matérielles permettant sa reproduction, son actualisation, sa mobilité. L'idée de « **matérialité amovible** »

émerge avec les nouvelles technologies, qui multiplient les possibilités et les combinaisons en termes de supports et de transports des données. **L'interactivité** apparaît également comme une nouveauté typique de ces objets qui modifient la relation au temps, à l'espace, à soi-même, aux autres... et à la matérialité.

L'exemple du jeu vidéo montre, d'une part, que l'imaginaire associé à un objet n'est pas forcément en phase avec la réalité de ses pratiques – ici, l'imaginaire ne retient que la dimension « virtualisante » de l'activité en occultant les moyens de l'atteindre, très matériels et très « physiques » –, d'autre part que certains objets relevant des « nouvelles technologies » ont tout de même une manière d'articuler la matérialité au symbolique qui, sans être totalement révolutionnaire, s'est trouvée potentialisée par l'informatique (versatilité des stockages, fluidité des transports de l'information, miniaturisation). **Avec la culture matérielle, le sens se construit toujours dans l'action ; avec une partie de cette culture matérielle, apparaissent des effets de double détente dus à un feuilletage (simultané et diachronique) des contenus symboliques portés et construits.**

Conclusion générale

1.1 *Rappel de la problématique*

La question de la « dématérialisation » de la consommation émerge simultanément du côté de la relation marchande, avec la « virtualisation » des paiements et l'émergence du *e-commerce*, et du côté des usages, avec l'apparition des nouvelles technologies dans le champ des loisirs et de la culture.

Ainsi, la « dématérialisation » souligne d'emblée la dualité de la consommation, qui désigne à la fois l'acte d'achat et le fait d'utiliser et d'user un bien. Elle pose d'emblée le consommateur comme client et comme usager, en venant interroger son rapport à la matière dans les deux cas.

De ce fait, le présent travail s'organise en deux grandes parties, l'une portant sur les formes matérielles de l'échange marchand (du point de vue de la demande), l'autre sur le rapport à la matérialité dans la sphère domestique (le monde de l'entreprise étant exclu de la réflexion).

L'approche ethnologique et sociologique offre des outils d'analyse fertile pour travailler la question de la « dématérialisation » de la consommation. D'abord, elle permet de dissocier constamment ce qui relève du champ des représentations de ce qui relève du champ des pratiques : elle prend les discours au sérieux, mais les prend comme tels, et s'autorise à aller « vérifier » ce qu'ils recouvrent dans la réalité des pratiques. Elle parvient à donner des clefs de compréhension des dynamiques de construction du sens dans la consommation, que ce soit en termes de production sociale et culturelle des marchandises ou sur le plan de la constitution des individus. Plus spécifiquement, l'anthropologie de et par la culture matérielle offre des outils propres à l'analyse de la place des objets matériels dans ces mécanismes, notamment en rappelant leur dépendance totale aux corps en action.

Interroger la « dématérialisation » de la consommation du point de vue des sciences sociales consiste donc à se demander :

- si les objets consommés ont perdu de leur dimension matérielle
- si la place des objets matériels a diminué dans la consommation, que ce soit dans la relation marchande ou dans la vie quotidienne
- si le rôle du corps en action sur la matière a perdu de son importance au plan des mécanismes de construction des sujets (en l'occurrence en consommateurs)

1.2 Partie I – la relation marchande à l'ère des nouvelles technologies

La première partie se penche sur la consommation prise au sens restreint d'un rapport au marché. La question de la « dématérialisation » se décline sur deux axes :

- **la monnaie** à proprement parler, entendu comme support de la valeur d'échange et outil de la transaction marchande – la question porte alors sur **l'évolution des formes matérielles de l'argent**
- **la transaction marchande** au sens large, entendue comme relation sociale et échange marchand – la question porte alors sur **la matérialité des objets échangés et des corps impliqués**

Dans les deux cas, l'introduction de l'informatique est au cœur des changements observés : c'est elle qui donne toute son ampleur à la monnaie scripturale, qui en facilite les flux, qui en contrôle les mouvements ; c'est elle qui offre une nouvelle vie à la vente à distance, en partie grâce aux moyens de paiement électronique.

