

LE DEVENIR DE LA MUSIQUE A TRAVERS LA NUMERISATION

ETUDE SUR LA TRANSFORMATION ACTUELLE DE LA CULTURE

Matthieu BINDER

Diplôme de quatrième année de sciences politiques
Séminaire « politique, culture, espace public »
2007-2008
sous la direction de Bernard Lamizet

Table des matières

Introduction . .	4
partie I : La nouvelle donne numérique . .	7
1) La numérisation globale de la musique . .	7
2) L'état de la question . .	9
a) ce qui n'a pas changé . .	9
b) Changements . .	11
Partie II : La musique comme processus d'individuation . .	22
1) la musique parmi les flux . .	22
2) la musique numérisée dans l'économie psychique du sujet . .	28
a) la signification esthétique de la musique . .	30
b) la musique comme expression symbolique du désir . .	32
c) Synthèse . .	38
Conclusion . .	40
Bibliographie . .	43
Psychanalyse . .	43
Sociologie de la musique . .	43
Musicologie . .	44
Communication . .	44
Philosophie, esthétique . .	44
Sites web . .	45
Annexe . .	46
Questionnaire . .	46
Résumé . .	47
Mots-clefs . .	47

Introduction

Il y a aujourd'hui peu de mots utilisés aussi souvent et dans un sens aussi large que celui de « culture ». Pour essayer de donner une extension à cette expression telle qu'elle est employée communément, on pourrait presque lui donner les limites suivantes : appartient à la culture tout ce qui est conçu et produit inutilement.

Il s'agit bien sûr d'une définition à la fois trop vague et trop restrictive. Mais la diversité des manifestations dites culturelles et des appellations de ce type montrent bien le flou, sinon le malaise, qui entoure cette notion. Il y a quelques décennies, l'isolement même qui caractérisait les pratiques dites culturelles leur assurait des contours bien déterminés. Il y avait ce qui relevait de la culture (l'opéra par exemple) et ce qui n'en faisait pas partie (les bals populaires, le théâtre de boulevard). Ces distinctions passent aujourd'hui pour des archaïsmes ; non seulement la culture s'est développée par le nombre de ses manifestations, par les moyens financiers mis en jeu, mais des activités et des événements qui auparavant n'auraient pas eu droit à cette appellation, l'obtiennent maintenant sans difficulté et comme naturellement. Cette évolution que l'on appelle habituellement « démocratisation de la culture » aboutit donc aussi à une indétermination de ses contours.

Par ailleurs, la question de la culture ne peut pas être dissociée du support par lequel on l'appréhende. La culture peut être définie comme « médiation symbolique de l'identité », mais cette médiation est autant technique que symbolique. Ainsi, le rapport à l'œuvre d'art a été profondément changé par l'apparition des premiers supports analogiques de l'écoute de la musique. Walter Benjamin en a tiré les conséquences en annonçant la fin de la sacralisation de l'œuvre d'art, l'effacement de son « aura ». Puisque l'œuvre est reproductible industriellement, le caractère éphémère, rare et vivant de sa manifestation tend à disparaître, et en perdant cette singularité l'œuvre perd son caractère sacré. Cette analyse s'applique particulièrement bien au domaine musical puisque de plus en plus, et à la différence de la peinture par exemple, où l'on peut distinguer l'original de ses reproductions, il n'y a pas d'original, l'œuvre naît reproduite. Un enregistrement studio n'est jamais la photographie d'une performance. Construite à partir de pistes enregistrées séparément, puis retouchées, l'œuvre achevée trouve son aboutissement seulement dans le format reproductible. Celui-ci pourrait acquérir ainsi le statut d' « original », s'il ne le perdait pas aussitôt, puisque reproduit à des milliers voire des millions d'exemplaires strictement semblables.

Ces analyses sont bien connues. Mais ce qu'il ne faut pas manquer de reconnaître, c'est que du fait que ces millions d'exemplaires sont semblables (ce qui a été rendu possible seulement par un certain système technique, au départ analogique), la « médiation symbolique de l'identité » se fait différemment. On ne désire pas de la même manière un objet singulier, dont l'appréhension est ritualisée à cause de cette singularité, et un objet reproduit à des centaines de milliers d'exemplaires. Autrement dit, les processus d'individuation, par lesquels un individu construit son identité collectivement et singulièrement, se font en fonction d'une médiation technique dont il faut comprendre le rôle et l'effet.

Cette médiation technique est aujourd'hui réalisée par les industries culturelles, qui connaissent un extraordinaire développement. En effet, le capitalisme est aujourd'hui, comme le dit Bernard Stiegler, « *structurellement culturel*. »¹ Ainsi que l'exprimait un homme politique américain au début du siècle avec beaucoup de clairvoyance, « le commerce suit les films ». L'industrie est donc culturelle pour une grande part, la culture est industrielle presque en totalité. L'industrie innove, et la culture permet d'absorber collectivement cette innovation :

« dès qu'apparurent les technologies d'image et de son qui les rendaient possibles, les industries culturelles devinrent capables de créer les processus d'identification aux modèles comportementaux sans cesse renouvelés qu'appelaient cette innovation. »²

D'autre part, les systèmes techniques par lesquels on appréhende aujourd'hui les produits culturels (ordinateur, radio, télévision) sont aussi ceux par lesquels on peut suivre et cibler précisément le consommateur dans ses comportements (cookies, audimat etc.).

Pour ces deux raisons, parce que les produits culturels créent les processus d'identification nécessaires au dynamisme de la consommation, et parce que les systèmes techniques qui les supportent permettent de segmenter et cibler les consommateurs, ces deux éléments inséparables quoique distincts sont l'enjeu de luttes considérables. Le groupe japonais Sony par exemple, qui il y a 15 ans paraissait imprenable, « dans les segments émergents et à forte croissance –l'audio numérique portable, le DVD, la photo numérique, les écrans plats-, fait face à une foule de nouveaux entrants qui [...] viennent chasser sur ces terres. »³ La bataille oppose aussi les pouvoirs publics aux moteurs de recherche notamment, qui cherchent à aller toujours plus loin dans le suivi du consommateur. Ainsi, face aux attaques de l'Union européenne, Google a récemment cherché à justifier la durée du stockage des informations collectées sur les ordinateurs privés au nom de la lutte contre les fraudeurs et les pirates informatiques.

« Dans son courrier à Google, le groupe de travail européen demandait aussi des explications sur le passage à l'anonymat des données, passée la période de sauvegarde. Le moteur de recherche souligne qu'il « est difficile d'assurer le complet anonymat », mais que le procédé utilisé est irréversible. En ce qui concerne les cookies, il se dit prêt à étudier une réduction de leur durée de vie. »⁴

Google, au cœur des grandes batailles financières des industries numériques, est redouté et convoité parce que son activité est justement présente sur les deux tableaux, en permettant l'accès aux produits culturels d'une part (ambition encore réaffirmée par le rachat récent de Youtube), et en contrôlant et suivant les consommateurs d'autre part. Fait passé presque inaperçu, Youtube a été achetée 1,65 milliards de dollars alors que cette société, composée de moins d'une centaine de salariés, ne gagne pas d'argent.

Le flou de la frontière entre ce qui est culturel et ce qui ne l'est pas, les innovations techniques, le resserrement et le conditionnement réciproque de l'objet culturel et de son support technique par des enjeux économiques toujours plus importants, toutes ces nouvelles données poussent à s'interroger sur les changements qui s'opèrent actuellement

¹ *Mécréance et Discrédit*, Galilée, 2004, p.20

² *Ibid*, p. 27

³ *Le monde*, 29.10.03, « la nouvelle concurrence des groupes mondiaux de l'informatique et des télécommunications »

⁴ *Le monde*, 14.06.07, « Google répond sur sa politique de conservation des données »

dans les processus d'identification symboliques des individus, autrement dit dans la culture. Pour élucider ces changements silencieux sans tenir un discours trop théorique tournant à vide, nous avons choisi de nous intéresser à un domaine subissant actuellement de grandes transformations, à savoir l'écoute de la musique. L'écoute de la musique est au carrefour d'enjeux et d'évolutions très importants : elle constitue un processus d'identification majeur, elle est un enjeu économique capital pour cette raison, d'autant plus qu'elle se situe au point focal de la convergence numérique : le fait que la musique se trouvera demain généralement intégrée au mobile multimédia (dont l'iPhone, par exemple, est une préfiguration) lui donnera encore davantage d'importance dans les processus d'identification.

partie I : La nouvelle donne numérique

1) La numérisation globale de la musique

Ce que l'on appelle la « révolution numérique » fait référence à une avancée technique qui n'est pas très récente, à savoir les systèmes informatiques, lesquels se sont développés dès le lendemain de la seconde guerre mondiale. Ces systèmes computationnels binaires ont permis une capacité de calcul et de stockage toujours plus grande, donnant lieu à des applications variées, d'abord professionnelles puis ludiques.

Le fait capital, en ce qui concerne le domaine culturel, réside dans la traductibilité assez récente des images, des sons, et des télécommunications dans un même vocabulaire binaire. Cette traductibilité a appelé assez vite une convergence vers un même support, pour tous les individus, rassemblant à la fois les communications, les images et les sons. On a d'abord cru que cette convergence trouverait son support dans la télévision familiale, puis dans la console de jeux ; il semble aujourd'hui que le support multimédia attendu devienne le téléphone mobile, dont la propriété de « téléphone » ne deviendrait dès lors qu'une application parmi d'autres. L'*iphone*, qui représente l'avancée la plus considérable en ce domaine, permet à la fois de téléphoner, de regarder des films, d'écouter de la musique et de se connecter à Internet sans la contrainte de passer par une installation sans fil. La technologie numérique est une « révolution » en ce sens qu'elle a permis cette convergence.

L'autre fait capital, sans lequel ces avancées techniques n'auraient pas autant d'impact aujourd'hui, réside dans l'adoption d'abord américaine puis mondiale de la norme TCP-IP (Internet), permettant, à partir du système numérique, de mobiliser tous les savoirs au service de l'innovation, et surtout un brassage universel des informations, des sons, des images, des télécommunications. L'exploitation de ces facilités de communication dans le domaine musical ne s'est pas fait attendre longtemps : dès que la puissance de débit des informations a été suffisamment puissante, des sites permettant l'échange gratuit de fichiers musicaux ont été créés. Ils ont connu un très grand succès, occasionnant par ailleurs de nombreux conflits avec les maisons de disques et les auteurs, conflits dont nous ne nous occuperons pas dans ce travail. Le téléchargement de ces fichiers musicaux est rapidement devenu illimité dans son principe, et n'a connu de contrainte que par les capacités de stockage des ordinateurs personnels. Des projets de normes visant à faire payer systématiquement le téléchargement sont à l'étude, mais il faut souligner que ces normes ne remettraient pas en cause le changement principal apporté par les échanges mondiaux de la musique *via* Internet, à savoir le caractère illimité du téléchargement. En effet, s'il existe des moteurs tels que *Itune Store* faisant payer chaque fichier musical, les fournisseurs d'accès à Internet tendent à proposer des « licences de téléchargement illimité » : en contrepartie d'un supplément à l'abonnement (allant d'environ 9 € à 20 €), le bénéficiaire peut télécharger sur son ordinateur autant de musique et films qu'il souhaite, sans limitation de volume. Il est donc probable que le téléchargement se poursuivra sous des modalités qui seront à l'avenir grossièrement les mêmes. Sous réserve de volte-face,

il est donc à parier que le paiement ne se fera pas selon le fichier, mais *en contrepartie d'une licence globale*. Là est le point important. Etant donné que les seules limitations du téléchargement sont les capacités de mémoire de l'ordinateur et que cette capacité croît plus vite que la taille des fichiers musicaux pris isolément (car ces fichiers tendent à devenir de plus en plus sophistiqués), ce que l'on appelle « le téléchargement illimité » est appelé à demeurer une pratique très répandue. D'après un sondage IPSOS de 2006, 64 % des jeunes de moins de 25 ans et 44% des jeunes de moins de 35 ans ont déjà téléchargé illégalement de la musique sur Internet.

En outre, la numérisation de la musique a rendu possible une grande mobilité des contenus musicaux. Je peux transmettre une partie de ma musique stockée sur mon ordinateur à mon baladeur MP3. Avec ce baladeur, s'il s'agit d'un *Ipod*, je peux faire écouter à mes amis la musique que j'ai sélectionnée en le branchant très simplement sur un amplificateur adéquat. Mes amis peuvent m'envoyer des fichiers musicaux par Internet, ou par l'intermédiaire d'un disque dur amovible.

Surtout, la mise en place de systèmes comme les *podcasts*, le *streaming*, les *webradios*, a permis d'écouter de la musique sans aucun téléchargement, et par conséquent sans aucune appropriation. En me connectant à un *streaming* comme Deezer par exemple, je peux écouter le morceau que je souhaite, à volonté, sans pour autant pouvoir le stocker sur mon ordinateur personnel. Mieux encore, je peux créer une liste d'écoute en mon nom, une *playlist*, qui restera virtuelle mais disponible à volonté et à partir de n'importe quel ordinateur connecté à Internet.

En résumé, la technologie numérique a donné aux individus les possibilités suivantes, dans leur appropriation de la musique :

- 1) une grande capacité de stockage
- 2) la possibilité de se procurer de la musique de façon illimitée
- 3) la possibilité d'échanger ou de copier facilement mes fichiers musicaux
- 4) la possibilité d'écouter une même musique sur des supports très différents

On parle souvent du numérique comme si seule cette technologie avait permis d'écouter de la musique ailleurs que dans les salles de concert et le foyer. En réalité, le baladeur, innovation de Sony, s'est répandu dès le début des années 90. La mobilité de l'écoute n'est donc pas un apport de la technologie numérique. La qualité de l'écoute non plus, les fichiers MP3 n'étant pas plus performant dans la reproduction du son que les bandes magnétiques. En revanche, il est vrai que les baladeurs possèdent aujourd'hui une capacité de stockage incomparable. Un baladeur MP3 moyen, d'une capacité de 4 Gigaoctets, peut recevoir l'équivalent du contenu de 50 cassettes audio ou CD. L'ordinateur personnel, quant à lui, peut stocker de la musique presque indéfiniment si on lui ajoute des disques durs amovibles. La capacité de stockage est donc un premier élément nouveau apporté par le numérique.

L'importance de cet élément est rehaussée par la gratuité du *peer to peer*, et le faible coût des licences globales. Grâce à ces facilités de téléchargement, chaque utilisateur peut exploiter les capacités de stockage de son ordinateur sans que le coût soit fonction du nombre de fichiers musicaux. Toujours dans le registre de l'accès aux fichiers musicaux, le *streaming* et les *webradios* ont apporté un tout nouveau mode d'appréhension de la musique. Le morceau que j'ai inscrit sur ma *playlist* est à ma disposition, je peux l'écouter à volonté ; néanmoins, je n'en acquiers pas une jouissance totale dans la mesure où je ne suis pas libre de le stocker, de le faire changer de support, de le graver. Cette innovation

de la technologie numérique liée à Internet représente en somme une nouvelle façon de s'approprier un objet musical, à mi-chemin entre la radio et le disque.

A travers Internet encore (via les messageries et les sites *peer to peer*) et l'adoption de normes standard concernant les formats de fichiers et les branchements, ce sont les échanges de ces contenus qui se trouvent facilités. Il est désormais possible de copier indéfiniment sans se priver de l'usage de l' « original », ce qu'auparavant on pouvait difficilement faire. La circulation des fichiers musicaux s'est donc grandement développée.

Mais sans encore s'occuper des pratiques d'écoute de la musique proprement dites, il y a un élément généralement inaperçu dans cette évolution, c'est la qualité du son. Sans s'attarder sur les baladeurs MP3, qui offrent *grosso modo* la même qualité de son que les baladeurs cassette, et une définition moindre que les baladeurs CD, la musique est souvent écoutée sur le support même où elle est téléchargée et stockée, à savoir l'ordinateur personnel. Or, qu'il soit portable ou avec une unité centrale séparée, l'ordinateur individuel ou familial (lorsqu'il n'est pas amplifié par d'autres moyens que ceux qui sont fournis avec l'appareil) offre une très pauvre définition du son.

2) L'état de la question

Les transformations apportés par le numérique dans la musique ont été étudiées sous plusieurs aspects. Le plus fréquemment évoqué est sans conteste la question de la propriété de la musique en circulation sur Internet, à travers les polémiques sur le téléchargement légal ou illégal. Nous n'aborderons pas ces problèmes.

Un autre aspect fréquemment évoqué est celui du nouveau rapport entre producteur et auditeur : *via* ces nouvelles technologies, l'auditeur serait poussé à devenir beaucoup plus actif qu'auparavant dans la création musicale, et renverserait le rapport traditionnel entre le créateur et son public. Outre qu'il s'agit là d'une vue peut-être encore trop théorique et manquant de fondements statistiques, l'activité de l'auditeur sur les nouveaux supports ne nous intéresse dans ce travail que lorsqu'elle fait partie de l'écoute. C'est donc sous cet angle seulement que nous évoquerons la participation de l'auditeur à la musique produite.

a) ce qui n'a pas changé

La problématique qui est la nôtre, à savoir les effets de la numérisation sur l'écoute musicale proprement dite est peu abordée dans la littérature sociologique et musicologique. L'étude la plus pertinente et la plus proche de notre thème a été menée par Fabien Granjon et Clément Combes dans un numéro de la revue *Réseaux*, en 2007.⁵ Cette étude, intitulée « la *numérimorphose* des pratiques de consommation musicale (le cas des jeunes amateurs) », a pour but de déterminer les changements intervenus dans l'écoute musicale par la technologie numérique.

