

Hervé Zénouda

zenouda@univ-tln.fr, Laboratoire I3M, UFR Ingémédia, Université du Sud Toulon Var

*Apport des sciences de l'information et de la communication à
l'analyse du « fait musical » contemporain.*

(Cette contribution s'inscrit dans le thème 3 : Information – communication et culture)

« L'art contemporain, c'est l'art qui a remplacé l'objet d'art par la somme des médiations qui lui permettent d'être l'objet d'art qu'il est. Ce qui est réellement artistique, ce qui a une valeur artistique dans l'art contemporain, c'est le chemin, la qualité du chemin que le regard parcourt pour aller à l'œuvre, le nombre de médiations qui sont exposées à la vue du spectateur : musée, vitrine, guide, gardien, cartel... C'est la manière dont le regard peut parvenir à se voir lui-même »

(Mark Alizart¹)

« La musique est une théorie de médiations »

(Antoine Hennion²)

Résumé :

Nous chercherons dans cette communication à proposer une démarche transdisciplinaire pour l'analyse du fait musical contemporain, qui s'inscrive dans les sciences de l'information et de la communication. Aussi, après avoir souligné la difficulté d'aborder le sonore et le musical par le seul biais de la musicologie classique, nous présenterons les approches sur lesquelles nous nous appuyons pour enrichir et multiplier les points de vue sur le fait musical (médiologie, sociologie de la culture, cultural studies, esthétique de l'art contemporain). Enfin, nous tenterons de montrer l'apport de la pragmatique et en particulier celui de la théorie de la pertinence (Sperber D, Wilson D., 1986) dans ce projet.

¹ Alizart M. (2003), *Quand les contenus deviennent formes*, MUSICA FALSA N. 18.

1/ Introduction

Il s'agit dans cette communication de proposer une démarche transdisciplinaire pour l'analyse du fait musical contemporain qui s'inscrit dans les sciences de l'information et de la communication. Après avoir souligné la difficulté d'aborder le sonore et le musical par le seul biais de la musicologie classique, nous présenterons les approches sur lesquelles nous nous appuyons pour enrichir et multiplier les points de vue sur le fait musical (médiologie, sociologie de la culture, cultural studies, esthétique de l'art contemporain). Chacune d'elles emprunte des notions centrales aux S.I.C. (information, événement, contexte, représentation, support, médiation, communication, relation...), aussi notre objectif sera d'englober ces différents éclairages dans une démarche ancrée dans notre discipline. Enfin, nous tenterons de montrer l'apport de la pragmatique et en particulier celui de la théorie de la pertinence (Sperber D, Wilson D., 1986) dans ce projet. Nous signalons que ce texte ne présente pas les résultats d'une recherche mais constitue bien le point de départ d'un travail que nous comptons développer dans les années à venir.

2/ Le constat initial

Depuis un demi-siècle de nombreux bouleversements ont modifié en profondeur les règles de production, de diffusion et de réception du sonore, rendant les outils de la musicologie classique (analyse harmonique, mélodique, rythmique...) particulièrement limités, voire impuissants à appréhender le fait sonore contemporain. Nous pouvons citer quelques unes de ces transformations qui touchent, tant le champ des nouvelles musiques *savantes* que celui des *musiques populaires industrialisées* :

- la montée en puissance du timbre (les caractéristiques du son) qui se fait, le plus souvent, au détriment de paramètres plus traditionnels (hauteur, durée, rythme...),
- la révolution technologique qui transforme les conditions de création, de diffusion et de réception, fait émerger de nouvelles compétences et en affaiblit d'anciennes,
- l'extrême diversité des pratiques sonores contemporaines (électronique, bruitiste, pratique de l'improvisation libre, musique conceptuelle, installation sonore, utilisation généralisée du hasard...) qui rend difficile l'utilisation de mêmes outils d'analyse pour les appréhender,
- la porosité grandissante des arts savants et des arts populaires qui démultiplie les situations de réception et les instances de légitimation,
- le rapprochement avec d'autres formes d'expression (performances, installations, art environnemental, dispositifs multimédia...) qui modifie le langage musical dans son rapport à d'autres systèmes sémiotiques.