En ce qui concerne l'argent, la « dématérialisation » est apparue avant tout comme un discours. Elle constitue le cadre interprétatif dominant apposé sur les transformations survenues : c'est celui de l'économie néo-libérale, qui imprègne la société jusque dans les opinions les plus individuelles. Certes l'utopie présente une

dimension transformatrice, dans la mesure où la reconnaissance d'une « marche du Progrès » tend à donner un sens – une direction et une signification – aux évolutions en cours. Pour autant, **elle demeure une utopie dans la mesure où le fondement de la monnaie demeure ancré dans ses formes matérielles.**

Le passage à l'euro, par exemple, a montré l'importance de la matérialité dans la construction sociale de l'argent comme abstraction et comme symbole d'un collectif. C'est seulement à partir du moment où la monnaie est devenue culture matérielle qu'elle a fait sens, via la possibilité d'entrée en actions des corps : c'est en touchant physiquement les pièces, les billets, en les manipulant, en les faisant circuler, en les collectionnant, que l'adhésion à la nouvelle monnaie s'est faite, et a pu symbolisé l'Europe en construction.

De même, c'est en tant que nouvelle forme matérielle de la monnaie que la carte bancaire change la relation à l'argent et à l'achat : en présentant une matérialité uniforme, détachée du montant qu'elle porte y compris dans l'action du corps qu'elle engage (on paye de la même manière 200 ou 2000 euros), elle connote l'infinitude de la richesse. Par la centralisation technique et « disciplinaire » que nécessite son fonctionnement, elle incarne également le contrôle des individus dans notre société, et casse du même coup la réciprocité binaire de la relation marchande « classique ».

Cette intermédiation technique et « disciplinaire » du paiement se retrouve doublé dans le *e-commerce* d'une intermédiation de l'interaction marchande (par une « machine »), qui fragmente l'inscription de l'échange dans l'espace et le temps. Cependant, Internet apparaît souvent en complémentarité d'autres moyens d'information et d'action dans le processus d'achat, ce qui relativise la portée de son influence et donc l'ampleur d'une éventuelle « dématérialisation » de la relation marchande – sans compter qu'on y achète généralement des objets dont la matérialité ressort dans les questions de stockage, d'emballage, de transport.

Ainsi, sans nier les métamorphoses de la monnaie qui modifient le rapport à l'argent et touchent à l'équilibre de la relation marchande en tant qu'échange, ni minimiser l'impact des nouvelles technologies sur ces interactions monétaires et sociales, l'observation des pratiques ne révèlent pas de « diminution » d'une quelconque présence matérielle. Elle montre au contraire

que ce sont les formes matérielles des éléments échangés et du contexte qui font la monnaie et la relation marchande, en permettant une prise à l'action, productrice de sens.

Un décalage est donc observé, au plan de la consommation comme achat, entre les pratiques et leurs représentations. Le discours de la « dématérialisation », interprétation dominante des métamorphoses de l'argent et des changements apportés par l'introduction des nouvelles technologies dans la sphère marchande en général, ne résiste pas à l'analyse des usages.

Est-ce à dire que la « dématérialisation » ne peut être considérée qu'en tant que pur imaginaire ?

1.3 Partie II – L'« immatériel » de l'immatériel à l'épreuve de la réalité des pratiques

C'est la principale question à laquelle tente de répondre la deuxième partie de ce travail, tout en déportant le regard vers l'aval de la transaction marchande – autrement dit en suivant le consommateur après l'achat : la consommation est prise au sens d'usage. Les exemples s'extraient du strict cadre de l'échange monétaire pour être issus de la vie quotidienne.

Le propos se construit en deux temps :

- l'exploration de la « dématérialisation » en tant qu'imaginaire
- l'analyse du rapport à la matérialité des objets relevant de cet imaginaire

Le premier temps, en s'interrogeant sur les contenus des représentations liée aux nouvelles technologies, en en déclinant certaines variations comme celle du « virtuel », aboutit à l'idée de la « dématérialisation » comme « immatériel » de l'immatériel : les dimensions symboliques investies dans certaines marchandises mettent en scène un monde rêvé où les objets comme les sujets se détachent de

leur matérialité, tendent à devenir impalpables et désincarnés. Cet imaginaire est en tant que tel une réalité.

Pour autant, la démonstration en a été faite avec l'étude de l'argent, l'existence d'une représentation de la pratique n'implique pas mécaniquement une fidélité de cette représentation à la pratique. En d'autres termes, ce n'est pas parce que certains objets connotent l'idée d'une « dématérialisation » qu'ils sont effectivement en train de perdre de leur matérialité. Il n'y a pas moins d'objets ou des objets moins matériels avec les nouvelles technologies, bien au contraire ; et ces objets nécessitent toujours autant l'action de corps humain pour les faire exister.

Toutefois, si l'on part du principe que c'est justement dans l'action que se construisent les représentations – autrement dit qu'il n'y a pas de fumée sans feu – force est de reconnaître que le discours de la « dématérialisation » constitue un indice d'une évolution de culture matérielle.