Les innovations numériques que nous avons détaillées plus haut ont donné lieu à de nouvelles pratiques : le téléchargement, le stockage de la musique sur ordinateur, les échanges de fichiers principalement. Selon les auteurs cités, ces nouvelles pratiques ont tendance à effacer les frontières traditionnelles entre les auditeurs. Alors qu'auparavant

⁵ GRANJON et COMBES, 2007

les amateurs se distinguaient surtout par leurs goûts, la numérisation de la musique favorise un certain éclectisme dans l'écoute musicale. Mais le point important est que les technologies numériques vont se trouver utilisées en fonction d'un clivage que les auteurs établissent par la distinction entre « amateur profane » et « amateur expert ». Sans que le numérique n'apporte un changement radical dans le rapport à la musique, la nouveauté des technologies va être mobilisée de façon différente selon le degré d' « expertise » de l'individu dans son écoute. L'innovation serait donc immédiatement mise au service d'un certain type d'attachement à la musique, indépendant de l'innovation technique et s'en servant comme d'un moyen. Prenons l'exemple du téléchargement *peer to peer* (P2P) :

« les pratiques de téléchargement soulignent là encore un clivage entre deux catégories d'amateurs. Les plus experts profitent des potentialités du P2P pour approfondir leur connaissance des courants musicaux auxquels ils sont attachés en faisant par exemple l'acquisition des contenus rares qu'ils n'auraient pu trouver via les industries du disque (...). Mais ils vont être tout autant incités à explorer des univers distincts de ce qui fonde le cœur de leurs goûts. (...) Les amateurs profanes quant à eux engrangent plutôt des contenus qu'ils n'auraient jamais voulu acquérir sous forme marchande. Le P2P est donc l'occasion d'obtenir gratuitement des hits souvent récents et aisément accessibles dans le commerce et dont ces amateurs savent qu'ils correspondent à des envies aussi vives qu'éphémères. »⁶

Les amateurs passionnés vont donc trouver dans le P2P un moyen de *prolonger* leurs centres d'intérêts et leur approche « experte » de la musique, tandis que les amateurs « profanes » vont s'en servir pour se procurer à *moindre frais* ce qu'ils désirent. Dans les deux cas, le P2P n'est qu'un *moyen* au service de leurs centres d'intérêts et de leur écoute, il ne les transforme pas.

De même, les service-ressources d'Internet, de type forums thématiques de discussion par exemple, vont être mobilisés selon des attentes préexistantes : « chez les amateurs experts, Internet se présente alors moins comme un mode de consommation de l'actualité musicale que comme un procédé d'apprentissage et d'exploration de contenus originaux »⁷. Les amateurs profanes vont utiliser les mêmes types de services, mais les sites fréquentés auront « un caractère moins spécialisé (...) et sont surtout destinés à suivre les dernières sorties et évènements musicaux. »⁸

En somme, la *numérimorphose*, c'est-à-dire l'ensemble des transformations produites par l'apparition du numérique dans l'écoute musicale, ne serait globalement qu'un prolongement de la *discomorphose* : « elle [la numérimorphose] ne décrit pas tant un rapport général renouvelé à la musique redéfinissant la relation qu'entreprendrait la figure d'un amateur abstrait à l'objet tout aussi abstrait de sa passion qu'une complexification des formes concrètes d'amateurisme qui avaient déjà été initiées durant le passage à la *discomorphose*. »⁹

Quelles ont été ces transformations opérées par la *discomorphose* ? Cette notion a été élaborée par Antoine Hennion¹⁰ pour pouvoir penser les nouvelles modalités de l'écoute de la musique mises en place par le disque. Avec le disque, « l'écoute se fait domestique, au double sens où elle s'effectue désormais majoritairement de façon solitaire, dans un

⁶ Ibid., p. 319

⁷ Ibid., p. 312

⁸ Ibid.

⁹ Ibid., p. 332

¹⁰ HENNION 2000

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. »¹¹ A travers ces nouveaux supports (chaîne hi-fi, baladeur), la musique tend à coloniser le quotidien, à s'étendre à toutes les activités dans une présence continue, en se déclinant « en modulations libres et variées des goûts et attirances selon les moments, les situations et les dispositions »¹². Ainsi, comme le montre Fabienne Gire dans son enquête récente sur les pratiques de loisirs des français¹³, la proportion des français écoutant quotidiennement de la musique est passée de 27% en 1997 à 28% en 2007 (68% pour les 12-25 ans). Les français écoutent donc de plus en plus de musique depuis l'apparition du disque, et cette tendance s'est accrue avec le numérique : l'évolution se fait en grande partie par la classe des 12-25 ans (68% d'entre eux écoutent de la musique quotidiennement), ceux-là mêmes qui utilisent le plus la technologie numérique (47% d'entre eux lisent des fichiers MP3 sur leur ordinateur).¹⁴

Mais la nuance est parfois ténue entre continuité et transformation. La discomorphose, affirment Combes et Granjon, avait consacré l'album comme « expression aboutie de l'œuvre musicale »¹⁵ en lui conférant de ce fait un caractère hiératique et interchangeable. Le développement du numérique aurait bouleversé la forme de ce matériau en permettant des manipulations nouvelles, multiplié les échanges, les combinaisons et les synthèses et en définitive favorisé un éclectisme de plus en plus répandu. D'autre part, cette nouvelle fragmentation du matériau musical serait la cause profonde de l'apparition de genres musicaux fusionnant en eux-mêmes plusieurs genres préexistant, comme la world-music, le jazz-electro, la cinematic music, etc.

Il est toujours tentant de voir une révolution là où il n'y a qu'une évolution, voire une prolongation des mêmes effets. A cette analyse, on peut opposer le fait que l'on avait déjà pu voir dans l'apparition du disque, et plus particulièrement dans la cassette magnétique (qui permet la copie) une médiation technique menaçant l'intégrité de l'œuvre et lui substituant une écoute de « morceaux » à volonté. En outre, nous verrons que les artisans de l'industrie culturelle eux-mêmes ont une autre idée sur l'origine des genres hybrides apparus récemment. Toutefois, il est clair que dans ces domaines, si le numérique ne révolutionne pas l'écoute, à tout le moins il poursuit, en leur donnant plus de force encore, les transformations apportées par le disque.

b) Changements

L'écoute musicale resterait en elle-même identique à ce qu'elle était selon la discomorphose, les clivages n'intervenant que selon les profils de l'auditeur, amateur profane ou amateur passionné. Les nouveaux systèmes techniques donneraient ainsi aux types d'amateurs de nouveaux moyens *au service* de leur propre rapport à la musique.

Les seuls changements *globaux* consisteraient d'une part dans un certain développement de *l'éclectisme*, quoique se faisant selon des modalités différentes selon les profils des amateurs, et d'autre part dans une *fragmentation* plus poussée de l'œuvre par

¹¹ *ibid.*, p.146

¹² *ibid.*, p. 147

¹³ GIRE F. PASQUIER D. GRANJON 2007, p. 167

¹⁴ COMBES ET GRANJON 2007, p. 297

¹⁵ *ibid.*, p.298

rapport à la discomorphose. Ces deux évolutions sont présentées comme la conséquence de la facilitation de la communication des fichiers musicaux.

L'éclectisme culturel, d'une part, prend sa source dans la fréquentation d'individus ayant des centres d'intérêt variés. Or, les sociabilités de groupe (soirées, fêtes, sorties etc.) jouent pleinement ce rôle avec le numérique : « [elles] sont potentiellement autant d'occasions pour évoquer, mais surtout pour échanger des contenus avec les interlocuteurs dont on sait par ailleurs qu'ils sont informatisés et qu'ils téléchargent. » Les systèmes numériques permettent ainsi de « récupérer des contenus musicaux au gré des rencontres »¹⁶ et développent un éclectisme culturel. C'est aussi vrai, selon les auteurs, pour les amateurs experts, à ceci près qu'ils ciblent davantage les individus leur servant de ressource musicale, ceux-ci devant être reconnus comme des personnes fiables et au jugement sûr.

Le format CD, c'est-à-dire une compilation d'œuvres formant un *album* ayant lui-même un statut d'œuvre, se trouve d'autre part remis en question. L'informatique a en effet rendu possible la manipulation de fichiers musicaux et, lorsqu'elle se trouve conjuguée à la variété des nouveaux supports (baladeurs MP3, sonothèque, *playlist*, téléphone mobile, logiciel de transformation du son), tend à effacer la primauté de l'album pour se focaliser davantage sur le *matériau sonore* proprement dit. Ainsi, la musique « se nourrit tout autant d'évènements acoustiques concrets (génériques, *jingles*, sonneries, etc.), de morceaux enregistrés préalablement, que de sons originaux qu'elle va faire cohabiter au sein de nouvelles unités musicales. »¹⁷ L'unité sonore minimale avant le numérique était la *piste* : tout était fait pour passer de l'une à l'autre, même dans les bandes magnétiques avec la reconnaissance des silences, sans que l'on pût faire autre chose, à l'intérieur d'elles, qu'accélérer ou revenir en arrière. L'unité sonore de base dans le numérique est beaucoup plus fine, presque imperceptible. Ce qui nous paraît continu à l'oreille n'est qu'une suite *discrète* de 0 et de 1 : « c'est dire que la coupure fait partie intégrante du flux numérique, même si elle est occultée, et c'est pourquoi dans les arts, en musique en particulier, on retrouve l'usage des fragments, des *samples* dont la répétition permet la différenciation. »¹⁸

la déritualisation de la musique et ses conséquences immédiates sur l'écoute

Si Combes et Granjon se refusent à dessiner les traits d'une hypothétique nouvelle relation d'un auditeur abstrait et d'une musique tout autant abstraite, en ne voyant de réalité que dans les profils d'amateurs qu'ils dessinent, certains auteurs n'hésitent pas à aller plus loin. Anne-Marie Green, dans son étude sur « l'influence de l'espace sur la réception musicale »¹⁹, affirme que les nouvelles pratiques d'écoute produisent un nouveau rapport à la musique en général. Pour elle, les nouveaux modes de consommation musicale, qui prolongent ou transforment les effets de la discomorphose, dégagent la musique de ses contraintes extérieures. Ainsi, « pouvoir disposer de musique à tout moment et en tous lieux intensifie la dimension esthétique du fait musical. »²⁰ La musique était auparavant écoutée dans des lieux prévus à cet effet et empreints d'une marque sociale très distinctive, l'Opéra, avec ses loges, ses « baignoires », son parterre, en étant la caricature bien connue ; avec le

¹⁶ Ibid., p. 304

¹⁷ Ibid., p. 299

¹⁸ CHATONSKY 2007, p. 95

¹⁹ GREEN 2007

²⁰ Ibid., p. 732

disque et le numérique, la musique s'écoute presque en permanence chez soi, dans la rue, dans les cafés, dans les fêtes et les soirées, dans une attitude de consommateur plus que de connaisseur. On écoute beaucoup, on écoute non pour se distinguer ou se regrouper mais pour chercher du plaisir. Selon Anne-marie Green donc, cette recherche du plaisir sans autre fin déterminée donne la primauté à *l'aïsthésis* dans l'écoute, et donc à ce qu'il y a de proprement esthétique dans la musique. La tendance actuelle à l'éclectisme, par la médiation numérique, viendrait confirmer cette thèse : les individus seraient plus attirés par le son que par la « légitimité culturelle » d'une œuvre.

Globalement donc, « la réception de la plupart des faits musicaux apparaît déritualisée ». Les individus rechercheraient désormais avant tout de l'imaginaire et de l'émotionnel dans la musique et les pratiques musicales socialisées, qui auparavant étaient très clivantes socialement, apparaissent maintenant davantage comme une « recherche de partage d'émotions grâce au musical ». ²¹

L'écoute individuelle de la musique dans l'espace public vient accréditer cette thèse. Ecouter de la musique sur baladeur, c'est faire « le contraire de celui qui, pour se distinguer, se rend au concert. ²² » Le baladeur est trop banal et répandu pour produire de la distinction. Porter la musique sur soi pour ainsi dire, c'est donc faire éclater les espaces réservés des musiques « légitimes » ou au contraire « *underground* », et c'est de plus, au sortir de l'espace de liberté que constitue l'espace domestique, une manière d'échapper à l'environnement public et à ses contraintes. Le but est donc de s'extraire d'un environnement pénible ou de rechercher l'émotion lorsque c'est possible, sans que les conditions de l'écoute ne s'apparentent au « recueillement qui caractérise toute forme de concert » ²³, chargé de sens social, instance de légitimation. En sorte que si le numérique ne révolutionne pas l'écoute de la musique, les évolutions à l'œuvre dans les pratiques musicales actuelles convergent, selon A.-M. Green, vers une écoute plus désintéressée et plus axée sur les plaisirs immédiats du son. Cette analyse est cependant à modérer par l'évolution du marché du baladeur : alors que les foyers français étaient, en 1997, 45% à posséder un baladeur (analogique) ²⁴, ils sont en 2008 40% à posséder un baladeur numérique ²⁵ (qui tend à remplacer le baladeur analogique, et non à s'ajouter à lui). Or depuis 2007 les ventes ne cessent de baisser après quelques années de spectaculaire augmentation (-5% en 2007), le marché arrivant bientôt à saturation. La proportion de français utilisant un baladeur est donc sensiblement la même depuis la pénétration du marché par le baladeur analogique, à partir des années 1990. Il faut donc prendre garde à ne pas attribuer au numérique ce qui est dû à des innovations analogiques.

Déritualisée et débarrassée largement de ses signes distinctifs (au sens sociologique), la musique permettrait en outre, selon A.-M. Green, à chaque individu d'acquérir plus d'autonomie par rapport à son environnement. En écoutant toujours plus la musique dans les endroits les plus divers et particulièrement au cours des trajets quotidiens, l'homme procéderait « à une transgression de cette banalité en créant son univers personnel et singulier. » ²⁶ La temporalité quotidienne moderne, constituée de phases brèves, parfois

²¹ Ibid., p. 733

²² Ibid., p. 735

²³ Ibid., p. 737

²⁴ DONNAT 1997, p. 101

²⁵ Enquête Gfk/SVM du 16 janvier 2008 (ils étaient 16% en 2006)

²⁶ GREEN 2007, p. 740

répétitives, de flux dispersés, d'une alternance rapide de projections et de rétentions, serait ainsi domestiquée et aménagée par les individus qui trouveraient dans les nouvelles technologies d'écoute un moyen de s'adapter à ces conditions stressantes. L'efficacité, la capacité de stockage, la docilité et la rapidité de manipulation des baladeurs numériques permettraient à chacun de s'adapter au mieux à un environnement qui exige précisément ces qualités. Le *zapping* musical lui-même, favorisé par les grandes capacités de stockage et la découpage en phases rapides de la vie quotidienne, permet d'accéder à une écoute distraite, qu'il serait « nécessaire d'accepter comme conduite « vraie » »²⁷, loin de l'attention « totale, structurelle et fonctionnelle » que nous recommandons la tradition de la réception de l'œuvre musicale, productrice d'un « « savoir écouter » extra-musical ». Cette attention distraite, autant que l'abandon progressif des espaces « légitimés », feraient donc de la musique autre chose qu'un « fond musical » ; au contraire elles permettraient une écoute authentique et un « réenchantement du monde »²⁸. Entre l'étude de Combes et Granjon et celle d'A.-M. Green ce sont deux conceptions de la médiation technique qui s'opposent. Pour les premiers, affirmer que les nouvelles pratiques permettent une individuation plus aboutie relève « d'une conception survalorisant l'autonomie d'un amateur qui serait nécessairement un usager actif, inventif, accompli et entrepreneur de sa propre passion. »²⁹ Comme on l'a souligné plus haut, les nouvelles médiations techniques apparues avec le numérique sont, de leur point de vue, exploitées par les usagers en fonction de leur profil d'amateur, profane ou expert. Le numérique serait donc facteur de complexification des pratiques, mais nullement signe d'un nouveau rapport à la musique en général. La tendance générale à l'éclectisme ne fait pas disparaître les signes de la distinction mais *les déplace* vers les modalités d'actualisation des pratiques d'écoute. En outre, la transformation de l'objet musical qu'était l'œuvre vers le son lui-même ne leur paraît pas dessiner un nouveau rapport à la musique, envisagée abstraitement. Pourtant, les deux conceptions se retrouvent dans cette redéfinition de l'objet musical : la fragmentation de l'œuvre chez les uns, autant que « l'écoute distraite » chez A.-M. Green, convergent vers une approche attentive avant tout au plaisir de l'écoute. Le groupe des amateurs profanes, mis au jour par Combes et Granjon, lui aussi « profite d'une offre musicale pléthorique pour asseoir une forme d'hédonisme qui fait des goûts le moteur essentiel de la découverte »³⁰ (les experts tendant vers davantage d'éclectisme). A partir de données différentes, A.-M. Green en arrive au même point : par la disponibilité permanente de la musique et par la variété de l'offre, « on voit un certain hédonisme se mettre en place, qui refuse les valeurs traditionnelles de la gratification différée. »³¹

Certaines expressions nouvelles semblent confirmer empiriquement ce changement de focalisation (si ce n'est toute la portée de ses effets) : ainsi pour parler d'une musique enthousiasmante on retrouve souvent l'expressions « c'est du bon son », ou bien « j'aime ce son ». Auparavant on pouvait entendre parler d'un groupe qui « sonne bien », mais dans l'expression « du bon son » c'est le son lui-même qui se trouve objectivé, substantialisé, et défini comme ce que l'on appréhende en écoutant de la musique.

