

Cet article a été publié *In Les recherches en Information et Communication et leurs perspectives*, Actes du XV<sup>e</sup> Congrès National des Sciences de l'Information et de la Communication, S.F.S.I.C, mai 2006, Bordeaux, pp.587-593

*(Version de travail)*

## La pragmatique critique ou l'intérêt d'analyser les pratiques musicales quotidiennes en SIC

Vincent Rouzé <vi.rouze@laposte.fr>

Chercheur CEMTI, Université Paris 8

Cette communication propose de revenir sur l'étude des pratiques musicales en Sciences de l'information et de la communication. L'enjeu étant de proposer à la fois une pragmatique critique susceptible de l'analyser mais aussi de revenir sur des thématiques de recherches originales qui pourraient être celles des SIC.

### *Introduction*

---

Pourquoi la musique est-elle si peu étudiée en Sciences de l'information et de la communication? Est-ce parce que la musique est un objet, par nature volatile, qui ne se laisse que difficilement prendre au piège des schémas théoriques? Est-ce, et ce par voie de conséquence, parce que dans nos sociétés médiatiques, le sonore est délaissé au profit du visuel plus facilement descriptif, décryptable et toujours connoté ?<sup>1</sup> Est-ce encore parce que la musique est largement investie par d'autres disciplines tels que la musicologie, la sociologie de l'art, l'esthétique que les SIC préfèrent la laisser à d'autres ?

---

<sup>1</sup> Constat fait par Michel Chion (1990) qui montre combien toute analyse portant sur l'audio-visuel favorise le visuel au dépend du sonore. Pour notre part, nous avons montré que les relations entre les deux étaient au fondement même de l'histoire de la musique. (Rouzé, 2004)

Autant de questions qui invitent à reposer la place de la musique dans les recherches en SIC. En effet, la musique tisse des liens avec de nombreuses préoccupations de la discipline, notamment celles concernant les TICs, celles des usages et de la réception, ou encore celle des industries culturelles. De son accompagnement filmique<sup>2</sup> à l'illustration de l'image fait par la publicité, de sa diffusion dans les lieux publics à son écoute individuelle et nomade, de ses nouvelles pratiques engendrées par l'informatique, elle est aujourd'hui mobilisée à d'autres fins que celles promises par le romantisme et l'esthétique artistique du XIXème: la musique par et pour elle-même. Ce qui pose un certain nombre d'interrogations aux professionnels, aux musiciens, aux chercheurs et aux « amateurs » tant sur les plans de l'esthétique et de la composition que sur ceux de l'écoute et du rôle de la musique dans nos sociétés.

Dans le cadre de cette communication, nous proposons donc de nous concentrer plus particulièrement sur la problématique théorique. En effet, si les questionnements précédents posent d'emblée l'ambition et l'ampleur de telles recherches, ils ne doivent pas masquer la nécessité préalable de (re)penser les « boîtes à outils » théoriques et méthodologiques susceptibles d'y répondre. Pour ce faire, nous reviendrons dans un premier temps sur les relations entre musique et communication puis montrerons en quoi les SIC peuvent aborder ces questions sous un angle original. Enfin, nous développerons l'intérêt d'une approche pragmatique critique dans l'analyse de formes communicationnelles musicales tels que les musiques diffusées dans les lieux publics. L'enjeu étant de déplacer les dualités classiques sujet/objet, culture/nature ; micro/macro vers une perspective réintégrant les acteurs, les contextes, les dires dans des histoires musicales toujours plurielles.

### *Des musiques en SIC*

---

Engager une recherche sur la musique et la communication, qui plus est vouloir étudier les interactions existant entre ces deux formes d'expression humaine, peut paraître tautologique. Communiquer des émotions, des sentiments, des idées, des valeurs est au fondement même de la musique et de son histoire... Aussi pour mieux comprendre notre propos, il convient de s'arrêter un instant sur les définitions de ces deux termes et de mettre en exergue la possible originalité de leur rencontre.

