

APPEL À COMMUNICATION

COLLOQUE JEUNES CHERCHEUR·SES

LES MUTATIONS ENGENDRÉES PAR LE
NUMÉRIQUE DANS L'INDUSTRIE MUSICALE

TOULOUSE, LES 8-9 DÉCEMBRE 2022



Propositions à envoyer à louise.barriere@univ-lorraine.fr, elena.lapina@univ-tlse3.fr
et emma.laurent@univ-montp3.fr avant le 30 juin 2022.

Colloque jeunes chercheur·ses

Les mutations engendrées par le numérique dans l'industrie musicale

(Toulouse, les 8–9 décembre 2022)

Introduction

L'arrivée des technologies numériques dans l'industrie musicale durant les vingt dernières années a considérablement fait évoluer les conditions de production de la musique. Ces mutations ont inspiré des études pluridisciplinaires – par exemple, concernant la musique enregistrée (Le Guern, 2020) ou le tournant de platformisation (Bullich, Schmitt, 2019 ; Beuscart, Couavoux, Maillard, 2019), les pratiques de publics en ligne (René, 2003 ; Heuguet, 2021), ou encore les questions de droit d'auteur sur l'Internet (Beuscart, 2004).

En tentant de placer ces changements dans une certaine historicité on peut voir que l'évolution des rapports entre musique et technique a connu plusieurs essors, dont les plus intéressants sont l'apparition des procédés de reproduction de masse dans les années 1930 (Benjamin, [1939] 2008), la fusion institutionnelle entre la culture et les médias en France dans les années 1980 (Chaumier, 2008), l'introduction de l'Internet dans les années 1990, et, finalement, le développement des plateformes numériques au début du XXI^{ème} siècle. Chacune de ces ruptures a donné lieu à des transformations dans les pratiques culturelles, mais aussi à des bouleversements paradigmatiques à l'égard des formes d'art en hybridation avec des nouvelles technologies : certaines plus optimistes (Manovich, 2001 ; Bullich, Schmitt, 2019), les autres plutôt critiques (Adorno, [1947] 2012 ; Sadin, 2018).

Ce colloque jeunes chercheur·ses se donne pour objectif de croiser les regards sur ces mutations dans un spectre le plus large possible, et sans restriction d'aire géographique : en effet, des travaux ont montré la dimension globale des changements engendrés par l'arrivée des plateformes de streaming ou des réseaux de téléphonie mobile sur les modalités d'écoute (Olivier, 2020) ou de production (Ithurbide & Rivron, 2018) de la musique. Dans une perspective critique, un intérêt sera porté aux approches s'essayant à la compréhension de ces technologies, à la manière dont elles parviennent à « capter la puissance d'agir des personnes » (Boltanski, Esquerre, 2014) ou qui restituent des « ensembles d'articulations » installés autour de l'objet musical à travers des dispositifs numériques variés (Hennion, 2007).

Nous invitons les participant·es à prêter attention autant à des terrains déjà abordés par des chercheur·ses qu'à des processus peu ou modérément investigués. Pour cela, nous proposons quatre axes de réflexion :

1. Communication et communautés en ligne

Au début des années 2000, le développement du web 2.0 ouvre de nouvelles possibilités d'interactions, de collaborations et de sociabilités en ligne, qui s'appuient particulièrement sur l'avènement des blogs et des réseaux socio-numériques (boyd & Ellison, 2007). Ces innovations entraînent également des transformations dans les pratiques musicales. Suggérant de s'écarter d'une analyse textuelle des échanges ayant cours sur le web, René T. A. Lysloff pose que ces expériences médiatisées de

