

Le monde de Diam's est aussi celui des SMS, des mails, et de MSN. Une perméabilité qui permet d'ajouter des réseaux aux réseaux, des fils au tissu social, mais suscite aussi des réactions hostiles.

**Mona Aghababaie**

CREM, université Paul Verlaine-Metz  
monababaie@hotmail.com

**Denis BRULÉ, *L'ADSL, Kazaa, l'iPod et la musique.***

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Entreprises & Management, 2008, 131 p.

S'il est un secteur d'activité que le développement des technologies numériques affecte en profondeur, c'est bien celui de la production musicale qui, très tôt, s'est emparée de l'outil informatique, en a exploré les arcanes, contribuant à en banaliser les effets, non seulement au niveau de la création mais également de la distribution et de la réception. Le développement de nouvelles modalités de transcription sonore constitue autant de progrès techniques visant à améliorer les performances et à multiplier les situations et les configurations d'écoute musicale. Tout cela a progressivement contribué à augmenter l'appétence du mélomane, l'entraînant progressivement dans le registre de la consommation de musique.

Mais comment traduire les inquiétudes légitimement évoquées par Denis Brulé de l'existence d'une « menace [qui pèserait sur] la diversité musicale » (voir le sous titre de l'ouvrage) ? D'un point de vue scientifique, peut-on aborder la question de la musique à l'ère du développement des conditions numériques de son enregistrement, de sa transmission et de son stockage, en adhérant sans en critiquer la portée au postulat de l'inscription de la musique dans la sphère de la consommation ? C'est avec ce parti pris que l'auteur entreprend ici un patient travail de veille informationnelle sur la situation actuelle de la musique. Toutefois, privilégiant une approche descriptive de la situation générale dans laquelle se trouvent plongés les acteurs du monde de la musique, Denis Brulé prend le risque de priver les débats des éclairages fondamentaux engagés, par exemple, par les penseurs de l'école de Francfort concernant la critique de l'industrie culturelle ou les sociologues de la culture. Or, ceux-ci pourraient s'avérer précieux pour qui veut entreprendre une lecture savante du développement actuel. À travers trois courts chapitres (l'ouvrage compte 131 pages), l'auteur déroule avant tout un état

de la vision professionnelle sur le sujet. Le lecteur tient entre ses mains un texte qui se situe entre un dossier et un mémoire professionnel de fin d'études de master. Un rapide examen de la bibliographie (pp. 117-120) laisse craindre que l'étudiant-lecteur ait à construire lui-même l'état de l'art. Sept rapports institutionnels et neuf rapports ou études confiés à des organismes indépendants plus quatorze articles publiés sur des revues professionnelles ou grand public contre une étude et un article scientifiques (soit 32 références professionnelles ou grand public) donnent corps à un état détaillé des discours véhiculés par les promoteurs et les médiateurs de l'industrie culturelle au sein de laquelle le chercheur ne distinguera que deux « rares » textes universitaires. Cet ouvrage prend alors la forme d'un dossier documenté. L'effort permanent d'objectivité que souligne la quatrième de couverture salue un travail de synthèse conséquent tant le périmètre de la question est ample. Est-ce cependant suffisant pour que le pari de l'objectivité soit totalement réussi ? L'absence de contrepoints scientifiques, dont l'existence et l'intérêt ne sont pourtant plus à démontrer, équivaut pourtant à l'acceptation de l'idéologie libérale sous-jacente. De tels points de vue auraient certainement permis sinon de répondre complètement à la question centrale, tout au moins d'en éclairer le mode de questionnement. Paradoxalement, lorsque l'on s'intéresse aux technologies de l'information et de la communication, atteindre l'objectivité réclame comme préalable une libération de la pensée de tout joug idéologique soumois, donc l'adoption de positions subjectives.

Le chercheur déplorera l'imprécision des références bibliographiques. La plupart des rapports et des articles sont disponibles sur la toile. L'URL exacte de ces documents devrait désormais être citée dans la bibliographie de ce type d'ouvrage. Ce n'est pas le cas. L'auteur ou l'éditeur auraient pu prendre l'initiative d'offrir au lecteur un blog ou site web indiquant, avec des mises à jour régulières des liens vers des ressources documentaires et organisant la discussion entre auteur et lecteurs. En l'absence de telles précautions méthodologiques, la bibliographie n'est au plus qu'un catalogue imprécis et c'est au lecteur qu'il revient de mobiliser ses connaissances en matière de recherche d'information sur la toile. Dont acte ! Les étudiants intéressés par les deux références scientifiques citées retrouveront

le rapport final de l'étude *Enjeux économiques de la distribution des contenus* à l'URL <http://www.cerna.ensmp.fr/Documents/OBetali-P2P.pdf>, et l'article « Pirates or explorers ? Analysis of music consumption in French graduate postschool » sur [www.brousseau.info/semnum/pdf/2005-03-24\\_Bourreau2.pdf](http://www.brousseau.info/semnum/pdf/2005-03-24_Bourreau2.pdf).

