

**Université Lille II**  
**Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales**  
**Première année de Master de science politique**

**Le numérique dans le champ musical : Une mise à jour des luttes pour l'autonomie.**

Sous la direction de Karim Souanef

Préparé et soutenu par Antoine Hamiche

Année Universitaire 2022-2023

## Remerciements

Je remercie :

Karim Souanef pour m'avoir suivi et guidé au cours mes recherches

Fabien Desage et Juliette Bresson pour leurs conseils méthodologiques et pratiques

Toutes les personnes ayant accepté de participer aux entretiens

Albert : journaliste dans un magazine indépendant

Étienne : Disquaire indépendant

Philippe : Disquaire dans une grande surface culturelle

J'ai bien pris connaissance des dispositions concernant le plagiat et je m'engage à ce que mon travail de mémoire en soit exempt.

## Table des matières

Remerciements.....	2
<b>Introduction.....</b>	<b>4</b>
<b>Partie 1 : L'autonomie du champ musical : se battre pour une chimère.....</b>	<b>10</b>
<u>Chapitre 1 : Un bien symbolique pris dans des rouages mercantiles.....</u>	<u>10</u>
I/ La musique enregistrée : innovations et conjonctures.....	10
II/ Un bien symbolique vers des formes d'hétéronomie.....	12
III/ Un objectif de rentabilité incompatible avec l'autonomie.....	13
<u>Chapitre 2 : L'État défenseur de l'indépendance et des diversités : Une instrumentalisation de la musique par les pouvoirs publics.....</u>	<u>15</u>
I/ Le grand retournement de l'État sur les questions culturelles.....	15
II/ Promouvoir la diversité et l'indépendance.....	16
III/Des acteurs dépendants des pouvoirs publics.....	18
<u>Chapitre 3 : Les effets du numérique sur l'autonomie du champ musical.....</u>	<u>19</u>
I/ Une révolution dans l'industrie ?.....	19
II/ La répartition sur les plateformes de streaming.....	20
III/ Se lancer sur internet : Les artistes auto-entrepreneurs de leur réussite.....	22
<b>PARTIE 2 : Le champ musical à l'ère du numérique : Réactualisation des luttes pour l'autonomie.....</b>	<b>25</b>
<u>Chapitre 1 : Des pratiques structurées par les caractéristiques sociales.....</u>	<u>25</u>
I/ Le cas des salles de concerts parisiennes et berlinoises.....	25
II/ La musique à l'ère du numérique : des comportements socialement situés.....	26
III/ La passion : le moteur de l'action pour l'autonomie du champ musical.....	28
<u>Chapitre 2 : Numérique et hétéronomie du champ musical : des réactions symboliques.....</u>	<u>29</u>
I/ Le cas des artistes déjà confirmés mais fraîchement indépendants.....	29
II/ La vente physique de musique enregistrée.....	30
III/ La résilience de la presse papier.....	32
<u>Chapitre 3 : La possibilité d'une troisième voie : de nouvelles formes de collaboration.....</u>	<u>34</u>
I/ L'économie de la passion.....	34
II/ Le développement d'une indépendance faite de compromis.....	35
<b>Conclusion.....</b>	<b>37</b>
Bibliographie.....	39
Annexes.....	42

## introduction

« La musique est aussi un écosystème complexe, parfois même fragile. Cela ne vous a pas échappé, en l'espace de quelques années, cette industrie s'est profondément transformée, par l'essor du numérique, par la révolution des modes d'écoute, par la crise du disque qu'elle a subi de plein fouet, par le piratage de masse.[...] La diffusion en flux peut être porteuse de menaces pour la diversité musicale, avec un risque de concentration des écoutes sur quelques artistes et genres musicaux les plus populaires, renforcé par les algorithmes de recommandation des plateformes. Plus largement, la position dominante de quelques grandes plateformes peut fragiliser l'écosystème musical dans son ensemble. L'essor de ces nouveaux modes de diffusion efface les frontières et accroît la concurrence internationale. C'est une formidable opportunité pour la diffusion des artistes français à l'étranger, mais c'est aussi, potentiellement, une menace pour la place de la création musicale française et francophone dans notre pays. [...] Le Centre national de la musique devra être au service de l'ensemble de la filière musicale et de toutes les esthétiques. Les soutiens économiques qu'il mettra en œuvre seront conçus de manière à promouvoir la diversité culturelle et à favoriser l'innovation... »

Le 9 juillet 2019, Franck Riester, alors ministre de la culture, prononçait ces mots, plaidant pour la création du centre national de la musique, lors d'une séance publique au sénat. Les propos du ministre reflètent le positionnement de l'État vis à vis du secteur musical. La création du CNM répond à une volonté protectrice de l'autonomie du champ musical qui suit le chemin emprunté depuis plusieurs décennies par les pouvoirs publics. On le voit dès la création de la fête de la musique, l'objectif affiché étant « la célébration de toutes les musiques », la démocratisation culturelle a été la colonne vertébrale des politiques culturelles depuis la fin du XXème siècle. Or, l'engagement pour l'autonomie des arts s'est, dès le XIXème siècle, structuré autour d'une opposition à l'État. Les travaux de Vincent Dubois<sup>1</sup> fournissent matière à comprendre l'émergence d'une politique publique dans les questions culturelles. L'intervention publique dans le domaine des arts convoque déjà, dans la seconde moitié du XIXème siècle, une levée de bouclier.

La plupart des artistes défendent leur autonomie qu'ils verraient réduite par une médiation étatique dans leur domaine d'activité. Ils défendent une vision indépendante de l'art. Une indépendance au sens large, sans influence externe, que ce soit celle d'un mécène ou celle d'une bureaucratie impersonnelle, ici l'État. Le refus de l'intervention publique dans « le domaine des arts » fédère plusieurs conceptions artistiques pourtant opposées. Nous avons vu que

---

1 Dubois Vincent. La politique culturelle. Paris, Belin, 1999

l'intervention de l'État est critiquée pour son aspect limiteur de liberté. Ces critiques sont souvent proférées par des agents dotés d'une conception élitiste de l'art. Il y a également une critique intellectuelle de l'action politique. En parallèle à la conception élitiste motivée par une peur du déclin artistique émergent de nouveaux arrivants dans le champ littéraire avec, par exemple, la revue « l'art pour tous » souhaitant je cite « mettre les jouissances de l'art à la portée des foules». Ces deux conceptions vont s'opposer sur un débat de fond ; l'art peut-il être populaire ? Pour le critique littéraire Ferdinand Brumetière « l'art ne mérite plus son nom dès qu'il ose se dire populaire » tandis que pour les défenseurs de la culture populaire (souvent des bourgeois ou aristocrates déclassés (Romain Rolland)) l'art peut et doit être populaire. Les critiques marxistes refusent de voir l'art dominant, bourgeois, se déverser vers les classes ouvrières, ils réfutent cette vision verticale. Ils rejettent ce qu'ils considèrent être une forme de paternalisme bourgeois. L'art doit être fait par le peuple et pour le peuple, ils prônent une diffusion horizontale des œuvres. On assiste alors à une révolution idéologique. Au fil des controverses l'État aurait intériorisé son illégitimité à intervenir dans ce secteur. Il occupe alors une place en retrait, un rôle marginal. L'État continue dans sa dynamique d'interventionnisme faible. Les budgets sont surveillés par les parlementaires, les artistes veillent à leur autonomie.

En 1902 une loi garantit des droits aux artistes sur leurs œuvres. Cela correspond à la reconnaissance légale d'un groupe professionnel, cette loi leur confère une autonomie, par rapport aux commanditaires, inscrite dans le droit. Après la première guerre mondiale l'État finance des entreprises artistiques en phase avec l'orientation de ses politiques publiques. C'est notamment le cas avec la période du front populaire, mais tous ces mouvements ne suffisent pas à instaurer une politique d'État. Un premier tournant s'effectue avec le rapport de Paul Vaillant-Couturier en 1936 lorsque l'objectif premier n'est plus la lutte contre la culture bourgeoise mais le combat du fascisme opposé à la culture. Il y a une forme d'union nationale. Les syndicalistes qui ne suivent pas, comme Paul Monatte, deviennent marginaux. Ce mouvement est cependant initié par des intellectuels, des artistes, des organisations politiques mais en aucun cas par les pouvoirs publics.

On considère l'État comme garant de la culture, on lui confère d'abord un rôle de protecteur des arts.

L'État s'investit de plus en plus dans le domaine artistique après la seconde guerre mondiale, on souhaite perpétuer l'union établie pendant la résistance. Avec la Vème République on souhaite instaurer un nouvel ordre politique. La création du ministère des affaires culturelles qui l'accompagne s'inscrit dans l'élaboration d'un nouveau moyen de diffusion des représentations étatiques de l'espace social. Le ministère est créé pour le personnage d'André Malraux, il faut

envisager ce ministère comme un moyen pour Charles De Gaulle de nommer Malraux dans son gouvernement. La création du ministère se fait par superposition de diverses conjonctures plus que par volonté politique. Le ministère reste doté d'un faible budget, et la musique ne constitue pas la priorité de Malraux. Nous avons donc mis en lumière les diverses luttes qui ont abouti sur la création du ministère. La politique culturelle s'est développée contre l'État, elle devient un secteur d'activité publique parmi d'autres. Vincent Dubois parle d'un grand retournement pour illustrer le changement de position de l'État vis à vis de la culture. La culture devient un instrument d'État. Ce dernier cherche à la démocratiser, à l'ouvrir au plus grand nombre. Nombre d'études viennent relativiser le succès de cette politique. A défaut de parvenir à démocratiser la culture, l'état va démocratiser le concept de culture en jouant sur le flou présent dans cette notion. On ouvre alors la définition de la culture à des pratiques qui n'étaient pas considérées comme telles. Vincent Dubois illustre ce renversement par les actions de légitimation du graffiti. Des œuvres de street-art sont exposées au musée (lieu de légitimation) afin de reconnaître ces formes d'expression. L'entreprise de légitimation de certaines pratiques n'est pas innocente, elle répond à des volontés politiques (dans le cas du graffiti, l'objectif sous-entendu est de nouer un lien de dialogue avec les banlieues). On passe de la culture contre l'État à la culture pour l'État. Les luttes autour de l'autonomie des arts sont structurantes des politiques culturelles.

Un retour sur la genèse des politiques culturelle s'impose pour comprendre pleinement les actions de l'État dans ce secteur. Il est passé d'ennemi à protecteur de l'autonomie des artistes.

L'État instrumentalise la culture, la démocratie de la culture va de pair avec un choix politique d'ouverture à d'autres échelles. Il n'est alors pas étonnant de voir le ministre, Franck Riester, défenseur de l'autonomie du champ musical, mettre en garde face aux risques du streaming. Jean-Samuel Beuscart, Samuel Coavoux et Sisley Maillard<sup>2</sup> ont réalisé une enquête d'analyse permettant d'objectiver les conséquences des plateformes de streaming sur la diversité des écoutes. Ils ont enquêté sur 4000 utilisateurs d'une plateforme musicale, pendant une période de cinq mois. L'idée est que la plateforme musicale se situe entre la radio et la collection de disque. L'utilisateur se constitue une collection de disque numérique dans le sens où les albums peuvent être sauvegardés. La radio dans le sens où les plateformes vont guider, suggérer des écoutes. L'algorithme propose des artistes, des titres en fonction des écoutes précédentes. Les abonnés vont avoir tendance à consommer en grande quantité, mais principalement vers les artistes les plus populaires. Les artistes les plus écoutés sont alors la cible des recommandations pour les

---

2 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, 2019, n°213, pp. 17-47

auditeurs opérée par les algorithmes. Ce texte rejoint l'idée que le numérique accentue l'hétéronomie dans le champ musical. Les plateformes sont gérées par des entreprises, l'hétéronomie du champ musical semble inéluctable lorsque l'on sait la prépondérance qu'ont les plateformes dans la distribution de la musique. Les plateformes de streaming lisseraient les écoutes et donc les morceaux. Mais qu'en est-il de la formidable opportunité de diffusion offerte par le numérique aux artistes évoquée par Franck Riester ?