la pratique et de l'écoute musicale appellent à se pencher plus avant sur ce « nouvel ensemble de pratiques matérielles [qui] a en fait constitué une communauté composée de relations qui sont socialement significatives pour ses membres » (2003). L'année suivante, Andy Bennett et Richard Peterson théorisent l'existence de scènes musicales virtuelles, définies comme des « fan clubs dédiés à des artistes, des groupes et des sous-genres spécifiques » (2004 : 10) qui ont proliféré avec l'Internet de sorte à permettre aux participant·es de communiquer entre eux malgré la distance géographique les séparant. En parallèle, l'Internet permet également la diffusion et la propagation de labels ou d'artistes émergent·es qui y développent et entretiennent des liens avec leurs communautés de fans. Ainsi, qu'ils réunissent des fans ou des musicien·nes, ou les deux, les réseaux socio-numériques ont permis l'expansion des pratiques amateurs en ligne, y compris celles de communautés diasporiques (Campos, 2019) ou de groupes minoritaires – femmes, personnes LGBTQ+, etc. – au sein d'une culture musicale spécifique (Barrière, 2022).

D'un point de vue professionnel, les dispositifs numériques permettent également de développer et renforcer les liens entre institutions, artistes et publics. La communication en ligne et le « bouche à oreille électronique » (Saragih, 2021) constituent ainsi des espaces importants où développer son image comme institution (festival, SMAC, etc.) ou musicien·ne. Harriman S. Saragih (2021) souligne par exemple que l'interaction sur les réseaux socio-numériques accroît les possibilités de conversations entre participant·es, ainsi que leur engagement vis-à-vis d'un événement.

Toutefois, il importe néanmoins de conserver un regard critique sur les espaces dans lesquels ces communautés prennent forme. Comme le font remarquer Philippe Bouquillion et Jacob T. Matthews, le « web collaboratif » et les mutations qu'il entraîne dans le champ de la culture et de la communication n'en restent pas moins liés à des industries capitalistes (2010). Les plateformes qui hébergent ces communautés musicales n'en demeurent pas moins des entreprises à la recherche de profit, captant et revendant pour ce faire les données de leurs utilisateur·ices.

Avec cet axe de travail, nous invitons les contributeur·trices à développer des propositions critiques pouvant par exemple porter sur le rôle des communautés en ligne dans la formation de nouvelles sociabilités musicales, sur les transformations numériques de la communication organisationnelle des industries musicales, ou encore sur les expériences médiatisées de l'écoute et des pratiques musicales.

2. Numérisation de la médiation musicale : enjeux, acteurs et dispositifs

Le concept de médiation a engendré différentes transformations paradigmatiques en sociologie de l'art (Hennion & Grenier, 2000). Pour Antoine Hennion, la médiation musicale, effectuée par plusieurs types d'agents, humains comme non humains, tend à effacer les rapports binaires spectateur-œuvre. L'expression « médiation culturelle de la musique », quant à elle, « situe la musique non pas tant comme la finalité de la médiation que comme le moyen d'une rencontre pour faire culture ensemble » (Pébrier, 2020). Or, médier la musique, en particulier dite « classique » ou « savante », n'est aujourd'hui pas aisé pour les institutions et organisations musicales : au Québec, Michel Duchesneau et Irina Kirchberg (2020) soulignent que « les activités de médiation de la musique font face au défi d'être réalisées selon une temporalité qui les coupe, aux yeux des observateurs, du prestige associé à l'actualisation des œuvres lors des concerts et semble les empêcher d'exister par elles-mêmes ». Il

est donc nécessaire de proposer des formats en périphérie des concerts pour retenir l'attention des publics.

Ainsi, la professionnalisation des pratiques numériques permet aux maisons d'opéra d'instaurer de nouvelles formes de relations avec des établissements d'enseignement. Plusieurs villes françaises voient fleurir, par exemple, des initiatives comme le jeu « mémoires oubliées » produit en 2021 par les étudiant-es d'ArtFX à Montpellier autour du *Cendrillon* de Gioachino Rossini, ou un conte multi-sensoriel en réalité augmentée réalisé par les étudiants du CNAM PACA pour l'Opéra de Toulon. Ces collaborations permettent aux institutions de maintenir un lien avec leurs publics, in situ et en ligne, d'atteindre une audience différente et d'asseoir leur visibilité et leur présence sur le territoire.