C'est ainsi que **l'analyse passe d'un questionnement en termes de degré de matérialité à un questionnement en termes de rapport à la matérialité :**

- quelles formes matérielles prennent les objets inclus dans le phénomène de la « dématérialisation » et quelles actions du corps induisent-ils ?
- présentent-ils des articulations nouvelles entre dimensions matérielles et contenus symboliques ?

L'étude du cas de la musique, de sa « discomorphose » à sa « dématérialisation » sous forme de fichiers MP3, souligne l'intrication du rapport physique et affectif à l'objet matériel et du rapport cognitif à l'œuvre, et plus généralement l'inextricable co-construction du *faire* et de l'*être*. La notion de « réalité virtuelle », analysée dans le cadre de la pratique du jeu vidéo comme le résultat d'une action du sujet sur un objet interactif, confirme la nécessité de **penser les dimensions matérielles et immatérielles non plus en termes d'opposition mais d'articulation.**

Le corps en action constitue le moteur de toute pratique ; celles impliquant des nouvelles technologies se spécialisent en fonction des caractéristiques des formes matérielles de leurs objets, à savoir d'une part une **centralisation autour de**

l'ordinateur domestique connecté à Internet, d'autre part une **dispersion dans des objets périphériques miniaturisés et mobiles**.

Quant à l'évaluation de ces objets au plan de l'articulation entre aspects matériels et immatériels, ils superposent aux caractéristiques propres à tout objet matériel celles propres aux objets matériels porteurs de contenus symboliques (texte, image, son) et y ajoutent pour certains les notions de « **matérialité amovible** » et d'« **interactivité** ». La première est entendue comme versatilité du lien entre le contenu et le support, celui-ci se démultipliant dans des formes diverses, interchangeables et reliées à distance, la seconde comme actualisation perpétuelle du contenu et dans l'action sur la matière.

La « dématérialisation » apparaît sous cet angle comme recoupant une certaine réalité, celle d'**une évolution de culture matérielle, évolution se traduisant par de nouveaux modes d'articulation entre dimensions matérielles et contenus symboliques, qui touchent forcément au sens construit dans l'action du sujet sur l'objet**.

C'est le lien au réel qui peut être touché, par exemple dans la « réalité virtuelle » vidéoludique. De façon plus directe pour le consommateur, ce peut être le lien au marché, comme c'est le cas avec le téléchargement de musique.

A partir du moment où objets matériels et contenus symboliques peuvent se dissocier, la « dématérialisation » touche à la construction sociale de la marchandise (qu'est-ce qui est acheté ?) et donc au rapport au marché du consommateur. Elle apparaît aussi comme une « révolution » de la distribution, *via* une réorganisation des intermédiaires.

1.4 En bref

En résumé, **la « dématérialisation » touche aussi bien la consommation en tant que relation marchande qu'en tant qu'usage**.

Elle constitue avant tout un discours, un imaginaire structurant, un cadre d'interprétation des changements survenus en termes de culture matérielle avec les nouvelles technologies.

Les représentations liées à la « dématérialisation » peuvent être qualifiées d'« **immatériel de l'immatériel** » dans la mesure où elles constituent un imaginaire porté par des marchandises high-tech, qui met en scène un monde libéré de la matérialité des choses et des corps.

Au contraire, l'observation et l'analyse des pratiques que sont censées désigner ces représentations donnent à voir **un foisonnement d'objets matériels, requérant des « techniques du corps » complexes**, remettant ainsi en cause la pertinence analytique de l'idée d'une « dématérialisation » des usages.

Toutefois, s'il n'y a **pas « moins » de matière qu'auparavant**, que ce soit dans les transactions marchandes ou dans l'utilisation des produits, si **le corps en action** reste au cœur des mécanismes de construction du sens, du social et des sujets, **force est de constater l'apparition d'objets nouveaux**, porteurs de cet imaginaire de la « dématérialisation ».

C'est bien dans une **évolution de culture matérielle** que s'ancre la notion : certains objets offrent à l'action des corps (et donc à la construction des sujets) un **« feuilletage » d'articulations entre dimensions matérielles et symboliques**, original dans sa fluidité, sa flexibilité, et donc sa capacité à produire du sens.

Mais que cette métamorphose se place de façon univoque dans un processus de « dématérialisation » relève d'un imaginaire développé autour de ces changements concrets (et bien souvent antérieurement).