Ce constat pose plusieurs questions : comment la musicologie classique prend en compte le travail créatif sur le son des musiques enregistrées ; comment témoigne-t-elle d'installations sonores (Max Neuhaus, Alvin Lucier, Marianne Amacher...) ou de musiques conceptuelles (Fluxus) ; comment analyse-t-elle la puissance émotionnelle et l'impact social de la musique de groupes de rock aussi importants que les Beatles ou les Rolling Stones, le Velvet Underground ou les Stooges ?

Pour y répondre, l'analyste musical a besoin de s'appropriier des outils conceptuels qui lui viennent de disciplines variées comme l'anthropologie, la sociologie, l'esthétique, la sémiologie ou l'analyse des médias...

3/ Les S.I.C comme rassembleur d'approches pluridisciplinaires

La première des approches sur lesquelles nous nous appuyons est ancrée en musicologie, la seconde en sociologie, la troisième en esthétique et sciences de l'art et enfin la quatrième en sociologie et anthropologie. Toutes empruntent des notions et des méthodes venant du champ des S.I.C. Si les deux premières ainsi que la quatrième s'occupent du fait musical, la troisième s'intéresse aux différents courants de l'art contemporain. Ce cas particulier se justifie par l'un de nos objectifs qui est de comprendre les liens et les circulations entre *art savant* et *arts populaires industrialisés*.

- La mise en avant de la question du support et son impact sur la transmission et la création est le fait, en France, d'auteurs comme François Delalande³ ou Vincent Tiffon⁴ qui appliquent, à la suite des travaux de Régis Debray⁵, les principes de la médiologie (organologie générale, médiasphères...) à la sphère musicale. Si la musique a toujours eu des liens étroits avec les techniques qui lui étaient contemporaines, la pleine prise en compte de l'impact de ces techniques sur l'esthétique produite, sur les conditions de production et de diffusion ainsi que sur l'organisation socio-économique du milieu professionnel associé est une spécificité de la médiologie musicale. Nous pouvons citer pour exemple de nombreuses esthétiques qui, au cours du vingtième siècle, sont nées de la conjonction d'élans esthétiques et d'inventions techniques : la musique concrète liée aux techniques d'enregistrement, la musique électronique devenue possible grâce à la généralisation des générateurs de signaux, les techniques compositionnelles de déphasage d'un même motif musical de Steve Reich nées du dérèglement de vitesse de lecture de deux magnétophones, la musique spectrale découlant des outils d'analyse du son du même nom, le rock enfant de l'électricité et de l'amplification ou le rap né de la technologie du sampler...

- L'importance des médiations et de leur emboîtement a été mise en lumière par la sociologie de la culture et plus particulièrement par Antoine Hennion qui étudie depuis plusieurs années la construction du goût chez l'amateur. Hennion cherche à dépasser la dualité que représente, d'un côté la musicologie qui ne s'intéresse qu'à l'objet musical et confond le plus souvent musique et partition écrite, et de l'autre la sociologie de la musique qui, à l'inverse, l'oublie trop rapidement en le transformant en enjeu social ou rituel. Hennion propose alors une voie médiane inspirée de la pragmatique qui respecte à la fois la spécificité de l'objet musical et ses différentes médiations : instruments, partitions, répertoires, interprètes, scènes, médias, supports... Si la première médiation musicale est bien inscrite dans le choix de l'instrumentation (acoustique, électrique, électronique), la seconde prolongera ce choix esthétique avec l'étape d'enregistrement en studio et l'entrée en scène du couple ingénieur du son / producteur (ou directeur) artistique. Le choix d'un producteur artistique permettra alors à une musique de toucher un public plus large, de réorienter une carrière vers une cible donnée⁶, de gagner en crédibilité artistique⁷. Par la suite, le processus de médiation se déploie avec la présence de plus en plus marquée de l'image dans la construction d'un projet artistique global. Ainsi, les choix vestimentaires⁸, les pochettes de disques⁹, les clips¹⁰ ne sont pas des habillements surajoutés au travail musical mais sont autant d'éléments qui participent à une expression artistique qui ne néglige aucun canal expressif pour s'exprimer.