D'un point de vue critique, en pointant la sur-représentation du masculin dans les dispositifs numériques de médiation, Irina Kirchberg (à paraître) développe des recherches sur les inégalités de représentations genrées. Dominique Pagès (2014) porte également un regard critique sur les dispositifs de médiation proposés par les GAFAM, et invite à regarder de plus près les initiatives des start-ups indépendantes ou de nouveaux tiers-lieux de culture numérique. Il importe alors de questionner les liens reliant ces institutions, leurs publics et les GAFAM, comme, par exemple, dans le cas de l'Opéra Orchestre National de Montpellier qui dispose de sa propre page dans le *Google Art Project*¹.

Nous invitons ainsi des propositions de communication portant sur les tentatives de numérisation de la médiation musicale, en prenant en compte les différentes facettes du projet institutionnel, de l'initiative individuelle, et du pouvoir ou de la valeur accordés à un objet culturel.

3. Numérique et création musicale

Si, dès les années 2000, la mise en œuvre de technologies numériques dans l'industrie musicale a bouleversé l'équilibre des rapports entre musiques *live* et musiques enregistrées (Guibert, 2020), elle a surtout été cruciale dans l'évolution des pratiques de composition et de production des artistes et dans leurs rapports aux publics. Philippe Le Guern étudie ainsi les changements introduits par l'usage des technologies numériques dans l'enregistrement et la composition musicale par rapport à l'époque analogique. Pour lui, le numérique « s'incarne dans des artefacts (samplers, ordinateurs, logiciels, etc.) utilisés dans certaines situations sociales par des acteurs » (Le Guern, 2018). Ainsi, le basculement du studio professionnel vers le *home-studio* numérique permet d'augmenter le nombre d'essais dans le mixage sans réduction de qualité du résultat final. On note également que l'accessibilité du home-studio rend la pratique de la production musicale accessible à des populations précédemment marginalisées, comme les femmes (Madden, 2012). Les logiques de *sampling* et de mixage, apparues avant l'avènement des technologies numériques, sont renforcées et facilitées par les nouveaux dispositifs numériques. Ainsi naissent des initiatives qui hybrident les genres, les instruments, les styles de jeu : par exemple, *Lost in Space*, un projet mis en œuvre par Jeff Mills, star de la techno, en collaboration avec l'Orchestre National du Capitole de Toulouse, ou encore *Variations*, réunissant le producteur de musique électronique Molécule et la pianiste Vanessa Wagner autour des œuvres de Claude Debussy.

¹ Voir : <https://artsandculture.google.com/partner/opera-orchestre-montpellier?hl=FR>

L'un des enjeux des dispositifs numériques est aussi de positionner les spectateur-trices au cœur de la performance musicale. Dans une contribution autour d'une recherche portée par l'équipe d'études de son EDESAC, Vincent Tiffon (2012) décrit l'installation immersive *XY* où les spectateur-trices sont invité-es à interagir avec les espaces et les instruments de musique électronique afin de créer des pistes sonores uniques. L'auteur-artiste porte un regard critique sur l'écoute de musique enregistrée en la nommant « non participative » et veut alors « doter la musique électronique de caractéristiques qui rendent l'auditeur actif » (Ibid.). Cette description fait apparaître l'une des tensions caractéristiques de ce genre d'initiatives : le spectateur y est en même temps inscrit dans une activité encadrée, presque pédagogique puisque le visiteur entre « dans la dimension technique de la pratique instrumentale, au même titre qu'un pianiste débutant fait des gammes » (Ibid.). Ce même encadrement devient une occasion pour lui de pouvoir s'actualiser en mobilisant son corps dans une activité créative et de « faire surgir l'œuvre » en soi (Hennion, 2015). En fonction des usages, des appropriations ou des détournements de ces dispositifs, s'instaure une gradation de l'émancipation des spectateur-trices (Rancière, 2008) impliqués dans ces initiatives.