Bibliographie

- 2 AGLIETTA Michel et DE BOISSIEU Christian, 1992, « L'émergence de la monnaie européenne », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité.
- 3 APPADURAI Arjun (dir.), 1986, *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.
- 4 AUGÉ Marc, 1992, *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil.
- 5 BADOT Olivier, NAVARRE Christian, JARVIN Magdalena et MORISSE Benjamin, 2004, « Ré-intermédiation et comportements expérientiels dans le e-commerce : le cas de l'achat de véhicules automobiles sur Internet », in *Consommations et Sociétés* n°4 : Nouvelles Technologies et Consommations, édition online (www.consommations-societes.net).
- 6 BADOT Olivier, DUPUIS Marc et NAVARRE Christian, à paraître, « L'attitude des concessionnaires de la distribution automobile à l'égard d'Internet : les résultats contrastés d'une étude exploratoire sur quatre pays européens ».
- 7 BALANDIER Georges, 2001, *Le Grand Système*, Paris, Fayard.
- 8 BARRAL Etienne, 1999, *Otaku. Les enfants du virtuel*, Paris, Denoël.
- 9 BATAILLE Georges et PIEL Jean, 1990, *La part maudite. La notion de dépense*, Paris, Minuit.
- 10 BAYART Jean-François, 2004, *Le gouvernement du monde. Une critique politique de la mondialisation*, Paris, Fayard.
- 11 BAYART Jean-François ET WARNIER Jean-Pierre (dir.), 2004, *Matière à politique. Le pouvoir, les corps et les choses*, Paris, Karthala, coll. « recherches internationales ».
- 12 BESSY Christian & CHATEAURAYNAUD Francis, 1993, « Les ressorts de l'expertise. Epreuves d'authenticité et engagement des corps », *Raisons Pratiques*, n° 4 « Les objets dans l'action », Paris, EHESS.
- 13 BLOCH Maurice, 1994, « Les usages de l'argent », *Terrain* n°23 : Les usages de l'argent.
- 14 BOISSIN Olivier et TROMPETTE Pascale, 2000, « Entre les vivants et les morts : les pompes funèbres aux portes du marché. », *Sociologie du Travail*, n°3, vol. 42.
- 15 BOUILLOUD Jean-Philippe, 1999, « Introduction. L'objet caché des sciences sociales », in BOUILLOUD Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), 1999, *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer.
- 16 BOUILLOUD Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), 1999, *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer.
- 17 BOULLIER Dominique, 2001, « Les conventions pour une appropriation durable des TIC, utiliser un ordinateur et conduire une voiture », *Sociologie du Travail*, n°43, p. 369.
- 18 BOULLIER Dominique, 2004, « Objets portables en tous genres et prises sur le monde : l'habitable comme extension du domaine de la personne », *Consommations et Sociétés*, n°4 : Nouvelles technologies et consommation (dossier coordonné par Gérald GAGLIO), www.consommations-societes.net
- 19 BOURDIEU Pierre, 1979, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.

- 20 BOURDIEU Pierre, 1980, *Le sens pratique*, Paris, Minuit.
- 21 BRETON Philippe, 1992, *Utopie de la communication. L'émergence de « l'homme sans intérieur »*, Paris, La Découverte.
- 22 BRETON Philippe, 1995, *A l'image de l'Homme. Du golem aux créatures virtuelles*, Paris, Le Seuil.
- 23 BROMBERGER Christian (dir.), 2002, *Passions ordinaires. du match de football au concours de dictée*, Paris, Hachette Littérature, coll. « Pluriel ».
- 24 BUCI-GLUCKSMAN Christine, 2001, *L'esthétique du temps au Japon. Du zen au virtuel*, Paris, Galilée.
- 25 BUR Guillaume, 1999, « Internet », in P. BRUNEL (dir.), *Dictionnaire des mythes d'aujourd'hui*, Paris, Editions du Rocher.
- 26 CANTERO Anne, 2002, *Des actes unilatéraux des communes dans le contexte électronique : Vers la dématérialisation des actes administratifs ?*, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, coll. « Collectivités locales ».
- 27 CARTIER Marie, 2000, « Le calendrier du facteur. Les significations sociales d'un échange anodin », *Genèses*, n°41 : Comment décrire les transactions.
- 28 CLAIS Jean-Baptiste, ROUSTAN Mélanie, 2003, « "Les jeux vidéo, c'est physique !" Réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique », in ROUSTAN Mélanie (dir.) *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».
- 29 CLAM Jean, 2004, *Trajectoires de l'immatériel. Contribution à une théorie de la valeur et de sa dématérialisation*, Paris, CNRS Editions.
- 30 CLARKE Alison J., 1999, *Tupperware : the promise of plastic in 1950s America*, Smithsonian Institution Press.
- 31 COCHOY Franck (dir.), 2002, Les figures sociales du client, *Sciences de la société* n°56, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.
- 32 COVA Bernard, 1995, *Au-delà du marché. Quand le lien importe plus que le bien*, Paris, L'Harmattan.
- 33 DESJEUX Dominique, 2003, *Les sciences sociales*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? ».
- 34 DESJEUX Dominique, MONJARET Anne et TAPONIER Sophie, 1998, *Quand les Français déménagent. Circulation des objets domestiques et rituels de mobilité dans la vie quotidienne en France*, Paris, Presses Universitaires de France, coll. « Sciences sociales et sociétés ».
- 35 DOUGLAS Mary, 1967, « Primitive rationing » in Firth R. (dir.) *Themes in economic anthropology*, London, Tavistock.
- 36 DUPONT Valérie, 2001, « La dématérialisation de l'art : quelques rappels historiques », journal *Hors d'Oeuvre*, extrait en ligne : <http://perso.wanadoo.fr/interface.art/hors%20d'oeuvre/HO8/vd.html>
- 37 DUVIGNAUD Jean, 1980, *Le jeu du jeu*, Paris, Balland.
- 38 DUVIGNAUD Jean, 1990, *La genèse des passions dans la vie sociale*, Paris, PUF, coll. « Sociologie d'aujourd'hui ».
- 39 *Ethnologie Française*, 1996, XXVI, 2 : La ritualisation du quotidien.
- 40 *Ethnologie Française*, 1998/4, Les cadeaux : à quel prix ?