³ Delalande, 2001.

⁴ Tiffon, 2005 et Tiffon, 2008.

⁵ Debray, 1991.

⁶ La collaboration du producteur Giorgio Moroder avec le groupe *Glam rock* The Sparks leur ouvrira les portes des « dance floor »...

⁷ L'apport expérimental de Brian Eno à David Bowie, la caution *musique indépendante* d'un Steve Albini qui refuse l'étiquette de producteur pour privilégier une fidélité au son initial du groupe...

⁸ Vivian Westwood et Jamie Reed pour les Sex pistols et l'esthétique punk...

⁹ L'apport du photographe Robert Mapplethorpe à la construction de l'image de poétesse punk de Pattie Smith.

¹⁰ Le travail de Michel Gondry pour Bjork, les clips du groupe Marilyn Manson...

- Nicolas Bourriaud¹¹, dans ses livres sur l'art contemporain, prend appui sur Marcel Duchamp pour développer une esthétique de la relation. Le déplacement (Duchamp), le détournement (les situationnistes) ou l'appropriation (la pratique de la post-production) permettent des productions de sens inédits : « *Qu'est-ce qu'une œuvre plastique, musicale ou littéraire, sinon l'invention d'un registre de collisions, et d'un mode de prise qui leur permet de durer ?* ». ¹² Bourriaud souligne que « *Les œuvres d'arts créent des relations et ces relations sont extérieures à leurs objets* ». ¹³ Les objets artistiques produisent ainsi de la pensée, des relations, de la prise qui imposent une véritable culture de l'usage pour les appréhender. A la différence de l'art classique, à la recherche de l'intemporel, l'art contemporain cherchera plutôt le « temps juste », pour provoquer, dans l'esprit du spectateur, un changement de regard sur le monde qui l'entoure. Si la valeur d'un objet artistique ne dépend plus principalement d'un savoir-faire artistique ou d'un temps passé sur l'œuvre mais plutôt de la pertinence d'un geste signifiant au bon endroit et au bon moment, l'art populaire pourra tout aussi bien que l'art académique être le véhicule de ce geste artistique contemporain. Dans ce sens, la pop musique et le rock ont démontré depuis le début des années cinquante leur capacité d'être, à la fois, un produit idéal des industries culturelles et un déclencheur de registres de collisions, de modes de prise, pouvant transformer, en une chanson, la vie d'un jeune auditeur. Pacôme Thiellement dans un joli livre sur les rapports entre le groupe de rock Led Zeppelin et l'ésotérisme écrit en parlant de l'objet disque : « *Son énigme, sa véritable énigme, c'est la façon dont un artefact peut éventuellement, dans l'intervalle entre l'ancienne et la nouvelle époque, réussir à se transformer en talisman* » ¹⁴.

- Enfin, c'est aussi comme trace d'un mode de vie spécifique que l'objet artistique acquiert toute sa valeur. S'appuyant sur l'apport conjugué de l'anthropologie, de la sociologie et de la sémiologie, les cultural studies ont élargi le rapport à la sphère culturelle en passant d'une définition classique de la culture comme « *une norme d'excellence esthétique* » à « *l'étude des relations entre tous les éléments d'un mode de vie déterminé* » ¹⁵. De ce point de vue, ils ont eux aussi contribué à renouveler en profondeur le regard sur les rapports entre cultures *savantes* et *populaires*. Sont reconnues comme culture les multiples traces d'expériences et de modes de vie le plus souvent alternatifs des nombreuses tribus des cultures populaires. Le style¹⁶ devient alors l'élément prépondérant inscrit sur de multiples canaux (modes vestimentaires, styles de vie, idées politiques, catégories de drogues, expressions artistiques...). L'élément déclencheur d'un mouvement pourra alors être initié indistinctement par un ou plusieurs de ces canaux et ne plus venir uniquement du vecteur artistique¹⁷. A l'inverse, on écouterait ainsi un style de musique non plus uniquement pour sa valeur musicale mais pour sa capacité à nous relier à l'ensemble des valeurs et au mode de vie associé.