D'ailleurs, même s'ils s'opposent à l'idée d'une disparition des signes distinctifs dans la musique, Combes et Granjon conviennent d'une désacralisation des œuvres par la

²⁷ Ibid., p. 740

²⁸ Ibid., p. 741

²⁹ COMBES ET GRANJON 2007, p. 331

³⁰ Ibid., p. 313

³¹ GREEN 2007, p. 740

numérisation de la musique³², poursuivant ainsi les effets de la reproductibilité des œuvres analysés par Walter Benjamin beaucoup plus tôt³³. Or, parler de « désacralisation de l'œuvre » ne revient pas exactement à parler d'une redéfinition de l'objet musical (en matériau sonore plutôt qu'en œuvre). Selon les auteurs, les signes distinctifs se déplacent vers l'actualisation des pratiques d'écoute. Mais quelles que soient ces pratiques ou ces manières, profanes ou expertes, l'œuvre se désacralise et par conséquent l'écoute également. En effet, l'œuvre perd son caractère sacré parce qu'en somme elle n'est plus intouchable, indivisible. La manipulation des samples, les réarrangements, les remixages ont détruit cette inviolabilité³⁴. Mais en abandonnant l'œuvre, le sacré n'a pas pour autant rejoint les nouveaux objets musicaux. Leurs contours variables, indéterminés et ductiles à volonté interdisent un tel transfert. Si l'on accepte de reconnaître, avec les auteurs, une fragmentation de l'œuvre quel que soit le profil des amateurs, on doit reconnaître aussi que l'objet musical actuel devient plus familier et sensible ; et ce que l'objet musical a perdu, l'écoute ne saurait le restituer. Par conséquent, si des signes distinctifs existent bien dans les manières d'écouter, l'écoute *en général*, par la perte du caractère sacré de son objet, s'est trouvée transformée irrémédiablement. L'idée d'un « déplacement » des signes distinctifs est un peu illusoire. Les signes distinctifs liés à l'actualisation des pratiques d'écoute ont été renouvelés dans leurs modalités³⁵, mais ils ne sont pas nouveaux : ils ont toujours existé. Au lieu de s'abonner à une revue très spécialisée, « l'aficionado de breakcore ou d'abstract hip-hop allemand trouvera plus certainement de quoi se satisfaire sur des blogs ou des sites web experts. »³⁶ ; l'amateur profane, lui, continuera d'ignorer ces pratiques et s'informerera sur des sites *mainstream*. En revanche, comme nous l'avons montré, la désacralisation de l'œuvre est elle valable à tous niveaux. Il est donc abusif de parler, comme le font les auteurs, de « déplacement » des signes distinctifs. Il y a effacement de certains signes (la hiérarchie des genres musicaux, la sacralité des œuvres pour certains groupes d'auditeurs) et maintien d'autres signes. Cet effacement, et non ce déplacement, même s'il n'est pas complet, ne peut que conduire le auditeurs, même si les auteurs restent prudents sur cette conséquence, à privilégier « la dimension esthétique du fait musical », comme l'affirme A.-M. Green. La disparition de signes distinctifs, rivant la musique à un jeu social, ne les fait pas conclure à une autonomisation proportionnelle de l'objet musical. Pourquoi l'objet ne gagne-t-il pas en authenticité ce qu'il perd en importance sociale ? La réponse tient à la nature de la sociologie, du moins dans son courant critique, selon lequel un objet appréhendé par les sciences sociales ne saurait subsister par lui-même et avoir un sens que ne lui confèrent pas les règles du jeu social. Ainsi que l'exprime fort bien Antoine Hennion, il s'agit là d'un « véritable interdit, issu, à travers Durkheim, de Comte et des origines anti-philosophiques de la sociologie : accepter de laisser aux objets quelque force, c'est revenir aux questions sur l'être, et la sociologie s'est construite sur leur disqualification. »³⁷ L'embaras de Combes et Granjon, qui transforment un effacement de signes distinctifs en un prétendu « déplacement » qui n'existe pas, est à cet égard très significatif : il leur est

³² COMBES ET GRANJON 2007, p. 300 : « Les œuvres se désacralisent. »

³³ Voir Walter Benjamin, *Ecrits français*, Paris : Gallimard, « bib. des idées » 1991

³⁴ Ces manipulations peuvent être encouragées par les artistes eux-mêmes : ainsi que l'indique Sylvie L'Ecuyer, « sur le site de la chanteuse Björk en août 2001, on trouvait déjà huit cents « remix » des chansons de son précédent album. » (p. 282)

³⁵ COMBES ET GRANJON 2007, p. 332 : « Loin d'opérer une rupture franche vis-à-vis des formes d'amateurisme instaurées par le disque, le numérique en prolonge et en renouvelle plutôt les modalités. »

³⁶ Ibid., p. 306

³⁷ HENNIION 1993, p. 156

impossible de penser une « authenticité » de l'écoute qui en serait la conséquence. En effet, pour parler d'authenticité, il faudrait supposer une *essence* de la musique, qui échapperait au moins en partie aux déterminations sociologiques. A vrai dire, les auteurs ne s'y opposent même pas ; simplement les contours de leur investigation et plus profondément les principes de leur recherche excluent par eux-mêmes un objet musical indépendant de la sociologie.

Tout en faisant le même constat d'une désacralisation de l'œuvre et d'une attention plus grande portée au son, A.-M. Green, elle, ne s'interdit pas (peut-être au prix d'une moindre rigueur dans l'analyse) de penser la notion d'authenticité. A l'en croire, comme nous l'avons indiqué plus haut, il y a une « conduite d'écoute vraie » et une écoute inauthentique. Et, parce que les nouvelles technologies d'écoute font désertier la musique des espaces publics qui la régissaient auparavant, parce que « l'écoute en privé est une écoute volontaire, choisie, qui est de l'ordre de l'intime », parce que la grande disponibilité de l'offre musicale « intensifie la dimension esthétique du fait musical »³⁸ en permettant une « écoute distraite »³⁹, les conditions sont réunies pour que l'écoute contemporaine soit authentique. Mais cette distinction entre écoute vraie et écoute fausse ne peut se faire qu'en supposant une *essence* de la musique, perçue dans sa pureté ou bien obliérée par des règles sociales. De fait, pour l'auteur, « vouloir attribuer une fonction sociale au fait musical revient à l'insérer dans un réseau de significations outrepassant son seul contenu artistique »⁴⁰ ; ce contenu, s'il n'est pas toujours perçu indépendamment du « réseau de signification » sociales, existe pourtant par lui-même. En quoi consiste-t-il ? L'auteur ne se penche pas sur la question. Toutefois, la conduite vraie, celle qui émerge aujourd'hui, est selon l'auteur, une conduite hédoniste. On peut donc en conclure que le contenu artistique authentique de la musique recèle des ressources de plaisir.

Cette notion d'authenticité de l'écoute doit-elle être affirmée ou contestée ? Nous laissons pour l'instant la question en suspens. Ce qui doit retenir notre attention est la convergence des analyses vers le renouvellement d'une pratique de l'écoute, plus hédoniste désormais, attentive au son plus qu'au respect de « l'œuvre ».

l'évolution de l'écoute numérisée à la lumière de l'art contemporain

Jusqu'à présent, nous avons analysé les pratiques d'écoute. Cette écoute fait référence à des œuvres commerciales, produites industriellement et touchant un large public. Cependant, on peut se demander si les transformations à l'œuvre ne trouvent pas leur origine dans une plus vaste évolution. Il est en effet très remarquable que l'art contemporain dans tous ses domaines, y compris musical, réponde aux nouvelles attentes que nous avons décrites plus haut. Pourtant, cette réorientation de l'art est plus ancienne que la numérimorphose ou la discomorphose, et surtout elle touche d'autres domaines que la musique.

Marcel Duchamp affirma dans la première moitié du siècle que « ce sont les regardeurs qui font les tableaux. » On se souvient de ses célèbres ready-made. La conclusion qu'il faut en tirer, selon Yves Michaud, c'est que « toutes sortes de pratiques, *absolument toutes*, peuvent à un moment donné et sous certaines conditions faire partie de l'art contemporain. »⁴¹ L'invention du ready-made, selon le même auteur, « avait désubstantialisé

³⁸ GREEN 2007, p. 732

³⁹ Ibid., p. 740

⁴⁰ Ibid., p. 731

⁴¹ MICHAUD 2003, p. 53

l'art en le rendant procédural. »⁴² Cette nouvelle façon, non plus de recevoir de l'art, mais de faire de l'art, remet en question la notion d'œuvre, ou plutôt la rend périmée. Cette évolution n'a cessé de se poursuivre au cours du XXI^{ème} siècle. Aujourd'hui, selon Michaud, l'art s'est tout entier « évaporé », à la fois présent partout et nulle part. De l'état solide, il a passé à l'état gazeux. Pourtant, si l'expérience de l'art contemporain se fait sous une forme diffuse et vaporeuse, elle le fait « dans des cadres encore conventionnels et reconnus ». ⁴³ Et d'une certaine manière, cette mise en scène de l'art n'implique-t-elle pas la notion d'œuvre ? Il semble que non. En effet, l'objet de l'art contemporain ne réside justement plus dans un objet, des contours, mais dans une expérience. Cette expérience ne symbolise plus. En tout cas, elle cherche à ne plus symboliser. Elle tente de faire accéder au réel ; comme l'exprime Marc Babonneau, « on ne voit pas la représentation d'une chose, on voit la chose elle-même. »⁴⁴ A cette fin, différents moyens sont mobilisés, le plus fréquent dans le domaine pictural ou littéraire étant le choc, l'inhabituel : « mettre l'accent sur les lignes de faille les plus dangereuses et les plus menaçantes, traquer jusqu'à l'abrasion et le décapage le plus extrême ce qui montre, encore et encore, notre société (...), voilà la démarche de la modernité dans l'art. »⁴⁵

C'est encore valable pour la musique contemporaine, qui se focalise sur le son lui-même : « l'écoute comme *sens*, c'est-à-dire s'adressant à la sensorialité physique de l'auditeur, serait donc mise en avant et ce, de manière la plus généralisée, même dans les œuvres les plus générales. »⁴⁶ La disparition de l'œuvre dans l'art contemporain, ici musical, prend son sens non à partir d'une fragmentation technique de l'œuvre, d'un éclatement, mais à partir de la volonté initiale de focaliser l'attention non sur un objet, mais sur une *expérience*. Les éléments mis en avant et les objectifs sont les suivants : « importance de la perception *physique* et *psychique*, emploi de la technologie au service de ces perceptions jusqu'à brouiller les pistes du réel et du virtuel »⁴⁷

Plus précisément, ces musiques ont ceci de commun qu'elles « jouent avec le réel »⁴⁸. Elles tâchent de faire percevoir la perception, de montrer les illusions de la perception, de montrer au spectateur l'équivocité du réel en déjouant ses attentes, le flou qui sépare le réel de l'illusion, etc.⁴⁹ Une vue d'ensemble des différentes catégories prendra la forme suivante (nous avons supprimé les exemples ajoutés par N. Pascal) :

On retrouve bien dans ce classement éclairant à la fois un travail centré sur le son lui-même (dans la catégorie « espace » par exemple, on trouvera des tentatives de spatialisation du son), artificiel ou réel, et une volonté, sans pouvoir échapper à la mise en

⁴² Ibid., p. 55

⁴³ Ibid., p. 181

⁴⁴ BABONNEAU 2003 p. 621

⁴⁵ Ibid.

⁴⁶ PASCAL 2007, p. 778

⁴⁷ Ibid., p. 783

⁴⁸ Ibid., p. 780

⁴⁹ Un exemple frappant : « dans *Strette* de Hector Parra (2003), une chanteuse s'apprête à interpréter une œuvre. Dans l'obscurité, qui sera bientôt animée par des jeux de lumière, le public l'entrevoit et par association inconsciente, se forge une idée de ce qu'il entendra : une seule voix humaine avec ses limites de souffle, de tessiture, de timbre. Mais lorsque l'œuvre commence, Ô surprise, toute la logique que l'auditeur a construite sur la base de la réalité s'effondre : il n'entend pas une seule, mais une multitude de voix, provenant de hauts-parleurs dispersés dans la salle ; (...) » Ibid.

scène, de faire disparaître les œuvres. Même dans les musiques de drame, de spiritualité ou d'humour, il s'agit de communiquer à l'auditeur une interrogation, de l'intriguer sur la nature même de l'expérience qu'il est en train de vivre : dans *Happy Kitchen* de Roedelius (1994), par exemple, entre quelques morceaux de musique langoureux, les musiciens préparent une recette de cuisine sous les yeux des spectateurs, en amplifiant les bruits de cuisine par des micros, puis mangent le résultat sur scène.⁵⁰ Voilà une expérience qui nous invite à nous interroger sur la consommation, différenciée en consommation de musique et consommation culinaire.

En ce qui concerne le numérique proprement dit, il est utilisé dans tous les domaines mais plus spécifiquement dans le but de jouer encore une fois sur la « réalité du son » ou au contraire l'illusion qu'il peut véhiculer. Il s'agit de promouvoir le son pour lui-même, comme on l'a vu plus haut, en se concentrant sur son aspect le plus matériel, ludique, ou bien de s'en servir pour s'interroger sur la nature du son ou de la musique, dans un « jeu d'illusion, jeu de déréalisation » qui reviendrait en somme à un « jeu de perception, puisque l'auditeur, dans les gradins de l'arène, ne sait plus à quoi attribuer le parti de la réalité. »⁵¹

Dans la même ligne, la convergence numérique permet maintenant de fabriquer assez facilement une œuvre « multisensorielle » : la vidéo sera mobilisée avec le son pour tenter de le « spatialiser » par exemple⁵², dans le but de créer une immersion sensorielle. Grâce notamment aux technologies multimédia, « le son dévoile de multiples visages tout autant sensoriels les uns que les autres »⁵³.

On aura remarqué que ces propos vont dans le même sens que ceux tenus plus haut sur l'écoute des musiques commerciales actuelles. La numérisation, la disponibilité de la musique à tous moments et en tous lieux ont, selon les auteurs cités, abouti à une intensification de la dimension « esthétique » du fait musical⁵⁴, au sens strict de la perception. Dans le cas de la musique de masse, cette transformation s'est faite par les innovations techniques au niveau de l'écoute. Ce sont les pratiques d'écoute, comme on l'a vu, qui ont transformé l'objet musical. Mais en musique contemporaine et plus largement en art contemporain, ce sont les œuvres elles-mêmes qui ont changé de fonction et d'objet, jusqu'à devenir autre chose que des œuvres. S'il faut en croire Yves Michaud, cette transformation remonterait aux premiers papiers collés de Picasso, au début du siècle, et surtout à la fin des années 1910 avec le mouvement Dada.⁵⁵ La médiation technique n'a donc pas du tout été la même. Mais surtout, l'art contemporain, et particulièrement la musique, ne bénéficiant pas de la même diffusion et de la même audience que les musiques élaborées par les industries culturelles, continuent comme par le passé à se présenter comme des œuvres, que l'on peut voir ou entendre dans des institutions spécifiques. Les auditeurs d'un quatuor contemporain, par exemple, iront l'écouter dans un lieu consacré, institutionnalisé. De plus, le public concerné étant beaucoup plus restreint, les signes

⁵⁰ cité par PASCAL 2007, p. 786

⁵¹ Ibid., p. 781

⁵² Souvent grâce à des logiciels permettant de traiter le multimédia : par exemple, dans le *Quatrième quatuor à cordes* de Jonathan Harvey (créé en 2003), « les sonorités émises par les instrumentistes sont spatialisées grâce à un système électronique de traitement du son en temps réel (Spat) : le son est ici d'une sensorialité – d'une sensualité – extrême » Ibid., p. 786

⁵³ Ibid. p. 778

⁵⁴ voir GREEN 2007, p. 732

⁵⁵ « parmi tous les mouvements d'avant-garde du début du Xxième siècle, Dada (...) inventa le collage, le montage, la poésie phonétique, les œuvres multimédias, l'installation, la performance et le happening. » MICHAUD 2003, p. 88-89

distinctifs de ces pratiques sont beaucoup plus flagrants. Ce ne sont donc pas les conditions d'écoute, lieu et public, qui transforment ce qui est joué en autre chose qu'une œuvre.

Cependant, le résultat est le même du point de vue du rapport à l'objet musical : la musique contemporaine, élitiste et encore fortement institutionnalisée, sans bénéficier pour sa diffusion des mêmes médiations technologiques, évolue (mais depuis plus longtemps) dans la même direction que la musique produite par les industries culturelles. Dans les deux cas le son est remis au premier plan, le plaisir physique de l'écoute davantage valorisé.