Définir la musique n'est pas chose aisée. Si l'on admet qu'elle est un ensemble de sons organisés, harmonisés ou non, reste à savoir ce que recouvre le terme lui-même. Car sous l'expression générique de « musique », flotte des styles, des genres, des instruments, des musiciens, des partitions..., bref des médiateurs

---

<sup>2</sup> Notons ici que les analyses entre le son et l'image au cinéma sont de loin les plus nombreuses. Depuis celles d'Adorno et Eisler « musique de cinéma » (1972) jusqu'aux récentes analyses parues dans les Cahiers de Champs Visuels n°1/2 en passant par celles de musiciens comme Michel Chion, elles ont abordé les problématiques de sens, d'imaginaires, de stéréotypes musicaux.

(Hennion, 1993). Du coup, il est préférable de parler de musiques plutôt que de musique. Passage du singulier au pluriel qui l'inscrit l'objet dans sa dimension complexe et polysémique. Notons toutefois que ce pluriel, s'il permet d'envisager la musique comme un ensemble et d'inclure différents styles et différents genres musicaux, n'en demeure pas moins vague. En nous tournant vers les expressions en usages, on notera toutefois qu'elles ne sont guère plus satisfaisantes et qu'elles sont l'objet de débats incessants<sup>3</sup>.

Quoiqu'il en soit, nous choisissons ici l'expression simple « musiques » car elle offre l'intérêt de pouvoir aborder notre objet dans sa diversité et sa multiplicité.

C'est-à-dire pouvoir analyser des musiques diffusées et pratiquées à d'autres fins que celles liées à la musique elle-même. Bref, toutes ces musiques qui participent de nos paysages sonores (Schafer, 1979). Du coup, l'enjeu de cette mise au pluriel permet de ne pas faire de choix esthétique ou de légitimité culturelle *à priori* mais plutôt de les considérer en fonction de leurs usages, des manières dont elles sont agencées et sont constitutives de symboliques individuelles et collectives.

En ce qui concerne la définition de la communication, le problème est assez similaire. Comme le rapportent Sperber et Wilson (1986, p.13) le terme même de communication, est à la fois trop général et pas assez car il renvoie à une réalité toujours ambiguë. Dès lors, nous n'entendons pas ici la communication uniquement dans sa définition première appuyée sur l'échange et la communion. De même que nous laissons de côté les distinctions entre communication normative et fonctionnelle et celle entre communication et information. Il nous semble, en effet, qu'il faille envisager la communication dans une définition élargie incluant les supports de diffusion, des stratégies d'acteurs, les détournements afin de valoriser des idées, de créer des identités, de construire et d'accompagner des images. Bref, ce que d'aucuns comme Yves Jeanneret ont appelé *la médiatisation*.

En résumé, étudier les rapports entre musiques et communication ne peut se faire que si on l'entend dans une dimension plurielle et médiatisée. Dans le cadre des SIC, l'enjeu des recherches doit se porter non pas sur un style particulier mais sur les pratiques, au sens large, en situation quotidienne.. On pourrait alors s'intéresser à des thématiques telles la publicité, la musicothérapie, les émissions musicales de télé réalité, les diffusions dans les lieux publics... bref, toutes ces manières de pratiquer la musique qui demeurent les parents pauvres des disciplines traditionnellement vouées aux recherches musicales.

---

<sup>3</sup> De l'expression institutionnelle floue « musique actuelle » à celle plus ambitieuse de « musique amplifiée » proposée par Marc Touché en passant par le paradigme « électroacoustique » de François Delalande, les débats consistent justement à trouver une expression qui soit suffisamment générale pour englober les multiples pratiques tout en étant assez précise et distinctive.

## *Le retour de l'interdisciplinarité*

---

Une fois ce premier point posé, reste à comprendre en quoi l'approche des SIC peut être originale. En effet, nombreuses sont les disciplines qui travaillent les thématiques musicales. Revenons donc rapidement sur les différentes approches qu'elles développent au sujet de l'objet musical.

La première d'entre elle, inspirée par la musicologie et l'esthétique musicale, est celle qui se centre sur l'objet musical et sa composition. Considérés comme autonomes et transcendants, ces derniers deviennent le centre de théories esthétiques où tout est « dans » la musique. Dans cette perspective, l'écoute autant que les usages ne peuvent différer des codes induits par la structure musicale elle-même.

Une seconde approche consiste à considérer que la compréhension de la musique n'est pas liée à sa structure mais à ces entours, aux usages qui lui donnent forme et vie. D'inspiration sociologique, anthropologique et ethnomusicologique, celle-ci s'intéresse donc à la musique à partir de la société et des pratiques sociales qui lui sont liées. Tout est « en dehors » de la musique. Du coup, on considère ici l'écoute et les manières de faire. Oubliant parfois jusqu'à l'objet musical, cette perspective peut se servir de la musique comme d'un révélateur de pratiques sociales plus générales. C'est ce qu'a bien montré Bourdieu au travers de *La Distinction* (1979) qui hiérarchise les goûts musicaux en fonction de l'appartenance et du vécu social.

Une dernière enfin considère la musique à partir du sujet qui la conçoit et la perçoit. Avec la psychologie nous sommes dans une dualisation musique/sujet où on tente de comprendre les mécanismes physiques, psychiques et neuronaux. Ces deux dernières approches trouvent une place de choix dans les recherches marketing qui les réduit afin de les rendre fonctionnelles et toujours opérationnelles. Devenue partie d'une stratégie, les musiques sont réduites à des variables musicales que l'on tente de mettre en correspondance avec les variables sociales.

Au regard de ces différentes approches, il devient difficile d'étudier des pratiques musicales communicationnelles telles que celles des musiques diffusées dans les lieux publics ou de la publicité sans retomber dans les oppositions objet/sujet, esthétique/fonctionnel, nature/culture, production/réception<sup>4</sup>.

C'est donc ici que les SIC nous paraisse offrir une perspective originale. Au regard de leur épistémologie, elles offrent l'avantage d'engager une démarche ouverte et interdisciplinaire. De fait, elles permettent d'envisager la musique non plus selon une approche tantôt technique, tantôt esthétique, tantôt sociale et culturelle mais selon une approche médiée. En les considérant comme des formes de communication originales, construites quotidiennement en situation par des acteurs, il devient possible de retracer les fils de ce que sont les

---

<sup>4</sup> Nous renvoyons ici à notre travail de thèse qui retrace la généalogie de ces oppositions à partir des approches disciplinaires ayant la musique pour objet d'étude.

musiques du quotidien et ainsi comprendre pourquoi et comment elles occupent une telle place dans notre vie de tous les jours. Dans une perspective SIC, ces musiques pourraient être abordées comme autant d'objets communicationnels construits et déconstruits quotidiennement en fonction de choix personnels et collectifs, institutionnels et individuels et former ce que Becker (1990) a défini comme étant « des mondes ».

### *La pragmatique critique comme expérience du quotidien*

---

L'évocation de Becker dessine donc l'objectif théorique de la démarche : développer une pragmatique critique s'appuyant en particulier sur les écrits de John Dewey. Dans « *Art as Experience* » (1934), il rejette en effet les distinctions entre le fond et le forme<sup>5</sup> mais aussi celle opposant l'artiste à ses spectateurs. Selon lui, les qualités requises pour aborder une oeuvre (comparaison, discrimination et intégration) relève d'un processus équivalent à celui poursuivi par l'artiste avant de créer l'oeuvre. L'oeuvre est donc un point de rencontre entre deux entités, tout en étant prescriptive des idées de l'artiste. L'oeuvre guide autant qu'elle laisse ouvert les champs d'interprétation.

Suivant cette conception, les musiques ne sont plus le reflet d'un social objectivé par le chercheur (Grignon et Passeron, 1989), ne sont plus ces objets immanents coupés du social mais des objets construits par les multiples interactions entre l'artiste et le spectateur ou auditeur. Ce à quoi nous ajoutons d'autres médiations annexes qui contribuent à faire ces musiques : les médias, les pratiques, les disques, les échanges verbaux. Elles deviennent donc des « arts de faire » contextualisés, sans cesse bricolés (De Certeau, 1980). En ce sens, l'étude des musiques en SIC ne recomposera pas les distinctions émetteur-message-récepteur classique mais envisagera des pratiques musicales abordées selon trois « perspectives » concomitantes que nous avons appelés « contextualités ». Temporelles tout d'abord, en engageant ces pratiques dans un passé aux histoires plurielles. Situationnelles ensuite, lorsque l'analyse envisage ces pratiques musicales comme des construits quotidien que seules l'expérience de terrain permet de comprendre. Discursives enfin dès lors que l'on considère les discours des acteurs comme des manières de faire (Austin, 1980), des « performatifs » permettant de mieux saisir les multiples formes prises par ces musiques.

---

<sup>5</sup> Notons que Richard Shusterman (1992) reprend largement cette proposition de Dewey et montre combien ces distinctions construisent les oppositions entre théories et pratiques, esthétique savante et esthétique populaire, et combien elle pose problème lorsqu'il s'agit d'analyser des formes d'art populaires.

Appliqué à un objet original comme celui des musiques diffusées dans les lieux publics, (Rouzé, 2004), ces contextualités permettent de dessiner les multiples médiations en jeu:

- la contextualité temporelle tout d'abord montre les enchâssements permanents d'histoires construisant l'objet. La première est celle de la diffusion de ces musiques. Depuis les concepts de « Background music » proposé par la société Muzak jusqu'à ceux de « business music » et de « marketing sensoriel », différentes sociétés ont progressivement développé un marché dans lequel les musiques sont devenues des outils visant à une meilleure productivité, à l'établissement de sociabilités consensuelles, de créations d'images par la musique. Parallèlement, et parfois de manières croisées, les artistes ont quant à eux tenté de se réapproprier les lieux en proposant des créations originales (de Satie et sa musique d'ameublement à Pierre Marietan et la musique du lieu en passant par l'ambient Music de Brian Eno). Chacun trouvant des points de convergence dans le design sonore. A cette première histoire s'ajoute une seconde : celle des techniques qui accompagnent et ont permis à ces diffusions de devenir omniprésente mais aussi mondialisée. A ces deux premières viennent enfin se greffer d'autres histoires : celles des styles et de genres musicaux permettant les programmations et influençant les concepts d'accompagnement de ces musiques.
- La contextualité situationnelle ensuite, engage les acteurs, les lieux et les musiques. Au-delà des « non-lieux » dont parle Marc Augé, deux types de lieux se dessinent en fonction de leur stratégies : lieux marchands et lieux de services. Si les premiers adoptent une programmation en lien avec la clientèle, les seconds proposent des musiques valorisant l'identité et l'image singulière du lieu. Et au cœur de ces lieux, des usagers, des vendeurs, des flâneurs qui sifflotent, tapotent le rythme ou qui ne portent aucune attention à ce qui est diffusé.
- la contextualité discursive enfin, montre comment les acteurs appréhendent la musique en situation. Loin des discours sur la manipulation ou la passivité des auditeurs, nos entretiens montrent combien les usagers sont actifs même s'ils ne sont pas attentifs. Car à les écouter parler de leur expérience, une expression devient récurrente : « ça dépend ». Leurs mots dessinent des variabilités d'écoute, (de l'écoute attentive à la non attention en passant le plus souvent par l'entendre) des variabilités de jugement en fonction du lieu, de l'humeur ou encore des goûts personnels.

Or ce n'est qu'une fois ces pratiques dessinées qu'il devient judicieux de réengager leur critique, d'en poser les enjeux, non plus à priori mais à partir des pratiques elles-mêmes. Dans notre cas, ils sont triples et réintègrent les questionnements sur la place des musiques dans nos sociétés contemporaines.

L'enjeu esthétique consiste à réfléchir à la place de l'artiste dans ces stratégies commerciales et communicationnelles. Face à la multiplication des

programmations thématiques et la diffusion de « tubes », d'autres alternatives ne sont-elles pas envisageables ? L'implication des artistes dans les programmations permettrait d'établir un consensus entre les différentes parties. C'est-à-dire créer des musiques originales tenant compte du lieu<sup>6</sup>, créer des identités stratégiques dans le but de développer des identités personnalisées mais aussi de créer des musiques nouvelles et moins intrusives,

L'enjeu économique et culturel interroge la multiplication des sociétés de productions et les liens qu'elles tissent avec les industries culturelles tant sur le plan musical, économique que technique<sup>7</sup>. La diffusion de musiques dans les lieux publics offrant des ressources de diffusion non négligeables, elle pourrait être repensé à la fois à partir des droits d'auteurs mais aussi de partenariats entre artistes et lieux publics, comme c'est le cas dans l'art contemporain.

Juridique et politique enfin puisque ces diffusion de musiques participent aux débats sur l'environnement et la pollution sonore.<sup>8</sup> A cet égard, Ne faudrait-il pas penser un droit au silence (en réponse aux lois sur le bruit et les nuisances sonores) ? Dans quelle mesure ces pratiques ne pourraient-elles pas prendre en considération l'environnement dans lequel elles impriment leurs marques sonores ?

## *Conclusion*

---

Pour terminer, nous voudrions conclure sur la nécessité d'étudier aujourd'hui les médiatisations musicales en Sic et ainsi répondre aux enjeux pluriels qu'elles posent tant aux professionnels qu'aux chercheurs. Dans cette perspective, la pragmatique critique nous apparaît ainsi comme une voie salutaire pour penser les musiques dans leurs réseaux de construction de sens et d'expérience. Chacune étant source de tensions et/ou d'accords, variables, toujours négociés et qui se cristallisent en des lieux et des temps précisés. Ainsi, les SIC ont un véritable rôle à jouer dans les débats actuels sur les musiques et leurs pratiques quotidiennes car elles offrent une voie possible pour contourner les dualités disciplinaires mais aussi proposer des analyses médiates originales.

## *Bibliographie*

---

---

<sup>6</sup> Comme le proposait Brian Eno dans son manifeste publié avec l'album « Music for Airports » (1978), les musiques doivent « être aussi intéressante que facile à ignorer »

<sup>7</sup> A titre d'exemple citons, la société américaine Muzak qui a noué un partenariat avec la société de sonorisation Bose et a racheté des labels locaux afin d'augmenter son catalogue de titres musicaux.

<sup>8</sup> C'est par exemple du collectif britannique Pipedown militant contre les diffusions de musiques dans certains lieux publics <http://www.pipedown.info/>

- Austin, J.L., 1970, *Quand dire, c'est faire*, Paris : Seuil, 203 pages
- Becker, Howard S., 1988, *Les mondes de l'art*, Paris : Flammarion,
- Certeau De, Michel, 1980, *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire.*, Paris : Seuil, 350pages
- Chion Michel, 1990, *L'audio-vision, son et image au cinéma*, Paris : Nathan
- Denora, Tia, 2000, *Music in everyday life*, Cambridge: Cambridge University Press, 181pages
- Dewey, John, 1934 (1980), *Art as experience*, New York: Perigee Book, 371 pages,
- Hennion, Antoine, 1990 , "*De l'étude des médias à l'analyse de la médiation*", in Médiaspouvoirs, n° 20, Paris
- Hennion, Antoine, 1993, *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris : Métailié, 407 pages
- Rouzé, Vincent, 2004 : pp 325-332, « L'image dans la musique : entre intégration et détournement », in Actes des travaux du Groupe de Travail "Sociologie de la communication", XVIIe Congrès des sociologues de langue française, Tours,
- Shusterman, Richard, 1992, *L'art à l'état vif. La pensée populaire et l'esthétique populaire*, Paris : Minuit, 272 pages