Ces approches variées, bien que venant d'horizons différents, font appel, chacune à sa manière, à des notions qui sont au cœur des S.I.C. : l'approche médiologique (Delalande, Tiffon) fait appel à la notion de support, l'approche sociologique (Hennion) à la médiation, les notions de prise ou de collision, développées par Bourriaud, à celles d'information et de pertinence, les cultural studies (Hebdige, Marcus) aux rapports expérience/représentation. A ce titre, le champ des S.I.C. est en mesure

¹¹ Bourriaud, 2001 et Bourriaud, 2009.

¹² Bourriaud, 2009, p. 180.

¹³ Dans la lignée de la célèbre phrase de Duchamp « *C'est le regardeur qui fait le tableau* », Bourriaud, 2009, p. 181.

¹⁴ Thiellement P. (2009), *Cabala Led Zeppelin occulte*, Paris, Hoëbeke. p.51

¹⁵ Hebdige, 1979, p.10.

¹⁶ Hebdige D. (1979)

¹⁷ Les drogues d'extensions de conscience (aschich, marijuana, lsd, mescaline...) sont au coeur du mouvement Hippie et ont produit la musique dite si justement « *Psychédélique* ».

d'unifier ces multiples éclairages et de décrire le fait musical comme un « fait total »¹⁸ à la fois musicologique, technologique, esthétique, social et communicationnel : lui restituant ainsi toute sa complexité.

Nous proposons enfin d'aller chercher, du côté de la pragmatique, les notions de *contexte* et de *pertinence* pour les transposer d'un contexte initial lié à l'échange inter-personnel à celui de l'analyse du fait musical.

4/ L'apport de la pragmatique

Rappelons que le *contexte* est la notion centrale de la pragmatique (Pierce¹⁹, James²⁰ et Dewey²¹). Cette notion tente d'expliciter comment le langage s'exerce concrètement dans des contextes spécifiques et par là même échappe en partie à la syntaxe et à la sémantique, tout en se manifestant pourtant en partie à travers elles.

La pensée pragmatique nous fait passer d'une conception de la communication fondée sur le *modèle du code* (communiquer, c'est coder et décoder des messages) à un *modèle inférentiel* (communiquer, c'est produire et interpréter des indices). Approche qui paraît plus apte à appréhender la communication non verbale et l'imbrication de codes sémiotiques soulignés plus haut. Une personne communique en transmettant un code mais aussi un ensemble d'indices qui doivent être inférés et interprétés par le récepteur en fonction du contexte mais aussi d'un ensemble de références dont une partie seulement est commune aux deux protagonistes.

Quant à la notion de *pertinence* (Sperber D, Wilson D. 1986), elle est associée aux notions de *coûts* et d'*effets cognitifs*. La première renvoie à l'effort nécessaire à l'interprétation, la seconde à l'ensemble des propositions que l'on peut inférer à partir d'une proposition initiale associée à un contexte donné. La *pertinence* est dite forte quand pour un certain effet cognitif, le *coût* pour l'obtenir est faible. L'effort consenti (son coût) à interpréter les indices est directement dépendant de la reconnaissance de l'*intention informative* de l'émetteur qui sera elle-même dépendante, dans notre champ d'étude, des différentes médiations et instances de valeurs symboliques de l'industrie culturelle.

D'autre part, un éclairage original sur les rapports contexte/énoncé est apporté par Sperber et Wilson. En effet, pour ces auteurs, l'ensemble des hypothèses sélectionnées par les interlocuteurs, ensemble d'hypothèses qui va constituer le contexte d'interprétation de leur échange, est choisi en fonction du principe de pertinence (le plus d'effets cognitifs pour le coût le plus faible). Ainsi, l'énoncé sert à constituer le contexte même dans lequel il est interprété.