- 41 FARCHY Joëlle et ROCHELANDET Fabrice, 2001, " La copie privée numérique. Un danger pour la diffusion commerciale des œuvres culturelles ? ", in *Réseaux* n°106, volume 19, pp. 149-178.
- 42 FAUCONNIER Sandra, 2004, « Net art : Frequently Asked Questions. Introduction pour la conférence *Art en ligne, art en réseau, art en mouvement* au Musée Royal de Mariemont, Morlanwelz, Belgique, le 6 mars 1999 », <http://www.spinster.be/writing/netartfaq/fr.html>
- 43 FAURE Sylvia, 2000, *Apprendre par corps. Socio-anthropologie des techniques de danse*, Paris, La Dispute.
- 44 FILSER Marc, 2002, « Faut-il des théories pour gérer la distribution ? », in *Réseau des IAE, Sciences de Gestion et Pratiques Managériales*, Paris, Economica, coll. « Gestion, Série : Production et techniques quantitatives appliquées à la gestion », pp. 123-131.
- 45 FINE Ben et LEOPOLD Ellen, 1993, *World of consumption*, London, Routledge.
- 46 FISCHLER Claude, 1990, *L'omnivore*, Paris, Ed. Odile Jacob, coll. « Points ».
- 47 FLICHY Patrice, 2001, *L'imaginaire d'internet*, Paris, La Découverte, coll. « Sciences et société ».
- 48 FLUSSER Vilem, 1996, *Choses et non-choses. Esquisses phénoménologiques*, Paris, Editions Jacqueline Chambon, coll. « Rayon Philo ».
- 49 FOUCAULT Michel, 2001, *Dits et Ecrits, tome II : 1976-1988*, Paris, Gallimard, coll. « Quarto ».
- 50 GADREY Jean, 2000, *Nouvelle économie, nouveau mythe ?*, Paris, Flammarion.
- 51 GAGLIO Gerald, 2004, « Présentation du dossier », in *Consommations et Sociétés* n°4 : Nouvelles Technologies et Consommations, édition online (www.consommations-societes.net).
- 52 GARDAZ Michel (dir.), 1997, *Le surendettement des particuliers*, Paris, Anthropos.
- 53 GAULEJAC (DE) Vincent, 1999, « Argent, estime de soi et dignité », in BOUILLOUD Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), 1999, *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer.
- 54 GEERTZ Clifford, 1992, « The bazaar economy : information and search in peasant marketing », in *The sociology of economic life*, Mark Granovetter et Richard Swedberg dir., Boulder et Oxford, Westview press, 225-32.
- 55 *Genèses* n°8, juin 1992, Monnaies, valeurs et légitimité.
- 56 *Genèses* n°25, décembre 1996, Ethnographie économique.
- 57 *Genèses* n°41, décembre 2000, Comment décrire les transactions.
- 58 GRAS Alain, 1997, *Les macro-systèmes techniques*, Paris, PUF, coll. « Que sais-je ? ».
- 59 GRAS Alain, 2003, *Fragilité et puissance*, Paris, Fayard.
- 60 GUEISSAZ Albert, 1992, « La carte de paiement à mémoire », in Pierre CHAMBAT (dir.) *Communication et lien social*, Paris, Descartes.
- 61 HAESLER Aldo J., 1995, *Sociologie de l'argent et postmodernité. Recherche sur les conséquences sociales et culturelles de l'électronisation des flux monétaires*, Genève, Droz.
- 62 HAESLER Aldo et PAPILLOUD Christian, 1999, « Le nouveau doux commerce . L'argent invisible et ses enjeux sociologiques », in BOUILLOUD Jean-Philippe et GUIENNE Véronique (dir.), *Questions d'argent*, Paris, Desclée de Brouwer.