Tout se passe *comme si* le numérique avait permis à tous les auditeurs de rejoindre dans leur écoute un certain rapport à l'œuvre établi depuis longtemps dans l'art moderne puis contemporain. Le numérique poursuit donc et accentue les effets de la discomorphose et, quoique par des médiations différentes, suit la transformation du rapport à l'œuvre d'art initié par l'art moderne. C'est la raison pour laquelle Yves Michaud a pu récemment, dans

son livre *l'art à l'état gazeux*⁵⁶, dessiner une situation globale de l'art et du rapport actuel à l'art. La convergence curieuse que l'on vient de mettre au jour, entre art contemporain et l'art produit par les industries culturelles explique comment une description d'une telle généralité (parler à la fois de l'art contemporain et de l'art commercialisé en masse) est possible. Ce que cet auteur voit dans l'état actuel de l'art en général est donc aussi bien valable en art contemporain que dans les œuvres les plus diffusées, comme nous l'avons montré : « les œuvres d'art ont changé de mode opératoire. Elles ne visent plus à représenter ni à signifier. Elles ne renvoient pas à un au-delà d'elles-mêmes : elles ne symbolisent plus. »⁵⁷ Nous aurons d'ailleurs à revenir sur cette affirmation. Dire que l'art ne symbolise plus et ne « représente » plus, n'est-ce pas exclure l'art de la culture ?

L'art contemporain n'a pas seulement détruit la notion d'œuvre par son propre cheminement ; bien que ses « objets » soient présentés encore sous des formes circonscrites spatialement et temporellement, la relation du récepteur à l'« œuvre » s'est peu à peu affectée des mêmes caractéristiques que celles que nous avons décrites concernant l'écoute numérisée, c'est-à-dire une attention distraite, un enveloppement plus qu'un face à face : « s'il y avait une tendance générale à noter dans ce contexte, ce serait celle d'un effacement de la dimension du regard concentré (regarder quelque chose dans une relation à deux pôles : regardeur-regardé) au profit d'une perception d'ambiance ou d'environnement qui enveloppe le visiteur lui-même dans l'ensemble du dispositif perceptif ou perceptible. »⁵⁸ Le numérique participe d'ailleurs largement à cette enveloppement dans l'art contemporain, par les grandes possibilités qu'il offre dans le déploiement d'une installation ou d'une performance multimédia. Cependant, il ne faut pas perdre de vue le fait que si la réception de l'œuvre d'art contemporaine et celle l'œuvre plus commerciale ont pris peu à peu les mêmes caractéristiques, elles doivent pourtant ces récentes similitudes à des parcours et médiations très différentes. C'est pourquoi nous devons nous opposer à Yves Michaud, selon lequel « la popularisation du ready-made, ce que l'on pourrait appeler sa démocratisation –des ready-made pour tout le monde et partout-, sont responsables de la disparition du monde de l'art par siphonnage ou encore par vaporisation de sa substance. »⁵⁹

La popularisation du ready-made reste à démontrer. Le ready-made est probablement la première idée qui viendra à l'esprit d'un individu si on lui demande de donner un exemple

⁵⁶ MICHAUD 2003

⁵⁷ Ibid., p. 100

⁵⁸ Ibid., p. 38

⁵⁹ Ibid., p. 55

d'œuvre d'art moderne ou contemporain, mais, de même que la musique contemporaine demeure parfaitement étanche aux musiques actuelles plus populaires, il est douteux que l'art moderne ou contemporain ait jamais constitué l'idéal esthétique du consommateur moyen. Ce qui est certain en revanche, c'est que la numérisation de la musique, par l'effet de la disponibilité de la musique partout et en permanence, de l'éclectisme d'une offre gigantesque, des grandes capacités de stockage, a créé les conditions d'une écoute distraite dont l'œuvre musicale n'est plus vraiment le foyer, et a ainsi « désubstantialisé » la musique.

Il est d'ailleurs intéressant de remarquer que le caractère désormais « procédural » de l'œuvre d'art contemporaine (le sens de l'œuvre réside non dans la contemplation, mais dans les conditions qui permettent de l'appréhender en tant que telle) se retrouve au niveau de la musique (de masse). Selon A.-M. Green en effet, par les avancées techniques de la numérisation entre autres, « la musique en société devient le prétexte à des moments dans lesquels la relation entretenue avec la musique est essentiellement festive ». ⁶⁰ La musique n'est appréhendée que dans son intégration à un environnement, dont la « qualité particulière et unique » est le but recherché. Le sens de la musique apparaît dès lors dans l'événement festif qui l'entoure. ⁶¹ Cependant, contrairement à ce qu'affirme Yves Michaud, ce déplacement du sens ne correspond pas à la démocratisation d'une évolution de l'art moderne. Il provient d'un changement dans l'offre musicale et dans sa distribution. Ce changement a été opéré par des médiations techniques nouvelles et spécifiques, différentes de celles qui ont permis l'apparition du ready-made.

Mais le sens d'une innovation technique n'est-il pas aussi déterminé par leurs utilisateurs ? En quoi les nouvelles conduites d'écoute sont-elles choisies par les amateurs de musique ? Une autre manière de comprendre le sens de la numérisation de la musique peut consister à en faire non pas le pur résultat d'une évolution technique, mais une réponse particulièrement adaptée des auditeurs à un environnement changeant. Le numérique ne serait donc pas imposé aux auditeurs, mais au contraire la solution trouvée par eux pour s'adapter à un environnement fait de plus en plus de fragments et de flux en tous genres : flux d'informations coulant sans cesse sous toute forme, papier, radio, télévision, panneaux, Internet, etc., mais dont on ne capte que des fragments, ces flux n'étant d'ailleurs pas faits pour être contemplés et approfondis. Dès lors, le numérique pourrait être considéré comme une nouvelle « façon d'utiliser, de vivre le temps social grâce à la musique, dans n'importe quel espace en dehors de toute référence à l'autre » ⁶². Ainsi selon A.-M. Green, l'usage intensif du baladeur permettrait aux individus d'avoir davantage « de vie privée autonome », et de s'extraire de ces flux le plus souvent marqués par un « utilitarisme exacerbé » en recherchant ou en revendiquant « une place à l'imaginaire et à l'émotionnel. » ⁶³ Ainsi, l'écoute sur baladeur, les échanges de fichiers musicaux et les téléchargements créeraient de nouveaux flux, dont les « œuvres » en seraient comme des fragments, et qui, modelés sur notre environnement, permettraient de s'insérer en lui tout en agissant comme un antidote. Les nouveaux flux sonores rendraient à l'imaginaire ce que la quotidienneté lui retire.

⁶⁰ GREEN 2007, p. 732

⁶¹ Comme, dans l'art contemporain, le sens de l'œuvre apparaît *exclusivement* cette fois dans sa mise en scène : « le regardeur doit se rapporter au contexte pour savoir qu'il a affaire à un dispositif artistique et pas aux restes défraîchis d'un cocktail de vernissage, laissés là pour que les hommes de ménage pakistanais les mettent à la poubelle le lendemain matin. » (MICHAUD 2003, p. 36)

⁶² GREEN 2007, p. 735

⁶³ Ibid., p. 733

La réalité quotidienne moderne des pays industrialisés étant marquée par les flux, il est naturel que l'art contemporain, tâchant non de représenter le réel mais d'en donner une expérience, y trouve à la fois une technique et une application : « pour l'artiste il s'agit de capter et de couper à même le flux, de le faire changer de régime, de statut, rien de plus ». ⁶⁴ Ainsi Reynald Drouhin, avec son *Des Frags* (2000-2001), a cherché à donner une image du réseau Internet :

« on choisit sur son disque dur local une image que l'on dépose sur un serveur puis on choisit un mot quelconque. Interaction : le serveur va interroger des moteurs de recherche pour traduire ce mot en images trouvées sur Internet. Génération : le serveur reconstitue l'image d'origine en utilisant les images trouvées sur le réseau. Les mosaïques ainsi composées sont archivées sur le serveur puis progressivement effacées. Le résultat est une image constituée d'autres images, une image radicalement dépourvue d'aura, car elle n'est pas identique à elle-même, une image qui est sa propre coupure en devenant le flux d'autres images produites par une traduction langagière. » ⁶⁵

Dans cette installation interactive, il faut souligner que nous sommes très proches de la représentation. Mais quoi qu'il en soit, la technologie numérique paraît la plus à même d'opérer dans ces détournements ou fragmentations de flux, eux-mêmes la plupart du temps de nature numérique. Et encore une fois, l'art contemporain rejoint les pratiques culturelles de masse, quoique de manière plus consciente. Ces flux, nous les retrouvons en effet dans les nouvelles pratiques d'écoute. Ecouter de la musique en travaillant, dans les trajets, dans les loisirs c'est faire de la musique un flux toujours coulant autour de soi, enveloppant et débordant toutes les activités. Pour des individus mobilisant pleinement les ressources du numérique, *la musique s'interrompt par moments* plutôt qu'elle ne s'écoute à certains moments de la journée.

La conclusion de cette comparaison que nous avons menée entre l'art contemporain et les nouvelles pratiques d'écoute, c'est que l'art contemporain met consciemment en lumière les transformations qui affectent l'écoute musicale (entre autres) des productions de masse au travers du numérique. L'art contemporain, et en son sein la musique contemporaine (il est cependant difficile de préciser des genres à l'intérieur d'un art contemporain de plus en plus décloisonné), assume et met en scène, s'efforce de faire expérimenter la fragmentation de l'œuvre, le passage du sacré à la seule préoccupation du plaisir éprouvé (pensons à l'exemple de la performance des musiciens jouant et préparant une recette sur scène), le jeu de l'artifice et de la réalité, l'entrecroisement de flux de toutes sortes, etc., toutes choses qui déterminent le régime de l'écoute musicale en général sans que la musique populaire s'interroge sur ces déterminations qui l'affectent.

Mais, comme s'interrogeait A.-M. Green, sont-ce des déterminations ou au contraire des solutions inventées par les individus pour continuer à faire vivre l'imaginaire dans le quotidien ? Est-ce que les nouvelles pratiques d'écoute sont des réponses adéquates à un environnement agressif, ou bien l'extension des flux informationnels accaparants à l'écoute de la musique ?

⁶⁴ CHATONSKY 2007, p. 92

⁶⁵ CHATONSKY 2007, p. 96

Partie II : La musique comme processus d'individuation

1) la musique parmi les flux

Cette question des flux est désormais d'une grande importance. Les nouvelles pratiques de la musique révèlent en effet que gérer son écoute de la musique revient de plus en plus non pas à choisir d'écouter telle ou telle œuvre (les apprêts qui sont nécessaires pour aller à un concert classique, par exemple, constituent le contraire de ces pratiques) mais d'ouvrir ou de couper un flux. C'était bien entendu valable auparavant pour la radio, mais le numérique a franchi un nouveau pas dans cette direction en permettant de stocker dans les baladeurs non pas un CD ou une cassette, c'est-à-dire en somme encore une œuvre, mais une multitude de morceaux classés de différentes manières, et de plus en permettant de les écouter en « zappant » très facilement, ou en écoutant la musique stockée dans un défilement aléatoire, c'est-à-dire positivement sans choix.

Mais ce qui est retenu par A.-M. Green, c'est avant tout la possibilité offerte aux individus (et choisie par eux, selon elle) de s'adapter à la quotidienneté stressante et étouffante, par ces nouvelles modalités technologiques. Le baladeur numérique serait en effet un support technique parfaitement adapté à cette quotidienneté, dans la mesure où il permettrait en quelque sorte de combler tous les interstices laissés par ces flux extérieurs et perturbants, voire même de les étouffer en installant l'auditeur dans une bulle où il peut donner libre cours à son imagination, éperonnée par la musique.⁶⁶ Nous reviendrons plus tard sur le sens qu'il faut donner à une telle pratique d'écoute. Ce qu'il faut voir pour l'instant, c'est que l'intérêt du numérique ne réside pas seulement dans la capacité de stockage et la facilité de manipulation du matériau musical, mais aussi et surtout maintenant dans une possibilité de convergence des médias, en train de se faire dans les pays industrialisés.

La radio-communauté

A vrai dire, l'obsolescence des systèmes techniques est telle à l'heure actuelle, qu'il n'est pas raisonnable de parier sur le choix et l'autonomie des utilisateurs, lesquels peuvent difficilement trouver une véritable pratique autonome dans des systèmes se succédant très rapidement les uns aux autres, dans un environnement évoluant lui aussi rapidement. Quoi

⁶⁶ Une pratique d'écoute visant à fuir un environnement (en s'installant qui plus est dans une bulle individuelle) ne donnant pas, malgré tout, les apparences d'une expérience très accomplie, A.-M. Green préfère s'attarder sur l'écoute des musiciens faisant la manche dans le métro, expérience par laquelle se créerait une « véritable histoire de sensibilité (...) entre voyageurs et musiciens qui participent finalement, par cette activité dans cet espace, aux émotions humaines les plus profondes et peut-être les plus inaccessibles » (GREEN 2007, p. 737). Je ne parle de cet aspect de son article (qui n'étant pas lié à la numérisation n'intéresse pas notre problématique) que pour suggérer l'optimisme manifestement déraisonnable de l'auteur, voyant dans l'écoute autour des musiciens dans le métro « la mise en place d'une identité collective créée par le musical dans un espace urbain où elle fait défaut » (p. 738)

qu'il en soit, les enjeux économiques de la convergence étant gigantesques, les acteurs du marché innovent en ce domaine de manière à capter ce qu'ils convoitent de leur propre aveu, à savoir l'attention des auditeurs. C'est dans cette perspective que Pierre Bellanger, fondateur et actuel président de Skyrock, tente de mettre en place ce qu'il appelle la « radio-communauté » :

« La nouvelle génération s'inscrit dans le triangle radio-internet-mobile. C'est l'expérience radio communautaire. Par radio-communauté, j'entends une expérience unifiée associant la radio et son audience en une conversation électronique continue. »

Si la numérisation intervient pour redonner une autonomie à l'individu dans l'espace public (s'il faut en croire A.-M. Green), on voit par cette initiative radio-communautaire qu'elle peut viser à rendre l'individu davantage poreux aux flux qui nous traversent. Ce qui est paradoxal et significatif chez skyrock, c'est que cette radio, il suffit d'aller sur son site pour s'en rendre compte, se revendique comme une radio donnant priorité à la musique, alors qu'il paraît évident d'après ce qu'en dit son directeur qu'elle vise prioritairement à faire communiquer, la musique n'étant qu'un des pôles de cette communication continue. Pierre Bellanger poursuit en détaillant ces communications :

« On écoute Skyrock tout en discutant avec d'autres auditrices et auditeurs ; on publie un journal électronique –un skyblog ; par sa fiche rencontre, on se met en contact avec des amis potentiels, on donne son avis sur les forums, on se fait aider pour les cours, on se renseigne sur les problèmes de santé et on partage son expérience. On envoie un SMS à la radio pour s'exprimer et on ne cesse d'échanger des messages avec ses potes grâce à son mobile. »

La mise en place d'une telle plateforme numérique ne ressort bien entendu pas de l'initiative des individus. Il est d'autre part évident que les flux s'entrecroisant et se superposant dans cette radio-communauté (écrire un sms en suivant une conversation msn, tout en écoutant la radio par exemple) ne sont pas des moyens à disposition de l'imaginaire pour faire barrage à l'intrusion de flux instables et renouvelés, mais viennent bien plutôt *renforcer ces flux* et leur donner une nouvelle pénétration.

Jusqu'à présent nous avons vu en quoi le numérique poursuivait, en les renouvelant et les renforçant, les évolutions initiées par la technologie analogique. Avec la convergence, il s'agit cette fois de quelque chose de véritablement nouveau, comme nous l'avons indiqué au début de ce travail. Ce que Pierre Bellanger appelle la « radio-communauté » est une des principales manifestations de cette convergence numérique. Cette fois-ci, de toutes nouvelles interactions sont mises en place, dans laquelle l'écoute de la musique est intégrée, mais, de manière explicite, n'est plus qu'un des aspects d'un entrecroisement de flux. Si écouter de la musique pour elle-même reste possible, le but avoué de Skyrock est de donner à l'auditeur une expérience d'un autre type. L'auditeur de Skyrock n'a plus vocation à écouter de la musique ; il s'agit plutôt, Pierre Bellanger l'exprime en termes très clairs, de lui donner « une expérience unifiée », associant à la fois la radio et les individus (par l'intermédiaire de médiations de télécommunications) et les individus entre eux par la radio sur Internet (par les *skyblogs* notamment). Le but n'est pas de donner aux individus les possibilités d'écouter de la musique, de tenir par ailleurs un *skyblog*, d'échanger des SMS avec leurs amis ; le but est *idéalement* de faire de toutes ces activités l'objet d'une expérience unifiée, c'est-à-dire *simultanée*. Il y aurait beaucoup à dire sur ce nouveau type d'interface et notamment au point de vue de l'exploitation qui peut en être faite de par l'inscription des « profils » des utilisateurs, identifiés à travers leurs connexions et leur

discours, mais seul le devenir de la musique nous intéresse ici.⁶⁷ Mais d'abord, peut-on encore parler de musique ? Avec cette « expérience unifiée », ce n'est plus une « attention distraite » qui est requise, c'est une attention partagée. La question qui se pose est en effet de savoir ce qui est réellement « expérimenté » dans cette expérience unifiée. Est-ce l'écoute de la musique, le contact avec des amis, le butinage sur la toile ? Rien de tout cela, et tout cela à la fois. Il est difficile de dire ce que la musique devient dans ce triangle radio-Internet-mobile. Il est toutefois possible de dire ce qu'elle n'est pas. Elle n'est pas un refuge de l'imaginaire dans un quotidien gouverné par l'utile, puisqu'elle est très fréquemment coupée de messages publicitaires. Elle n'est pas écoutée. Elle n'est pas un vecteur de singularité pour les individus, et d'autant moins que d'après Pierre Bellanger lui-même, il faut trouver dans la diversité de la population à laquelle la radio prétend s'adresser l'origine, non de la variété des musiques diffusées, mais de *l'hybridation* des styles de musique proposés, le R'n B en étant l'exemple canonique. C'est-à-dire que sont privilégiées (et on pourrait presque dire suscitées) non les musiques les plus diverses mais les musiques les plus susceptibles de plaire à tous, c'est-à-dire intégrant en un même morceau des styles différents. Dans ces conditions, l'écoute de la musique favorise non une singularisation, mais une synchronisation de l'écoute, une identification la plus large possible chez l'individu. Nous y reviendrons.

Si donc la gestion des flux ne relève pas d'une stratégie individuelle mais est plutôt dominée par celle des groupes médiatiques (hypothèse que rend probable l'importance des enjeux en termes de marché), l'exemple de la plateforme Skyrock, rendue possible par la convergence numérique, montre que la musique tendrait à devenir un flux parmi d'autres (relationnels, informationnel, etc.), rythmant l'ensemble et proposant une identification la plus large possible.

L'étude de Combes et Granjon fait état de la montée en puissance des « webradios », permettant l'élaboration de « *playlists* ». Mais l'avenir appartient manifestement à des sites réunissant et suscitant davantage d'interactions, et se situant au point de croisement des télécommunications, d'Internet et de la radio. A titre indicatif, il y avait le 10 juillet 2008 plus de 17 millions de *skyblogs* en activité (17 327 666 exactement) et plus de 7 millions de profils (7 693 131 exactement). Ces chiffres sont considérables⁶⁸, et d'autant plus qu'il ne s'agit pas là de consultations ou de visites (comme on peut le supposer avec des sites de *streaming* comme Deezer) mais d'une véritable pratique, le blog ou le profil étant créé pour engager des échanges réguliers sinon continus. Or, cette pratique donne une forme très particulière au rapport à la musique. Tout en notant que « les singularités culturelles individuelles sont aujourd'hui beaucoup plus poreuses à la pluralité des influences socialisatrices et médiatiques »⁶⁹, Combes et Granjon ne voient pas autre chose dans la démarche des utilisateurs que des *mobilisations* de service-ressources, ceux-ci étant d'autant plus affinés et précis que les amateurs se rapprochent du type expert, « experts et profanes [trouvant]

⁶⁷ Cette convergence prend en effet tout son sens dans la mise en place de ce que l'on appelle le « Web 2.0 », c'est-à-dire le web organisé *industriellement* autour de logiciels de nouvelle génération (après hardwares, softwares, netwares) nommés « *datawares* » qui permettent à la fois la diffusion d'une offre et le *feedback* d'un service, c'est-à-dire son suivi à travers les comportements des utilisateurs inscrits dans les *cloudcomputing* (centre de données du web). *Skyblog* est un *dataware*. (voir l'intervention de Christian Fauré, dans un séminaire d'ars industrialis au théâtre de la Colline le 17 mai 2008, consacré au « numérique dans l'économie et dans la cognition de l'attention ». Lien web : <http://www.christian-faure.net/2008/05/18/reunion-ars-industrialis-du-17-mai-2008/>)

⁶⁸ Il faut ajouter que Skyrock est présent sous cette forme dans 14 pays à l'heure actuelle –mais la pénétration de ces nouveaux marchés est récente.

⁶⁹ COMBES ET GRANJON 2007, p. 302

donc la plupart du temps des médias correspondant à leurs *besoins d'informations* quels que soient le degré de spécialisation *recherché*. »⁷⁰

Or, la structure élaborée par le *Network* de Skyrock, à la différence d'un service-ressource classique, place le rapport entre l'auditeur et la musique dans une toute autre perspective. La musique y est présente sous toutes sortes de formes :

1) La *radio* diffuse la musique sous forme de flux, mais aussi de jeu (blind tests, etc.) renvoyant au téléphone mobile et au site Internet.

2) La rubrique « mon morceau préféré » dans le *Skyblog*

3) la page d'accueil des « *blogs music* » présente 10 encadrés, dont deux (les plus petits) se rapportent aux blogs des auditeurs, le reste (c'est-à-dire plus de 80% de la surface de la page d'accueil) étant composé des éléments suivants :

- Un encadré « Rap R'n'B » présentant les blogs des quatre stars R'n'B les plus en vogue.

- Un encadré « Majors » réservé aux vedettes des plus grosses industries culturelles

- Un encadré « Non-signés », réservé aux initiatives des auditeurs de Skyrock

- Un encadré « indépendants », provenant des labels indépendants

- Un encadré « blogs de fans », en réalité blogs de promotion d'artistes commercialisés

- Un encadré « les plus écoutés », blogs consacrés à la promotion d'artistes commercialisés

- Un encadré « clips », réservés aux clips musicaux d'artistes commercialisés

4) *Skyrock mobile* propose des « sonneries polyphoniques » à télécharger, divisés en deux catégories : « les sonneries les plus écoutées », « les nouvelles sonneries ». De nombreux interfaces Internet/mobile sont proposés, permettant notamment de relayer « les news, les photos, les concerts de Skyrock sur ton mobile » ou de télécharger les singles diffusés à la radio.

Cette plateforme paraît au premier abord se rattacher à ce que Combes et Granjon appellent un « service-ressource » d'amateur profane : elle ne propose pas, à proprement parler, de forum de discussion autour de la musique, les blogs-musique étant réservés pour la plupart d'entre eux à la promotion des artistes les plus commercialisés et gérés par les industries culturelles. De plus, la différenciation des musiques, des artistes, des morceaux, des sons, des sonneries à télécharger se fait presque exclusivement sous la forme « les plus écoutés » / « les nouveautés »⁷¹ ; la recherche de l'amateur ne peut donc s'effectuer que selon ces deux modalités (elle peut aussi se faire en fonction du genre musical, mais à l'intérieur du genre on retrouvera constamment cette même différenciation).

Mais en réalité, la qualification de « service-ressource » n'est pas adéquate pour parler de ce type de plateforme. Il suffit de quelques minutes de navigation sur les différents services proposés par Skyrock, ou de se reporter à l'énumération que nous en avons faite, pour se rendre compte que la musique, constamment présente sous ces différentes formes, n'est pas faite pour être écoutée (même de façon ludique), mais bien plutôt pour servir

⁷⁰ Ibid., p. 306 (je souligne)

⁷¹ Cf COMBES ET GRANJON 2007, p. 312 : pour les amateurs profanes, « si le repérage et l'utilisation des services-ressources fait bien partie de leur répertoire d'usage, les sites et les services fréquentés ont un caractère moins spécialisé (...) et sont surtout destinés à suivre les dernières sorties et événements musicaux. »

de *relais* entre les services. L'offre de musique n'est pas répartie sur Internet, le mobile et la radio de manière indépendante. Elle est diffusée à la radio en stimulant l'utilisation du mobile (par les jeux, les interactions avec les auditeurs, etc.), elle est présente sur Internet en appelant les navigateurs à écouter la radio et à télécharger de la musique sur leur mobile, elle est présente sur les mobiles en renvoyant au site Internet et à la radio (« saisis ton numéro de téléphone et tu recevras gratuitement un lien vers le site mobile de la radio »⁷²). La musique sur ces trois médias ne doit pas se comprendre comme un point d'aboutissement (qu'on ne trouve nulle part), mais comme un élément liant entre eux ces trois médias, ainsi que l'exprime Pierre Bellanger, « dans une conversation électronique continue ».

La nature de cette plateforme, et le succès qu'elle rencontre, nous invitent donc à aller plus loin que les analyses menées par les différents auteurs évoqués dans la première partie. En effet, le « service-ressource » a pour fondement, quel qu'en soit le degré de spécialisation, l'écoute de la musique. Il s'agit d'un site dont la fonction est de mettre de la musique à disposition des utilisateurs, en leur donnant éventuellement la possibilité de se contacter, de discuter, de créer des groupes. Or, même si Skyrock prétend être un tel « service-ressource »⁷³ et afficher la diffusion de la musique comme sa priorité, les propos de Pierre Bellanger et l'organisation de la plateforme multimédia nous apprennent qu'il n'en est rien : la vocation de la musique est ici de *faire communiquer* et non pas d'être écoutée. La communication n'est plus au service de la musique, c'est la musique qui est au service de la communication.⁷⁴

Si l'on accorde à ce type de plateforme l'importance que lui créditent le nombre de blogs et de profils, on ne peut que se déclarer insatisfait des conclusions de Combes et Granjon, voyant dans la numérimorphose une « complexification des formes concrètes d'amateurisme », dans le « prolongement » de la discomorphose. Les auteurs voient dans Internet des ressources au service des amateurs, ressources que ces derniers choisissent et mobilisent en fonction de leur degré de spécialisation, en se distinguant par là même les uns des autres.

Mais l'exemple de la structure médiatique *Skyrock*, produite à partir du web 2.0, nous invite à penser différemment qu'en termes de spécialisation. Combes et Granjon distinguaient les amateurs profanes (peu spécialisés) des amateurs experts (plus spécialisés). Mais la notion d'amateur a-t-elle encore une valeur descriptive dans la « radio-communauté » ? Un acteur de cet ensemble n'a-t-il pas une toute autre démarche que celle d'un amateur en quête de musique, plus ou moins spécialisé ? La musique devient pour lui ce qu'elle a vocation à devenir pour lui selon la finalité du fonctionnement de la plateforme, à savoir un relais de la communication entre les différents médias (radio, Internet, mobile). Qu'y a-t-il de si nouveau par rapport à l'analogique ? La radio, séparée des autres médias, ne peut pas proposer beaucoup d'autres services que mettre de la musique à disposition des auditeurs –lorsqu'elle propose de la musique. L'interaction avec les auditeurs ne s'est développée qu'avec le téléphone mobile –celui-ci, sans Internet, ne pouvant donner que de faibles points de contacts avec la radio (essentiellement des « blind tests » dans les années 90). Il en va de même des autres supports analogiques : les cassettes, les CD ne

⁷² voir <http://www.skyrock.fm/mobile/>

⁷³ Les slogans de Skyrock : « plus de tubes, moins de pub », « premier sur le rap »

⁷⁴ Malheureusement, les échanges entre auditeurs et entre radio et auditeurs ne peuvent être si nombreux qu'en étant peu développés (le but étant qu'ils soient nombreux et non développés). Et la profusion des échanges qu'on peut observer ne peut se comparer qu'à leur effrayante pauvreté.

peuvent donner que ce qu'ils contiennent. Mais la plateforme multimédia (rendue possible par le numérique) fait de la musique un moyen de communiquer.

La musique, en tant que médiation culturelle commune à un groupe de personnes, a certes toujours servi à faire communiquer. C'est même en quoi elle a un sens politique. Elle est une médiation permettant de créer une identité : « reconnaître les formes de la culture (...), c'est renouveler symboliquement le pacte qui m'unit à la société constitutive de mon appartenance. »⁷⁵ Et c'est aussi pourquoi Pierre Bellanger, bien que dans un sens plus restreint, peut légitimement parler de « radio-communauté ». Mais la configuration médiatique bien particulière à laquelle nous avons affaire, faisant de la communication *le sens* de la musique, vide de sa substance un contenu susceptible originellement de solliciter l'imagination de l'auditeur, comme l'art contemporain, de manière beaucoup plus voulue, en renonçant à représenter et à signifier, peu à peu se réduit à la communication entre spectateurs ou auditeurs :

Les objets, pour ne même pas parler d'œuvres d'art, n'existent plus, ou alors ils ne sont là que pour générer une expérience qui, par elle-même, dans son indéfinition, son indétermination et son accessibilité, est fondamentalement esthétique : on ressent et on communique. Quoi ? C'est une autre affaire, et peut-être même pas du tout la question quand le verbe « communiquer » n'est plus transitif. »⁷⁶

Encore une fois, par des médiations très différentes, l'évolution de l'écoute de la musique populaire semble curieusement rejoindre l'art contemporain. Les deux expériences se retrouvent dans une même dissolution de l'objet, transformant l'art en l'occasion d'une communication détendue et sans objet : « dans l'expérience de l'art contemporain », dit Yves Michaud, « nous ne sommes plus face à des œuvres mais installés dans la distraction, plongés dans la relation. »⁷⁷ C'est exactement ce qui se passe avec la nouvelle médiatisation de la musique mise en place par Skyrock (et reprise par *Fun radio* notamment, quoique de manière moins aboutie).

On peut donc conclure sur deux points. Les plateformes des radio-communautés constituent bien une rupture et non un prolongement par rapport aux transformations liées au modèle analogique : à la différence des « service-ressource », la musique n'est plus ici ni une ressource ni un objet de recherche.

D'autre part, loin de l'extraire des flux de la vie quotidienne pour lui construire une bulle protectrice, la musique sous cette forme vise au contraire à l'installer au cœur de nouveaux flux –non musicaux. La technologie numérique semble donc avoir un effet plus ambivalent que ne le pense A.-M. Green : si d'un côté, dans le prolongement du baladeur analogique les évolutions techniques du baladeur numérique fournissent les moyens nécessaires pour s'adapter aux flux envahissants et répétitifs de la vie quotidienne, la plateforme numérique de la radio-communauté fait de la musique le moyen d'insérer l'auditeur dans d'autres flux encore.

⁷⁵ LAMIZET 2000, p. 44. Voir aussi p. 45 : « c'est par la médiation des formes de la culture que le sujet peut effectivement se constituer comme tel et acquérir la dimension sociale fondatrice de ce que l'on peut appeler la part institutionnelle de son identité. »

⁷⁶ MICHAUD 2003, p. 63

⁷⁷ Ibid., p. 118

2) la musique numérisée dans l'économie psychique du sujet

Mais il ne faut pas oublier qu'il s'agit là, même si c'est pour le moment celle qui a apparemment le plus d'avenir, d'une tendance du développement du numérique. Si nous reprenons les éléments rassemblés en première partie, nous devons constater que le numérique a d'abord accentué une déritualisation de l'écoute, initiée par la discomorphose. L'écoute de la musique, à mesure qu'elle prend davantage les formes d'une consommation, devient de plus en plus libre et moins contrainte par des règles d'usage sociales. Contre Combes et Granjon, rappelons que nous avons conclu que la numérisation de la musique ne déplaçait pas les signes distinctifs des goûts vers les pratiques, mais que les pratiques d'écoute restant ce qu'elles ont toujours été, c'est-à-dire fortement distinguées, l'effacement des signes distinctifs de goût constituent une « perte sèche » en quelque sorte, qui fait de l'écoute de la musique une écoute plus éclectique et donc plus libre, plus détachée des règles et initiations sociales.

D'autre part, quelles que soient les formes et les tendances, la numérisation de la musique oriente l'attention de l'auditeur davantage sur le son que sur l'œuvre, en ce sens que l'écoute, et cela va dans le sens de la déritualisation, se fait plus ludique, « hédoniste » comme disent souvent les auteurs, attentive au plaisir, à la détente, à l'agréable. Nous avons vu également que l'art contemporain, en particulier musical, a abouti au même résultat : se débarrassant de « l'aura » de l'œuvre et d'ailleurs finalement de l'œuvre elle-même, l'art focalise l'attention de l'auditeur sur le matériau sonore.

Mais du coup, c'est l'attention elle-même qui se trouve transformée : par les capacités de stockage du baladeur numérique, les différents modes de lecture, la disponibilité de la musique à tous moments, le passage d'une écoute ritualisée à une écoute plus ludique, l'attention de l'auditeur pendant l'écoute devient de plus en plus une attention distraite. Que ce soit en art contemporain –à travers des médiations différentes ou dans les pratiques d'écoute de la musique auxquelles nous nous intéressons, « un nouveau régime de l'attention se met en place, qui privilégie le balayage rapide (le *scanning*) sur la lecture et sur le déchiffrement des significations. »⁷⁸ Ce nouveau régime de l'attention correspond-il, comme le soutient A.-M. Green, à une « conduite vraie », qui ferait apparaître la véritable nature de l'œuvre d'art ? Pour répondre à cette question, il faut naturellement supposer et pouvoir définir l'essence de l'objet d'art, en l'occurrence musical. Il n'est pas très surprenant que les attentes actuelles des auditeurs et les conduites d'écoute contemporaines correspondent justement, pour A.-M. Green, à la « véritable et authentique » nature de la musique. Comment voir la musique autrement que par ce à travers quoi elle nous apparaît ?

En réalité, après toutes les évolutions et révolutions de l'art et de ses médiations au cours du dernier siècle, il ne paraît pas raisonnable de parler de musique authentique et de musique inauthentique. Tout au plus pourrait-on distinguer le musical du non musical. Mais pour cet auteur, il est possible de parler de « conduite vraie » dans la mesure où les nouvelles conduites d'écoute intensifient « la dimension esthétique du fait musical »⁷⁹. Avoir une appréhension plus purement « esthétique » de la musique, n'est-ce pas se conformer davantage à sa nature –esthétique ?

⁷⁸ Ibid., p. 120

⁷⁹ GREEN 2007, p. 732

C'est ici que la question devient vraiment intéressante pour nous. En effet, si tous les auteurs ne se posent pas la question d'une éventuelle authenticité de l'écoute, tous en revanche reconnaissent une certaine mise en avant de la dimension esthétique de la musique par les nouvelles médiations techniques, comme nous l'avons vu dans la première partie. Bien évidemment, les auteurs en question jouent sur l'ambiguïté du mot « esthétique » qui, provenant du mot grec « aistêsis », signifie à la fois le sensible et depuis le XVIII^{ème} siècle la théorie du beau. Aujourd'hui, dans le langage courant, « esthétique » est quasiment synonyme de « beau » : dire d'un collier qu'il n'est « pas très esthétique », c'est affirmer qu'il n'est pas très joli. Encore s'agit-il du langage parlé. Le raisonnement implicite suivi par ces auteurs est donc le suivant : les nouvelles pratiques d'écoute mettent en relief la matière sonore au détriment de l'« aura » sacrée, spirituelle, de l'œuvre du passé ; les auditeurs prêtent donc attention à la musique dans ce qu'elle a de plus matériel et de *sensible*. Or, l'écoute de la musique joue à la fois sur le terrain du son et sur le terrain des signes distinctifs. Et puisque « la plupart des faits musicaux apparaît déritualisée », la relation à la musique deviendrait « purement esthétique », c'est-à-dire qu'elle consisterait en « une attirance désintéressée pour le beau sans fin spécifique »⁸⁰. Mais cette relation d'implication ne va pas de soi. En quoi une « attention distraite », dirigée sur le sensible sans attendre rien d'autre de la musique qu'un plaisir léger et diffus, serait plus à même d'en saisir les qualités esthétiques ?

Si tous les auteurs ne franchissent pas le pas, la plupart des analyses des nouvelles pratiques d'écoute tournent autour de deux constats : numérisée, la musique se déritualise davantage encore et s'écoute d'une façon plus matérielle, « plus attentive à la matière sonore ». Nous voudrions aller plus loin. La musique, en tant qu'objet culturel, est en effet un objet qu'on ne peut pas penser de la même manière que les autres. Un objet culturel constitue une médiation symbolique, esthétique, exprimant le désir du sujet. Et c'est seulement par cette médiation que la subjectivité peut parvenir à un plein épanouissement.

Les pratiques culturelles, dit B. Lamizet, « mettent en œuvre des médiations symboliques articulant une réalité sociale et une signification esthétique. »⁸¹ Dans les conditions données par la numérisation, y a-t-il encore une expression esthétique du désir du sujet ?

Remarquons d'abord qu'il faut éviter plusieurs écueils, toujours présents et problématiques dans l'étude de la musique et de son rôle. Antoine Hennion, dans *figures de l'amateur*, résume ainsi la situation : « d'un côté, les analyses esthétiques internes se sont développées et de l'autre, par opposition, les analyses sociales ont considéré les œuvres et les goûts comme socialement construits et déterminés. »⁸² Faut-il, pour comprendre le sens des pratiques d'écoute, partir de la « poésie insciente » de l'œuvre, comme dit Flaubert ? Ou bien faut-il suivre la voie de Taine et, décevant les attentes de Flaubert, employer des méthodes sociologiques qui, « non seulement incapables de prendre en compte les objets musicaux et les effets de l'écoute, s'enorgueillissent même de les annuler »⁸³ ? Nous avons vu que la numérisation de la musique a cet effet incontestable de déritualiser l'écoute, de faire tendre les amateurs vers une écoute éclectique : comme le dit Yves Michaud, l'art est maintenant « à l'état gazeux », c'est-à-dire disponible partout et non plus réservé à certains groupes sociaux, conservé à l'intérieur de certaines institutions. Les musées, les

⁸⁰ Ibid., p. 732

⁸¹ LAMIZET 2000, p. 92

⁸² HENNION 2000, p. 28

⁸³ Ibid., p. 31

salles de concert, les institutions d'art contemporain existent toujours bien entendu, mais l'art s'est émancipé de ces lieux qui lui étaient traditionnellement réservés, pour s'apparenter davantage à une consommation plus libre, quotidienne, individuelle, distraite, détendue. De sorte que, si comme Combes et Granjon l'ont montré, les pratiques d'écoute, profane ou experte, sont toujours clivantes socialement, la sociologie critique n'est pas l'approche la plus pertinente pour ce qui est vraiment en jeu dans les transformations de l'écoute de la musique. Davantage portée sur le matériau sonore que sur la « sacralité » ou l'aura d'une œuvre qui appartient maintenant plutôt au passé, l'attention de l'auditeur se veut moins dépendante d'une initiation à l'écoute, d'un « savoir écouter ». Mais cette réorientation de l'attention invite justement à se demander si la « signification esthétique » de l'œuvre n'a pas changé pour l'auditeur, et plus profondément si, avec toutes ces transformations, la musique est toujours en rapport avec le désir du sujet. La musique fait moins signe socialement ; mais ce changement n'a-t-il pas un impact sur la signification symbolique, esthétique, de la musique pour le sujet ? Selon nous, c'est en ces termes qu'il faut se poser la question.

a) la signification esthétique de la musique

On ne peut pas se contenter du constat selon lequel par la numérisation c'est le matériau sonore qui se trouve objet de l'attention de l'auditeur. La musique n'est pas un objet avec une utilité déterminée et un usage donné. La musique a un sens variable dans l'économie psychique des individus, sens qui varie selon les conduites d'écoute. En tant qu'objet culturel, c'est ce sens qu'il faut tâcher de déterminer à partir des conduites d'écoute, en dégagant leurs implications dans l'économie psychique des individus.

Pour être un objet culturel au sens plein du terme, un objet doit articuler, avons nous dit, une réalité sociale et une signification esthétique, une expression symbolique du désir. Mais le désir ne peut apparaître et surtout s'épanouir que sous certaines conditions. Une de ces principales conditions, selon Bernard Stiegler, est que l'objet de désir doive faire l'objet d'une croyance : « les objets de croyance n'existent pas, et c'est pourquoi ils ne sont pas calculables. Et bien qu'ils n'existent pas, ils sont indispensables à l'existence : ce sont les objets du désir, qui ne désire que pour autant qu'il fantasme. »⁸⁴

Pour désirer un objet, il faut donc croire en ce objet. Non pas seulement au sens où il faut, pour désirer, pouvoir envisager la réalisation de ce désir par exemple, mais aussi au sens où la rencontre de l'objet du désir, c'est-à-dire sa réalisation, ruine le désir lui-même. Cela revient à dire que pour faire vivre le désir, son objet doit être maintenu entre l'inexistence et l'existence, mais à la fois exclu de l'une et de l'autre : cette manière d'être, Bernard Stiegler l'appelle la *consistance*. Pour faire exister l'objet du désir, il faut y croire. Un objet ne peut exprimer symboliquement le désir d'un sujet que s'il consiste.

C'est exactement la raison pour laquelle Kant fait du beau l'objet d'un jugement réfléchissant, et non déterminant : ce dont il est question dans l'œuvre d'art ne peut pas faire l'objet d'un calcul, et ne peut pas être déterminé par des concepts. Cependant, si la beauté ne peut pas être démontrée, il faut *croire* en la possibilité d'un assentiment général : « [dans le jugement de goût, le sujet] se *croit* nécessairement fondé à attendre que tous éprouvent une satisfaction semblable »⁸⁵, mais il ne peut que s'y *croire* fondé, parce qu'il ne dispose

⁸⁴ MD II, p. 98 (étant donné que plusieurs de ses ouvrages ont paru la même années, pour plus de facilité dans la compréhension, nous citerons désormais les livres de Bernard Stiegler sous cette forme : MD (*Mécréance et discrédit*) I, II, ou III

⁸⁵ Analytique du beau, 6

pas des concepts subsumant le beau, et par lesquels il pourrait juger de façon déterminante. Comme dit Bernard Stiegler de façon ramassée, « l'universel fait défaut, mais il le faut »⁸⁶.

Pour être qualifiée de « belle » mais aussi plus généralement pour être objet de désir (ou autrement dit pour pouvoir exprimer symboliquement le désir du sujet), la musique doit donc être située sur un plan de consistance. Ce plan s'ouvre depuis le sensible, depuis un plan d'immanence, mais il renvoie à autre chose, en lequel il faut croire.

C'est ici que fait sens dans notre travail ce que nous avons établi dans la première partie, à savoir l'évolution convergente de l'écoute de la musique et de l'art contemporain. L'art contemporain se donne de plus en plus le réel comme objet ; c'est-à-dire qu'il ne représente plus, ou comme dit Michaud « il ne symbolise plus ». Soit, comme dit Marc Babonneau, il vise à « nous rendre la réalité dans sa dimension incontournable » -et dans ce cas « l'esthétique cède bien souvent le pas au traumatique »⁸⁷, soit, et c'est le plus fréquent pour la musique, il joue autour de la notion de réalité, de perception, dans un « jeu d'illusion, de déréalisation »⁸⁸. De leur côté, les nouvelles pratiques d'écoute de la musique, en se déritualisant, traduisent une recherche d'un simple plaisir physique : l'initiation codifiée à l'écoute fait place à une « attention distraite » (A.-M. Green) dans un « relationnel distrait » (Y. Michaud). D'une manière plus ou moins assumée, les auteurs n'interprètent ce changement que comme une diminution progressive du rôle distinctif de la musique dans le champ social. Mais à l'image de l'art contemporain qui « ne symbolise plus », la musique, « représentant » moins, peut-elle encore faire l'objet d'un désir ?

Pendant longtemps, la notion de mystère a paru être consubstantielle à l'œuvre d'art. La disparition progressive de l'aura par la reproductibilité technique de l'œuvre et par l'effet des nouvelles médiations techniques ont rendu obsolète cet attribut traditionnel de l'œuvre. Et en effet, « porter une plus grande attention à la matière sonore », n'est-ce pas disqualifier tout ce qui ne se présenterait pas immédiatement à l'auditeur ? Cette réorientation de l'attention mérite une analyse plus précise, car elle peut s'entendre en des sens différents.

Nous avons dit plus haut que les nouvelles pratiques d'écoute se caractérisent par « une plus grande attention au matériau sonore ». Parce que les goûts sont plus éclectiques, la musique partout disponible, et disponible dans sa variété, parce que l'œuvre ou l'album n'est plus l'unité minimale d'écoute, les analystes ont conclu que le plaisir physique est ce qui est d'abord recherché, que le son, non plus le savoir, est au premier plan de l'écoute.

Mais d'abord le son n'existe pas en dehors des supports par lesquels il apparaît. D'après les chiffres de Combes et Granjon, si la chaîne Hi-Fi reste le support encore le plus largement utilisé par les 12-25 ans, c'est l'ordinateur qui arrive en seconde position : 47 % des individus de cette tranche d'âge utiliseraient l'ordinateur pour lire et écouter des fichiers MP3 (devant le baladeur). C'est un chiffre considérable. Il faut rappeler, d'une part, comme nous l'avons indiqué au début de ce travail, que le son MP3 constitue plutôt une régression en terme de restitution sonore, par rapport au CD (la bande passante étant « écrasée » au niveau des aigus et surtout des graves). Il est vrai que de nouveaux formats, plus précis, s'y substituent progressivement. Mais dans ce cas précis, c'est surtout l'amplification qui fait problème : le son émis par un ordinateur, qu'il soit portable ou bien en éléments séparés, est dépourvu de tout relief, doté d'une définition très pauvre et d'une puissance très faible. De sorte qu'il n'est pas exagéré d'affirmer qu'il constitue une régression non seulement par

⁸⁶ conférence de Bernard Stiegler relative à la « mystagogie ». Voir bibliographie.

⁸⁷ BABONNEAU 2003, p. 626

⁸⁸ PASCAL 2007, p. 786

rapport à la Hi-Fi, mais encore par rapport à la platine vinyle. Cette statistique permet de ne pas se méprendre sur la nature de la nouvelle « attention à l'élément sonore ». Cette attention ne prend pas la forme d'une plus grande exigence en matière de qualité sonore. Le format de l'album, et même de l'œuvre en général, laissent place progressivement au « son », à la matière sonore ; mais cette focalisation sur le son n'implique pas une focalisation sur la qualité du son. A cet égard, il est remarquable que pour la première fois dans l'histoire des techniques de reproduction du son, l'avancée dans la manipulation du son, dans les échanges du son et dans sa reproduction qu'a permis la technologie numérique *n'a pas constitué en même temps une avancée dans la qualité de restitution du son.*⁸⁹ Quoi qu'il en soit, cette bizarre (et certainement provisoire) régression dans la qualité du son n'a pas été sanctionnée par la plupart des amateurs : la musique numérique continue de se développer, et surtout près de la moitié des amateurs de musique écoutent de la musique numérisée à partir de leur ordinateur sans installer un dispositif minimal d'amplification.

b) la musique comme expression symbolique du désir

Le plaisir ne paraît pas au premier abord exclusif du désir et l'expérience esthétique a toujours apporté « à un degré ou à un autre, du plaisir et une satisfaction sensible. »⁹⁰ Mais la recherche affichée du plaisir qui caractérise les nouvelles conduites d'écoute, en réduisant la distance qui sépare l'œuvre de l'auditeur, ne remet-elle pas en cause la musique en tant qu'expression symbolique du désir ?

Pour répondre à cette question, nous avons élaboré un questionnaire (voir les détails en annexe) permettant de mettre en relation les attentes des individus pendant l'écoute et les supports techniques utilisés. Nous n'avons pas pu mettre en place, bien entendu, de dispositif permettant de lui donner une légitimité scientifique. Mais il n'est pas pour autant dépourvu de sens. Les résultats obtenus, surtout lorsqu'ils sont pertinents par rapport à l'échantillon, nous paraissent à tout le moins indiquer des tendances. Ce questionnaire a pour but de mettre au jour les différences de conduites d'écoute entre les individus utilisant le numérique et ceux ne s'en servant pas, dans des domaines non exclus des enquêtes habituelles.

La question était pour nous de savoir, comme nous l'avons formulé plus haut, si la musique constitue encore, à travers la numérisation, une expression symbolique du désir. Nous avons choisi d'aborder cette question du désir à travers deux angles d'attaque.

Tout d'abord, le désir implique, comme nous l'avons dit plus haut, une consistance de son objet : il faut croire à cet objet pour le faire exister. Il ne se livre pas immédiatement et en entier, sans quoi la satisfaction est de l'ordre du plaisir, non du désir. Afin de mettre en évidence ce caractère, nous avons posé la question suivante :

« Avez-vous le sentiment que la musique que vous aimez a quelque chose d'inaccessible ? »

⁸⁹ Empiriquement, on ne peut que constater que le son est le domaine où les ordinateurs ont le moins évolué dans les dernières décennies. Cela peut s'expliquer par une contrainte simple : une définition du son un tant soit peu précise, sans parler de puissance, nécessite une place incompressible. Or la contrainte et la qualité principales d'un ordinateur est la faible place qu'il occupe en regard de ses capacités de mémoire. L'intégration d'un amplificateur et de haut-parleurs permettant une bonne restitution du son ne peut donc pas entrer dans le cahier des charges d'un ordinateur, surtout portable.

⁹⁰ MICHAUD 2003, p. 170

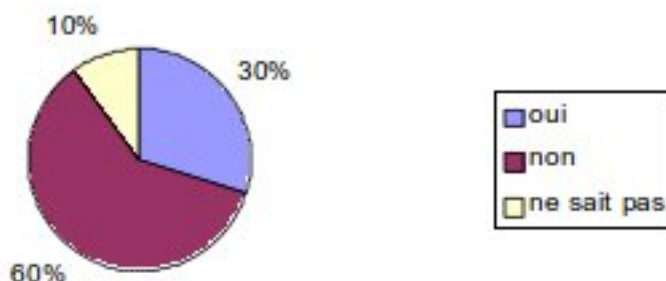
Mais le désir ne s'exprime pas que d'une manière négative. Dans le domaine culturel en particulier, il prend la forme de la sublimation, où « la transposition de la libido d'objet en libido narcissique, qui se produit ici, comporte manifestement un abandon des buts sexuels, une désexualisation »⁹¹. C'est cette désexualisation narcissique, en même temps que la consistance de l'objet, qui est exprimée habituellement par la notion d' « idéal artistique » ou esthétique –qui est simultanément un idéal du moi. La contemplation de l'œuvre est donc toujours en même temps une « élévation » de la libido : elle est sa « spiritualisation ». Si tel n'était pas le cas, la libido d'objet ne se transposerait pas en libido narcissique, et il n'y aurait pas sublimation. Selon Bernard Stiegler, la sublimation est la condition même du désir en général : sans elle, la libido, incapable de différer sa satisfaction, retombe invariablement dans la pulsion. Il est difficile, dans un questionnaire, de demander à un individu s'il éprouve une telle transposition en écoutant de la musique, sans susciter son immédiate approbation⁹². La sublimation est en effet valorisée socialement : avouer ne pas connaître ni rechercher le sentiment de sublime, par exemple, c'est paraître manquer de sensibilité. Il faut par conséquent poser la question de manière détournée. Nous avons choisi de poser la question de manière un peu extérieure, sans demander directement à l'enquêté s'il éprouve ou non tel sentiment, mais en lui demandant si telle notion lui paraît « faire sens dans un registre musical ». Pour qualifier la sublimation, nous avons choisi la notion de « noblesse », qui nous paraît à la fois signifier une élévation de la pulsion vers le désir, mais de manière suffisamment détachée du registre musical pour permettre à l'enquêté de ne pas lui attribuer automatiquement un sens musical. Le sens originellement moral du mot ne peut être transposé dans un registre musical que si l'enquêté en a lui-même fait l'expérience. Par ailleurs, sa connotation un peu rébarbative évite d'autant mieux l'expression obligatoire de certains sentiments. La seconde question visant à mettre au jour la sublimation est donc la suivante :

« Le mot noblesse vous paraît-il pouvoir faire sens dans un registre musical ? »

Les résultats obtenus sont contrastés. Lorsque nous posons la question négativement, en demandant aux individus si la musique leur paraît avoir quelque chose d'inaccessible, les résultats sont presque exactement les mêmes quel que soit le support.

Voici le résultat **concernant les personnes écoutant de la musique sur leur chaîne** :

La musique que vous aimez vous semble-t-elle avoir quelque chose d'inaccessible ?

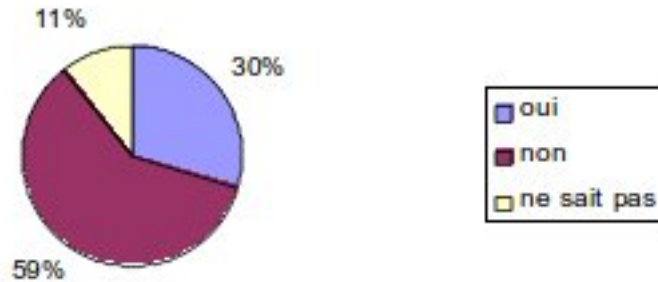


⁹¹ FREUD S. Le moi et le ça, in Essais de psychanalyse, trad. Alain bourguignon, Payot, 2001, p. 270

⁹² voir l'étude de HESMONDHALG 2007

Voici les résultats concernant les personnes écoutant de la musique depuis leur ordinateur :

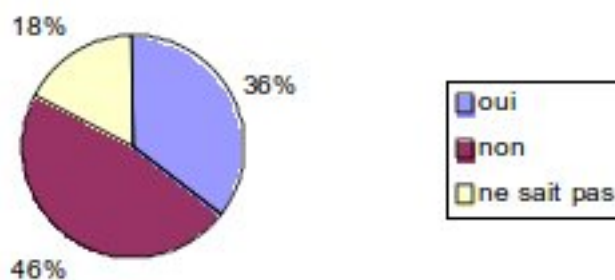
La musique que vous aimez vous semble-t-elle avoir quelque chose d'inaccessible ?



Les résultats sont presque exactement les mêmes de chaque côté. Il ne semble donc pas, à première vue, que la numérisation puisse cliver deux types d'auditeurs : ceux qui trouveraient dans la musique l'expression symbolique d'un désir, et ceux qui en feraient une consommation plus immédiate.

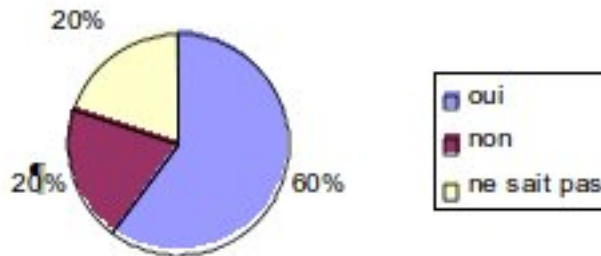
En revanche, la question mettant en question le désir d'une façon positive dessine deux profils différents selon le support utilisé. Ainsi, à la question « le mot noblesse vous paraît-il faire sens dans un registre musical ? », les individus écoutant la musique **depuis leur ordinateur** ont répondu dans les proportions suivantes :

Le mot noblesse vous paraît-il faire sens dans un registre musical ?



Les individus **écoutant de la musique depuis leur chaîne** ont répondu de la façon suivante :

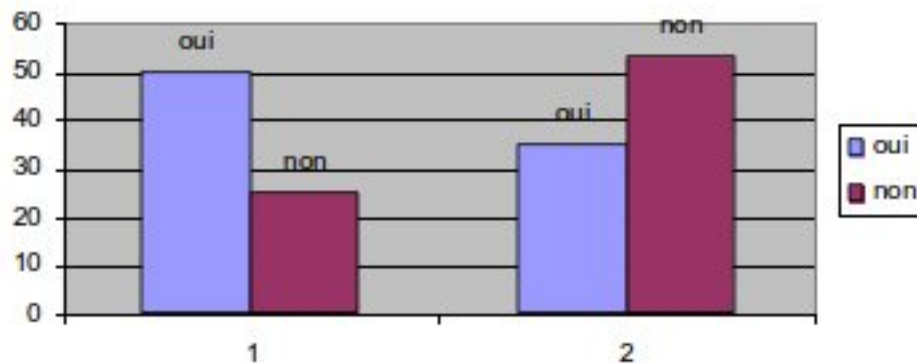
Le mot noblesse vous paraît-il faire sens dans un registre musical ?



Dans notre hypothèse, noblesse et inaccessible vont ensemble, dans la mesure où tous deux nous paraissent des critères de l'expression symbolique du désir. Comment se fait-il que la musique ne paraisse pas avoir de caractère inaccessible à ceux-même pour qui le mot noblesse fait sens dans un registre musical ? Il faut supposer que la notion d'inaccessibilité a un caractère négatif qui ne semble pas, du point de vue des enquêtés, être compatible avec la pénétration de l'émotion musicale. En revanche, on peut observer que si la notion d'inaccessibilité est reçue de la même manière des deux côtés, les individus écoutant de la musique sur un support numérique voient nettement moins que les autres un sens musical au mot noblesse.

D'autre part, la noblesse est d'autant moins reliée à la musique que les individus stockent plus de musique sur leur ordinateur :

Le mot noblesse vous paraît-il faire sens dans un registre musical ?



1 : individus disposant **entre 20 et 40 heures** de musique sur leur ordinateur

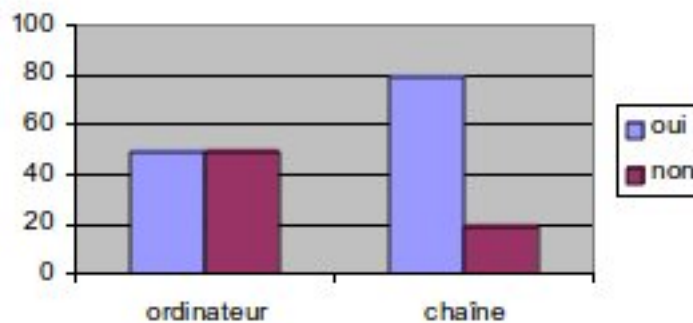
2 : individus disposant de **plus de 100 heures** de musique sur leur ordinateur

On peut conclure de ces graphiques que la noblesse fait moins sens dans un registre musical pour les individus écoutant de la musique sur un support numérique, et parmi ceux-ci elle fait d'autant moins sens que les enquêtés disposent de plus de musique stockée.

Si la notion romantique (et auratique) de la dimension inaccessible de la musique est largement dévaluée chez tous types d'auditeurs, ainsi que le faisait déjà présumer les analyses de Walter Benjamin, la notion de noblesse apparaît cependant comme un facteur clivant, non pas selon des profils d'auditeurs, mais selon le type de support que ces auditeurs mobilisent. On peut donc se demander si les affirmations de Combes et Granjon, selon lesquelles les différences des auditeurs dans leur rapport à la musique se traduisent dans leurs pratiques et non dans le type de support utilisé, sont bien exactes. Il semblerait au contraire que la musique médiatisée par le numérique induise par elle-même un rapport à la musique plus immédiat, plus axé sur le plaisir que sur le désir.

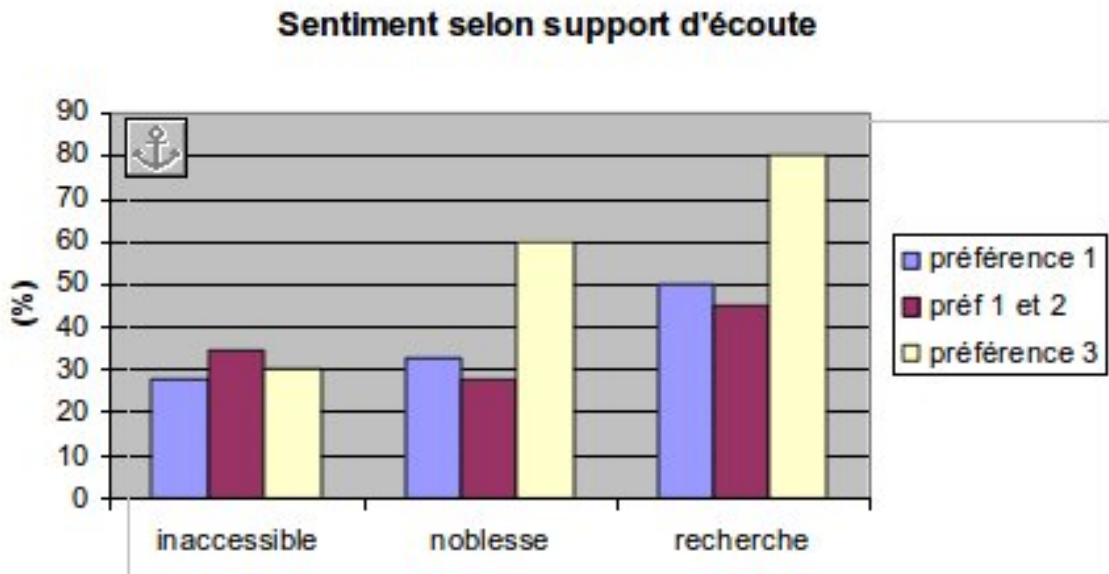
Selon l'étude de Combes et Granjon, le profil des « amateurs experts » regroupe donc des individus utilisant les mêmes supports que les autres, mais se distinguant par une utilisation différente, et dont la caractéristique principale réside dans une écoute et surtout une recherche plus active. Les amateurs profanes, au contraire, auraient un rapport à la musique beaucoup plus passif, écoutant les nouveautés et les « sons » les plus diffusés. Or, encore une fois, notre enquête semble indiquer que le type de support partage différents profils d'auditeurs :

**Avez-vous le sentiment de
rechercher quelque chose pendant
que vous écoutez de la musique ?**



On objectera peut-être que « rechercher quelque chose » peut avoir différentes significations ; mais dans tous les cas ce sentiment implique une activité du sujet dans l'écoute, nécessairement supérieure pour ceux qui reconnaissent « rechercher quelque chose » que pour ceux qui ne se reconnaissent pas dans cette recherche.

Une vue synoptique des résultats fait donc apparaître des conduites d'écoute différentes selon les supports mobilisés :



Préférence 1 : individus écoutant la musique de préférence ou exclusivement depuis leur ordinateur

Préférence 2 : individus écoutant la musique de préférence ou exclusivement depuis leur baladeur numérique

Préférence 3 : individus écoutant la musique de préférence ou exclusivement depuis une chaîne Hi-Fi

Les différents profils d'auditeurs ne se répartissent pas à l'intérieur des différents supports : on observe un écart significatif du sentiment de noblesse et de recherche entre les supports numériques d'un côté et la chaîne Hi-Fi de l'autre. D'autre part, ceux qui éprouvent le moins un sentiment de recherche sont également ceux pour qui la noblesse ne fait pas sens dans un registre musical. Dans la mesure où l'absence de recherche traduit une attention distraite, il nous semble qu'il faut interpréter à nouveaux frais cette « attention distraite » caractéristique de l'écoute sur support numérique. Elle apparaît corrélée, d'après ces résultats, à une absence de sentiment de noblesse qui, selon ce que nous avons dit plus haut, fait de l'écoute un plaisir plutôt que l'expression d'un désir. En effet, le désir dans la musique prend nécessairement une forme sublimée que traduit la notion de « noblesse ». Par ailleurs, l'absence de recherche dans l'écoute exprime par elle-même une passivité dans l'écoute, une immédiateté dans la réception peu favorable à l'apparition d'une sublimation. Tout en détachant l'écoute des rites sociaux, l'attention distraite favorise un rapport beaucoup plus immédiat au « matériau musical » compromettant le passage de la pulsion vers le désir qui, comme l'explique Bernard Stiegler, « *commence par différer la satisfaction* de la pulsion, autrement dit, par l'économiser : la libido, c'est l'énergie libidinale, et cette énergie est produite par une économie, l'économie de la différance, où la pulsion devient une énergie dont les objets d'investissement (...) sont des fantasmes, c'est-à-dire des supports de projection de ce qui n'existe pas. »⁹³ La musique est un tel support de projection ; mais si elle se réduit au sensible, au son pur, ou plus exactement si son écoute met moins en relation le plaisir physique du son⁹⁴ avec une dimension plus idéale (autrement

⁹³ MD III, p.82

⁹⁴ Le plaisir physique du son est ici considéré comme un abstrait, c'est-à-dire qu'il ne peut probablement pas exister absolument seul, indépendant de toute détermination sociale et culturelle. Cependant, nous avons récemment fait une expérience intéressante

dit si elle ne donne pas de *consistance* à la musique, au sens que nous avons défini plus haut), la musique ne peut pas devenir un objet d'investissement du désir.

Enfin, à la différence de la peinture ou de la photographie par exemple, la musique est un art structurellement temporel. Une attention flottante peut permettre au spectateur d'une œuvre picturale d'avoir une perception plus pure de ce qu'il voit : en effet, l'attention est une tension de la mémoire qui transforme les perceptions en signes ; Valéry, après Bergson, l'a particulièrement clairement remarqué dans son texte *Berthe Morisot*⁹⁵. Dans ces conditions, une certaine distraction, une certaine détente de l'attention permet aux formes et aux couleurs de rester perçues pour elles-mêmes. Mais la musique n'existe que par la mémoire. Elle est une construction sensible et temporelle ; jouant avec le temps, elle demande au contraire la participation active de la mémoire :

« Construction sensible : la construction intellectuelle, l'analyse théorique se fait sur des signes écrits ou des marques spatiales plus que sur des événements d'écoute. La construction sensible d'une totalité temporelle demande un apprentissage, un apprivoisement même. La première écoute risque toujours d'être morcelée, de ne retenir que des *Gestalten* ou des *pattern* particulièrement typés ou usuels ; tout va si vite qu'il faut bien se repérer sur les figures les plus saillantes et les plus reconnaissables. »⁹⁶

c) Synthèse

On peut justement supposer que les musiques diffusées sur les plateformes du type de Skyrock, cherchant délibérément à créer chez l'auditeur une écoute distraite, une sorte de « balayage auditif » (cf. les plusieurs niveaux de la « communication continue »), se structurent autour de ces « figures les plus saillantes et les plus reconnaissables ». C'est d'ailleurs probablement la raison pour laquelle Skyrock limite ses programmes musicaux à deux genres : le R'n'B et le rap. Plus que de cibler une population, l'objectif est de donner à l'auditeur les moyens d'assimiler facilement ce qui lui est présenté de manière à lui permettre de distribuer son attention sur d'autres pôles de communication (mobile, forum, blogs, etc.).

Par conséquent, la musique promue sur les plateformes numériques, cherchant à synchroniser l'attention d'un maximum d'auditeurs d'un côté et proposant une structure facilement repérable de l'autre, ne crée pas les conditions d'une singularité dans le rapport entre l'auditeur et la musique. Un balayage rapide ne remarque et ne retient que les figures musicales les plus habituelles, les plus élémentaires, les plus répétées. Les radio-communautés utilisent et développent ce type d'écoute rendu possible par le numérique afin de créer d'une part les conditions d'une « conversation électronique continue », et d'autre part une synchronisation maximale de l'attention et des comportements.

Mais c'est encore une fois la consistance de l'objet musical qui est fragilisée dans ce type d'écoute. En effet, la consistance « s'annonce à travers la singularité de ce qui existe ». Et comme on l'a dit plus haut, l'objet désiré doit nécessairement être un objet consistant. Autrement dit, pour Bernard Stiegler, « le passage de l'objet pulsionnel à l'objet de désir suppose une sublimation, c'est-à-dire aussi une narcissisation, mais qui n'est pas

qui remet un peu en cause cet avis très partagé en jouant des accords de guitare à un nourrisson âgé de 6 mois. Les accords majeurs provoquaient de sa part un rapprochement et une manifestation d'intérêt évidente. En revanche, les accords que nous appelons discordants (intervalles de seconde), à un niveau sonore égal, provoquaient froncements de sourcils et éloignement.

⁹⁵ Paul Valéry, "Berthe Morisot", in *pièces sur l'art*, réed. 1960

⁹⁶ SEVE 2002, p. 69-70

simplement une identification : ce serait la constitution de *l'objet d'amour* comme *objet de soins*, et en cela une singularisation plutôt qu'une identification.»⁹⁷ L'identification ne suffit pas à faire de la pulsion un désir ; une singularisation de l'objet est nécessaire et celle-ci doit être entretenue par des pratiques, des soins. Il s'agit de faire de son objet un objet singulier. Or, les nouvelles conduites d'écoute et les plateformes de type Skyrock vont exactement dans le sens inverse d'une singularisation, laquelle ne peut procéder, dans le registre musical, que par réécoutes attentives, afin de percer la surface des figures convenues. Le désir est d'emblée socialisé, mais cette socialisation ne doit pas empêcher la singularisation de l'objet, sans quoi les comportements grégaires qui en sont l'alternative affaiblissent le désir.

Il faut donc reconnaître que le rôle de la numérisation de la musique dans les nouvelles conduites d'écoute est ambivalent. Comme la plupart des innovations techniques, elle peut constituer un progrès dans l'appropriation de la musique en offrant de nouvelles possibilités techniques. Bien que la numérisation n'ait pas jusqu'à présent amélioré la qualité de définition du son, elle prolonge les innovations analogiques en rendant la réécoute plus facile et plus précise, et surtout elle permet d'écouter la musique que l'on veut où l'on veut. En multipliant les échanges de fichiers musicaux, elle a de fait contribué à diminuer les signes distinctifs associés aux genres musicaux.

D'autre part, « l'attention distraite » qu'elle a favorisée chez l'auditeur a pu être utilisée et exploitée par de nouvelles interfaces techniques (la plateforme internet/radio/mobile) pour faire de la musique un moyen de capter l'attention de l'auditeur, en détériorant de ce fait la consistance et la singularité de l'objet musical, indispensables à l'expression symbolique du désir. La focalisation de l'attention sur la matière musicale n'a donc pas véritablement (dans ces conditions d'appropriation technique) conduit, comme le pense A.-M. Green, à une « esthétisation » de la musique, mais au moins en partie, rendu plus difficile la sublimation corrélative à la dimension esthétique de la musique.

⁹⁷ MD II, p.84

Conclusion

la nouvelle composition de *l'otium* et du *negotium*

Yves Michaud considère que l'art « à l'état gazeux », en se diffusant partout par les nouvelles technologies, baigne tout notre environnement dans une atmosphère esthétique. Mais il reconnaît par ailleurs que la condition d'une telle vaporisation a été l'abolition de l'art comme représentation. Mais s'il n'y a plus rien à représenter, si l'art est devenu procédural, que reste-t-il d'esthétique dans l'art ?

Quant à nous, nous avons abordé l'esthétique comme lieu de passage du désir. Comme le reconnaît Yves Michaud, on dit plus volontiers d'une œuvre d'art contemporain qu'elle « est intéressante », plutôt qu'émouvante. Il ne s'agit plus vraiment de créer un lien d'attachement entre le spectateur et l'œuvre. Mais ce qui est admis en art contemporain est-il reconnu dans la culture de masse ? Le rapport à la culture induit par les industries culturelles a des enjeux plus larges que celui qui est induit par l'art contemporain. A travers la singularité, la consistance de l'œuvre et la persistance du désir c'est *l'individuation du sujet* qui est concernée, et non pas simplement le devenir d'une avant-garde artistique.

Bernard Stiegler introduit une distinction pertinente pour penser cette individuation. Le commerce et la plupart des activités professionnelles (mais pas toutes) des individus sont organisées à des fins de subsistance. Aujourd'hui, le capitalisme produit son développement à travers les entreprises surtout en acquérant de nouvelles parts de marché (la conquête des marchés étant devenue plus déterminante que la productivité). Le « négoce », le marché, les échanges s'efforcent donc de synchroniser les consciences pour en acquérir davantage, ce que M. Le Lay disait très clairement en expliquant qu'il vendait sur sa chaîne « du temps de cerveau disponible ».

Cette sphère, que Bernard Stiegler appelle le *negotium*, se rapporte donc à la subsistance. Mais les hommes ne font pas que subsister, ils existent, c'est-à-dire qu'ils tâchent d'exister comme des individualités et le loisir

« est ce qui, en tant qu'*otium*, cultive le désir d'individuation de celui qui le pratique, c'est-à-dire d'élévation au-dessus de lui-même (...) Cette élévation, c'est ce qui constitue la conquête de l'individuation de cet individu comme ce qui spécifie sa singularité par l'expérience qui lui est ainsi donnée de faire de la singularité de tout ce qu'il rencontre par et dans ses pratiques de *l'otium*. »⁹⁸.

Or les industries culturelles, à travers la numérisation, tendent à vider les pratiques de loisir de leur singularité. C'est pourquoi ces industries remettent en cause à la fois la notion de culture et celle de loisir. Dans la mesure où elles font tout leur possible pour empêcher que les auditeurs fassent de la singularité à partir de ce qu'ils rencontrent, l'individuation se fait plus difficilement. Cet usage de la technologie numérique tend à faire du passé vécu de chacun « le même que celui de mes voisins » ; et ainsi, nos comportements « peuvent devenir grégaires au sens propre ».⁹⁹ En introduisant dans *l'otium* les règles du *negotium*,

⁹⁸ MD I, p.156

⁹⁹ MDI, p. 151

les industries culturelles créent de la grégarité dans les comportements culturels et à ce titre produisent plutôt de l'anxiété et de l'addiction que du désir.

Les nouvelles conduites d'écoute semblent en effet, pour une part, aller dans ce sens. La focalisation nouvelle de l'auditeur sur le *son* proprement dit, son attitude hédoniste se préoccupant de moins en moins d'un « savoir écouter » pesant et daté au profit d'une attention distraite moins choisie mais plus légère, ruinent la *consistance* de la musique et ce faisant rendent impossible l'expression symbolique du désir du sujet. Yves Michaud résume ce changement dans une sorte de vaporisation de l'art, qui est justement le contraire d'une « sublimation » :

« communiquer, élever, édifier, équilibrer, faire comprendre, troubler : ces composantes classiques de l'expérience esthétique n'ont ici plus beaucoup d'importance. De manière plus floue, plus diffuse et plus indistincte, il s'agit d'un plaisir pris à une expérience qui coule et qui est fluide, (...) dont les codes sont faciles à saisir et les connivences aisément partagées. »

Mais ces « composantes classiques de l'expérience esthétique » dont parle Yves Michaud sont en réalité aussi les conditions de la sublimation : sans « élévation » en effet, pas d'identification ; sans temps de compréhension, l'expérience en est d'autant moins singularisée. Bref, la culture semble de moins en moins donner aux individus la possibilité de s'individuer. C'est pourtant son rôle, aussi bien que d'offrir la médiation par laquelle un groupe trouve son identité.

La médiation technique du numérique ne constitue pas d'une part la totalité des médiations techniques. Rien ne dit, même si elle est encore appelée à se développer, qu'elle se substituera totalement aux médiations analogiques. D'autre part, les conduites d'écoute que nous avons décrites et sur lesquelles nous avons insisté, notamment à travers les plateformes numériques, ne représentent pas l'ensemble des conduites d'écoute. Il est difficile de les chiffrer dans la mesure où aucune enquête fiable et fine n'existe à ce sujet. Il est vrai que le chiffre de 17 millions de Skyblogs donne à réfléchir. Mais quoi qu'il en soit, une innovation technique et un système technique en général ne sont en eux-même ni bons ni mauvais : ce sont les usages, c'est la façon dont l'innovation technologique s'individue dans la société, qui lui donnent un sens. Et dans le cas qui est le nôtre, rien d'autre que la puissance publique ne peut redonner à la culture ce qui est sa vocation, et qui est actuellement remis en question par les industries culturelles transformant les pratiques culturelles en comportements grégaires (c'est-à-dire faisant de *l'otium* un *negotium*). Les industries culturelles n'y ont en effet aucun intérêt. C'est la raison pour laquelle actuellement, selon Bernard Stiegler, la puissance publique doit être capable

**« de définir des motifs conférant au processus d'individuation du système technique (...) son dynamisme, qui suppose son inscription dans le processus d'individuation psychique et collective en quoi consiste une société humaine (...) et qui ne peut être mû (...) qu'à la condition de cultiver les singularités qui, seules, peuvent le constituer comme processus d'individuation psychique, et
psychiquement prometteur, c'est-à-dire désirable et désirant. »**

Le développement de la technologie numérique est un fait. S'opposer à ce développement est une attitude réactive qui ferme toute perspective d'avenir. L'enjeu consiste précisément à réussir *l'inscription* de l'individuation du système technique dans le processus d'individuation

¹⁰⁰ MDI, p. 29

psychique et collective, en prenant acte du fait que la culture est maintenant industrielle. C'est pourquoi, selon Bernard Stiegler

« la question n'est pas ou bien d'opposer l'industrie à la culture, pour maintenir cette culture et cette industrie telles que le XIX^{ème} siècle romantique puis moderne les constitua, ou bien, à l'inverse, de soumettre toute vie de l'esprit aux impératifs de l'économie et du développement technologique évalué à cette seule aune, comme le croient les idéologues néolibéraux : il s'agit, tout au contraire, d'inventer un nouvel agencement, et de constituer un nouveau modèle de développement industriel tout autant que de pratiques culturelles. »¹⁰¹

L'écoute de la musique numérique, telle qu'elle *semble* se développer actuellement (aucune étude statistique approfondie n'ayant été menée dans cette perspective), paraît manquer cette congruence souhaitable entre individuation du système technique et individuation psychique et collective. C'est la conclusion à laquelle nous avons abouti dans ce travail. Mais un tel constat ne peut prendre un sens, comme Bernard Stiegler le montre, ni dans une opposition stérile, ni dans une incurie de toutes choses : à nous d'inventer ces nouvelles pratiques culturelles et ce « nouveau modèle industriel », qui est en définitive un projet industriel d'économie de l'esprit.

¹⁰¹ MDI, p. 34 C'est à ce projet que Bernard Stiegler travaille par le biais de l'association Ars industrialis(<http://www.arsindustrialis.org>)

Bibliographie

- STIEGLER Bernard. *Mécréance et Discrédit, (1. La décadence des démocraties industrielles)* Paris : Galilée, 2004
- STIEGLER Bernard. *Mécréance et discrédit, (2. Les sociétés incontrôlables d'individus désaffectés)* Paris : Galilée, 2006
- STIEGLER Bernard. *Mécréance et discrédit, (3. L'esprit perdu du capitalisme)* Paris : Galilée, 2006

Psychanalyse

- FREUD Stefan. « Le moi et le ça », *Essais de psychanalyse*, trad. Alain bourguignon, Payot, 2001, p. 270
- SAINT GIRON Baldine. *A quoi sert la sublimation ?* Figures de la psychanalyse, 2002/2, n°7
- BERNFELD Siegfried, *Pour une théorie de la sublimation*, Recherches en psychanalyse, 2004, pp 179-188
- GAUTHIER Martin, *Accueillir et inspirer la sublimation : le rôle de l'objet*. Revue française de psychanalyse, 2005/5 vol. 69
- DECOURT Pierre, *Les voies de la sublimation sont-elles impénétrables ?* Revue française de psychanalyse, 2005/5 vol. 69
- BABONNEAU Marc, *Un avenir sans illusion ?* Revue française de psychanalyse, 2003 n°67, pp 617-626

Sociologie de la musique

- DONNAT Olivier (dir.). *Regards croisés sur les pratiques culturelles*. Paris : La documentation française, 2003
- DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des français (Enquête 1997)* Ministère de la culture et de la communication, 1998
- HENNION Antoine, MAISONNEUVE Sophie, GOMART Emilie, *Figures de l'amateur (Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui.)* Paris : La documentation française, 2000

HENNION Antoine, *La passion musicale*. Paris : Métailié, 1997

DONNAT Olivier, *Les pratiques culturelles des français (Enquête 1997)* Ministère de la culture et de la communication, 1998

COULANGEON Philippe, *Sociologie des goûts musicaux*, Revue française de sociologie, vol. 44, 2003/1, pp. 3-33

COMBES Clément et GRANJON Fabien. *La numérimorphose des pratiques de consommation musicale (Le cas des jeunes amateurs)*, Réseaux, n° 145/146, 2007/5, pp. 291-334

GIRE Fabienne, PASQUIER Dominique, GRANJON Fabien, *Culture et sociabilité. Les pratiques de loisir des français*, Réseaux, n° 145/146, 2007/5, pp. 159-215

Musicologie

L'ECUYER Sylvia, « Musiques sur Internet », in *L'unité de la Musique* (sous la direction de J-J Nattiez) Paris : Actes Sud, 2007, pp. 266-285

PASCAL Noémie, « Unité dans les musiques d'aujourd'hui », in *L'unité de la Musique* (sous la direction de J-J Nattiez) Paris : Actes Sud, 2007, pp. 772-797

GREEN Anne-Marie, « l'influence de l'espace sur la réception musicale » in *L'unité de la Musique* (sous la direction de J-J Nattiez) Paris : Actes Sud, 2007, pp. 727-741

Communication

HESMONDHALG David, « musique, émotion et individualisation », in *Réseaux* n°141, 2007, pp 203 à 230

CHATONSKY Grégory, « Esthétique du flux », in *Réseaux* n°55, (2007) pp 86 à 99

BOUTANG Yann-Moulier, « Quand le numérique s'invite dans la transmission en art » in *Multitudes*, Hors-série n°1, 2007, pp 33 à 46

HESMONDHALG David, « musique, émotion et individualisation », in *Réseaux* n°141, 2007, pp 203 à 230

LAMIZET Bernard, *La médiation culturelle*, Paris : L'Harmattan, 2000

Philosophie, esthétique

MICHAUD Yves, *l'art à l'état gazeux*, Paris : Stock, 2003

- JANKELEVITCH Vladimir, *La Musique et l'ineffable*, Paris : éd. du seuil, 1983
- KANT Immanuel, *Critique de la faculté de juger*, GF, Paris/ 1997, trad. Alain Renaut SEVE, Bernard. *L'altération musicale*, Paris : éd. du seuil, 2002
- BENJAMIN Walter, *Ecrits français*, Paris : Gallimard, collection « bibliothèque des idées », 1991
- VALERY Paul, « Berthe Morisot », *Oeuvres II*, Paris : Gallimard, « bib. de la pléiade », 1960, p. 1302

Sites web

- <http://arsindustrialis.org> (notamment les conférences en *podcasting*, accessibles à partir de <http://www.arsindustrialis.org/Members/bstiegler/podcastingbs>) Dernière consultation le 5 août 2008.
- <http://www.skyrock.com> (plateforme de pivot entre différents médias, à ne pas confondre avec <http://www.skyrock.fm>) Dernière consultation le 03 août 2008.

Annexe

Questionnaire

Le questionnaire suivant a été adressé à 45 personnes âgées de 20 à 26, étudiants ou actifs. Les données statistiques de ces 45 questionnaires ont été traitées par le logiciel de traitement épidémiologique EPI-INFO 6, dont les premières versions ont été créées par l'OMS dans les années 90. Le logiciel calcule automatiquement le Khi et indique si les résultats sont pertinents par rapport à l'échantillon. Seules les statistiques dont le Khi est valable ont été retenues.

Répondez simplement aux questions, en les lisant attentivement ! Merci de votre coopération...

1. Disposez-vous d'un baladeur MP3 et d'un stock de musique sur votre ordinateur personnel ?
2. Disposez-vous d'une chaîne Hi-Fi ?
3. Si oui, écoutez vous d'avantage de la musique sur votre ordinateur, sur votre baladeur, ou sur votre chaîne ?
4. A quel moment écoutez vous de la musique sur votre baladeur ?
5. A quel moment écoutez vous de la musique sur votre ordinateur
6. A quel moment écoutez vous de la musique sur votre chaîne ?
7. Si vous avez de la musique stockée sur votre ordinateur, pouvez vous en évaluer la quantité (moins de 20h, entre 20 et 40, entre 40 et 60, entre 60 et 100, plus de 100) ?
8. Faites vous une autre activité quand vous écoutez de la musique numérisée (baladeur et ordinateur) ?
9. Faites vous une autre activité quand vous écoutez de la musique sur votre chaîne (si vous en avez une) ?
10. Est-ce que la musique *que vous aimez* vous laisse parfois perplexe (au sens simple et immédiat du mot) ?
11. Avez vous le sentiment de rechercher quelque chose **pendant** que vous écoutez de la musique ?
12. Est-ce que, *dans votre propre rapport à la musique*, la musique que vous aimez vous paraît avoir quelque chose d'inaccessible ?
13. Est-ce que le mot « noblesse » vous paraît faire sens dans un registre musical ?

Résumé

Cette étude a pour but de comprendre quelles sont les transformations apportées par le numérique dans l'écoute de la musique, et l'effet de cette transformation sur la notion de culture. Les études actuelles sur l'impact des nouvelles technologies dans la réception de la musique font état d'une désacralisation de l'objet musical, d'une écoute plus hédoniste, éclectique, attentive au son en tant que tel, loin de la ritualisation traditionnelle de l'écoute.

A l'aide d'une enquête que nous avons créée et des concepts élaborés par Bernard Stiegler, nous avons essayé de déterminer les implications de ces changements au niveau de la sublimation du désir, et plus généralement au niveau de l'individuation psychique et collective. Notre conclusion est que les pratiques actuelles d'écoute numérisée mettent en danger, sous certaines formes, l'expression symbolique du désir des individus, c'est-à-dire la sublimation, et plus profondément la fonction de la culture au sein de nos sociétés.

Mots-clefs

numérisation, musique, sublimation, culture, désir, communication