« *Le locuteur (...), co-construit avec les autres interlocuteurs un univers référentiel commun qui produit du sens, confirmant ainsi l'intrication des pratiques linguistiques et des autres pratiques sociales, avec l'idée que les discours ne sont ni dépendants ni indépendants de leur contexte de production, mais qu'ils construisent le contexte en même temps qu'ils le manifestent.* » (Fortin, 2007)

Une de nos hypothèses est que, dans le contexte contemporain d'une société mondialisée et hautement médiatisée, l'opposition classique entre *cultures savantes* et *cultures populaires* qui, précédemment, se jouait en grande partie sur les contenus des messages, s'est déplacée du côté de la forme prise par le message. De fait, si les différenciations entre les sphères culturelles n'ont pas disparu, elles sont entièrement à revisiter. Et cette re-visitation pourrait se faire à partir de trois axes :

¹⁸ En référence au « fait social total » développé par Marcel Mauss dans son célèbre texte « *Essai sur le don* » écrit en 1923-1924 et réédité dans « *Sociologie et anthropologie* » (P.U.F., Paris, 1950).

¹⁹ Peirce C. S. (2002), *Pragmatisme et pragmatisme*. Paris : les éditions du Cerf.

²⁰ James W. (1906-1907), *Pragmatism: A Series of Lectures* by William James, Arc Manor.

²¹ Dewey J., *L'art comme expérience*, traduction Jean-Pierre Cometti *et alii*, Éditions Farrago/Université de Pau, 2005 et Gallimard, 2010.

- celui de la question du coût qui nous semble centrale dans l'analyse des effets de porosités et de différenciations entre les deux sphères,²²
- celui des effets cognitifs qui deviennent la nouvelle mesure de la valeur artistique au détriment du savoir-faire mis en oeuvre pour la réalisation de l'objet symbolique,
- celui des questions de contexte, de médiation et de validation (l'académie d'un coté, les industries culturelles de l'autre).

Nous pouvons, d'autre part, repérer de nouveaux effets de contexte sur différents niveaux :

- dans l'emboîtement des différents médias cité plus haut, le texte initial (la musique et ses éventuelles paroles) est contextualisé par un ensemble d'équilibrages sémiotiques divers (pochette de disque, vêtements, vidéo-clip, interview, présence scénique...) qui soulignent, atténuent ou éclairent différemment le texte initial,
- dans les boucles de rétro-actions qui se produisent entre l'artiste et le public (concrétisé par les ventes de disques ou celle de billets d'entrée aux concert). Cette boucle de rétro-action engendre une dynamique de *co-construction* impliquant des notions de *parcours* et de *trajectoires* dans une carrière artistique,
- dans les conditions de réception et de perception démultipliées par le contexte d'un art populaire mondialisé. La question sur la manière avec laquelle une musique est reçue dans des contextes culturels radicalement différents nous semble encore largement sous-traitée.²³

Nous sommes conscient que le déplacement d'outils conceptuels d'un cadre initial (ici la communication interpersonnelle) à un nouveau cadre d'analyse du fait musical ou culturel ne va pas de soi et nécessitera pour être validé qu'il soit confronté à des analyses en situation. D'autant plus que la nouveauté d'un acte artistique (dans un rapport contenant / contenu tout à fait particulier) ne se trouve pas, le plus souvent, dans l'information véhiculée, mais plutôt dans la capacité d'invention de nouvelles manières de réactiver les mêmes cadres émotionnels.