Nous invitons les propositions de communication à analyser les différentes manières dont le numérique peut être exploité dans la composition et dans la production musicale, tant par les artistes que par les spectateur-ices impliqués dans un acte créatif.

4. Plateformes, streaming musical et algorithmes de recommandation

Les nouvelles technologies, à l'instar des applications de *peer-to-peer* permettant l'échange et le téléchargement illégal de fichiers audio ou encore des plateformes de streaming, ont transformé l'accès individualisé aux contenus musicaux comme nos expériences d'écoute (Nowak, 2015). Ces nouvelles technologies de diffusion musicale tranchent ainsi avec le format album et sa linéarité, que privilégiaient jusqu'ici le vinyle, la cassette audio et le CD, faisant ainsi écho au concept de « numérimorphose » (Granjon & Combes, 2007). En effet, s'accompagnant d'un « dépassement des classifications de genre » (Gaulier, Smizdt & Francfort, 2017), ces nouveaux supports d'écoute transforment en profondeur l'ancien système de légitimité culturelle (Glevarec, 2019).

Le *streaming* musical s'impose quant à lui sur le marché avec le développement des réseaux 4G. Si l'amplitude de l'offre des plateformes de *streaming* impressionne, l'accès aux titres qu'elles renferment n'en dépend pas moins de l'industrie des majors (Joux, 2020), nuancé par la même occasion les lectures optimistes de la diversité culturelle et musicale proposée par ces services. De surcroît, dans les pays du Sud, ces plateformes de streaming coexistent encore largement avec des supports analogiques (Olivier, 2014). Les dynamiques commerciales à l'œuvre autour de ces supports de consommation nécessitent ainsi des analyses critiques, de même que leurs systèmes de recommandations (Eriksson, Fleischer, Johansson, Snickars & Vonderau, 2019). Car si ces derniers encadrent nos pratiques d'écoute ou travaillent nos émotions, ils s'imprègnent et reproduisent également des rapports sociaux de pouvoir – à l'instar du genre, de la nationalité ou du racisme (Werner, 2020). L'extension de telles approches dans une perspective intersectionnelle demeure alors nécessaire si nous voulons comprendre la manière dont la consommation de la musique y est organisée.

Enfin, l'avènement des algorithmes de recommandation participe également à la transformation du secteur de la musique *live*. Comme le souligne Gérôme Guibert (2021), le numérique transforme l'économie du *live* : la vente de billets sur l'Internet permet aux entreprises de billetterie de collecter un certain nombre d'informations sur leurs acheteurs, générant recommandations et publicités personnalisées.

Les propositions de communication pourront ainsi développer des analyses critiques des transformations induites par les plateformes de *streaming* et les algorithmes de recommandation dans la création, la production ou l'écoute de la musique, que celle-ci soit enregistrée ou *live*.

Références

ADORNO Theodor [1947] (2019), *Kulturindustrie*, Paris : Allia, 110 p.

BARRIÈRE Louise (2022), « Musiquer en ligne ? Une analyse de la formation de communautés queer et féministes autour des musiques metal », *MusiCultures*, Vol. 48, pp. 84-111.

BENJAMIN Walter [1939] (2008), *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris : Folio, 176 p.

BENNETT Andy et PETERSON Richard A. (2004), *Music Scenes : Local, Translocal, Virtual*, Abingdon et New York : Routledge, 272 p.

BEUSCART Jean-Samuel (2004), « Faire payer des droits sur la musique en ligne ? La difficile construction d'un dispositif de perception (entretien) », *Terrains & travaux*, Vol. 6, n°1, pp. 81-100.

BEUSCART Jean-Samuel, COAVOUX Samuel et MAILLARD Sisley (2019). « Les algorithmes de recommandation musicale et l'autonomie de l'auditeur : Analyse des écoutes d'un panel d'utilisateurs de streaming », *Réseaux*, n° 213, pp. 17-47.

BOLTANSKI Luc et ESQUERRE Arnaud (2014), « La "collection", une forme neuve du capitalisme, la mise en valeur économique du passé et ses effets », *Les Temps Modernes*, Vol. 679, n°3, pp. 5-72.

BOUQUILLION Philippe et MATTHEWS Jacob T. (2010), *Le Web collaboratif. Mutations des industries de la culture et de la communication*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble, 147 p.

boyd dannah m. et ELLISON Nicole B. (2007), « Social network sites: Definition, history, and scholarship », *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, n°1, pp. 210-230.

BULLICH Vincent et SCHMITT Laurie (2019), « Les industries culturelles à la conquête des plateformes ? Introduction », *TIC et Société*, Vol. 13, n°1-2, pp. 1-12.

CAMPOS Raquel (2019), *Understanding Musicking on Social Media: Music Sharing, Sociality and Citizenship*, Thèse de doctorat (London Southbank University). <https://core.ac.uk/download/pdf/286240216.pdf>

CARDON Dominique (2019), *Culture numérique*, Paris : Presses de Sciences Po, 432 p.

DUCHESNEAU Michel et KIRCHBERG Irina (2020), « Le parti pris disciplinaire de la médiation de la musique. Orientations politiques, pratique, recherche et enseignement au Québec », *Revue musicale OICRM*, Vol. 7, n°2, pp. 53-77.

ERIKSSON Maria, FLEISCHER Rasmus, JOHANSSON Anna, SNICKARS Pelle et VONDERAU Patrick (2019), *Spotify Teardown: Inside the black box of streaming music*, Cambridge : MIT Press, 276 p.

GAULIER Armelle, SZMIDT Agnieszka et FRANCFORT Didier (2015). « Approche interdisciplinaire des pratiques numériques d'appropriation musicale », *Interfaces numériques*, Vol. 4, n° 3, pp. 421-436.

- GLEVAREC Hervé (2019), *La différenciation. Goûts, savoirs et expériences culturelles*, Lormont : Éditions Le Bord de l'eau, 386 p.
- GUIBERT Gêrôme (2020), « Le tournant numérique du spectacle vivant. Le cas des festivals de musiques actuelles », Hermès, *La Revue*, Vol. 86, n°1, pp. 59-61.
- HENNION Antoine (2015), « La médiation : un métier, un slogan ou bien une autre définition de la politique ? », *Informations sociales*, Vol. 190, n°4, pp. 116-123.
- HENNION Antoine (2007), *La Passion Musicale*, Paris : Editions Métailié, 378 p.
- HENNION Antoine et GRENIER Line (2000), « Sociology of Art: New Stakes in a Post-Critical Time », dans Quah Stella, Sales Arnaud (dir.), *The International Handbook of Sociology*, London : SAGE Publications, pp. 341-355.
- HEUGUET Guillaume (2021), *YouTube et les métamorphoses de la musique*, Paris : INA Editions, 242 p.
- ITHURBIDE Christine et RIVRON Vassili (2018), « Industries culturelles et plateformes numériques dans les Suds : des reconfigurations sociales et spatiales en question », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, Vol. 277, pp. 5-36.
- JOUX Alexandre (2020), « Le streaming musical, un révélateur des enjeux de la diversité culturelle », *Hermès, La Revue*, Vol. 86, n°1, pp. 275-282.
- LE GUERN Philippe (2018), « Le virage numérique, un tournant pour l'étude des musiques populaires ? », *Transposition*, Hors-série 1.
- LYSLOFF René T. A. (2003), « Musical Community on the Internet: An On-Line Ethnography », *Cultural Anthropology*, Vol. 18, n°2, pp. 233-263.
- MADDEN David (2012), « Crossdressing to Backbeats: The Status of the Electroclash Producer and the Politics of Electronic Music », *Dancecult: Journal of Electronic Dance Music Culture*, Vol. 4, n°2, pp. 27-47.
- MANOVICH Lev (2001), *The Language of New Media*, New York : City University of New York, 400 p.
- NOWAK Raphael (2015), *Consuming Music in the Digital Age*, Londres : Palgrave MacMillan, 175 p.
- OLIVIER Emmanuelle (2014), « Musiques et globalisation : "techno-logiques" de la création musicale », *Le Temps des médias*, vol. 22, no. 1, pp. 134-148.
- OLIVIER Emmanuelle (2020), « Ce que la téléphonie mobile fait à la musique ouest-africaine. Le projet ZikMali : un nouveau modèle de distribution musicale ? », *Réseaux*, Vol. 219, n°1, pp. 71-104.
- PAGÈS Dominique (2014), « La démocratisation culturelle et les promesses des médiations culturelles numériques : mirage ou tournant ? », *Quaderni*, Vol. 99-100, n°1, pp. 97-112.
- RANCIÈRE Jacques (2008), *Le spectateur émancipé*, Paris : La Fabrique, 150 p.
- SADIN Eric (2018), *L'intelligence artificielle ou l'enjeu du siècle*, Paris : L'Echappée, 304 p.
- SARAGIH Harriman S. (2021), « Mining and exploring electronic word-of-mouth from Twitter: case of the Java Jazz Festival », *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 12, n°2, pp. 341-354.
- SMALL Christopher (2019), *Musiquer : Le sens de l'expérience musicale*, Paris : Éditions de la Philharmonie de Paris, 441 p.
- TIFFON Vincent (2012), « Le public comme musiquant : exemple de l'installation immersive et interactive XY », dans Fourmentraux Jean-Paul (dir.), *L'Ère post-média. Humanités digitales et Cultures numériques*, Paris : Éditions Hermann, 220 p.
- WERNER Ann (2020), « Organizing music, organizing gender: algorithmic culture and Spotify recommendations », *Popular Communication*, Vol. 18, n°1, pp. 78-90.

Modalités de soumission

Les propositions de communication (2000 à 3000 signes) peuvent être soumises par des **masterant-es**, **doctorant-es** et **jeunes docteur-es**. Elles doivent mentionner **le nom de l'auteur, son rattachement institutionnel et ses coordonnées** et comporter les éléments suivants : **le titre de la communication, la problématique traitée, le cadre heuristique et la méthodologie déployée**, et sont à envoyer à louise.barriere@univ-lorraine.fr, elena.lapina@univ-tlse3.fr et emma.laurent@univ-montp3.fr avant le **30 juin 2022**.

Calendrier

11 avril 2022 : diffusion de l'appel à communication
30 juin 2022 : limite du dépôt des propositions de communication
5 septembre 2022 : notification aux auteurs
8-9 décembre 2022 : journées jeunes chercheur-ses

Comité scientifique

Alix Bénistant, Université Sorbonne Paris Nord
Fanny Beuré, Université de Lorraine
Philippe Bouquillion, Université Sorbonne Paris Nord
Julie Deramond, Université d'Avignon
Keivan Djavadzadeh, Université Paris 8 Vincennes - Saint-Denis
Line Grenier, Université de Montréal
Gérôme Guibert, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3
Marie-Caroline Heid, Université Paul-Valéry Montpellier 3
Guillaume Heuguet, Celsa Paris-Sorbonne
Irina Kirchberg, Université de Montréal
Sarah Labelle, Université Paul-Valéry Montpellier 3
Sylvain Martet, Artensio
Fabrice Montebello, Université de Lorraine
Raphaël Nowak, University of York
Sylvie Pébrier, Conservatoire National Supérieur de Musique et de Danse de Paris
Gérard Régimbeau, Université Paul-Valéry Montpellier 3
Hervé Zénouda, Université de Toulon

Comité d'organisation

Louise Barrière, Université de Lorraine / Université Toulouse - Jean Jaurès
Franck Bousquet, Université Toulouse III - Paul Sabatier
Elena Lapina, Université Toulouse III - Paul Sabatier / Université Toulouse - Jean Jaurès
Emma Laurent, Université Paul-Valéry Montpellier 3
Muriel Lefebvre, Université Toulouse - Jean Jaurès
Stéphanie Marty, Université Paul-Valéry Montpellier 3