- 63 HASSOUN Jean-Pierre, 2000, « Le surnom et ses usages sur les marchés à la criée du Matif. Contrôle social, fluidité relationnelle et représentations collectives », *Genèses*, n°41 : Comment décrire les transactions.
- 64 HENNION Antoine, MAISONNEUVE Sophie et GOMART Emilie, 2000, *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation Française.
- 65 HIVON Myriam, 1998, « Payer en liquide . L'utilisation de la vodka dans les échanges en Russie rurale », in *Ethnologie Française*, 1998/4, Les cadeaux : à quel prix ?
- 66 HOLTZ-BONNEAU Françoise, 1986, *L'image et l'ordinateur*, Paris, Aubier / Institut National de la communication audiovisuelle.
- 67 JACQUINOT-DELAUNAY Geneviève, 2001, « Présentation », in JACQUINOT-DELAUNAY G. (dir.) dossier « Qui a encore peur des jeux vidéo ? », *MédiaMorphoses*, n°3, pp. 21-24.
- 68 JACQUOT Caroline et COUVREUR Agathe, 2004, *Le profil des acheteurs à distance et en ligne*, Paris, rapport CREDOC.
- 69 KARSENTI Bruno, 1994, *Marcel Mauss et le fait social total*, Paris, PUF, coll. « Philosophies ».
- 70 KAUFMANN Jean-Claude, 1997, *Le cœur à l'ouvrage. Théorie de l'action ménagère*, Paris, Nathan.
- 71 KAUFMANN Jean-Claude, 2001, *Ego. Pour une sociologie de l'individu*, Paris, Nathan, coll. « Essais & Recherches ».
- 72 KOPYTOFF Igor, 1986, « The cultural biography of things : commoditization as process », A. Appadurai (dir.) *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.
- 73 LA HOUGUE (DE) Arnaud, 2002, *A propos du surendettement. Hommes et argent*, Paris, L'Harmattan.
- 74 LAJOIE Thierry et HISLAIRE Loïc (dir.), 2004, *Les marchés publics dématérialisés*, Paris, Le Moniteur, coll. « Guides juridiques ».
- 75 LAUM Bernhard, 1992 [1924], « Genèse et nature de la monnaie (chapitre 5 d'Argent sacré. Analyse historique de l'origine sacrée de l'argent) », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité.
- 76 *L'avenir de l'argent*, 2002, OCDE
- 77 LIPPARD Lucy, CHANDLER John, 1968, « The Dematerialization of Art », in *Art International* (Lugano) 12, n°2, february 1968, pp.31-36.
- 78 LIPPARD Lucy R., 1973, *Six Years : the Dematerialization of the Art Object from 1966 to 1972*, London, Studi Vista.
- 79 LE BART Christian (en collaboration avec Jean-Charles AMBROISE), 2000, *Les fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, PUR, coll. « Le sens social ».
- 80 LEVY Pierre, 1997, *Cyberculture. Rapport au Conseil de l'Europe*, Paris, Odile Jacob.
- 81 MABILLOT Vincent, 2001, « Mises en scène d'interactivité », in JACQUINOT-DELAUNAY G. (dir.) dossier « Qui a encore peur des jeux vidéo ? », *MédiaMorphoses*, n°3, pp. 45-50.
- 82 MALINOWSKI Bronislaw, 1993 [1922], *Les Argonautes du Pacifique occidental*, Paris, Gallimard.
- 83 MAUSS Marcel, 1950 [1934], « Notion de techniques du corps », in M. Mauss *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, Quadrige.