6/ Perspectives

Nous espérons, par cette approche synthétique et recentrée sur l'acte de communication, appréhender des parcours artistiques complexes où de nombreux facteurs extra-musicaux occupent une place prépondérante. Ces facteurs extra-musicaux font pourtant partie intégrante du geste artistique et sont à prendre en compte dans leur dialogue avec le texte musical. A la suite de Yves Jeanneret et son concept de trivialité des êtres culturels (Jeanneret, 2008), nous sommes particulièrement intéressés par le repérage et l'analyse des échanges et des déplacements entre différentes sphères culturelles. Nous pourrions alors essayer d'éclairer comment se transforme le message artistique dans ces déplacements et repérer ce qui se gagne ou se perd dans ces échanges.²⁴

L'ensemble de ces outils méthodologiques : l'analyse musicologique, l'attention portée aux paradigmes technologiques, la prise en compte des différentes strates de communication, le rapport à l'expérience, la prise en compte du contexte, les notions d'intention informative, de coût et d'effets cognitifs sont autant d'éléments permettant d'appréhender de manière plus riche les futures expressions du sonore dans leurs contextes et dans leurs relations au public.

²² Voir la réflexion développée par Nicolas Darbon autour de la dialectique complexité/simplicité dans la musique contemporaine (Darbon, 2007b).

²³ Voir le travail de Stéphane Dorin « *La globalisation des formes culturelles : le jazz et le rock en Inde* » (thèse de sociologie, EHESS, 2005).

²⁴ Voir par exemple l'utilisation que fait Brian Eno, dans un contexte de musique populaire industrielle, de concepts venus de John Cage ou d'Eric Satie.

Bibliographie sélective :

- Bourriaud N., 1998, *Esthétique relationnelle*, Paris, Les presses du réel.
- Bourriaud N., 1999, *Formes de vie : l'art moderne et l'invention de soi*, Paris, Denoël.
- Bourriaud N. (2009), *Radical*, Paris, Denoël.
- Castanet P.A. (1999), *Tout est bruit pour qui a peur*, Paris, Michel de Maule.
- Cometti J.P. (2007), *Les arts de masse en question*, Bruxelles, La lettre volée.
- Cometti J.P. (2010), *Qu'est-ce que la pragmatique*, Paris, Gallimard.
- Darbon N. (2006), *Les musiques du chaos*, Paris, L'Harmattan.
- Darbon N. (2007a), *Syntaxe et plasticité musicales depuis 1945 : nouvelles technologies, nouvelles écritures* in PLASTIR N°8 (revue).
- Darbon N. (2007b), *Musica multiplex*, Paris, L'Harmattan.
- Delalande F. (sous la direction de) (2001), *Le son des musiques (entre technologie et esthétique)*, Paris, Buchet/Chastel.
- Duchamp M. (1975), *Duchamp du signe*, suivi de *Notes*, Paris, Flammarion.
- Hebdige D. (1979), *Sous-culture : le sens du style*, USA, Zones.
- Hennion A. (1993), *La passion musicale*, Paris, Métailié,
- Hennion A. (2004), *Une sociologie des attachements : D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur*, Société N°85.
- Hennion A. (2005), *Pour une pragmatique du goût*, CSI.
- Marcus G. (2000), *Lipstick traces : Une histoire secrète du vingtième siècle*, Paris, Alia.
- Pelé G. (2007), *Inesthétiques musicales au XXe siècle*, Paris, L'Harmattan.
- Jeanneret Y. (2008), *Penser la trivialité : la vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermes Lavoisier.
- Sperber D, Wilson D. (1986), *La pertinence, communication et cognition*, Paris, Editions de minuit.
- Merzeau L. (2005), « Quels arts de masse » in *Médium* N°3.
- Pouivet R. (2003), *L'œuvre d'art à l'âge de la mondialisation, essai d'ontologie de l'art de masse*, Bruxelles, La lettre volée.
- Pouivet R. (2010), *Philosophie du rock*, Paris, PUF.
- Tiffon V. (2008), *L'influence de l'outil : pour une étude raisonnée des interactions entre innovations techniques et inventions musicales en audiosphère*, <http://www.ems-network.org/ems08/papers/tiffon.pdf>
- Tiffon V. (2005), *Pour une médiologie musicale comme mode original de connaissance*, http://www.revue-filigrane.org/filigrane_n_1_musicologies