Écrit dans un style sobre et direct, l'ouvrage se découpe en trois chapitres équilibrés qui précisent comment les acteurs industriels reconfigurent l'offre entre adaptation inévitable des usages traditionnels (pp. 11-39) et influence des « nouveaux entrants » (pp. 41-77) pour finalement rebondir sur les spécificités maîtrisées de l'internet et en arriver à créer la demande (pp. 78-110).

Le premier chapitre (pp. 11-39) expose la réduction de l'offre à laquelle est confrontée l'industrie musicale « traditionnelle ». Après une rapide présentation de la chaîne des fonctions (pp. 11-16), l'auteur énumère les nouvelles habitudes de « consommation musicale » en vigueur; ce qui l'amène à évoquer les conséquences aux plans quantitatif et qualitatif du développement de l'offre mp3 sur la publication de compacts discs audio. Face à l'assèchement de l'offre, les grandes maisons de disques font preuve de frilosité et portent les efforts sur « leurs succès confirmés ». Fermant toute porte au changement et à la diversité musicale, elles s'emploient à tenter un sursaut marketing, issu de l'engouement médiatique créé par « les artistes issus de la télé réalité » (p. 33). Eu égard à la spécificité de leur relation avec le public, les éditeurs indépendants voient, comme seule alternative, leur survie à travers l'engagement dans une « stratégie de niche » destinée à toucher des publics exigeants et « cultivés » et à satisfaire des attentes spécifiques, « œuvres d'un artiste culte déclinées sous des formes variées en terme de support, de *packaging* et *merchandising* » (p. 33). Nous sommes en présence d'une crise qui affecte tous les échelons de la chaîne classique des métiers de l'industrie du disque entraînés dans une spirale infernale. Inscrite dans les principes mêmes de l'internet, la gratuité devient pour les « consommateurs » une habitude alors qu'elle est vécue par les éditeurs comme une injonction à revoir les prix à la baisse. En retour, le spectateur est perdant car cet écart d'intérêts, conséquence prévisible de la réduction des

coûts de production, détermine les modalités d'affectation de l'espace d'exposition à la vente supports les mieux médiatisés. Ainsi est-ce « la capacité de choix du public qui est tronquée » (p. 39). Soumise à l'influence des investissements marketing, la « dynamique de concentration » qui saisit les producteurs de supports musicaux procède par « effet d'entonnoir » au détriment de la diversité musicale.

Dans le deuxième chapitre, l'auteur saisit l'occasion d'explicitier le rôle des nouveaux entrants « sur le paysage musical » (p. 41) et adopte un parti pris déterministe : en se développant, trois technologies (le téléchargement sur site, la blogosphère et les réseaux *Peer-to-Peer*, p2p) seraient susceptibles d'apporter une réponse au nouveau mode de consommation de la musique. Cette courte introduction de chapitre ne se cantonne pas au seul recensement technique de ces trois approches. L'auteur rappelle la genèse de chacune de ces technologies pour mieux différencier les pistes disponibles pour les « nouveaux entrants ». Un triangle systémique que l'auteur qualifie de « *mapping* des nouveaux entrants » (pp. 52-53) semble s'imposer. On y retrouve les internautes (le public ?), les plates-formes libres ou commerciales (offre proposée par les opérateurs ayant investi l'internet) et les labels virtuels, qui se font fort d'agglutiner les responsabilités en matière de production, d'édition et de distribution musicale (entités qui loin d'être abstraites sont au dire de l'auteur susceptibles d'être réduites « à un artiste seul » (p. 51). Un lien direct vers les blogs, les labels virtuels et les plateformes de téléchargement, d'échange (p2p) et de blogs référencés dans le tableau des pages 52 et 53 aurait tout naturellement trouvé sa place dans un blog ou site Web associé à l'ouvrage. Le propos peut parfois paraître quelque peu rapide. Les 6 200 labels que le site « [www.archive.org](http://www.archive.org) » recense méritent-ils tous la dénomination de labels ? Quel rapport cette explosion apparente de l'offre entretient-elle avec la question de la diversité musicale ? S'agit-il encore de labels, terme emprunté au jargon professionnel de l'industrie musicale ? Cette dénomination résiste mal à l'analyse. L'explication gagnerait en clarté si, comme préalable, l'auteur avait pris le temps de préciser en quoi les multiples initiatives gratuites (le plus souvent associatives) ou payantes installeraient de nouvelles pratiques et conditions de médiation entre l'artiste et son public. Le catalogue des solutions techniques apparues n'y suffit pas.