Selon une enquête réalisée auprès des artistes de l'ADAMI<sup>3</sup> la possibilité de «se lancer en indépendant » allant de pair avec le numérique a poussé les artistes à devenir « entrepreneurs de leur réussite ». Il est désormais plus ou moins possible pour un artiste de s'auto-produire en faisant l'acquisition d'une home studio, et de diffuser sa musique sur internet. Les chaînes de production peuvent se retrouver réduites, puisqu'il est « possible » pour un artiste de gérer ses créations lui-même. Le pourcentage des concerts dans les revenus des artistes est allé croissant depuis l'avènement du numérique, les ventes physiques ayant baissé. Même si le numérique a constitué une très légère augmentation des revenus des musiciens, la moyenne de ces derniers gagne moins d'argent que la moyenne des français. L'augmentation du nombre d'artistes auto-produits n'a pourtant pas modifié profondément l'industrie du disque puisque les 3 majors concentrent près de 3/4 du chiffre d'affaire, car elles ont développé des nouvelles pratiques. De plus, Franck Riester mentionne le piratage comme un danger pour les artistes. Cependant les travaux de Maya Bacache-Beauvallet, Marc Bourreau et François Moreau montrent que pour une petite partie des artistes auto-produits (des artistes indépendants, donc) le piratage et la diffusion par réseau « pair-to-pair » peut constituer une opportunité. En effet ils y verraient un moyen de se faire connaître, dans une logique d'échantillonnage. Ainsi selon les auteurs, les ventes de musique enregistrée ont chuté, ce qui a entraîné des politiques publiques défensives principalement axées sur la lutte contre le piratage. Elles ont donc négligé les autres domaines de la chaîne de production comme la promotion ou même la diffusion. Ces politiques publiques n'ont pas pris en compte l'hétérogénéité des artistes et leurs différents rapports au numérique. Il n'y a eu que peu de politiques d'accompagnement.

Le numérique ne semble pas apporter pleine satisfaction quant à l'autonomie dont il serait prétendument vecteur. Au contraire le numérique accentuerait l'hétéronomie du champ musical, attention cependant à ne pas omettre de prendre en compte d'autres éléments, le numérique ne

---

<sup>3</sup> Bacache-Beauvallet Maya, Bourreau Marc, Moreau François, Portrait des musiciens à l'heure du numérique, Paris, 2011

serait pas le seul facteur de l'hétéronomie du secteur musical. Le contrôle sur la création musicale existait avant le numérique. C'est ce que développe Myrtille Picaud<sup>4</sup>. La programmation des salles de concerts est un sous-champ du champ musical. Des grandes majors peuvent contracter des partenariats avec des salles, ainsi elles vont envoyer tel artiste se produire à tel endroit, les programmeurs se retrouvent donc sans la moindre marge de manœuvre, écrasés sous le poids du facteur économique. A Paris on assiste à une forte concentration économique et une intégration verticale dans le sous champ des programmations musicales. De cette économie forte découle une homogénéisation des genres et artistes, car le besoin d'être rentable lisse les programmations. Tout cela conduit donc à une forte hétéronomie du champ des programmations à Paris. La pression du champ économique finit donc par faire de ce sous champ un espace structurellement hétéronome. Cette lecture permet de rendre compte de la perte d'autonomie du champ musical sous le pression économique.

Cela dit, l'exemple de Berlin atteste d'une forme de rébellion face à cela, où de nouvelles formes d'autonomie se créent en réponse à cette hétéronomisation. Pour ces acteurs, l'autonomie de l'art est un principe supérieur dont la préservation nécessite des sacrifices, souvent d'ordre financier (bénévolat). La défense de la pureté d'un art indépendant, immaculé d'influences extérieures, est la priorité pour en conserver la valeur. C'est ainsi qu'émergent des contre-cultures où détenir des caractéristiques non valorisées dans la société peut justement être avantageux et bien vu dans ces microcosmes artistiques. Ainsi, la musique dite underground se positionne contre ce qu'on qualifie communément « la musique commerciale » mais cette marginalisation est volontaire et utile, et leur sert en quelque sorte d'essence. On assiste à un retournement du stigmaté<sup>5</sup>, ils se positionnent en faveur de l'autonomie de l'art contre les formes d'hétéronomisation qu'ils constatent et cela constitue leur « force ». Les travaux d'Howard Becker<sup>6</sup> nous renseignent sur la déviance des musiciens de jazz pour analyser ces mouvements d'artistes opposés à l'hétéronomisation du champ musical. Ils se retrouvent en marge comme l'indique Becker (en parlant des musiciens de jazz) : « leurs activités sont formellement légales, mais leur culture et leur mode de vie sont suffisamment bizarres et non-conventionnelles pour qu'ils soient qualifiés de marginaux par les membres plus conformistes de la communauté ».

Si le numérique rend le champ musical plus hétéronome, il participe à l'avènement d'une contre culture, un autre espace social investi par d'autres acteurs.

---

4 PICAUD Myrtille (2019), « Les transformations de la programmation musicale », biens symboliques

5 Goffman Erving, Stigmaté, 1963

6 Becker Howard, Outsiders, 1963

Ainsi, malgré la part conséquente que représente le streaming en tant que support d'écoute, la musique physique voit ses ventes augmenter, notamment par la résilience du vinyle ou encore de la presse papier spécialisée<sup>7</sup>. Ces phénomènes sont surtout le fruit d'acteurs passionnés.

C'est ce que j'ai pu vérifier au cours de mes entretiens. J'ai pu obtenir un entretien avec un disquaire indépendant ayant ouvert récemment à Lille ainsi que des disquaires en grande surface. J'ai alors pu comparer leurs rapports avec les distributeurs, leur vision des changements opérés par le numérique, ainsi que leurs ressentis vis à vis des politiques publiques menées par l'État à leurs égards. Cette double vision m'a donc permis d'éclairer ces questionnements. J'ai également eu un rendez-vous avec un journaliste dans un magazine mensuel culturel indépendant. J'ai, néanmoins, rencontré quelques difficultés pour obtenir certains rendez vous (artistes, gérant de label, membres du SNEP) en raison de leurs emplois du temps serrés.

Le croisement de ces données m'a amené à penser mon enquête de la façon suivante. L'art (et donc la musique) a souvent été perçu comme un bien symbolique suivant un marché autonome propre à lui-même. Cette autonomie a donné lieu à de nombreuses controverses sur lesquelles s'est institutionnalisée la politique culturelle en France. Le numérique est lui considéré comme une innovation offrant à ses utilisateurs une liberté, un monde sans frontière, une indépendance à toute épreuve. Ainsi l'avènement du numérique devrait entériner l'autonomie du champ musical. Cela dit on se rend compte, lorsque l'on s'intéresse, notamment, aux plateformes de streaming, que les algorithmes dirigent les utilisateurs vers des artistes populaires, ce qui contribue à une homogénéisation des genres au lieu d'une ouverture.

Nous nous demanderons alors dans quelles mesures le numérique réactualise les luttes autour de l'autonomie du champ musical, plus qu'il ne le rend autonome. Dans un premier temps, nous étudierons les formes hétéronomes du champ musical, accentuées par le numérique, puis dans une deuxième partie nous nous attarderons sur les réactions des acteurs de la filière face à l'hétéronomisation du champ musical.

---

<sup>7</sup>Alban Jamin, Joan Le Goff, La musique change de disque, Paris, l'Harmattan, 2022

## **Partie 1 : L'autonomie du champ musical : se battre pour une chimère.**

### Chapitre 1 : Un bien symbolique pris dans des rouages mercantiles

#### I/ La musique enregistrée : innovations et conjonctures

La diffusion de la musique enregistrée a été permise par l'innovation technologique. Le phonographe a été mis au point par Thomas Edison en 1877, résultat d'un siècle de recherches sur l'enregistrement sonore. En 1887, Émile Berliner élabore le gramophone, appareil pour lequel on grave le son sur un disque au lieu d'un cylindre, il utilisera le principe de galvanoplastie qui permettra la reproduction industrielle d'un disque. On désigna souvent, à la suite de son invention, le gramophone « phonographe ». Le phonographe n'était, à la base, pas forcément conçu pour l'écoute de musique. Le phonographe était pensé comme une machine à reproduction de la parole, une aide pour les personnes bègues ou encore un outil pour les tâches administratives (comme un dictaphone). En France, les premiers usages du phonographe ont pour but l'enregistrement de discours, la restitution de paroles de grands hommes<sup>8</sup>. Or, pour les investisseurs du phonographe, les usages faits de leur outil ne sont pas les plus rentables, c'est ainsi qu'ils se penchent vers la musique. On commence alors à passer de la musique enregistrée dans les fêtes foraines ou dans les cafés-concerts. En 1893, le public du moulin rouge peut écouter des disques sur les phonographes Edison. Le phonographe est devenu un objet de loisir, qui a été, depuis son invention, suivi par des entreprises désireuses d'investir ce projet. En France, au début du XX<sup>ème</sup> siècle l'entreprise « Pathé » domine le secteur, elle produit entre 3 et 5 millions de cylindres par an<sup>9</sup>.

A l'aube de la première guerre mondiale, l'industrie du disque est implantée, autour d'un format (le 78 tours), d'un répertoire, d'entreprises... La musique enregistrée s'ancre alors comme une nouvelle manière durable d'écouter de la musique. Une nouvelle technique d'enregistrement voit le jour au sortir de la première guerre mondiale. « Désormais, le son enregistré n'est plus gravé directement par le capteur sur lequel la voix agit mécaniquement, mais passe par un microphone qui transforme les ondes sonores en impulsions électriques, transmises ensuite à la pointe qui grave le disque »<sup>10</sup>, ce qui a pour conséquence l'essor de l'enregistrement studio. Au

8 « 1891 : La voix d'Ernest Renan enregistrée par Gustave Eiffel », Gallica [En ligne], gallica.bnf.fr/anthologie/notices/01253.htm (consulté le 30 août 2007). Ce document est le plus ancien enregistrement conservé par le département de l'audiovisuel de la Bibliothèque nationale de France.

9 Henri Chamoux, « La production des cylindres chez Pathé », Bulletin de l'AFAS, n° 14 (automne 1999), 15 (hiver 1999), 16 (printemps-été 2000), 17 (automne 2000)

10 Ludovic Tournès. Du phonographe au MP3 : Une histoire de la musique enregistrée XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècles. Autrement. Autrement, pp.162, 2008, Mémoires/culture. ffhalshs-00651573

lendemain de la seconde guerre mondiale, l'industrie du disque ( survivante de la crise de 1929, et aussi renforcée par les évolutions techniques engendrées par les deux guerres) entre dans une période de faste. Cette prospérité sera permise notamment par l'avènement d'un nouveau format, le micro-sillon. Cette innovation améliore la qualité de l'enregistrement ainsi que sa durée. Le disque devient alors un produit de consommation de masse.

En 1975 l'industrie du disque représente 1,5 milliards de disques, elle est surplombée par des grands groupes ; l'anglais EMI, les Américains CBS (Columbia broadcasting system), RCA-Victor et Warner Bros, ainsi que le néerlandais Philips. Ces grandes compagnies réalisent à elles seules la part la plus importante des ventes.

Cela dit l'avènement et la commercialisation de la musique enregistrée ne peuvent être appréhendés sous le simple prisme des innovations et des investisseurs qui les accompagnent. Il convient de prendre en compte les facteurs socio-économiques et culturels pour saisir l'histoire de la musique enregistrée. En effet, si les innovations techniques ont pu être suivies c'est que le contexte s'y prêtait.

Avant 1880, les produits culturels, comme les partitions musicales ou les concerts ne sont pas ancrés dans une logique de production industrielle. Au fur et à mesure, le mode de production capitaliste pénètre les biens culturels. Cela se caractérise notamment par la naissance de la presse à tirage massif<sup>10</sup>. Pour ce qui est de la musique enregistrée cela aura lieu quelques années plus tard, en prenant appui sur les énergies de la deuxième révolution industrielle ; l'électricité et le pétrole (utilisé pour la fabrication du vinyle). Ainsi les mutations du secteur économique mondial ont accompagné l'innovation de la musique enregistrée mais aussi sa diffusion.

Comprendre les changements du monde social est nécessaire pour appréhender le succès de la musique enregistrée. L'urbanisation croissante (en 1900, Londres compte 6,5 millions d'habitants, New York 3,4 et Paris 2,7) la dé-paysannerie (on compte plus d'urbains que de ruraux dans les pays industrialisés entre 1880 et 1940) ainsi que l'avènement des classes moyennes et la montée des classes ouvrières sont les principales caractéristiques de ces changements sociaux. Cette reconfiguration sociale prépare le terrain à de nouvelles pratiques culturelles « fondées sur la médiatisation des sons et des images, en particulier le cinéma et la musique enregistrée » [ Ludovic Tournès. 2008].

Écouter un son enregistré constitue à l'époque une révolution de taille, mais cette nouveauté sera rapidement intégrée aux modes de vie de populations en pleine ascension sociale, « désireuse de se créer leur propre identité » [Tournès. 2008]. Le phonographe est diffusé dans les classes

moyennes dès 1920, en Europe il faut attendre la fin de la seconde guerre mondiale pour que cet outil sorte des milieux bourgeois. La croissance géographique des villes accélère également la diffusion des « machines parlantes » dans les foyers, en effet, nombre de citadins qui se retrouvent en périphérie, éloignés des salles de spectacle des centres-villes, considèrent l'écoute privative plus facile.

De plus, le rapport au temps évolue. Un rapport au temps rationalisé, linéaire, quantifié et mathématique s'affirme. On abandonne le rythme saisonnier pour le rythme horloger. L'avènement du taylorisme est la représentation même de ce changement de rapport au temps. Le temps de travail est alors compté, délimité scientifiquement, et de fait, le temps de loisir le devient également. Le changement du rapport au temps, et la délimitation d'un temps de loisir constitue un terrain fertile au développement des appareils diffusant la musique enregistrée. Ces changements économiques, sociaux, et culturels doivent être pris en compte dans la compréhension de la diffusion de masse de la musique enregistrée.

## II/ Un bien symbolique vers des formes d'hétéronomie

Un bien symbolique est un « bien pas comme les autres », souvent considéré comme inestimable, comme la santé ou encore l'art.

Il y a des marchés spécifiques à ces biens dans leur fonctionnement. Les biens symboliques bénéficient d'une valorisation symbolique, ils peuvent incarner des valeurs éthiques, humaines ou de création. Le choix du consommateur va alors relever de la connaissance de ce bien, cette connaissance passe par les instances de circulation et de valorisation de l'objet. Ici, ce n'est donc pas la valeur économique de l'objet qui détermine sa valeur, les marchés sur lesquels circulent les biens symboliques, ou « singuliers » selon les auteurs, n'ont pas la même rationalité économique que les autres, c'est à dire que la détermination de la valeur se fait sur d'autres critères que, par exemple la rareté ou encore la concurrence entre différentes productions. Pour les biens artistiques, la valeur serait déterminée à la suite de mécanismes engageant différents acteurs, comme l'institution scolaire, les pouvoirs publics, et également les instances critiques, comme la presse<sup>11</sup>.

Lucien Karpik<sup>12</sup> pense la question de la valeur des biens symboliques sous le prisme de qualité. Les biens symboliques seraient choisis plus pour leurs qualités estimées que pour un prix avantageux. Ainsi, le consommateur suivrait « des dispositifs de jugements » comme les articles

---

11 Bourdieu Pierre. (1977), « La production de la croyance : contribution à une économie des biens symboliques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 13, p. 3-43

12 KARPIK Lucien. (2007), *L'Économie des singularités*, Paris, Gallimard.

de presse, les récompenses artistiques, le classement des ventes, les recommandations d'individus jugés compétents etc... La rencontre entre l'offre et la demande se fait alors grâce à la médiation de jugements qui réduisent l'incertitude du consommateur quant à la qualité des biens symboliques.

Cela dit, dans un domaine comme l'art, et donc la musique, les points de vues sur la qualité d'un morceau peuvent être variés, on observe alors des luttes pour la définition de la qualité. Ces luttes peuvent engager différents acteurs, les artistes eux-mêmes ou encore les pouvoirs publics, ces acteurs n'exercent pas le même impact sur les mêmes publics.

Dans ce travail de recherche sur le secteur musical, nous nous inscrirons dans les travaux de Pierre Bourdieu<sup>13</sup>, lorsqu'il démontrait le recul de l'autonomie des champs artistiques face à la marchandisation de ces biens par de grandes entreprises contrôlant les marchés au dépend des artistes créateurs. On assisterait alors à une perte d'autonomie des biens symboliques, leur marchés se muant progressivement en marchés standards. Le champ musical, concerné par ces mutations en tant que sous champ artistique, pourrait alors être concerné par ces régressions vers des formes d'hétéronomie.

Pierre Bourdieu, dans son travail sur les éditeurs<sup>14</sup> évoquait un phénomène de concentration dans le domaine de l'édition, nous observons le même processus dans le secteur musical, avec la position hégémonique des majors sur le marché du disque.

La place croissante de la télévision sur les champs de production culturelle a également, dans une logique de recherche d'audience (rémunération publicitaire), contribué à faire de la musique un bien « dé-singularisé ». La quantité remplaçant la qualité, dans des impératifs de rentabilité, le secteur musical s'est retrouvé plus homogène, moins divers, et surtout moins autonome.

Le champ musical ne saurait alors être perçu comme un bien purement symbolique caractérisé par son autonomie.

### III/ Un objectif de rentabilité incompatible avec l'autonomie

Nous l'avons évoqué précédemment, la musique est depuis le début du siècle passé, un bien industrialisé, commercialisé par de grands groupes se partageant le marché. S'il y a eu des reconfigurations au fil du siècle, la répartition est restée la même. L'objectif de rentabilité est

---

13 BOURDIEU PIERRE. (1992), Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire, Paris, Le Seuil.

14 BOURDIEU PIERRE. (1999), « Une révolution conservatrice dans l'édition », Actes de la recherche en sciences sociales, nos 126-127, p. 3-28.

inhérent à la commercialisation de la musique. L'industrie du disque serait alors guidée par des intérêts économiques plus qu'artistiques, ce qui influence de fait la production musicale.

L'impératif de rentabilité conduit les maisons de disques à adopter certains comportements. Signer un artiste peut comprendre des risques financiers, si le projet de ce dernier ne fonctionne pas. Ce fonctionnement conduit des majors à faire pression sur certains artistes pour sortir des morceaux plus susceptibles d'être rentables. Cela modifie donc la pratique même de la musique, Lady Gaga s'est exprimée sur les pressions qu'elle a reçues de la part de sa maison de disques pour rendre sa musique plus diffusable (et donc plus rentable) «Les voix étaient quelque chose qu'ils voulaient absolument contrôler. Ma présence vocale était donc très faible pendant longtemps». Elle ajoute: «Il y a une partie de moi qui est restée muette pendant longtemps et qui se fait entendre à nouveau : après des années de producteurs, de personnes des labels qui me disaient de faire en sorte que ma voix soit plus agréable à entendre à la radio»<sup>15</sup>. Ainsi les objectifs de rentabilité prennent le pas sur les intentions artistiques des auteurs, conduisant ainsi à une homogénéisation et une absence d'autonomie dans la création artistique.

Cela s'incarne à travers différents niveaux de l'industrie musicale, y compris dans des sous-champs comme les salles de concert. La pénétration des intérêts financiers dans ce sous-champ a pour conséquence la perte d'autonomie pour les programmeurs. Des majors, des entreprises voire des multinationales exploitent des salles de concert. Cela passe notamment par la pratique du « namming » consistant à donner son nom à une salle de concert, l'exemple le plus éloquent serait la conversion du palais omnisport de Paris bercy en « Accordhotels arena ». Certaines entreprises ont investi dans le sous-champ des salles de concerts, c'est le cas, en outre de Lagardère, qui dispose d'une filiale (Lagardère Unlimited Live Entertainment) s'occupant d'organiser des événements live.

Cette société a investi dans des salles de concert parisiennes, elle détient les Folies bergères, le Casino de Paris, 20 % du Zénith et 70 % du Bataclan. Les 30 % restants du Bataclan sont partagés par de plus petits opérateurs (Astérios et Alias), qui gèrent aussi plusieurs salles de spectacle (Bouffes du Nord, Flèche d'or, Trois Baudets, etc.), alors que l'Olympia est détenue par Vivendi<sup>16</sup>.

Nous avons donc ici affaire à des entreprises extérieures au champ musical qui s'emparent de ces institutions, bien entendu ces interventions ne sont pas motivées par un engagement

---

15 <https://www.lefigaro.fr/musique/2014/09/10/03006-20140910ARTFIG00278-lady-gaga-accuse-son-label-d-avoir-robotise-sa-voix.php#:~:text=Elle%20d%C3%A9clare%20au%20sujet%20de,voix%20d'un%20robot%C2%BB>.

16 PICAUD Myrtille (2019). «Les transformations de la programmation musicale. Analyser ensemble autonomie professionnelle et autonomie d'un sous-champ ». Biens symboliques, Autonomies des arts et de la culture. n°4

artistique quelconque. Cela influence la programmation du point de vue des marges de manœuvre pour les programmeurs. Quand des partenariats se font entre des sociétés de gestion d'évènements live et des majors, un artiste issu de tel ou tel label peut être davantage amené à se produire dans telle ou telle salle, sans que les programmeurs employés par ladite salle aient leur mot à dire. De la sorte, ils voient leur pouvoir décisionnel et l'autonomie de leur action réduite par ces « figures imposées » et par l'organisation verticale du champ des salles de concerts à Paris [Picaud. 2019].

Ainsi, il est aisé de constater que l'accaparement des salles de concert parisiennes par des entreprises privées en provenance du champ économique conduit à la réduction de l'autonomie des programmeurs. Les objectifs de rentabilité prennent alors le pas sur le reste et conduisent à homogénéiser les pratiques et les styles musicaux. Ces faits renforcent l'idée selon laquelle les acteurs issus du champ économique font perdre au champ musical son autonomie.

Les motivations pécuniaires inhérentes à l'industrie du disque rendent le champ musical parfaitement hétéronome. La pénétration du secteur musical par le champ économique contribue à la désingularisation de ce bien, en en faisant un bien standard générateur de profit.

## Chapitre 2 : L'État défenseur de l'indépendance et des diversités : Une instrumentalisation de la musique par les pouvoirs publics

### I/ Le grand retournement de l'État sur les questions culturelles

Nous l'avons vu dans l'introduction, l'intervention politique dans le secteur des arts ne résulte pas, à la base, d'une volonté étatique mais est plutôt le fruit de conjonctures spécifiques. La Vème république donne corps à l'action culturelle à travers l'instauration d'un ministère de la culture. Aux premiers jours de ce dernier, la musique est peu consacrée par le ministère des affaires culturelles<sup>17</sup>, ça n'est que plus tard que la musique s'impose comme un sous-champ culturel majeur car considéré comme le plus rassembleur, le plus universel. Entre 1969 et 1989, on passe de 10 à 31 conservatoires régionaux, de 9 à 96 écoles nationales, et de 10 à 145 écoles agréées. Le projet servant de fer de lance à la politique culturelle en France est la démocratisation culturelle. L'objectif est de rendre accessible la culture à tous, sans condition d'origine géographique ou sociale. C'est cette ambition qui a guidé nombre de projets entrepris

---

17 Jean-Michel Bardez, Damien Mahiet, Bruno Moysan, Jean-Marie Donegani. L'Institution musicale. Actes, journée d'études, Association française de sciences politiques, Jun 2008, Paris, Sciences Po, France. Editions Delatour France, pp.154, 2011. (hal-03415541)

par le ministère depuis sa création, la fête de la musique donne un bon exemple d'initiative allant dans ce sens, organiser des concerts gratuits, dans toute la France, pour « célébrer toutes les musiques ». Cette phrase donne à voir un autre aspect, majeur, de la démocratisation culturelle : la reconnaissance des différentes pratiques et genres musicaux. Ainsi la démocratisation culturelle s'opère sur le plan socio-géographique mais également sur le plan de la culture elle-même, on souhaite élargir le public, et aussi (par conséquent) élargir le champ culturel même. C'est dans ce cadre d'action que l'État revendique un rôle de défense des artistes indépendants et de la diversité culturelle. Pour symboliser cette position institutionnelle, dans une interview pour France Culture, Jack Lang, ancien ministre de la culture et artisan de la fête de la musique, présentait l'État comme garant des diversités dans le monde musical, mais affirmait également que les pouvoirs publics devaient agir pour « aider les jeunes émergent, mis de côté par les majors »<sup>18</sup>.

Ces propos illustrent le grand retournement<sup>19</sup> opéré dans le rapport aux arts de l'État, la politique culturelle s'est construite sur les enjeux d'autonomie du champ artistique, qui était considérée comme incompatible avec l'intervention politique.

## II/ Promouvoir la diversité et l'indépendance

L'intervention publique dans le champ musical n'est pas neutre politiquement [Dubois.1999], en effet les pouvoirs publics peuvent se servir d'un évènement pour ancrer dans le concret une volonté politique. Cela s'est vu avec la fête de la musique, derrière l'organisation de l'évènement se trouvait une volonté politique d'union, de vivre ensemble.

Pour répondre aux objectifs de démocratie culturelle et assumer son rôle de garant de l'autonomie du secteur musical, l'État dispose de plusieurs moyens d'action. L'idée est d'apporter une légitimité à diverses formes d'expressions musicales. Pour cela il peut proposer des dispositifs de financement, ce qui revient à légitimer des pratiques. En effet, en finançant un organisme on lui permet d'exister.

C'est ainsi que, dans une volonté d'aide aux acteurs indépendants, le centre national de la musique a lancé un projet d'aide financière pour les disquaires indépendants. Étienne<sup>20</sup>, disquaire indépendant ayant ouvert il y a peu à Lille m'en parlait.

---

18 <https://www.youtube.com/watch?v=EoUpfvXiUZg>

19 Dubois Vincent. La politique culturelle. Paris, Belin, 1999

20 Les noms ont été modifiés pour l'enquête

*« c'est un facteur encourageant pour se lancer, c'est sûr que le fait de bénéficier de cette aide permet de te libérer de certains frais, donc au moment de la décision d'ouvrir la boutique, on peut dire que ça a pesé »*

Les aides proposées par l'État permettent à des structures d'exister.

La légitimation ne passe pas uniquement par le financement. Faire venir certaines pratiques dans certains lieux permet de reconnaître la légitimité de ces dernières. Les lieux peuvent être vus comme des symboles de prestige. Par exemple, organiser des concerts de rap à la philharmonie de Paris n'est pas neutre, faire entrer le rap dans une institution à l'important crédit artistique revient à le reconnaître comme une pratique légitime. L'État ainsi «instrumentalise la musique». Reconnaître la diversité de l'art c'est aussi reconnaître la diversité culturelle (au sens large), donner une place dans l'espace public au rap c'est également en donner une aux auditeurs de rap. La légitimation du rap au travers de ces concerts fait converger des définitions pour la culture légitime habituellement opposent les œuvres légitimes et lesdites « sous-cultures ».

Ces pratiques sont certes symboliques mais elles suivent une volonté politique.

Cela dit, on assiste à des politiques de labellisation comme c'est le cas avec les salles de musiques actuelles. Le terme de musiques actuelles, ou musiques amplifiées, n'est d'ailleurs utilisé principalement que par les institutions. Un terme générique qui selon Marc Touché<sup>21</sup> « ne désigne pas un genre musical en particulier, mais se conjugue au pluriel pour signifier un ensemble de musiques et de pratiques sociales qui utilisent l'électricité et l'amplification sonore comme éléments majeurs, entre autres, des créations musicales et des modes de vie (transport, stockage, conditions de pratiques, modalités d'apprentissage)».

Ces salles de concerts reçoivent des subventions lorsqu'elles sont labellisées «SMAC», ainsi, d'une certaine manière l'État pousse ces salles à remplir certains critères (requis pour obtenir le label) pour exister. De plus, c'est l'État qui, indirectement, nomme les directeurs des SMAC<sup>22</sup>, la question de l'autonomie du secteur musical garantie par l'action de l'État se pose alors.

### III/ Des acteurs dépendants des pouvoirs publics

---

21 Irma : centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles, « Marc Touché-Irma : centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles »

22 Communiqué de presse relatif à la nomination de Franck Michaut à la direction de La Clef  
<https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Nomination-de-Franck-Michaut-a-la-direction-de-la-Scene-de-musiques-actuelles-SMAC-de-Saint-Germain-en-Laye-La-CLEF-78>

Évoquées précédemment, les subventions légitiment des acteurs, des structures, ou encore des pratiques. Légitimer c'est faire exister, c'est permettre l'existence. Or, l'exemple du disquaire interrogé ci-dessus est révélateur. Certes l'aide n'était pas la condition sine qua non pour l'ouverture de son magasin, mais elle a constitué un plus non négligeable. Il n'est, dès lors, pas incongru de penser le cas d'une dépendance aux interventions de l'État, ce qui ne favorise évidemment pas l'autonomie du champ musical.

En effet, suite au grand retournement, le champ artistique, jusqu'alors mobilisé contre les interventions de l'État, s'est retrouvé demandeur d'aides pour assurer sa pérennité. C'est ainsi que dans le sous-champ du spectacle vivant, et particulièrement des festivals, les restrictions budgétaires des pouvoirs publics se font sentir, conduisant parfois à la suppression d'événements. Ce sont donc principalement les événements non labellisés par l'État qui en font la facture. Les collectivités prennent souvent en charge la majorité des subventions. L'organisation de festivals constitue un enjeu de marketing territorial conséquent et apporte retombées économiques et « rayonnement culturel ». En 2017 la part des collectivités est estimée à 75 % du financement public du secteur, contre 25 % pour le ministère de la culture<sup>23</sup>. L'État se désengage progressivement et les collectivités disposent de budgets moins importants. Le secteur du spectacle vivant se retrouve ainsi dépendant des subventions publiques. L'intervention pour la protection de l'indépendance, de l'autonomie des arts, au travers de subventions peut alors avoir un effet « contre-productif » sur certaines structures. Il ne s'agit pas là de remettre en cause toute la politique culturelle menée, mais simplement de mettre au jour un certain paradoxe dans l'intervention des pouvoirs publics pour la défense du secteur musical. Subventionner c'est faire exister, l'inverse fonctionne aussi, certaines organisations se retrouvent d'une certaine manière dépendante des pouvoirs publics, ce qui, par essence, nuit à leur autonomie.

### Chapitre 3 : Les effets du numérique sur l'autonomie du champ musical.

---

23 DE SAINT-DO Valérie, « Les déchirements du spectacle vivant. Théâtre, danse, cirque, musique, arts de la rue... : se réinventer ou disparaître », *Revue du Crieur*, 2017/2 (N° 7), p. 118-133. DOI : 10.3917/crieu.007.0118. URL : <https://www.cairn.info/revue-du-crieur-2017-2-page-118.htm>

## I/ Une révolution dans l'industrie ?

L'avènement du numérique est souvent présenté comme un événement révolutionnaire dans nos comportements sociaux. Il aurait sonné l'acte de naissance d'un monde nouveau, ouvert, infini, sans limites ni frontières, les connexions dépassant les frontières, sociales et territoriales. L'idée de ce chapitre est de nuancer cette prénotion, qui entrave la bonne compréhension des questions autour de l'autonomie du champ musical.

Jusqu'alors la musique enregistrée comptabilisait l'écrasante majorité des parts de vente. Les majors étaient omniprésentes et disposaient d'un quasi-monopole sur le marché. Le numérique a en premier lieu constitué une menace pour cette industrie. Le développement des réseaux pair à pair, c'est à dire le partage de fichiers musicaux d'individus à individus, entraîne la diffusion par téléchargement à grande échelle (gratuite). Les ayants droits se sont alors manifestés, c'est ainsi que le groupe Metallica a attaqué en justice la plateforme de partage pair à pair Napster en 2000. La priorité pour les majors était alors la lutte contre le piratage et le viol des droits d'auteurs. La justice donna raison à Metallica, mais l'impulsion donnée par napster à l'écoute sur internet ne s'atténa pas pour autant. Il paraît effectivement compliqué de vendre un produit qu'on peut obtenir gratuitement. Le téléchargement aurait entraîné une baisse de 13 % des ventes de CDs entre 1998 et 2003.

Il a été démontré que le piratage n'avait pas les mêmes répercussions sur tous les artistes<sup>24</sup>. En effet, l'écoute illégale impacte directement les majors et les artistes qui tirent la majorité de leur revenus de la vente de disque. Cela dit, les artistes constituent une catégorie très hétérogène. Pour certains artistes (ceux qui ne vivent pas de la vente de disque) le piratage peut être assez bien perçu. Ils le voient comme une opportunité de se faire connaître. Le partage illégal sur internet leur permet d'augmenter leur notoriété, et donc leurs futures éventuelles ventes. On parle de modèle de l'échantillon. Un produit gratuit permet de se faire un avis sur l'artiste en question, pour ensuite devenir un auditeur potentiel. 30 % des artistes se disaient content ou pas dérangé de savoir que leur musique circulait gratuitement sur internet (enquête réalisée auprès des artistes de l'ADAMI19).

Or, les politiques publiques de l'époque se sont alors focalisées (et limitées), toujours dans le but de défendre la création artistique, sur la lutte contre l'écoute illégale. Cette politique uniquement défensive a donc délaissé les artistes pourtant les moins rémunérés.

---

24 Bacache-Beauvallet Maya, Bourreau Marc, Moreau François, Portrait des musiciens à l'heure du numérique, Paris, 2011

La chute du nombre de disques vendus a eu pour conséquence la réorganisation des sources de revenus pour les artistes. La proportion des revenus issus de la musique live est allée croissante depuis l'apparition du numérique dans les revenus totaux des artistes (ce qui a d'ailleurs contribué à l'augmentation du prix des billets).

Les choses se sont normalisées avec l'avènement de plateformes de téléchargements légales, notamment avec iTunes, puis avec l'avènement des plateformes de streaming.

Si le numérique a d'abord semblé bouleverser l'industrie du disque, en réduisant l'influence des majors, on constate aujourd'hui que ces propos sont à nuancer. Les plateformes de streaming ont permis aux majors de « reprendre la main » en percevant des revenus sur les écoutes des artistes signés chez eux. Ainsi les majors se sont adaptés au numérique et le secteur s'est maintenu et connaît même une croissance, à tel point qu'Universal a fait son entrée en bourse en 2021. L'écoute de musique sur internet ne se fait pas exclusivement sur les plateformes de streaming. De nouvelles pratiques émergent sur des réseaux sociaux comme TikTok, plateforme proposant des vidéos courtes accompagnées d'une bande sonore. Cela n'est pas sans conséquence pour la création artistique, en effet, on assiste alors à une réduction du temps des morceaux pour rentrer dans le cadre proposé par la plateforme, c'est ainsi qu'on observe de plus en plus de morceaux courts, sans introduction, commençant directement par le refrain. Les morceaux déjà parus sont ressortis en version accélérée, c'est ce que l'on appelle le « speed-up ». Les maisons de disques, dans une recherche de rentabilité, auraient tendance à inciter leurs artistes à faire des morceaux compatibles avec ce nouveau format d'écoute. Ainsi, la chanteuse Hasley a déclaré, ironie du sort, sur Tiktok « J'ai une chanson que j'adore et que j'ai envie de sortir vite, mais ma maison de disques refuse... Selon eux, impossible, à moins qu'ils arrivent à monter un truc viral sur TikTok »<sup>25</sup>. Les pressions des maisons de disques au sujet de l'autonomie de la création artistique ne sont pas arrivées en même temps que le numérique, mais il est erroné de penser que ce dernier permet aux artistes de s'en émanciper.

De manière générale, il est erroné de considérer le numérique comme un événement révolutionnaire permettant au champ musical de s'autonomiser, les logiques mercantiles sont toujours en place.

## II/ La répartition sur les plateformes de streaming

Si l'on suit les inférences liées au numérique, les plateformes de streaming permettraient d'apporter une ouverture du champ musical, les artistes comme les auditeurs bénéficieraient d'une plus grande liberté. Pour les artistes cela se traduirait par la réduction des délais de sortie,

<sup>25</sup> [https://www.lepoint.fr/musique/sur-tiktok-la-guerre-fait-rage-entre-des-artistes-et-leurs-labels-09-06-2022-2478871\\_38.php](https://www.lepoint.fr/musique/sur-tiktok-la-guerre-fait-rage-entre-des-artistes-et-leurs-labels-09-06-2022-2478871_38.php) (consulté le 19/05/2023)

et la possibilité de sortir des morceaux selon leurs envies. Or nous l'avons vu, les maisons de disques continuent d'exercer une influence sur le plan artistique. De plus, les artistes bénéficient d'une faible rémunération sur le streaming, en effet on estime que pour obtenir 100 euros un artiste doit vendre environ 100 CDs, alors que pour obtenir la même somme il doit cumuler 250 000 écoutes sur une plateforme. Si le salaire des musiciens a légèrement augmenté depuis l'arrivée du numérique, c'est davantage le fait du déplacement de leurs sources de revenus vers les concerts.

Une enquête du centre national de la musique<sup>26</sup> a chiffré une réalité jusqu'alors supposée. Ainsi entre 1 et 3 milliards de streams, au moins, seraient faux, soit entre 1 et 3 % du total des écoutes. Les genres les plus touchés par ce phénomène sont les plus écoutés, et les artistes du top 10 000 ( pour les nouvelles sorties) seraient les plus concernés. Cette fraude sur les chiffres a pour conséquence une moins bonne répartition des résultats ce qui défavorise amplement les artistes de « la longue traîne » à savoir ceux qui vivent le moins de leur musique (souvent des artistes indépendants). Alors, si le streaming n'apporte pas une grande rémunération à la plupart des artistes, il ne permet pas non plus aux artistes indépendants de s'émanciper, et ne leur offre pas de perspective d'autonomisation durable.

Avec le numérique et les plateformes, un changement de paradigme s'est opéré, l'économie de la musique enregistrée est passée d'une logique de possession ( les formats physiques) à une économie d'accès.

Si les plateformes de streaming disposent de catalogues quasi-infinis (près de 100 000 titres sont ajoutés chaque jour à la plateforme spotify), se concentrer sur la répartition des écoutes entre les artistes permet de nuancer les promesses d'ouvertures et de libertés faites aux auditeurs. Il a été montré<sup>27</sup> que 10 % des artistes concentraient 90 % des écoutes et que les 0,1 % des artistes les plus écoutés l'étaient par au moins 25 % des auditeurs. Ainsi, les auditeurs ont accès à un catalogue étendu, ils écoutent 9 fois plus de titres que la diffusion des radios françaises sur une année, mais la répartition de ces nombreuses écoutes ne se fait pas de manière équilibrée selon les artistes. Là encore, l'objectif n'est pas d'omettre que la situation était semblable avant l'ère du numérique, mais plutôt de nuancer l'idée selon laquelle le numérique a transformé les comportements sociaux de la pratique d'écoute musicale. Cela s'explique par le fonctionnement algorithmique de ces plateformes. Spotify utilise un algorithme « hybride » se basant sur les caractéristiques musicales d'un morceau ainsi que sur son appréciation sur le net. Les

---

26 <https://cnm.fr/faux-streams-vrai-phenomene-le-cnm-avec-les-professionnels-pour-lutter-contre-la-fraude/> (consulté le 19/05/2023)

27 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, 2019, n°213, pp. 17-47

plateformes fonctionnent dans une logique d'attention, leur but étant de retenir l'auditeur le plus longtemps possible sur l'application. Alors, les algorithmes ont tendance à renvoyer vers les artistes les plus écoutés, car plus susceptibles de maintenir l'auditeur sur la plateformes. Les applications ont développé des programmes de guidage complet, qui permettent à l'utilisateur de ne pas penser à la musique qu'il souhaite écouter. Cela fonctionne comme une radio, on choisit une playlist à thème dont l'écoute se couple avec une autre activité. L'écoute guidée correspond à environ 1/4 des écoutes. Les morceaux suggérés par l'algorithme ne sont pour la plupart pas écoutés en entier. Tous les auditeurs ne se comportent pas de la même façon sur les plateformes, les utilisateurs dits amateurs, passionnés, utilisent l'algorithme pour naviguer d'auteurs en auteurs, pour approfondir leur collection numérique, tandis que les utilisateurs moins réguliers se concentrent davantage sur une écoute guidée en flux. Les algorithmes peuvent donc avoir tendance de par leur fonctionnement à pousser les auditeurs à écouter les « artistes stars », mais il ne faut pas considérer qu'ils font perdre toute forme d'autonomie dans le choix d'une écoute. En revanche les plateformes de streaming ne répondent pas aux promesses d'une liberté infinie proposée par leurs catalogues démesurés.

### III/ Se lancer sur internet : Les artistes auto-entrepreneurs de leur réussite

Le numérique a été présenté comme un moyen de facilitation du processus de création et de diffusion pour les artistes. Les acteurs qui interviennent dans ce processus sont moins nombreux, et il semble pour un artiste possible, en tout cas sur le papier, de s'enregistrer chez soi, de faire sa promotion et de gérer la diffusion de ses morceaux. Effectivement, le fait d'avoir un home studio réduit considérablement les coûts d'enregistrement, la possibilité de créer un site internet ou être actif sur les réseaux sociaux augmente la visibilité, et l'utilisation de nouveaux instruments numériques permet d'accéder plus facilement à la composition ainsi qu'à la masterisation et au mixage. Dans les années 2000, 63 % des artistes interrogés<sup>19</sup> déclaraient posséder un home studio, un musicien sur deux une page myspace, et deux sur trois une page internet. Selon l'enquête<sup>19</sup>, avoir un site web augmenterait les chances d'avoir des revenus plus élevés, les revenus allant croissant avec la notoriété. Tous ces facteurs simplifiant la production musicale ont favorisé l'auto-production. Cette pratique est antérieure au numérique, mais elle s'est décuplée avec son développement. Les artistes sont devenus alors les auto-entrepreneurs de leur réussite. Cela dit l'indépendance liée à l'auto-production semble être choisie faute de mieux. Les artistes indépendants n'ayant pas encore rencontré le succès se lancent en indépendant dans l'espoir de se faire repérer par un label. Il s'agit d'une forme d'auto-entreprenariat classique. Pour se lancer sur internet il faut « toucher à tout », les maisons de

disques attendent des artistes qu'ils soient déjà un minimum formés aux métiers du son. Déposer un morceau sur internet et se faire signer par un label semble être l'objectif. Cela s'est déjà produits à de maintes reprises, comme avec le groupe français « The Liminanas », mais au vu du nombre croissant « d'artistes candidats » et des attentes grandissantes des structures, il semble que le rêve numérique de l'auto-production ne soit pas accessible à tous. Les plateformes offertes par le numérique fonctionnent dans une logique d'appel d'offre. Les prétendants à la signature postent leurs créations sur internet dans l'espoir qu'un recruteur l'entende.

Certes des exemples de réussite existent ( Kungs, Jorja Smith, Liminanas...) mais ils représentent une infime proportion par rapport à l'ensemble des candidats. Le numérique favorise le développement des artistes auto-produits, seulement les conditions de vie de ceux qui ne sont pas repérés (la majorité) restent assez précaires.

En 2014, près de 50 % des artistes tirent moins de la moitié de leurs revenus de leur pratique musicale, et seul un petit tiers de la profession vit uniquement de l'activité musicale<sup>28</sup>. 24 % des musiciens ont une source de revenu complémentaire sans rapport avec la musique, 32 % d'entre eux exercent d'autres activités mais cette fois en rapport avec la musique, comme l'enseignement par exemple. Les artistes qui vivent de leurs musiques s'emploient souvent à développer des produits dérivés avec le merchandising...

La possibilité de s'auto-produire a tendance à atténuer les inégalités entre les revenus entre les artistes, cela-dit les plateformes contribuent à les accentuer. Les inégalités de revenus augmentent avec les effets de réseau produits par les plateformes<sup>23</sup>.

Les résultats de l'auto-production sont donc mitigés. Certes, l'abaissement des coûts de production permet à des artistes de se lancer mais ces derniers sont de plus en plus nombreux ce qui accroît la difficulté de se faire reconnaître. De plus il est très compliqué de vivre de sa musique en indépendant uniquement sur le net. Le streaming peut être considéré comme une manière d'améliorer ses revenus mais uniquement grâce aux externalités qu'il produit, la notoriété allant croissant, les ventes de produits dérivés et de concerts aussi. Le streaming en soit ne semble pas permettre aux artistes indépendants de vivre des écoutes de leur musique<sup>29</sup>.

Ainsi, le numérique offre la possibilité aux artistes de s'émanciper des pressions extérieures donc d'être plus autonomes, cela dit, dans l'immense majorité des cas, cette position d'artiste auto-entrepreneur n'est pas viable économiquement, et donc pas durable.

---

28 Bacache-Beauvallet Maya, Bourreau Marc, Moreau François, Les musiciens et la transformation numérique, Paris, Peter Lang, 2018

29 Bacache-Beauvallet, Maya. « Les revenus des musiciens et l'économie des plateformes », *Regards croisés sur l'économie*, vol. 30-31, no. 1-2, 2022, pp. 181-189.

Il convient alors de nuancer l'idée selon laquelle le numérique bouleverserait le monde et dans notre cas, le champ musical. Si l'industrie musicale a été frappée de plein fouet par l'avènement du numérique il est à noter que l'autonomie du secteur n'a pas été accrue.

Nous l'avons vu au cours de notre développement le champ musical est un secteur hétéronome car fortement imprégné de logiques mercantiles. Les interventions des pouvoirs publics constituent une forme d'instrumentalisation du champ culturel et l'autonomie du champ musical ne s'en retrouve pas augmentée. Le numérique, pourtant vecteur d'idéaux d'indépendance, d'ouverture, et de liberté ne semble pas répondre à ses promesses.

## **PARTIE 2 : Le champ musical à l'ère du numérique : Réactualisation des luttes pour l'autonomie.**

Nous l'avons démontré dans la partie précédente, le numérique ne constitue pas une aubaine pour l'autonomie du champ musical, au contraire. Les effets des formes d'autonomies qu'il permet sont atténués par d'autres aspects. Nous faisons l'hypothèse que le numérique équivaldrait davantage à une forme de mise à jour des luttes pour l'autonomie du champ musical qu'à un moyen d'émancipation pour ce dernier. Nous considérons ici le numérique comme un facteur accentuant l'hétéronomie du champ musical. L'ambition de cette partie sera de comprendre les réactions des acteurs engagés dans le secteur musical face à cette perte d'autonomie.

### Chapitre 1 : Des pratiques structurées par les caractéristiques sociales

#### I/ Le cas des salles de concerts parisiennes et berlinoises

Nous évoquons, dans la première partie du développement, les travaux de Myrtille Picaud sur les salles de concerts parisiennes et la main-mise du champ économique sur ces dernières. Dans le même texte, elle se penche sur le fonctionnement de la scène berlinoise.

Pour les deux villes, l'autrice met en avant les caractéristiques sociales, économiques, et historiques pour justifier la différence structurelle du champ des salles de concert. Le champ musical de Berlin dispose d'une renommée internationale pour ces salles de concerts dites « alternatives ». Il est intéressant de se pencher sur les conditions permettant l'avènement d'une scène fortement imprégnée des idéaux d'indépendance artistique. La chute du mur en 1989 a conduit à une forte symbolisation de l'espace urbain accompagné d'une volonté de reconquête des lieux abandonnés<sup>30</sup>. L'autrice interroge des programmeurs berlinois pour le compte de son enquête. Tous, sauf un, viennent de Berlin Ouest, de familles plutôt aisées ( professions libérales ou intellectuelle, chefs d'entreprises...) et sont moins soucieux d'investir une activité faiblement rémunératrice car ils disposent d'un soutien financier familial. Ce sont surtout des anciens allemands de l'ouest qui programment les salles de concert y compris les scènes alternatives de musique électronique, expérimentale etc...

L'unification a amené de nombreux allemands de l'ouest à investir des lieux abandonnés pour y développer une identité artistique. Les programmeurs est-allemands étaient moins adaptés à un nouveau mode de gestion concurrentiel. L'aura musicale et le fonctionnement alternatif des

---

<sup>30</sup> Myrtille Picaud, « Paris et Berlin, deux scènes musicales cosmopolites ? La diversité nationale des intermédiaires culturels en question », Hommes & Migrations, n°1327, 2019/4, p.15-21.

salles berlinoises attirent beaucoup d'individus venant de l'ancien bloc de l'ouest, de plus ils profitent d'un cadre de vie moins onéreux que dans leur ville d'origine. L'organisation structurelle des salles de concerts (le travail bénévole, en groupe et souvent en auto-gestion) rend l'accès au monde de la programmation plus facile que dans une ville comme Paris.

Le cas parisien est tout autre. Le prix des loyers ne permet pas à de petites infrastructures indépendantes d'émerger. Les programmeurs de concert ne travaillent que rarement en groupe, les places sont assez peu mobiles, ce qui ne permet pas une forte intégration des acteurs étrangers dans ce sous-champ. Les résultats de l'enquête menée par Myrtille Picaud montrent que Paris (contrairement à Berlin) est une ville où l'accès à la programmation se fait beaucoup par l'entre-soi culturel et réseaux.

Les caractéristiques sociales et économiques structurent l'organisation des pratiques concernant le sous champ de la musique live.

## II/ La musique à l'ère du numérique : des comportements socialement situés

Les pratiques musicales, au même titre que les pratiques culturelles, sont socialement situées. Cette situation n'est pas nouvelle, en 1976 les travaux sociologiques de Nicole Berthier<sup>31</sup> mettaient en lumière ce phénomène, en observant le degré d'appréciation de la musique contemporaine selon l'âge, l'origine sociale, ou encore le lieu de vie. Ainsi les parisiens étaient davantage enclins à apprécier ce genre de musique que les personnes âgées vivant à la campagne.

Internet ne permet pas de rompre avec ce phénomène, malgré l'absence de barrière sociale prétendument inhérente au numérique. Nous l'avons vu, les sites de streaming sont limités quant à la découverte de nouveaux artistes.

Le numérique ne semble pas être en mesure de pallier la tendance aux écoutes socialement situées. En effet, 27 % des Français écoutent de la musique classique contre 15 % pour la musique électronique. Cela-dit, le clivage est surtout générationnel : 41 % des 15/19 ans ans écoutent de la musique électronique alors qu'ils ne sont que 9 % à écouter de la musique classique<sup>32</sup>. L'usage d'internet se construit plutôt en complément à des pratiques antérieures qu'à des formes de révolution de l'écoute de la musique. Les individus qui écoutent tel ou tel genre de musique le font sur internet et en dehors. La musique classique illustre parfaitement cet

---

31 Berthier Nicole. Mélomanes et musique contemporaine. In: *Revue française de sociologie*, 1976, 17-3. pp. 499-507.

32 Hervé Glevarec, Michel Pinet, «La tablature des goûts musicaux:un modèle de structuration des préférences et des jugements»,*Revue française de sociologie*,3/2009,vol.50,p.599-640.

exemple. L'étude du site internet « Mundeo » en donne un bon exemple<sup>33</sup>. Ce site internet avait pour vocation de réunir un ensemble d'informations, d'offres dispersées sur plusieurs sites en un seul, au service de la musique classique. Ce site n'a pas fonctionné et a cessé d'être actualisé. Les musiciens classiques et leurs auditeurs n'ont pas été sensibles à ce genre d'initiative numériques. Cela s'expliquerait par le caractère très institutionnalisé, rigide, et ancré traditionnellement, voire presque sacré de la musique classique. De plus ses auditeurs sont plus âgés et moins actifs sur internet. « Les caractéristiques sociales de la musique classique » contribuent à son incompatibilité avec les pratiques musicales numériques. La musique classique n'est pas concernée par le développement d'artistes indépendants se lançant sur internet. Les musiciens classiques n'investissent pas le champ numérique pour faire carrière. La faible présence des amateurs de musique classique sur internet, les contraintes matérielles (orchestre, initiation requise), la rigidité des amateurs, ou encore l'attachement symbolique au lieu de diffusion sont autant de critères ne favorisant pas le développement d'une pratique numérique de la musique classique.

En revanche, les musiques plus populaires comme le rap ou encore la musique électronique suivent le train du numérique car les usages sociaux faits de ces dernières y sont plus adaptés.

L'audience jeune de ces styles de musiques est plus encline à se munir des technologies numérique pour vivre leurs pratiques musicales. Ainsi, les blogs, les forums, les réseaux sociaux dédiés à ces genres musicaux sont bien plus investis. Les catégories sociales plus élevées seraient plus enclines à écouter les musiques savantes, tandis que les catégories plus populaires privilégieraient des musiques dites commerciales, populaires. Cela dit, il semblerait que ce clivage se nuance, en effet, les musiques savantes reste l'objet des catégories sociales plus élevées mais ces dernières diversifient leurs écoutes, contrairement aux catégories populaires qui concentrent leurs écoutes sur un style de musique (souvent le rap ou la chanson de variété). La pratique éclectique ou non de l'écoute musicale serait donc davantage un marqueur social que le genre privilégié<sup>34</sup>.

Cela dit, la pratique des artistes est également différente que celle des artistes de musique dite «savante». La musique électronique ou la musique hip-hop ne dispose pas des contraintes matérielles et sociales, elles peuvent se pratiquer chez soi et ne requièrent que peu de moyen. Matérielles d'une part car ces musiques peuvent se pratiquer à domicile et ne requièrent que peu de moyen, en effet la possibilité de créer de la musique sur son ordinateur est assez forte, et il existe des instrumentales à disposition des internautes pour quelques euros. Sociales d'autres

---

33 Leteinturier, Christine. « La musique sur Internet, entre effets de génération et paradoxe social : quelques pistes », *Le Temps des médias*, vol. 22, no. 1, 2014, pp. 164-174.

34 Peterson R. A., Kern R. M., 1996. – « Changing highbrow taste : from snob to omnivore », *American sociological review*, 61,5, pp. 900-907.

part car ces musiques ne sont pas ancrées dans une tradition de pratique, d'écoute, d'initiation etc.

### III/ La passion : le moteur de l'action pour l'autonomie du champ musical.

Les trois enquêtés ayant participé à l'élaboration de ce mémoire ont la passion en commun. C'est justement cette passion qui les pousse à être activistes du secteur musical. La figure du métier passion est prégnante dans les métiers liés au champ artistique. C'est d'autant plus vrai dans les mondes indépendants car leur action n'est pas motivée par le gain financier. Mes entretiens menés avec le disquaire indépendant et le journaliste dans un magazine indépendant m'ont permis de mettre en lumière ce phénomène. Lorsque j'ai évoqué le sujet de la perception de leur activité, et de leurs motivations à exercer cette dernière, les deux m'ont fait part de réponses similaires.

Le disquaire indépendant : *« J'avais clairement pas envie de faire un job alimentaire, ennuyant et pas épanouissant. J'avais toujours voulu taffer dans la musique, donc je me suis dit qu'il fallait que je tente, qu'il valait mieux prendre un risque et faire un métier en lien avec la passion qu'un autre barbant ».*

Le journaliste : *« Alors j'ai fait une licence de philo, puis une première année de Master qui s'est bien passée, et j'ai décidé d'arrêter après. Ça me plaisait pourtant, mais je sentais que c'était plus ce que je voulais faire. J'ai eu le déclic en écrivant le mémoire, et je me suis dit « non faut que j'essaie de bosser dans la musique ». J'ai rendu mon mémoire, et je me suis pas réinscrit en M2, j'ai eu une bonne note en plus (rires). [ .. ] Au début c'était un peu flippant, je savais pas trop ce que j'allais faire, j'avais peur de regretter ou quoi... Finalement j'ai assez vite trouvé un poste, j'ai répondu à une story insta et j'ai été pris après entretien ».*

Les deux enquêtés témoignent d'un refus de travailler dans un secteur jugé ennuyant voire aliénant. Ils font le choix de suivre une passion en se lançant dans une activité en lien avec elle. Cependant ils font également le témoignage de la difficulté du choix de se lancer, car il est incertain. Les métiers passions comportent des risques car ils ne sont pas toujours viables et souvent précaires. L'expérience du métier passion est donc plus encline à être vécue par des personnes au capital financier plus élevé car cela leur permet d'amortir les éventuelles pertes d'argent. Le capital culturel l'est aussi car nécessaire à la vocation

d'exercer un métier passion. Ici c'est la passion des acteurs qui leur permet de vouloir être activistes pour l'autonomie du champ musical. Derrière cette volonté de l'activisme peut se trouver aussi la satisfaction de faire partie d'un écosystème de passionnés faisant vivre le secteur de la musique dite indépendante.

## Chapitre 2 : Numérique et hétéronomie du champ musical : des réactions symboliques

### I/ Le cas des artistes déjà confirmés mais fraîchement indépendants

Nous avons jusqu'alors proposé une analyse du numérique comme facteur vecteur d'hétéronomie. Ici nous nous pencherons sur les formes de réactions des acteurs du champ musical. Nous verrons que, chez certains acteurs, le plus souvent passionnés, la perte d'autonomie du champ musical a constitué un retour vers des pratiques « à contre-courant » accompagnées d'une forte valeur symbolique.

Nous l'avons vu, les majors se sont adaptées au numérique grâce aux plateformes de streaming et ont retrouvé leur part d'influence sur la création artistique. Les désaccords entre artistes et maisons de disques sont bien antérieurs à l'ère numérique. Nous pouvons penser à l'exemple de James Brown et de son album live de 1963 « live at the apollo ». Désireux d'enregistrer un album live, et contre l'avis de sa maison de disque, il loua lui même le matériel de prise de son, et le disque parut<sup>35</sup>. Il paraît important de préciser cela pour ne pas faire de conclusions trop hâtives. Ce travail de recherche tend à considérer le numérique comme un facteur accentuant les formes d'hétéronomie et non comme étant à leur origine.

Nous allons nous intéresser ici au cas particulier des artistes ayant connu le succès avec leurs labels, et qui pour des raisons variées se sont lancés en indépendant. Nous nous intéresserons à l'usage symbolique qu'ils font de l'indépendance.

Nous avons évoqué la tendance engendrée par TikTok consistant à accélérer les morceaux, et à en raccourcir la taille ainsi que les injonctions des maisons de disques pour suivre cette tendance. Le single revit ses plus belles heures. Mac DeMarco, figure phare de la musique alternative, ayant connu un succès notable au cours des années 2010 avec des albums parus avec des maisons de disques (captured track), a lancé son propre label en 2018, sur lequel il a récemment sorti un album contenant 199 morceaux, soit 8 heures et 43 minutes d'écoute. Il est alors aisé de percevoir une forme de « réaction contre », en opposition des formes de pressions extérieures observée ci-dessus. Cette action donne corps à une volonté de promouvoir une forme

---

35 Tellier, Albéric. « 1. James Brown, *Live at the Apollo* (1963, King). Innovation et initiative individuelle », , *Bonnes vibrations. Quand les disques mythiques nous éclairent sur les défis de l'innovation*, sous la direction de Tellier Albéric. EMS Editions, 2017, pp. 21-32.

de liberté créatrice absolue et sans contrainte. Ce qu'on retient ici est plus le format de l'œuvre que l'œuvre en elle-même. Ainsi, cet album contient une dimension symbolique forte. En effet, ce genre de format se positionne explicitement à contre courant des pratiques en vogue, c'est là que dimension symbolique de l'objet apparaît. Cet album reflète volontairement un désintéressement vis à vis des tendances, mettant ainsi symboliquement en avant la qualité et la pureté de l'œuvre, puisque exempte de pression extérieures et désintéressée économiquement. Cela dit, il convient de préciser que nous parlons d'un artiste ayant déjà connu un succès important auparavant et qui garde un certain crédit symbolique de ces précédents succès.

Le rap est un genre musical, bien que le plus écouté, imprégné d'une forme de valorisation de la figure de l'indépendant. Nombreux sont les exemples d'artistes rompant avec leur maisons de disques pour se lancer en indépendant après s'être fait connaître. Les allusions à la production musicale indépendante sont particulièrement récurrentes dans ce genre musical, en voici quelques exemples tirés de morceaux récemment parus, dans l'ordre de citation Freeze Corleone, Jazzy Bazz, et Vald : « J'ai mes droits, j'ai mes masters », « véritable indépendant, pas de cinéma », « on est indépendant, on est souverain ». L'usage régulier de la promotion de l'indépendance est alors porté par une dimension symbolique forte, le statut indépendant des artistes légitimant la qualité de leurs production.

Or, dans le cas du rap<sup>36</sup> nous pourrions formuler l'hypothèse de la glorification de l'indépendance de l'artiste pour échapper à l'emprise économique des maisons de disques sur les rentrées d'argent des artistes, plutôt que pour s'assurer d'une création musicale libre et pure. De cette manière le numérique, avec l'accentuation des formes d'hétéronomie qu'il produit, conduit les acteurs du champ musical (ici, ceux ayant déjà rencontré le succès) à mettre en avant des logiques de promotions des pratiques indépendantes de part la dimension symbolique qu'elles comportent.

## II/ La vente physique de musique enregistrée

Il est vrai que le numérique a causé des pertes considérables à l'industrie du disque car les ventes ont fortement baissé. Cela-dit, elles n'ont jamais cessé, et depuis une dizaine d'année suivent la tendance inverse. Il convient d'abord de préciser que le numérique n'a jamais coupé totalement la vente de musique physique, simplement l'a drastiquement réduite. Les achats résilients étaient surtout le fruit d'amateurs passionnés. La tendance semble s'être inversé, 42 % des acheteurs auraient moins de 30 selon le syndicat national des éditions phonographiques.

---

<sup>36</sup> Les allusions à l'argent sont légions dans ce genre musical. La recherche de la réussite financière y est souvent assumée et valorisée.

J'ai pu vérifié cela au cours d'entretiens réalisés avec un disquaire indépendant<sup>37</sup>.

*« Je suis assez étonné, car quand j'ai ouvert je pensais me retrouver avec des vieux briscards (rires) mais finalement, c'est assez diversifié, beaucoup de jeune, c'est plutôt positif de voir des jeunes de la trentaine ou vingtaine, c'est assez porteur ».*

Les ventes de vinyle se sont à nouveau propagé à un population plus hétérogène, elles ne sont plus le fait de passionnés. Les produits les plus demandés sont les albums déjà très écoutés sur internet. Ainsi on estime que le dernier album d'Adèle a été requis la presse de 500 000 vinyles. Les observations<sup>38</sup> considèrent cette demande importante comme le résultat d'un fétichisme, comme le fait d'une fan base très attentive aux actualités concernant « leur star ». Le vinyle serait ici considéré comme un produit dérivé. Les ventes physiques de musique enregistrée restent donc tenaces, y compris pour les artistes au public juvénile, par exemple le dernier album d'Orelsan s'est écoulé à 91 615 unités physique en une semaine.

L'entretien mené avec un autre disquaire<sup>39</sup> dans une grande surface cette fois m'a fait écho à ces considérations.

*« C'est vrai effectivement, moi les albums que je vends le plus, c'est des artistes qui vivent déjà du streaming, beaucoup de rap, de la pop aussi. [...] ça arrive parfois que certains n'aient pas de platine pour les écouter... »*

C'est dans ces conditions là qu'on peut parler de « mode du disque » car les ventes ne se sont jamais entièrement arrêtées. Cela dit, il ne faudrait pas considérer le disque vinyle comme relevant simplement d'une lubie fanatique. Le disquaire indépendant interrogé me donnait sa vision sur ledit retour du disque, et sur les éléments l'ayant motivé à lancer sa boutique.

*« Ce qui m'a poussé à ouvrir ? Déjà être activiste dans la musique en faisant découvrir de nouveaux albums, de nouveaux labels et artistes de manière concrète à un coin, une collectivité [...] et puis oui y a un conformisme, moi quand j'ouvre le disquaire j'en avais marre d'entendre toujours la même musique à la radio et c'est vrai que les algorithmes*

---

37 Ouvre un disquaire après avoir travaillé dans la programmation de concerts, activité de DJ, a toujours voulu travailler dans le monde de la musique,

38 Alban Jamin, Joan Le Goff, La musique change de disque, Paris, l'Harmattan, 2022

39 Disquaire depuis 30 ans, anime une émission de radio dédiée à la musique en parallèle

*ferment un peu la découverte, même si pour un utilisateur curieux ça peut les faciliter ».*

Ici, la boutique indépendante apparaît comme une réponse à l'homogénéisation des écoutes. Le vinyle est considéré comme un objet de résistance, redonnant à la musique une ouverture diminuée par le numérique et le streaming.

Si les grandes surfaces ont suivi la hausse de demande en vinyle, elles n'en font pas à priori le même usage, et n'ont pas la même vision de l'objet. Dans les boutiques indépendantes le disque vinyle semble comporter une dimension symbolique non négligeable.

### III/ La résilience de la presse papier.

Autre objet que l'on a cru obsolète depuis l'avènement et la généralisation du numérique : la presse papier spécialisée. La logique est la même, comment un contenu payant peut-il perdurer dès lors un contenu similaire est accessible gratuitement.

Tout d'abord, il convient de préciser que la presse papier dédiée à la musique n'a jamais, en terme de retombée économique, représenté qu'une petite part dans le champ médiatique, car occulté par les médias de diffusion massive comme la télévision ou la radio<sup>40</sup>. Les magazines musicaux, comportent une forte dimension symbolique. Ils ne sont pas les plus importants en terme de recettes économiques, en terme d'audience, mais pas pour autant dénués d'influence.

Les magazines spécialisés disposent d'une forte valeur symbolique [Gérôme Guibert. 2018]. Ils dégagent une forme de légitimité. En quelque sorte, la presse papier est une labellisation précieuse pour la renommée d'un artiste, les magazines papiers jouissent d'un certain prestige, d'ailleurs la plupart des artistes reçus dans ces magazines le revendiquent sur leurs réseaux sociaux. D'une certaine manière, il est considéré que la presse écrite possède un pouvoir de légitimation supérieure à leurs semblables numériques. Pour croiser ces informations, j'ai mené un entretien avec un journaliste<sup>41</sup> dans un magazine indépendant à Paris qui est allé dans ce sens.

*« Oui... d'une certaine manière il y a une forme de prestige à avoir son nom dans un magazine pour un artiste, surtout ceux pour qui c'est le début... ça peut fonctionner comme un tremplin, vu que beaucoup de personnes qui bossent dans le milieu lisent les magazines, ouais ça peut aussi faire connaître leur nom... »*

---

<sup>40</sup> Guibert, Gérôme. « Chapitre 14. La presse musicale : production d'un univers culturel », Claire Blandin éd., *Manuel d'analyse de la presse magazine*. Armand Colin, 2018, pp. 229-243.

<sup>41</sup> A mené des études de philosophie, puis recruté dans ledit magazine. Attrait prononcé pour la musique et l'écriture.

Il y a certes le pouvoir de légitimation de la presse mais également une forme de promotion. Le champ de la presse spécialisée forme un écosystème où les différents acteurs se lisent entre-eux. Le lectorat est constitué en grande partie de passionnés et d'acteurs du champ musical (journalistes, producteurs, musiciens etc.), la presse musicale spécialisée constitue en fait un média pour le champ musical, dans une certaine mesure comme un écosystème auto-suffisant. La presse écrite fonctionne alors comme un objet de validation, de promotion. Ainsi les magazines papiers se constituent en « instances de jugement » dans le sens où elles ont le pouvoir de légitimer. C'est ainsi qu'ils ont pu continuer d'exister malgré les concurrences émergées du numérique.

Au delà de cela, il est intéressant de s'intéresser au cas spécifique du magazine Gonzai. Initialement une webzine (un magazine uniquement présent sur l'espace numérique), il se lance dans la presse papier en 2013. Thomas Florin, l'un des fondateurs de ce magazine, justifiait le lancement en une version papier de son média : « si certaines productions sont parfaites pour internet, comme la chronique culturelle, les petites interviews ou les vidéos, le papier est le support idéal pour les reportages avec photos, les portraits, ou les interviews fleuves »<sup>42</sup>.

L'idée est alors de produire des contenus plus longs, détaillés, en opposition avec les formats courts, et « buzzables » inhérents à la pratique journalistique web. Gonzai n'arrête pas ses activités en ligne mais souhaite aller plus loin. Pour cela, ils se sont appuyés sur leur lecteurs réguliers en finançant les impressions par des systèmes de dons de la part du lectorat (direct to fans), car ils voulaient conserver une forme d'indépendance et d'autonomie : « quand ils (les journalistes) rapportent un sujet un tant soit peu sensible ou violent c'est la régie publicitaire qui censure de peur que le papier choque l'annonceur... »<sup>33</sup>.

De ce point de vue, le numérique (par les formats qu'il impose) permet une réaction, un encouragement à la résilience de la presse papier. Les fondateurs de Gonzai ne voient pas le numérique et le papier comme étant foncièrement en opposition mais nous pouvons penser que le numérique conduit à une volonté de refaire exister le papier dans les milieux spécialisés (et passionnés). Le numérique a profondément atteint le champ médiatique spécialisé dans la musique. Les ventes se sont effondrées, et par conséquent le nombre de magazines aussi. Cela dit, des formats papiers émergent encore, portés par une volonté de « résister » au numérique et par la valeur symbolique de l'objet papier.

### Chapitre 3 : La possibilité d'une troisième voie : de nouvelles formes de collaboration

42 Rahmil David-Julien, 2013, Le webzine gonzai lance une version papier, streetpress, <https://www.streetpress.com/sujet/72887-le-webzine-gonzai-lance-une-version-papier> (consulté le 21/05/2023)

## I/ L'économie de la passion

La figure du passionné et inhérente à la production musicale indépendante. Ces passionnés peuvent se constituer en groupe autour d'un artiste ou d'un genre musical. Se crée alors un écosystème propre à leurs pratiques musicales, souvent en décalage avec ce qu'il se fait sur la période donnée. Il se constitue alors « des mondes économiques à l'envers » [Bourdieu.1992] où ne pas bénéficier de certaines caractéristiques valorisées dans la société devient avantageux. Dans le cas de la musique, nous pouvons penser par exemple au fait de pas gagner énormément d'argent ou encore de ne pas disposer d'une notoriété internationale, d'être un artiste « confidentiel ». Ces critères attestent d'une forme de qualité de l'œuvre musicale car non corrompue par des logiques pécuniaires.

Kevin Kelly, journaliste et fondateur du magazine « wired », a proposé la théorie de l'économie de la passion<sup>43</sup> plus communément appelée la théorie des 1000 vrais fans. Il développe l'idée qu'un artiste, dès lors qu'il fédère 1000 fans particulièrement investis, peut vivre plus que décemment (gagner 100 000 dollars par an). Il justifie cela en partant du principe que des fans particulièrement investis achètent tous les produits dérivés, tous les albums, sont capables de faire une longue route pour assister aux concerts etc... C'est là qu'intervient le numérique. Les services de financement d'album ont émergé avec l'apparition du numérique comme « my major company » qui propose aux artistes de financer leurs projets par la participation d'internautes.

Le numérique a accentué le découpage dans la chaîne de production musicale. Les plateformes s'occupant spécifiquement de la distribution (distrokid fondé en 2013), du financement, ou encore de la promotion (promomusique) se sont développés et proposent leurs services à des artistes indépendants. Ces intermédiaires permettent à la théorie des 1000 fans d'être envisageable. On retrouve alors l'exemple de la chanteuse américaine Jill Sobule, qui après s'être faite licenciée par sa maison de disque a décidé d'investir un autre terrain que la vente d'albums afin de continuer à vivre de sa musique. Elle propose ainsi de se produire en concert au domicile des ses fans, des compositions originales à la demande. Pour financer son album elle a proposé plusieurs offres, allant de 10 \$ pour recevoir une copie de l'album une fois ce dernier prêt, à 10 000 \$ pour passer quelques jours en studio avec l'artiste et recevoir des cours de chant de cette dernière afin d'enregistrer un morceau sur l'album en duo<sup>44</sup>. Cette offre a trouvé preneur et l'album a pu être financé. Ces formes de soutien aux artistes ne sont pas

---

43 <https://kk.org/thetechnium/1000-true-fans/> (consulté le 23/05/2023)

44 Garcin, Pierre. « Internet et les nouvelles formes de liens publics/artistes », *Sociétés*, vol. 117, no. 3, 2012, pp. 101-112.

nouvelles mais accentuées par le numérique et les chemins de communication qu'il facilite entre artistes et fans.

Il est important de préciser que ces fans sont pour la plupart musiciens eux-mêmes et voient dans ces relations de fan à artiste un moyen d'enrichir de l'expérience ou des conseils, ici la passion nourrit la passion, les mondes indépendants passionnés sont des écosystèmes auto-suffisants. Encore une fois, le numérique n'a pas les mêmes effets et ne représente pas les mêmes enjeux pour tous les musiciens. L'économie de la passion est le plus souvent envisageable pour des artistes ayant un minimum de reconnaissance, sans forcément être des stars mais ayant au moins acquis une certaine expérience de la musique et de son industrie.

## II/ Le développement d'une indépendance faite de compromis

Le numérique a suscité des réactions pour lutter contre les formes d'hétéronomie de la part de certains acteurs du champ musical. Au cours de mes entretiens j'ai pu observer que ces derniers avaient tendance à opérer un dépassement du clivage autour de l'autonomie du secteur en employant de nouvelles formes de collaborations.

Lors de mon entretien avec le disquaire indépendant lillois j'ai abordé la notion d'indépendance, et ce qu'elle recouvrait pour lui, comment envisageait-il le travail avec les labels indépendants notamment.

*« Alors moi je privilégie le travail avec les labels indés c'est sûr. Je veux mettre en avant le travail des petits labels qui sortent ou ressortent des albums peu édités, ça permet de faire faire vivre le vinyle et la musique indé plutôt que des grosses majors. Après je travaille quand même avec des majors, j'ai des contrats avec eux pour obtenir les disques qu'ils éditent. Je m'en sers comme d'un appel d'offre, je travaille avec eux pour quelques albums qui sont plus accessibles et qui vont attirer du monde, après ils regardent et découvrent d'autres artistes, d'autres albums, d'autres label... »*

Ainsi, il se sert des majors et de leurs catalogues attractifs pour attirer un public plus nombreux et ainsi faire vivre la scène indépendante. Il y a également une dimension économique sous-jacente. Il se sert des majors pour assurer une plus grande stabilité économique à son statut d'indépendant. En ce sens il opère un dépassement du clivage. Il reste indépendant et libre des commandes qu'il effectue, mais utilise les majors comme un complément à son catalogue d'abord axé sur les labels indépendants.

L'indépendance se fait donc parfois au prix de compromis. J'ai retrouvé un exemple similaire avec la presse papier. Le journaliste avec lequel j'ai obtenu un entretien évoquait le statut de son magazine.

*« Nous on est indépendants dans le sens où on appartient pas à un grand groupe, on choisit ce qui sort, on a pas de contrainte éditoriale [...] Les ventes en papier se sont écroulées oui, mais là on a inversé la tendance, nos ventes ont augmenté, après ça reste léger, mais c'est symbolique. Les simples ventes font difficilement vivre le magazine, on s'appuie sur des annonceurs publicitaires, j'ai pas la proportion exacte mais oui ça participe à nos revenus. Après ça nous prive pas de notre indépendance, on modifie pas notre contenu pour plaire à tel ou tel groupe publicitaire ».*

Comme le disquaire indépendant, le journaliste effectue une collaboration avec le secteur privé qu'il perçoit comme nécessaire à la pérennité de son activité.

Les magazines musicaux fonctionnent souvent avec une équipe de pigistes payés à la page et un rédacteur en chef. Les journalistes ne sont plus, pour la plupart, attachés à un magazine et prêtent leur plume à différentes structures<sup>32</sup>. C'est le cas dans le magazine de mon enquête, tous les journalistes sont en « freelance », cette situation fait d'eux des auteurs indépendants, qui envisagent leur carrière au-delà dudit média, cela dit, ces statuts d'auto-entrepreneurs peuvent s'avérer parfois précaires.

Ainsi les deux témoignages de mes enquêtés se rejoignent dans le sens où ils convergent dans l'acceptation d'une forme de compromis en travaillant avec des acteurs privés qu'ils ne jugent pas contraire à leur autonomie.

Nous formulons l'hypothèse que dans le champ musical, le numérique constitue davantage un tremplin à la réactualisation des luttes pour l'autonomie plutôt qu'un moyen d'atteindre cette dernière. Cela dit, les éléments résultants de l'enquête menée sur le terrain nous permettent de penser que le clivage autour de l'autonomie du champ musical tend à se dépasser par l'action d'acteurs indépendants acceptant une forme de collaboration avec des acteurs privés qu'ils ne considèrent pas comme une menace pour leur indépendance.

## Conclusion

Les questionnements relatifs à la possibilité d'une autonomie du champ musical ont surplombés mes recherches. Nous avons suivi la pensée de Pierre Bourdieu à propos de la perte d'autonomie des arts, transposée dans notre cas au champ musical, une fois pénétrés par de trop grands intérêts économiques. En effet, la valeur symbolique des créations artistiques serait alors minée par les impératifs de rentabilité. Effectivement la main mise des maisons de disques sur la production artistique empêche cette dernière d'être pleinement autonome. Les exemples d'artistes contraints de sortir telle ou telle chanson plutôt que telle ou telle autre sont nombreux. La notion de symbole est, ici centrale, nous avons vu que les acteurs se mobilisant pour l'autonomie du secteur musical mobilisent le symbole, au travers de la presse papier ou du vinyle notamment, pour affirmer une résistance des mondes indépendants face aux pertes d'autonomie. Nous l'avons vu donc, elles sont dues à l'importante place de l'industrie musicale dans le secteur musical.

Cela dit, le numérique pourrait sembler être un moyen de permettre au champ musical de retrouver son autonomie, car il représenterait la liberté absolue de circulation d'échange autour de la musique. Cependant même si le numérique a contribué à désorganiser l'industrie musicale en réduisant la puissance des majors, ces dernières ont retrouvé leur place hégémonique au travers des plateformes de streaming. Ainsi les logiques mercantiles présentes avant l'ère numérique ont perduré, le numérique constitue un nouvel espace où se transposent les actions sociales du monde réel. En ce sens le numérique n'opère pas le changement attendu quant à l'autonomie du champ musical, au contraire. Effectivement les maisons de disques continuent d'exercer des pressions sur leurs artistes, l'œuvre musicale n'a pas été libérée. Certes le numérique permet à de nouveaux entrants de tenter leur chance sur internet car il a fortement contribué à baisser les coûts de production pour les artistes, cependant le nombre de prétendant est important et peu de places sont disponibles, les « self-made-artist » font plutôt figures d'exceptions confirmant la règle. L'immense majorité des artistes auto-entrepreneurs ne peuvent pas vivre de leur musique sur le net, les situations de ces derniers sont assez précaires, et ils doivent pour la plupart travailler dans d'autres domaines pour vivre<sup>45</sup>. Quant à l'autonomie de l'auditeur, elle n'est pas permise par le numérique. Les plateformes de streaming ne répondent pas aux attentes d'émancipation et leur caractère éclectique semble ne pas porter ses fruits puisque les plus artistes stars concentrent la plus grande proportion d'écoute.

Les actions de l'État ne permettent pas une autonomie absolue, les politiques de labellisation et de légitimation de certaines pratiques viennent en invalider d'autres, qui dépourvues de

---

45 Pierré Colline, Martin Page, « Les artistes ont-ils vraiment besoin de manger ? » Paris, Monstrograph, 2018

subventions voient leur existence menacée. Ces structures deviennent alors dépendantes des pouvoirs publics alors même que ces derniers étaient censés leur apporter l'autonomie.

Nous faisons ici l'hypothèse que le numérique accentue l'hétéronomie du champ musical, ce qui contribue à faire émerger des réactions de résistance pour (re)donner des formes d'autonomie au champ musical. Ces acteurs sont généralement passionnés, prêts à aller au delà du risque économique pour défendre une vie musicale indépendante. Ils mobilisent le symbole d'objets physiques comme la presse papier ou le vinyle, pour en quelque sorte « démarchandiser » la musique. De leur point de vue, la musique redevient alors un bien symbolique. Pour cela ils semblent accepter des compromis en collaborant avec des grandes entreprises (pourtant en partie responsables de l'hétéronomisation du champ musical) pour assurer la pérennité de leur action en faveur de l'autonomie du secteur musical. Ils estiment toutefois que ces formes de collaboration sont possibles car elles ne nuisent pas à leur autonomie.

L'objet de cette recherche est de démontrer que le caractère vecteur d'hétéronomie du numérique contribue à réactualiser les luttes pour l'autonomie de champ musical. Les «acteurs activistes » qui s'emparent de la valeur symbolique de la musique pour défendre son autonomie ouvrent la voie à des formes de collaboration avec des entreprises privées pour garantir la stabilité de leur action.

## Bibliographie

### Articles de recherche, chapitres d'ouvrages

Bacache-Beauvallet, Maya. « Les revenus des musiciens et l'économie des plateformes », *Regards croisés sur l'économie*, vol. 30-31, no. 1-2, 2022, pp. 181-189.

Berthier Nicole. Mélomanes et musique contemporaine. In: *Revue française de sociologie*, 1976, 17-3. pp. 499-507.

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*, 2019, n°213, pp. 17-47

BOURDIEU PIERRE. (1999), « Une révolution conservatrice dans l'édition », *Actes de la recherche en sciences sociales*, nos 126-127, p. 3-28.

De Saint-Do Valérie, « Les déchirements du spectacle vivant. Théâtre, danse, cirque, musique, arts de la rue... : se réinventer ou disparaître », *Revue du Crieur*, 2017/2 (N° 7), p. 118-133.

Garcin, Pierre. « Internet et les nouvelles formes de liens publics/artistes », *Sociétés*, vol. 117, no. 3, 2012, pp. 101-112.

Guibert, Gêrôme. « Chapitre 14. La presse musicale : production d'un univers culturel », Claire Blandin éd., *Manuel d'analyse de la presse magazine*. Armand Colin, 2018, pp. 229-243.

Hervé Glevarec, Michel Pinet, «La tablature des goûts musicaux:un modèle de structuration des préférences et des jugements»,*Revue française de sociologie*,3/2009,vol.50,p.599-640.

Leteinturier, Christine. « La musique sur Internet, entre effets de génération et paradoxe social : quelques pistes », *Le Temps des médias*, vol. 22, no. 1, 2014, pp. 164-174.

Peterson R. A., Kern R. M., 1996. – « Changing highbrow taste : from snob to omnivore », *American sociological review*, 61,5, pp. 900-907.

PICAUD Myrtille (2019). «Les transformations de la programmation musicale. Analyser ensemble autonomie professionnelle et autonomie d'un sous-champ ». *Biens symboliques, Autonomies des arts et de la culture*. n°4

Myrtille Picaud, « Paris et Berlin, deux scènes musicales cosmopolites ? La diversité nationale des intermédiaires culturels en question », *Hommes & Migrations*, n°1327, 2019/4, p.15-21.

Tellier, Albéric. « 1. James Brown, *Live at the Apollo* (1963, King). Innovation et initiative individuelle », , *Bonnes vibrations. Quand les disques mythiques nous éclairent sur les défis de l'innovation*, sous la direction de Tellier Albéric. EMS Editions, 2017, pp. 21-32.

### Ouvrages complets

Bacache-Beauvallet Maya, Bourreau Marc, Moreau François, *Les musiciens et la transformation numérique*, Paris, Peter Lang, 2018

Bacache-Beauvallet Maya, Bourreau Marc, Moreau François, *Portrait des musiciens à l'heure du numérique*, Paris, 2011

Jean-Michel Bardez, Damien Mahiet, Bruno Moysan, Jean-Marie Donegani. *L'Institution musicale. Actes, journée d'études, Association française de sciences politiques*, Jun 2008, Paris, Sciences Po, France. Editions Delatour France, pp.154, 2011.

Bourdieu Pierre . (1992), *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Le Seuil.

Dubois Vincent. *La politique culturelle*. Paris, Belin,1999

Alban Jamin, Joan Le Goff, *La musique change de disque*, Paris, L'Harmattan, 2022

Karpik Lucien (2007), *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard

Colline Pierré, Martin Page « *Les artistes ont-ils vraiment besoin de manger ?* », Paris, Monstrograph, 2018

Ludovic Tournès. *Du phonographe au MP3 : Une histoire de la musique enregistrée XIXe-XXIe siècles*. Autrement. Autrement, pp.162, 2008, Mémoires/culture.

### Article de presse en ligne

Rahmil David-Julien, 2013, Le webzine gonzaï lance une version papier, streetpress, <https://www.streetpress.com/sujet/72887-le-webzine-gonzai-lance-une-version-papier> (consulté le 21/05/2023)

### Littérature grise

Jean-Philippe Thiellay, Président du Centre national de la musique « Faux streams, vrai phénomène : le CNM, avec les professionnels pour lutter contre la fraude » <https://cnm.fr/faux-streams-vrai-phenomene-le-cnm-avec-les-professionnels-pour-lutter-contre-la-fraude/>

Communiqué de presse relatif à la nomination de Franck Michaut à la direction de La Clef <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiques-de-presse/Nomination-de-Franck-Michaut-a-la-direction-de-la-Scene-de-musiques-actuelles-SMAC-de-Saint-Germain-en-Laye-La-CLEF-78>

## **Annexes**

### **Liste des enquêtés :**

Albert : 23 ans, vit à Paris, après 4 années d'études en philosophie, il décide d'arrêter pour travailler en tant que journaliste.

Philippe : 56 ans, disquaire dans une grande surface culturelle lilloise depuis 30 ans. Il a quasiment toujours été disquaire. Il dirige en parallèle une émission de radio dédiée à la musique. Il a commencé la radio à 16 ans (pratique amateur).

Étienne : La trentaine, a une pratique amateur de DJ, a travaillé dans la programmation musicale dans divers événements. Ouvre un disquaire à Lille en 2021.

Les trois enquêtés ont en commun la passion pour la musique.

### **Grilles d'entretiens :**

J'ai choisi de mener des entretiens semis-directifs pour lesquels j'ai préparé des grilles d'entretiens pour avoir une trame à suivre. Cela dit j'ai favorisé la conversation fleuve car elle permet, à mon sens, un échange plus vrai au cours duquel les réponses des enquêtes sont plus naturelles, plus honnêtes.

Grille d'entretien Étienne :

- Pouvez-vous présenter, et me présenter votre activité. Pourquoi et comment avez vous commencé cette dernière ? Quel sens lui donnez vous ?
- Que comprend la notion d'indépendance chez le disquaire indépendant ?
- Comment percevez-vous les effets du numérique sur l'industrie musicale et sur votre commerce ?
- Comment expliquer la résilience du format vinyle ?

Grille d'entretien Philippe :

- Pouvez-vous présenter, et me présenter votre activité. Pourquoi et comment avez vous commencé cette dernière ? Quel sens lui donnez vous ?
- Qu'est-ce qui vous différencie d'un disquaire à son compte ?
- Comment percevez vous les effets du numérique sur l'industrie musicale et sur votre commerce ?
- Comment expliquez vous la résilience du format vinyle ?

Grille d'entretien Albert :

- Pouvez-vous présenter, et me présenter votre activité. Pourquoi et comment avez vous commencé cette dernière ? Quel sens lui donnez vous ?

- Pouvez vous m'éclairer quant à votre statut au sein du magazine ?
- Comment percevez-vous les effets du numérique sur l'industrie musicale et sur votre activité
- Comment expliquez vous la résilience du format papier ?