- 84 MEREDIEU (de) Florence (dir.), 2003, *Arts et nouvelles technologies*, Paris, Larousse, coll. « Comprendre et reconnaître ».
- 85 MILLER Daniel et SLATER Don, 2000, *The Internet. An ethnographic approach*, Oxford, Berg.
- 86 MINC Alain et NORA Pierre, 1978, *L'informatisation de la société*, Paris, La Découverte.
- 87 MISSET Séverine, 2004, « Le téléchargement de musique par Internet : itinéraire d'une pratique sociale », *Consommations et Sociétés*, n°4 : Nouvelles technologies et consommation (dossier coordonné par Gérald GAGLIO), www.consommations-societes.net
- 88 MONJARET Anne, 1997, « Etre bien dans son bureau . Jalons pour une réflexion sur différentes formes d'appropriation de l'espace de travail », *Ethnologie Française*, vol. 1.
- 89 MORA Philippe et HEAS Stéphane, 2003, « Du joueur de jeux vidéo à l'e-sportif : vers un professionnalisme florissant de l'élite ? », in ROUSTAN Mélanie (dir.) *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».
- 90 NAVARRE Christian, 2002, *Effets de la diffusion des NTIC dans l'industrie automobile - Amérique du Nord et Europe. Point sur le B2C et la transformation de la distribution*, Cahier de recherche, Car Internet Research Program, University of Ottawa, 11 juillet.
- 91 ORLEAN André, 1992a, « Introduction », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité.
- 92 ORLEAN André, 1992b, « La monnaie comme lien social. Etude de *Philosophie de l'argent* de Georg Simmel », *Genèses* n°8 : Monnaies, valeurs et légitimité.
- 93 PARLEBAS Pierre, 1998, *Jeux, sports et sociétés. Lexique de praxéologie motrice*, Paris, INSEP - Publications, coll. « Recherche ».
- 94 PASQUIER Dominique, 2000, *La culture des sentiments. L'expérience télévisuelle des adolescents*, Maison des sciences de l'homme, Mission du patrimoine ethnologique.
- 95 PINE Frances, 1994, « Maintenir l'économie domestique. Travail, argent et éthique dans les montagnes polonaises », in *Terrain* n°23 : Les usages de l'argent.
- 96 POIROT-DELPECH Sophie, 1998, « Les techno-sciences d'un laboratoire à l'autre », *Socio-Anthropologie*, n°3, 1er sem.
- 97 POIROT-DELPECH Sophie, 2004, « Préface », in Laurence RAINEAU, *L'utopie de la monnaie immatérielle*, Paris, PUF.
- 98 POLANYI Karl, 1957 « The economy as an instituted process » in Polanyi K. & Arenberg C. M. (dir.) *Trade and markets in the early empires*, Glencoe, The free press.
- 99 RAINEAU Laurence, 2004, *L'utopie de la monnaie immatérielle*, Paris, PUF.
- 100 RIGAUT Philippe, 2001, *Au-delà du virtuel. Exploration sociologique de la cyberculture*, Paris, L'Harmattan.
- 101 ROCHEFORT Robert, 1997, *Le consommateur entrepreneur. Les nouveaux modes de vie*, Paris, Odile Jacob.
- 102 ROCHEFORT Robert, 2001 [1995], *La société des consommateurs*, Paris, Odile Jacob.
- 103 ROUSTAN Mélanie, 2001, « De l'intérêt d'une approche dynamique des concepts de marchandise et d'authenticité : une illustration par la consommation de cannabis », *Consommations & Sociétés*, n°1, Paris, L'Harmattan.

- 104 ROUSTAN Mélanie, 2002, « Du client polymorphe à la figure du "non-client" : ambiguïtés autour des transactions de cannabis », *Sciences de la société* n°56, dossier sous la direction de Franck Cochoy « Les figures sociales du client », Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.
- 105 ROUSTAN Mélanie (dir.), 2003, *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».
- 106 ROSSELIN Céline, 1994, « La matérialité de l'objet et l'approche dynamique-instrumentale », J.-P. WARNIER (dir.) *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales »
- 107 ROSSELIN Céline, 1999, « Si tu vas un peu brusquement, tu te cognes contre l'armoire ! », in JULIEN M.-P. et WARNIER J.-P. (dir.), *Approches de la culture matérielle. Corps à corps avec l'objet*, Paris, L'Harmattan, coll. « Connaissance des hommes », pp. 107-118.
- 108 ROSSELIN Céline, à paraître, « Incorporation d'objets », in Bernard ANDRIEU (dir.), *Dictionnaire du corps*, Editions du CNRS.
- 109 RUSH Michael, 2004, *Les nouveaux médias dans l'art*, Paris, Editions Thames & Hudson, coll. « L'univers de l'art ».
- 110 SCHAEFFER Pierre, 1970, *Les machines à communiquer*, Paris, Seuil.
- 111 SIMMEL Georg, 1997 [1900], *Philosophie de l'argent*, Paris, PUF.
- 112 SINGLY (de) François, 2003, *Les uns avec les autres. Quand l'individualisme crée du lien*, Paris, Armand Colin.
- 113 SOLINAS Giorgio, 1994, « L'être humain : une valeur qui n'a pas de prix ? », *Terrain* n°23 : Les usages de l'argent.
- 114 STORA Michael, 2003, « La marche dans l'image. Une narration sensorielle », in ROUSTAN Mélanie (dir.) *La pratique du jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales », série « Consommations & Sociétés ».
- 115 *Terrain* n°23, 1994, Les usages de l'argent.
- 116 TINE François et DESJEUX Dominique, 2000, « L'alchimie de la transmission sociale des objets. Comment réchauffer, entretenir ou refroidir les objets affectifs en fonction des stratégies de transfert entre générations », in Isabelle GARABUAU-MOUSSAOUI et Dominique DESJEUX (dir.), *Objet banal, objet social. Les objets comme révélateurs des relations sociales*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers sciences humaines et sociales ».
- 117 TISSERON Serge, 1999, *Quand l'esprit vient aux objets*, Paris, Aubier Montaigne.
- 118 TUMIN Zachary, 2002, « Les futures techniques de paiement », *L'avenir de l'argent*, Paris, OCDE.
- 119 VILLE Sandrine, 2004, « Les imaginaires inspirés par les nouvelles technologies », *Consommations et Sociétés*, n°4 : Nouvelles technologies et consommation (dossier coordonné par Gérald GAGLIO), www.consommations-societes.net
- 120 WACQUANT Loïc, 2000, *Corps et âme. Carnets ethnographiques d'un apprenti boxeur*, Marseille, Editions Agone, coll. « Mémoires sociales ».