Néanmoins, le second chapitre se termine sur une note positive. Deux espoirs s'offrent à la diversification de l'offre musicale : d'abord, parce qu'une liberté nouvelle est proposée à la créativité, la suppression des « barrières à l'entrée qui affectaient les maisons de disques de l'industrie traditionnelle [créant de fait] les conditions d'une diversification de la production » (p. 75), ensuite car la dématérialisation des supports née du développement technologique rend caduque le prétexte du manque de place « rencontré[e] dans le monde physique » (p. 74) par les supports musicaux. La mode serait donc à l'ouverture des espaces d'exposition. Quels rapports l'offre et la demande vont-ils désormais entretenir ? L'auteur tente une réponse dans le troisième chapitre consacré « à la problématique de la création de la demande » (p. 77) et adoptant une position de consultant se propose de « formuler des recommandations » à destination de ces « distributeurs professionnels que sont les labels virtuels et les plateformes. Nouveaux venus, les labels virtuels souffrent cruellement d'un manque de visibilité et de reconnaissance par la masse des usagers alors que les plateformes payantes tirent encore quelques profits d'une notoriété préexistante : enseignes venues sur la toile (Virgin, Fnac,...) ; sociétés de l'industrie électronique et de l'information (Apple, Sony, Yahoo,...) « qui font de la musique un produit d'appel » (p. 79) ou un objet dérivé de leur production (Europe2). Un nouveau danger guette les nouveaux arrivés : être noyé dans la masse des références disponibles. L'action subjective et qualitative des vendeurs qui savaient mettre en avant des perles musicales fait à présent défaut. Une médiation d'un nouveau type s'impose et opère sur le registre quantitatif. Les usagers vont participer à l'élaboration de « *Megalists* », dont « les plus consultées sont mises en avant » (p. 82), ce qui suspend l'affichage des titres à des critères quantitatifs. Seule possibilité pour promouvoir de manière égale l'ensemble du catalogue est d'introduire des critères spécifiques de classement et de recherche : « nouvel artiste, artiste populaire, artiste préféré, artiste au hasard » (p. 83). Pour autant, il ne suffit pas que l'offre existe dans toute sa diversité, encore faut-il qu'elle ne reste pas, comme le déplore l'auteur, invisible pour le profane. Pour pallier ce type de désagrément, Denis Brulé passe en revue dans ce dernier chapitre les « leviers d'action [qui] peuvent permettre aux nouveaux entrants [du marché de la musique] de rendre leur offre visible et

attractive » (p. 84). Les « leviers classiques » (c'est-à-dire les médias traditionnels : radio, télévision) étant très brièvement évoqués, l'auteur ne peut que constater la position de force dans laquelle se trouvent les *majors*. Entre moyens financiers et moyens relationnels se créent les conditions d'un monopôle qui relègue la question de la diversité de l'offre musicale à la portion congrue : « Sur les ondes, les *majors* représentent 64 % des nouveautés [soit] 87 % du temps de diffusion » (p. 87). Face à ce rouleau compresseur et compte tenu de la disparité des moyens financiers en présence, les nouveaux entrants disposent pourtant d'aubaines inespérées. En vertu des principes de mise à disposition gratuite de l'information sur le réseau des réseaux, il est désormais possible à peu de frais d'informer via les portails Web qui sont, rappelle l'auteur, prédominants dans le Top 15 américain (pp. 87-91). Pour cela, ce dernier préconise deux alternatives : les solutions logicielles tout d'abord – « filtrage actif » (p. 92) ou analyse du « comportement des usagers lors de leur navigation sur le site » (p. 93) –, les solutions humaines ensuite à l'initiative d'amateurs (citation dans des contributions en ligne ou rédaction d'articles dans l'encyclopédie en ligne Wikipedia) ou de professionnels monnayant l'accès à des bases de données culturelles régulièrement mises à jour. Cependant, de nouveaux écueils apparaissent : emportés par l'enthousiasme de leurs contributeurs, les nombreux portails francophones de musique pèchent par hyperspécialisation et ne visent que des « *superniches* » (p. 97). Arguant de l'absence de réels portails musicaux généralistes, Denis Brulé esquisse à travers l'emploi de l'outil d'analyse stratégique *swot* (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* : atouts, faiblesses, opportunités, menaces) une description pour « un nouvel acteur se consacrant à la musique dans son intégralité [...] le portail des musiques [lequel] à travers tous les points d'entrée imaginables [serait] susceptible d'atteindre une taille critique permettant de susciter des mouvements d'achats croisés » (p. 97). Cette piste ouvre des perspectives nouvelles et intéressantes. Le Web se mettrait au service de la communication des spectacles vivants. Entre bonus, *making off* et *goodies*, c'est tout un ensemble de contenus qui appâtent l'internaute. C'est ainsi que le site de Mathieu Chédid « s'est imposé comme son premier vecteur de promotion et de remplissage des salles » (p. 102). Derrière la logique du don

se joue la mise en place d'une relation privilégiée entre artiste et spectateur comme en témoigne le vif succès rencontré la vente de 5 000 versions MP3 uniques qui ont fait l'objet en un seul jour de 300 000 demandes. L'augmentation sensible de l'engouement pour les spectacles vivants qu'atteste l'augmentation des prélèvements de la SACEM augure de « l'attrait du public pour une relation personnalisée et directe avec les artistes » (p. 101). Or, les plateformes payantes permettent de tisser un lien malheureusement bien trop fragile entre « fan » et « idole » (p. 103). Le premier bénéficie au plus de quelques extraits sonores, offre réservée à des musiques engagées dans une dimension commerciale, tandis que les seconds « ne prennent jamais la parole. Le développement de contenus contextuels relatifs aux artistes s'impose tant en ce qui concerne les informations paratextuelles officielles (parcours musical, discographie exhaustive, interviews, revue de presse, calendrier des concerts...) et officieuses provenant de « sources d'information décalées » (p. 106) proposées soit par les artistes eux-mêmes, soit par le public, à travers une base de données alternative participative et modérée : « WikiMusic ». Le paysage musical est-il irrémédiablement bridé par une « dynamique d'homogénéité » (p. 112) ? Le « réservoir de diversité » (p. 114) est-il voué à enfermer ses perspectives dans un registre de promesse ou pire encore d'utopie ? Le débat gagnerait à s'élargir, à être transposé sur d'autres terrains, par la prise en compte du grand exclu de ce dossier technique non problématisé : le public. Que veut-il ? Qui est-il ? Quelle influence exerce-t-il sur l'offre ? Le raccourci simplificateur proposé par la mise en tension des choix technologiques avec les impératifs essentiellement économiques qui structurent l'offre musicale que Denis Brulé rappelle sans jamais la critiquer et sans donner la parole aux destinataires aurait gagné en épaisseur, par une problématique de la complexité qui saisit la détermination des goûts, des pratiques et des attentes du public aujourd'hui. Toute tentative de réponse ne peut être désormais que complexe. La confrontation des travaux de Bernard Lahire (*La Culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, Éd. La Découverte, 2004) et Pierre Bourdieu (*La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Éd. de Minuit, 1979) montrent combien la cartographie des pratiques sociales se complique. La distinction de soi vs Bernard Lahire bénéficie sans aucun doute du mécanisme d'individualisation des pratiques, corollaire des

technologies numériques succédant à la distinction sociale par les pratiques culturelles vs Bourdieu. La question de la diversité musicale peut-elle être posée aujourd'hui uniquement à l'aune du regard économique. Nous en doutons fort.

Pierre Morelli

CREM, université Paul Verlaine-Metz  
morelli@univ-metz.fr

**Jean CAUNE, *La démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*.**

Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Arts et culture, 2006, 205 p.

Les travaux de Jean Caune, professeur émérite à l'université Stendhal de Grenoble, portent sur les pratiques esthétiques envisagées comme processus de médiation culturelle. Dans *La démocratisation culturelle, une médiation à bout de souffle*, il revient sur des notions et expressions trop souvent flottantes telles que « art », « culture », « démocratie culturelle », « action culturelle » et « médiation culturelle », et les met à rude épreuve en réinterrogeant leur signification à travers les époques. L'ouvrage est construit d'une manière telle qu'il reflète les compétences croisées de son auteur : une excellente connaissance des métiers artistiques et un regard scientifique porté sur l'art, la culture et leurs modes d'appropriation. Ainsi chaque chapitre débute-t-il par une courte fiction que le lecteur est invité à lire en guise d'illustration précédant une réflexion sur les médiations culturelles. Le constat que fait Jean Caune dès l'entrée de son livre est le suivant : « Une histoire de la démocratisation culturelle est achevée, et nous n'en avons pas pris collectivement conscience » (p. 14). À partir de ceci, il explique en onze chapitres les transformations observées dans le domaine culturel et en explique les raisons. La réflexion sous-jacente est liée à l'un des principes fondateurs de la démocratisation culturelle, à savoir l'accès direct à l'œuvre. Il considère que ce principe est restrictif et s'attache donc à identifier « les impasses d'un accès à la culture dont les voies se limiteraient à une rencontre avec l'œuvre d'art » (4<sup>e</sup> de couverture). Pour ce faire, il met d'abord en évidence les grands fondements traditionnels sur lesquels repose l'idée même de démocratisation culturelle, telle que l'entendait André Malraux. Ceux-ci reposent notamment sur la catégorisation des biens culturels, l'accès à l'œuvre par le plus grand nombre et l'expression