- 121 WARNIER Jean-Pierre, 1994, (dir.) *Le paradoxe de la marchandise authentique. Imaginaire et consommation de masse*, Paris, L'Harmattan, coll. « Dossiers Sciences Humaines et Sociales ».
- 122 WARNIER Jean-Pierre et ROSSELIN Céline (dir.), 1996, *Authentifier la marchandise. Anthropologie critique de la quête d'authenticité*, Paris, L'Harmattan.
- 123 WARNIER Jean-Pierre, 1999, *Construire la culture matérielle. L'homme qui pensait avec les doigts*, Paris, PUF, coll. « Sciences sociales et sociétés ».
- 124 WARNIER Jean-Pierre, 2002, « Les jeux guerriers du Cameroun de l'Ouest », *Techniques & Cultures*, 39, pp. 177-194.
- 125 WARNIER Jean-Pierre, à paraître, « Culture matérielle », in Bernard Andrieu (dir.) *Dictionnaire du corps*, Paris, CNRS.
- 126 WEBER Florence, 1996, « Introduction », *Genèses* n°25 : Ethnographie économique.
- 127 WEBER Florence, 2000, « Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une ethnographie économique après le Grand Partage », *Genèses*, n°41 : Comment décrire les transactions.
- 128 WEISSBERG Jean-Louis, 1999, *Présences à distance. Déplacement virtuel et réseaux numériques. Pourquoi nous ne croyons plus à la télévision*, Paris, L'Harmattan, coll. « Communication ».
- 129 ZELIZER Viviana, 1994, *The social meaning of money*, New York, Basic Books.

Dépôt légal OCTOBRE 2004

ISSN : 1257-9807

ISBN : 2-84104-244-8

CAHIER DE Recherche

Récemment parus :

Des consommateurs au discours toujours plus élaboré et critique

F. LEHUEDE - J.-P. LOISEL - n°194 (2004)

Les opinions des femmes et des hommes sont-elles semblables ou différentes ?

R. BIGOT - C. PIAU - n°195 (2004)

**L'étude des discriminations raciales dans l'entreprise
Concepts et méthodes**

I. VAN DE WALLE - n°196 (2004)

Comment modéliser les déterminants de la survie et de la croissance des jeunes entreprises ?

J.-C. TEURLAI - n°197 (2004)

De la transmission à l'apprentissage des savoir-faire culinaires : regards croisés de filles et de mères

A. COUVREUR - J.-P. LOISEL - A.-D. BROUSSEAU,
C. GAIGNIER et F. LEHUEDE - n°198 (2004)

Travailler en étudiant : les enjeux pour l'insertion professionnelle

V. COHEN-SCALI - n°199 (2004)

Les représentations sociales de l'accompagnement de la fin de vie

A. SITBON - B. MARESCA - n°200 (2004)

**Modes de vie, attitudes, projets professionnels :
le rôle de l'origine culturelle**

V. COHEN-SCALI - n°201 (2004)

L'influence de la composition du foyer sur les opinions

R. BIGOT - F. DELPAL - n°202 (2004)

Président : Bernard SCHAEFER Directeur Général : Robert ROCHEFORT
142, rue du Chevaleret, 75013 PARIS - Tél. : 01 40 77 85 01

ISBN : 2-84104-244-8

CRÉDOC

Centre de recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie