



HAL
open science

Voir et se voir : le rôle des écrans dans les festivals de musique amplifiée

Jean-Marc Leveratto, Stéphanie Pourquier-Jacquín, Raphaël Roth

► **To cite this version:**

Jean-Marc Leveratto, Stéphanie Pourquier-Jacquín, Raphaël Roth. Voir et se voir : le rôle des écrans dans les festivals de musique amplifiée. Culture et Musées, 2014, 24, pp.23-41. <10.4000/culturemusees.593>. <hal-03262838>

HAL Id: hal-03262838

<https://hal.science/hal-03262838v1>

Submitted on 16 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



HAL Authorization

Culture & Musées

Muséologie et recherches sur la culture

24 | 2014

Démocratisation culturelle et numérique

Voir et se voir : le rôle des écrans dans les festivals de musique amplifiée

To See and to See Himself: Screen's Role on Electric Musical Festivals

Ver y verse : el rol de las pantallas en los festivales de música amplificada

JEAN-MARC LEVERATTO, STÉPHANIE POURQUIER-JACQUIN ET RAPHAËL ROTH

p. 23-41

<https://doi.org/10.4000/culturemusees.593>

Résumés

Français English Español

S'appuyant sur une série d'observations réalisées dans le cadre du Festival des Vieilles Charrues et des Transmusicales de Rennes, cet article se propose d'étudier le rôle que jouent les écrans domestiques, professionnels et personnels dans la construction de l'expérience festivalière contemporaine. Les dispositifs numériques permettant aux festivals de musique amplifiée d'augmenter leur efficacité esthétique locale et leur visibilité nationale, ils sont également des outils de médiation entre les spectateurs et des moyens d'équiper leur expertise de consommateur en tant que vecteurs de transmission, de partage et de conservation de l'expérience de festivalier.

Based on fieldwork in the festival des Vieilles Charrues and the Transmusicales in Rennes, this paper analyzes the role played by different types of screens – household, professional and personal – in the construction of the experience of contemporary festivals. Technical devices allowing contemporary amplified music festivals to enhance their local aesthetic effectiveness and to increase their national visibility, are also intermediaries between the spectators and the means by which the festival-goer equips his own expertise as a consumer, providing a vector for submitting, sharing and storing in real-time his experience of the event.

Apoyándose sobre una serie de observaciones realizadas en el marco del Festival de *Vieilles Charrues* y de las *Transmusicales* de Rennes, el presente artículo se propone estudiar el rol que juegan las pantallas, domésticas, profesionales y personales en la construcción de la experiencia festivalera contemporánea. Los dispositivos digitales permiten a los festivales de música amplificada aumentar su eficacia estética local y su visibilidad nacional. Son asimismo herramientas de mediación ente los

espectadores y los medios para construir su experticia de consumidor en cuanto a vector de transmisión, de partición y de conservación de la experiencia de festivalero.

Entrées d'index

Mots-clés : écran, festival, spectateur, expérience, médiation

Keywords: screen, festival, spectator, experience, mediation

Palabras clave: pantalla, festival, espectador, experiencia, mediación

Notes de la rédaction

Manuscrit reçu le : 5 février 2014

Version révisée, reçue le : 6 août 2014

2^e version révisée, reçue le : 9 août 2014

Article accepté pour publication le : 20 septembre 2014

Texte intégral

- 1 La numérisation des contenus culturels, l'équipement internet des foyers, la généralisation de l'Internet mobile sont en train de transformer significativement l'expérience de la consommation culturelle en France (Donnat, 2009).
- 2 L'observation des pratiques culturelles des lycéens et étudiants, de leur consommation musicale notamment, est un moyen privilégié d'appréhender ces transformations. Du fait de leur âge et de leur statut social particulier, ces consommateurs constituent, en effet, un groupe particulièrement prompt à intégrer les innovations technologiques et culturelles. Selon l'enquête statistique sur les *Pratiques culturelles des Français à l'ère du numérique*, parue en 2008, la morphologie technique de leur consommation culturelle en fait les principaux représentants de la « culture de l'écran¹ ». En effet, les « lycéens et étudiants des milieux favorisés » sont particulièrement disposés à « faire partie de la population des internautes » et à tirer « pleinement profit des potentialités du média ». Et les enfants d'ouvriers, « presque aussi massivement concernés par l'Internet que ceux des cadres », bénéficient, en arrivant à l'Université, de ces « facteurs favorables » à la culture de l'écran, comme le fait « d'avoir un hobby » ou de cultiver « un centre d'intérêt particulier » (*ibid.* : 48-49). Par ailleurs, tout comme pour les professions intellectuelles supérieures, leur usage des nouvelles technologies numériques n'affecte pas leur participation à la « culture de sorties », à la fréquentation des lieux de spectacles, particulièrement des cinémas et des concerts (*ibid.* : 215). De ce fait, les pratiques culturelles des lycéens et étudiants constituent un biais privilégié pour étudier ce qu'il vaut mieux nommer, plutôt que la « culture de l'écran », la « culture *par* l'écran² ».

Les festivals rocks comme lieu d'observation de la culture par l'écran

- 3 IParler de culture *par* l'écran plutôt que de culture *de* l'écran permet de recentrer le regard sur les usagers et, dans la continuité des travaux contemporains sur la réception, de mettre l'accent sur leur appropriation personnelle des objets³. Comme d'autres appellations – celle de « culture numérique » notamment –, le terme de « culture de l'écran » neutralise en effet la diversité des cadres de l'expérience (Goffman, 1991) du consommateur culturel et dissimule à l'observateur les enjeux pratiques de son utilisation des écrans. Il s'agit d'enjeux très différents, selon que l'on s'intéresse au savoir-faire que requiert – et que procure – l'usage des technologies numériques, à la sociabilité qu'elles permettent d'entretenir, ou aux productions artistiques auxquelles elles donnent accès et

qu'elles permettent de manipuler⁴. L'usage métonymique du terme d'écran pour désigner une forme de spectacle artistique, le cinéma ou un moyen d'information, la télévision, ajoute encore à cette confusion. Or, considéré comme un moyen de visualisation, l'écran désigne aujourd'hui, et au-delà de celui du cinéma et de la télévision, une multiplicité d'objets techniques, polyvalents et interactifs, comme l'ordinateur, la tablette ou le téléphone portable, qui permettent de visualiser et de générer aussi bien des textes que des images. En même temps que se diversifient ces outils domestiques et professionnels, grands écrans fixes et petits écrans portables, tablettes et « phablettes⁵ », ils se multiplient dans l'espace public, écrans publicitaires et panneaux d'information, mais aussi écrans de projection cinématographique en plein air, installations artistiques *in situ*, supports d'accompagnement visuel en direct d'événements – spectacles de théâtre, de danse, concerts de rock, etc. -, tous utilisés pour l'intérêt esthétique de l'expérience corporelle singulière, en grandeur réelle et dans l'espace réel, qu'ils offrent au spectateur.

4 Les festivals de musique dite « amplifiée » offrent une occasion privilégiée d'explorer ces aspects esthétiques de l'évolution technologique de la consommation culturelle rendue possible par la révolution numérique⁶. Ils sont fréquentés majoritairement par de jeunes consommateurs⁷, *digital natives*⁸, qui ont d'autant plus intégré l'usage d'Internet qu'ils sont, pour certains, étudiants⁹. Du fait, par ailleurs, de leur caractère festif, leur observation permet de redonner une place aux techniques du corps que mobilise toute consommation culturelle, y compris la lecture, à l'usage que fait le spectateur de son propre corps, en situation, pour se rendre sensible à l'action de l'artiste, usage que la focalisation du regard sur l'objet technique conduit à oublier¹⁰ (Leveratto, 2006). Elle permet également de prendre en compte le rapport à autrui constitutif de toute consommation culturelle, le « partage du sensible » (Rancière, 2000) entre générations et entre usagers contemporains d'une même technique artistique, qui est le fondement du plaisir qu'elle procure. La réduction de la culture numérique à l'espace domestique rend difficile cette exploration de la consommation culturelle en tant que technique du corps et partage du sensible, une réalité que l'organisation des événements culturels tend aujourd'hui, au contraire, à valoriser. Étudier le rôle contemporain des écrans dans la construction de l'expérience des usagers des festivals de musique amplifiée offre l'intérêt de rétablir cette importance conjointe du corps propre et du corps d'autrui, tout en évitant de réduire l'expérience artistique au simple plaisir de l'être-ensemble. Les écrans contribuent en effet à la construction du sens artistique de l'expérience en préparant, en transmettant et en conservant la performance musicale offerte sur la scène. Ils participent également, *in situ*, au renforcement de l'efficacité esthétique de la performance artistique en favorisant le passage entre le cadre du monde ordinaire dans lequel le spectacle a lieu et le cadre de l'expérience artistique qui s'y déroule.

5 Les festivals de musique amplifiée sont donc des lieux privilégiés d'observation de l'usage des technologies numériques tant dans la façon dont les jeunes visiteurs s'en servent avant, pendant et après le rassemblement festivalier, que dans l'usage qu'en font les organisateurs. Leur étude peut contribuer à éclairer le rôle joué par les écrans, aujourd'hui, dans la consommation culturelle¹¹.

Anticiper l'expérience festivalière : la médiation des écrans

6 Les retransmissions de festivals de musique amplifiée à la télévision française restent encore relativement restreintes. L'écran de télévision est surtout un moyen privilégié pour vivre en direct – ou, plus rarement, en différé – les grands rendez-vous sportifs, largement dominés en France par le football. L'habitude commence à s'imposer, dans certaines chaînes publiques, de la retransmission en direct d'opéras donnés dans certains festivals d'été, voire de spectacles du Festival d'Avignon en *prime time*. Mais le concert de musique

amplifiée reste encore cantonné aux émissions musicales spécialisées, souvent très tardives, proposées par ces chaînes.

- 7 Ceci ne signifie pas, cependant, que l'écran de télévision ne participe pas à la médiatisation des festivals de musique amplifiée les plus réputés. Nombreux sont les étudiants interrogés qui confirment par exemple que leur expérience de festivalier a commencé généralement par la médiation de l'écran de télévision et la médiatisation offerte par les journaux télévisés ou autres émissions spécialisées. Les festivaliers ont découvert des artistes et des vedettes à la télévision, une expérience musicale qui les a motivés à se rendre au festival parce qu'il programmait justement ces artistes. En donnant, à travers les journaux télévisés, les reportages et les émissions spécialisées, des aperçus visuels de l'ambiance des festivals, la télévision a contribué au modelage de leur horizon d'attente et à leur anticipation de la nature de l'expérience festivalière à venir. Par ailleurs, elle a contribué à la constitution, par le biais de la conversation familiale et amicale, d'un savoir partagé avec les membres de la famille et les amis sur l'importance et l'intérêt de l'événement festivalier retransmis. Ce savoir partagé valorise la participation future du festivalier et le stimulera à publiciser sa présence au festival, à la faire savoir.
- 8 L'évolution numérique fait qu'il y aujourd'hui bien d'autres écrans que celui de la télévision qui contribuent à la construction du désir de l'étudiant de participer au festival. Cette construction du désir, cependant, présente deux aspects, correspondant aux deux dimensions de tout festival national : tout d'abord, l'occasion singulière qu'il offre d'éprouver la qualité artistique d'œuvres ou d'artistes sélectionnés par ses organisateurs ; ensuite, un dispositif localisé géographiquement, constituant un espace-temps particulier pour ses visiteurs étrangers qu'il transforme, le temps de leur fréquentation, en des membres d'une communauté éphémère d'amateurs d'un même genre de technique artistique. Ce n'est pas seulement, du même coup, en tant que vecteurs d'information, mais bien en tant qu'instruments de notre loisir quotidien et vecteurs privilégiés, aujourd'hui, de notre consommation culturelle, appréhendée sous sa double dimension de stock et de flux (Guy, 2000 : 31), que les écrans participent à la préparation du festivalier. Si la réputation d'un festival, et la singularité esthétique du rassemblement qu'il constitue, entrevue à travers des images d'information, peuvent suffire à motiver certains à s'y rendre, la fréquentation d'un grand festival de musique amplifiée est d'abord préparée et motivée par la consommation musicale du festivalier. Du fait des possibilités offertes par les technologies numériques, cette consommation peut s'effectuer dans tous les moments de loisir, à domicile ou dans les temps de transport, en même temps qu'elle peut être facilement partagée à distance. Il s'agit d'une consommation personnalisée et enrichie à la fois par la facilité d'accès aux répertoires des différents genres musicaux et aux sorties commerciales récentes, et par la dimension du multimédia qui permet de visualiser, à volonté, les artistes en concert et les clips (Granjon & Combes, 2007). Elle est renforcée par la conversation entre amateurs d'un même genre musical et les échanges d'expériences fortes et mémorables dont cette conversation est l'occasion et dont les souvenirs de festival font partie.
- 9 Cette consommation musicale personnelle, et la forme d'expertise intuitive qu'elle apporte à l'individu, assurent l'efficacité, à chaque fois médiatisée par l'attachement des individus à un genre de musique ou à certains artistes, des multitudes de sites internet ou de blogs officiels ou non concernant les festivals. Programmations, informations pratiques, témoignages de festivaliers et partages d'expériences sur des forums spécialisés, nombreuses sont les données officielles ou produites par les festivaliers eux-mêmes qui circulent sur Internet. Cette publicisation des festivals par les usagers est facilitée par les progrès de la technologie, les réseaux sociaux offrant la possibilité du partage visuel ou audiovisuel, en direct, par les festivaliers dotés d'un téléphone portable relié à Internet par satellite, des moments forts qu'ils sont en train de vivre, pour en faire profiter leurs amis. Les organisateurs des festivals ont, de ce fait, intégré cette pratique. La page *Facebook* du festival des Vieilles Charrues, par exemple, affiche régulièrement des clichés sélectionnés pour témoigner de l'ambiance des différents événements. Avec l'Internet mobile et la

généralisation de la capacité des usagers à produire leurs propres contenus, la découverte d'un festival peut commencer, pour un festivalier, bien avant son arrivée sur le terrain du festival, par l'intermédiaire des fragments d'expérience qui lui sont communiqués par les écrans fixes et portables qu'il consulte. Si l'on joint à cet usage la capacité que confèrent les technologies numériques d'enregistrer, de produire et d'envoyer instantanément, dans le temps même de la participation à un événement culturel, des images de cet événement à ses participants, on comprend mieux l'évolution de l'expérience festivalière entraînée par la « culture de l'écran ».

Voir et se voir : le rôle des écrans géants dans les festivals de musique

- 10 Le « grand écran » a été longtemps une des appellations métaphoriques du septième art. Aujourd'hui, les grands écrans se sont déployés en dehors de la salle de cinéma ou d'autres dispositifs cinématographiques – ciné-concerts, *drive-in*, cinéma de plein air – et sont utilisés de plus en plus souvent pour renforcer la portée et l'efficacité esthétique locales de l'événement sportif ou musical. Ainsi, le progrès technologique permet aujourd'hui aux grands festivals de rock de s'équiper d'écrans géants disposés sur les lieux du festival, notamment sur chaque côté des scènes, mais aussi à d'autres endroits stratégiques où les festivaliers pourront voir ce qui se passe sur scène sans être devant la scène.

Voir l'artiste

- 11 Cette pratique ne répond pas uniquement à une volonté d'exploitation des possibilités que confèrent les nouvelles technologies numériques de renforcer la visibilité des artistes et d'améliorer le service professionnel rendu au spectateur¹². Comme l'indique le témoignage suivant, elle est une manière de composer avec l'évolution de la conduite des spectateurs des festivals de musique amplifiée, la masse de spectateurs écoutant debout et souvent en dansant les différentes prestations qui se succèdent :

Béatrice : Et, en fait c'était le seul concert où elle a réussi à asseoir tout le monde devant la scène Glenmor Et c'est vrai que c'était drôlement agréable de pouvoir rester assis. En plus nous, on est petites donc (rires) pour une fois on a pu voir. C'est ça qui... quand on est petit soit on est tout devant soit on regarde sur un écran quoi. Et là pour le coup c'était génial elle avait fait asseoir tout le monde, c'était euhhh... Woodstock ! (rires)¹³

- 12 Si la position assise du public est associée ici à une certaine période de l'histoire du rock et à la culture hippie, incarnée en l'occurrence par Joan Baez, ce qui confère une valeur quasiment patrimoniale à l'expérience qu'elle restitue, elle suppose de s'installer à une distance suffisante de la scène pour ne pas être gêné par l'écran, au sens de l'obstacle visuel, que constituent les spectateurs massés devant la scène. C'est ce qui explique que les écrans de concerts des festivals, lorsqu'ils ne servent pas à renforcer visuellement – *light shows*, illustrations photographiques, extraits de films, etc. – l'efficacité esthétique de la performance des artistes sur scène, ont une fonction première de visualisation de ces artistes. Comme les lunettes de théâtre au XIX^e siècle, ils permettent au spectateur éloigné de se rapprocher visuellement des personnes qui chantent et jouent sur scène. La frustration est d'ailleurs grande chez les festivaliers lorsque, pour une raison ou pour une autre, les écrans ne jouent pas ce rôle de jumelles pendant le concert. Le témoignage suivant d'une festivalière déçue par la performance de Bob Dylan lors de l'édition 2012 du Festival des Vieilles Charrues est, à cet égard, très parlant. L'artiste avait en effet refusé d'être filmé.

Stéphanie a 38 ans. Elle est venue, accompagnée de trois amis, voir le rappeur Orelsan et Gossip qui jouent plus tard dans la soirée, mais se réjouissait de voir Bob Dylan. Il monte sur scène avec dix minutes de retard. Il est acclamé, ne dit pas bonjour et commence à jouer. Il suffit de quelques minutes aux festivaliers pour remarquer que les écrans géants leur permettant de, selon elle, le *voir de plus près*, sont fixes. Au bout d'un moment, certains festivaliers commencent à s'irriter. Stéphanie fait partie de ceux qui expriment leur mécontentement en lançant, entre les chansons, leurs cris de protestation. *Caméra fixe, pas de bonjour, il nous sort son dernier album on s'en fout, on ne connaît aucun titre !* Elle pointe son doigt vers les festivaliers devant elle : *Regarde : tout le monde se barre !* Un homme en train de partir confirme : *C'est la première fois en quinze ans que j'entends siffler aux Charrues !* Derrière elle, trois jeunes, la vingtaine, passent. L'une des jeunes filles lance, accrochée à son téléphone : *On a juste Bob Dylan devant nous et on ne le voit pas !* Des groupes continuent à remonter et s'en aller. Un homme, la cinquantaine, tient haut au-dessus de sa tête ses deux mains qui forment des zéros. Il les montre ostensiblement en criant *Zéro !* L'enquêteur lui demande pourquoi il n'est pas content. Il répond qu'il est venu voir Dylan, qu'il ne l'a pas vu : *Un million d'euros il a pris pour ça, c'est honteux !*

Se voir et se faire voir

- 13 L'observation *in situ* permet de relever l'usage que certains spectateurs, familiers des festivals, font de ces écrans, qu'ils s'approprient pour se faire voir au public présent et à celui regardant, en direct ou en différé, la retransmission du concert. Elle vérifie également l'usage que les organisateurs font de ces écrans pour renforcer l'efficacité esthétique de l'événement, aussi bien envers les spectateurs présents que vis-à-vis des spectateurs des retransmissions en direct ou en différé. La représentation du public donnée aux membres du public par l'écran est un moyen d'esthétisation, un moyen de faciliter leur investissement physique dans ce qui se passe, en augmentant leur sensibilité à la fusion collective qu'entraîne le rythme musical.
- 14 Lorsque nous assistons à la retransmission d'un festival à la télévision, nous pouvons avoir parfois l'impression que tous les festivaliers possèdent un drapeau. L'observation participante révèle en fait que tous les festivaliers avec un drapeau se placent devant les caméras, se voyant eux-mêmes sur les grands écrans. Les écrans jouent donc un rôle d'affichage de soi qui renforce le sentiment de participation à l'événement, par l'apparition, fugace, de son image à l'écran, rendue visible à ses propres yeux, comme à ceux de l'ensemble de l'audience, par un artifice.
- 15 Au Festival des Vieilles Charrues, l'écran fonctionne comme un miroir. À la recherche de la caméra qui pointe sur eux, les festivaliers réagissent lorsqu'ils apparaissent à l'écran comme ils le feraient devant un miroir qui refléterait leur portrait. Les gestes de festivaliers, les mouvements de drapeaux agités sur le rythme des airs constituent des représentations au sens d'Erving Goffman (Goffman, 1973). Si au cinéma, comme le soulignait Christian Metz, le spectateur est absent de l'écran, sauf en tant que personnage de fiction, l'écran du festival permet au spectateur réel de s'y représenter¹⁴. L'écran de festival lui permet d'authentifier sa présence : « J'y suis ! » En même temps, il renforce, chez tous les spectateurs, le sentiment de la réalité de l'événement musical dont il rend visible la masse des individus qui le constitue. De ce point de vue, les écrans font partie, au-delà du moyen de visualisation de la scène qu'ils constituent, d'un dispositif d'esthétisation plus global. L'écran ne renvoie pas seulement son image au festivalier qui l'utilise comme un miroir, mais il offre, par l'utilisation qu'en font les organisateurs, un moyen d'immersion visuelle complémentaire dans l'événement en train de se dérouler. Les effets de cadrage, de plongée, de *travelling*, de montage rapprochent ce qui se passe à l'écran du spectacle cinématographique et contribuent à l'enchantement produit par le plein air, les mouvements de la foule, les jeux de lumière et, bien sûr, la musique. La danse de la foule sur le rythme de la musique est une forme de performance collective vécue par le festivalier tout à la fois directement, par son immersion physique dans la foule et la mise

en mouvement de son propre corps, et indirectement, par sa vision à l'écran. Le fait de se voir constituer un ensemble renforce le plaisir de faire ensemble l'événement.

Le rôle des écrans dans les festivals de musique : les écrans de poche personnels

- 16 La miniaturisation des composants électroniques et des appareils a permis le développement de l'Internet mobile. Les mini-écrans se sont multipliés. Écrans d'appareils photo, écrans de téléphones intelligents ou de tablette numérique, ils sont les écrans d'appareils qui permettent à l'utilisateur non seulement de recevoir, mais aussi de produire des contenus photographiques, des textes, des images animées. Prothèses postmodernes du promeneur solitaire, les téléphones « intelligents », iPods, iPads ou autres tablettes numériques font partie de la panoplie du festivalier. Ils permettent de mettre le festival dans sa poche, dans un double sens.
- 17 Le premier est celui des pratiques caractéristiques du promeneur confronté à un monument ou à un événement artistique. Nathalie Heinich identifiait dans son observation du public du Pont-Neuf, en 1986, trois activités caractéristiques de ce promeneur : la « réappropriation », la « remodelisation », la « production d'opinions » (Heinich, 2009). L'intérêt de cette observation d'avant l'Internet mobile est qu'elle permet de distinguer ce que la multiplicité des fonctions qui peuvent être assurées en même temps par les téléphones intelligents peut nous amener à confondre : l'enregistrement photographique ou audiovisuel de l'événement qui permet d'en conserver le souvenir, le fait de donner de ses nouvelles à ses amis par SMS ou par le biais des réseaux sociaux, la communication d'un jugement sur l'intérêt artistique de l'événement auquel on participe. C'est dans ce dernier cas que le festivalier agira comme un prescripteur, ce qui explique l'intérêt porté aujourd'hui par les organisateurs de festival aux réseaux sociaux.
- 18 À un premier niveau cependant, les petits écrans offrent le moyen d'améliorer la communication avec les festivaliers. Les festivals ont largement décliné les contenus de leurs sites Internet en applications mobiles pour téléphones et tablettes : billetterie, programmation, biographies d'artistes, informations pratiques – carte du site du festival par exemple. Ils ont également créé de nouveaux services spécifiques facilitant pour les festivaliers le suivi du festival, les informations en direct concernant le début des concerts par exemple grâce à la création d'un compte *Twitter* et *Facebook* du Festival, ou des jeux en relation avec l'événement, par exemple des tests de reconnaissance de morceaux musicaux.
- 19 L'usage des écrans des festivaliers par les organisateurs ne se limite pas, cependant, à la création de ces nouveaux services. Il consiste également dans un dispositif de valorisation de la participation personnelle du festivalier, par la publication de ses propos. Un bon exemple de ce type de dispositif est donné par le festival Transmusicales de Rennes, qui a mis en place des écrans géants – le *Tweet Wall* – diffusant, en temps réel, des messages envoyés par les festivaliers. Ceux-ci sont invités à partager leur expérience des Transmusicales en envoyant leurs commentaires par SMS, sur *Twitter* ou par mail. Les messages sont publiés sur ces écrans géants aux couleurs des Transmusicales disposés au cœur de la ville et sur le site des concerts immédiatement après envoi du message.
- 20 Cette publication des messages personnels constitue un moyen d'accrocher les festivaliers, séduits à un premier niveau, comme le montre cet échantillon de quelques messages affichés aux Transmusicales de Rennes, par le plaisir du graffiti électronique que ce dispositif leur permet de réaliser¹⁵ :

SMS : KI m'appel ? – *il y a 31 secs*

SMS : T'arrete de gueuler rené !!! – *il y a 48 secs*

SMS : A l'infini LB – *il y a 54 secs*

SMS : Choupi Kiki Bouli en direct des Trans – *il y a 1 min 5 secs*

SMS : N'oubliez pas votre cerveau !!! Lol – *il y a 1 min 13 secs*

SMS : Jaouen je t'aime proust – *il y a 1 min 36 secs*

SMS : Bientôt l'album Innersoul www.myspace.com/wanpercussions – *il y a 1 min 42 secs*

SMS : www.radiocampusangers.com et sur le 103FM – *il y a 2 min 55 secs*

SMS : Rémi t'es ou ? – *il y a 2 min 50 secs*

SMS : EG je t'aime à /infini... pire que ça ! – *il y a 3 mins 33 secs*

21 Apostrophe de potache, publicité pour un album ou une radio musicale, message personnel, déclaration d'amour, slogan politique, l'écran fonctionne ici comme un mur électronique, qui atteste tout à la fois de l'importance accordée à la personne du festivalier par les organisateurs et de leur souci de lui permettre de s'exprimer. La mise en réseau des mini-écrans des festivaliers et des écrans géants du festival permet de produire, à Rennes, une représentation du festivalier comme un acteur dont la parole fait exister le festival, une représentation qui, grâce au numérique, atteste de sa liberté et du respect de sa parole dans un espace démocratique. Le dispositif d'esthétisation prend ici la forme de la valorisation de l'expression de la personne du festivalier. Ce détournement par certains festivaliers du dispositif d'esthétisation permet du même coup de reconnaître une limite de l'instrumentalisation des écrans des usagers par les organisateurs, et les moyens de « pare-engagement » (Goffman, 1981) qu'ils constituent pour les festivaliers.

22 Comme le montre cependant l'échantillon des SMS affichés sur l'écran géant, le dispositif se prête à son détournement par le festivalier à des fins d'esthétisation personnelle, telle la déclaration d'amour en public.

23 Un festival n'est pas une épreuve uniquement pour les musiciens qui s'y produisent. En tant que lieu de vie, il est aussi l'occasion d'une épreuve pour le festivalier, plongé dans un espace-temps séparé du monde ordinaire, et entièrement dévolu à l'écoute collective de la musique. Dans ce contexte, les technologies nomades présentent l'intérêt d'offrir, en même temps qu'un moyen de renforcer la participation esthétique à un événement, celui de s'en abstraire. Aux Vieilles Charrues, certains festivaliers parcourent le site du festival avec leurs écouteurs dans les oreilles comme des coques phoniques leur permettant de s'isoler temporairement, de s'extraire d'un univers sonore imposé par le flux du dispositif festivalier et la coprésence de milliers de festivaliers. Trois ou quatre jours de festival ne peuvent se pratiquer intensément tout le temps. Les mini-écrans sont ici pour faire ressurgir des univers de l'intime qui permettent de rompre temporairement avec les interactions du festival, une parenthèse comme une autre – s'isoler dans sa tente ou dans sa voiture, sortir du site du festival, etc. – nécessaire à la vie du festivalier et à sa longévité physique et mentale pour tenir le rythme. Les écrans de poche offrent des moyens de s'évader de la situation, de s'exclure du monde de festival, tout autant que de s'y immerger. Ils sont le moyen de concilier la perte du sens du temps qu'instaurent l'excitation émotionnelle et la communion intense, mais éphémère, que procure le festival, et de retrouver son identité personnelle en réactivant ses liens forts, à distance, avec son environnement familial et le monde réel.

Conclusion : Internet, consommation culturelle et démocratisation de l'expertise

24 Une approche pragmatique de la consommation culturelle à l'ère numérique permet de dépasser le double écueil d'une vision déterministe du goût et d'une approche techniciste du loisir artistique en prenant en compte l'expérience personnelle du spectateur et les objets qu'il manipule, grâce auxquels il interagit avec d'autres objets et d'autres personnes. Loin de neutraliser toute forme d'interaction, en effet, Internet constitue, du fait de la capacité acquise par les festivaliers à traduire les informations que transportent les écrans et à utiliser les cadres d'échange avec autrui qu'ils offrent, de cultiver leur expérience d'un certain plaisir artistique, musical ou littéraire¹⁶ (Leveratto & Léontsini, 2008). Prise dans son triple sens de vécu, de savoir acquis au contact des objets et de capacité à affronter l'imprévu, cette expérience constitue une forme d'expertise¹⁷ que le développement d'Internet contraint aujourd'hui les professionnels de la culture à reconnaître, en la mobilisant directement, pour l'identification d'idées de programmation par exemple¹⁸, mais aussi, comme on vient de le voir, pour l'attention portée à l'accueil et à l'expression des usagers, reconnus comme des acteurs à part entière de l'événement.

25 Publics participants, les jeunes festivaliers équipés de leurs écrans partagent leurs expériences en même temps qu'ils traduisent par ces objets le lien esthétique qui les unit. La participation au festival est réalisée par anticipation, en préparation de la pratique festivalière, pendant le festival, mais également après celui-ci. Dans ces trois étapes de la pratique, l'écran joue un rôle essentiel puisqu'il soutient la construction et le partage par le festivalier de son expérience personnelle :

- le premier niveau est celui de l'enclenchement de l'expertise, par l'anticipation de l'épreuve : les festivaliers préparent leur visite par la consultation des sites internet officiels et non officiels, par la fréquentation des blogs et forums et par le biais des médias sociaux – Facebook, Twitter, Instagram, etc. Ils se « font » leur premier jugement sur la base des témoignages des festivaliers expérimentés, ayant déjà participé au festival ;
- le deuxième niveau est celui de *la mise en œuvre de l'expertise* par la participation directe au dispositif festivalier. Pendant le déroulement de l'épreuve, l'écran sert à témoigner de sa participation à un événement festivalier, à le faire partager « à chaud », à transmettre son ressenti, son jugement sur le moment des artistes, et son regard sur les festivaliers ;
- le troisième niveau est celui de *la revendication de l'expertise aboutie*, c'est-à-dire bénéficiant du recul temporel, sur et par Internet : conseils en programmation adressés aux organisateurs, valorisation du « j'y étais, j'ai participé » auprès d'amis et de connaissances concernées. Les traces laissées par les festivaliers sur le terrain ayant été effacées, les enregistrements réalisés et les messages envoyés sur le moment se transforment en autant de témoins de la valeur de l'événement passé. Ces traces conservées par les écrits, les photos ou encore les géolocalisations sont mobilisées pour construire une histoire commune qu'écrivent ensemble l'équipe du festival et son public, soucieux de transmettre l'expérience de l'événement aux futurs festivaliers.

26 De l'engagement à l'authentification de l'expertise, l'expérience de festivalier confirmé passe par plusieurs niveaux. Le processus forme une boucle, partant d'Internet pour revenir à Internet, l'accumulation et la convergence des témoignages individuels attestant de l'existence d'une communauté esthétique aux manifestations éphémères, certes, mais cycliques. Les limites temporelles de l'expérience festivalière dépassent largement les quatre jours de l'événement, pour s'étendre, par le partage de ces traces institutionnelles et individuelles produites et médiatisées par les écrans – photographies, discours, etc. – d'une édition à l'autre du festival. L'estivation, c'est-à-dire « la période qui sépare deux campagnes d'un même festivalier » (Ethis *et al*, 2008), est redéfinie par les outils numériques. En effet, le rythme, mais également la fidélité et l'assiduité qui définissent, dans le temps, l'identité des festivaliers doivent être considérés à l'aune de l'immersion

dans la pratique que permettent les écrans numériques. L'intensité de cette pratique ne se mesure pas ici uniquement à travers la présence à l'événement, mais également autour des dispositifs numériques qui élargissent les frontières spatiales et temporelles – médiatiques – de l'événement.

27 « Merci et à l'année prochaine », signe le Festival des Vieilles Charrues en couverture de sa page *Facebook* officielle pour laisser place à des centaines de commentaires de festivaliers¹⁹. La lecture de ces commentaires critiques offre un accès privilégié à cette expertise du festivalier expérimenté et à la posture du collectionneur qui la favorise, le commentaire s'écrivant parfois dès l'annonce de la programmation de l'édition annuelle²⁰.

28 En définitive, les écrans constituent un nouveau cadre de construction à la fois de l'expérience festivalière et de l'identité spectatorielle, en conférant au public non plus seulement un rôle de spectateur, mais aussi celui de médiateur et prescripteur. Outil de partage de son expérience vécue, moyen d'objectivation de son propre jugement sur la qualité de l'événement, support d'expression personnelle, mode de revendication de son affiliation à un événement, la culture festivalière est de plus en plus une culture par l'écran.

Bibliographie

Assasi (Isabelle), Bourgeon (Dominique) & Filser (Marc). 2009. « Analysis of Behavior in the Cultural Sphere: Explanatory Models in Perspective » in *Actes du colloque 10th International Conference on Arts and Culture Management*, Dallas, 28 juin-1^{er} juillet 2009. Publication en ligne : <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00498168>. Consulté le 25.09.2014

Donnat (Olivier). 2009. *Les Pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*. Paris : La Découverte/Ministère de la Culture et de la Communication.

Ethis (Emmanuel) (dir.). 2002. *Avignon, le public réinventé. Le Festival sous le regard des sciences sociales*. Paris : La Documentation française.

Ethis (Emmanuel) (dir.). 2002. *Aux marches du palais. Le Festival de Cannes sous le regard des sciences sociales*. Paris : La Documentation française.

Ethis (Emmanuel), Fabiani (Jean-Louis) & Malinas (Damien). 2008. *Avignon ou le public participant*. Montpellier : L'Entretemps, coll. « Champ théâtral ».

Glévarec (Hervé) & Pinet (Michel). 2009. « La "tablature" des goûts musicaux : Un modèle de structuration des préférences et des jugements ». *Revue française de sociologie*, 3, p. 599-640.

Goffman (Erving). 1973. *La Mise en scène de la vie quotidienne*. Paris : Les Éditions de Minuit, coll. « Le sens commun ».

Goffman (Erving). 1981. « Engagement », p. 267-278, in *La Nouvelle Communication/sous la direction d'Yves Winkin*. Paris : Seuil.

Goffman (Erving). 1991. *Les Cadres de l'expérience*. Paris : Les Éditions de Minuit, coll. « Le sens commun ».

Granjon (Fabien) & Combes (Clément). 2007. « La numérimorphose des pratiques de consommation musicale. Le cas des jeunes amateurs ». *Réseaux*, 145-146, p. 291-334.

Guy (Jean-Michel). 2000. *La Culture cinématographique des français*. Paris : La Documentation française.

Heinich (Nathalie). 2009. *L'Art contemporain exposé aux rejets. Études de cas*. Paris : Hachette Littérature.

Hennion (Antoine), Maisonneuve (Sophie) & Gomart (Émilie). 2000. *Figures de l'amateur : Formes, objets et pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. Paris : La Documentation française/DEP – Ministère de la Culture.

Jullier (Laurent) & Leveratto (Jean-Marc). 2010. « L'expérience du spectateur ». *Degrés*, 142.

Karpik (Lucien). 2007. *L'Économie des singularités*. Paris : Gallimard, coll. « Bibliothèque des Sciences humaines ».

Lardellier (Pascal). 2006. *Le Pouce et la Souris. Enquête sur la culture numérique des adolescents*. Paris : Fayard.

Leveratto (Jean-Marc). 2006. *Introduction à l'anthropologie du spectacle*. Paris : La Dispute.

Leveratto (Jean-Marc) & Leontsini (Mary). 2008. *Internet et la Sociabilité littéraire*. Paris : BPI.

Metz (Christian). 1979. *Le Signifiant imaginaire*. Paris : Klincksieck.

Pourquier-Jacquín (Stéphanie). *Les Pratiques cinématographiques et cinéphiles des étudiants en PACA, moment privilégié et déterminant de notre vie pour construire une relation durable au cinéma ?* Th. Doct. en cours : Sciences de l'Information et de la Communication : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Rancière (Jacques). 2000. *Le Partage du sensible. Esthétique et politique*. Paris : La Fabrique.

Roth (Raphaël). 2013. *Bande originale de film, bande originale de vie. Pour une sémiologie tripartite de l'emblème musical : Le cas de l'univers Disney*. Th. Doct. : Sciences de l'Information et de la Communication : Université d'Avignon et des Pays de Vaucluse.

Trépos (Jean-Yves). 1998. *La Sociologie de l'expertise*. Paris : Presses universitaires de France.

Valero (Vanessa). 2002. « Le festival de rock : Entre passion et désenchantement... ». *Volume !*, 1, p. 113-123.

Notes

1 Donnat (Olivier). 2009. « Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique : Éléments de synthèse 1997-2008 ». *Culture études*. Paris : Département des études de la prospective et des statistiques (DEPS). Olivier Donnat privilégie l'expression « culture d'écran », pour y intégrer la télévision, même s'il juge que la formule « culture de l'écran », proposée par Pierre Chambart et Alain Ehrenberg dès 1988, est légitime parce qu'« avec le numérique et la polyvalence des terminaux aujourd'hui disponibles, ce sont la plupart des pratiques culturelles qui convergent vers les écrans : visionnages d'image et d'écoute de la musique bien entendu, mais aussi lectures de textes ou pratiques en amateur, sans parler de la présence des écrans dans les bibliothèques, les lieux d'exposition et même parfois dans certains lieux de spectacle vivant... Tout est désormais potentiellement lu sur un écran » (p. 211). Le terme de « culture d'écran » permet, en effet, de reconnaître l'existence de plusieurs types d'écran, et de désigner aussi bien les consommateurs qui privilégient l'« audiovisuel », l'écran de télévision, que ceux qui privilégient Internet, c'est-à-dire les « nouveaux écrans » (p. 210 et note 5, p. 212). *De facto*, cependant, il oppose, dans sa typologie des configurations de la consommation culturelle en France, la « culture d'écran » à la « télévision, média hégémonique » et à l'« imprimé » (p. 219 et 223), utilisant ainsi le terme de « culture d'écran » dans le sens restrictif de la « culture numérique », dans laquelle la « convergence technologique consacre définitivement les écrans comme support privilégié de nos rapports à la culture » (p. 210).

2 Dans l'enquête menée en 2012 dans le cadre de sa thèse par Stéphanie Pourquier-Jacquín sur 867 étudiants de l'Université d'Avignon, 95,7 % des étudiants interrogés déclarent être inscrits sur un réseau social, soit la presque totalité des étudiants ; 66 % d'entre eux déclarent y poster des informations – images, textes ou vidéos – relatives à leurs pratiques cinématographiques. Les sociabilités numériques engagées par les étudiants consistent donc, pour une part importante, dans l'exposition de leurs pratiques culturelles et deviennent, de fait, une occasion d'affichage de soi en même temps que de prescription culturelle pour autrui. Cf. Stéphanie Pourquier-Jacquín (2012).

3 Depuis une dizaine d'années, de nombreuses contributions ont mis en lumière les limites d'une vision trop déterministe de la consommation culturelle, neutralisant les capacités de certains objets artistiques à toucher les individus, et les capacités des individus à se les approprier, dans certaines situations, indépendamment de leur identité sociale. pour un examen de la littérature internationale sur cette question, voir la mise au point très éclairante d'Isabelle Assasi, Dominique Bourgeon & Marc Filser (2009). En France, citons notamment, en rapport avec notre objet, l'approche sociologique des amateurs de musique proposée par Antoine Hennion (2000) et les travaux d'Hervé Glévec et Michel Pinet (2009) sur la consommation musicale.

4 Voir par exemple Pascal Lardellier, *Le Pouce et la Souris. Enquête sur la culture numérique des adolescents*, Paris, Fayard, 2006, qui reconnaît – mais ne distingue pas toujours – ces différents usages du terme qui peut désigner 1) un savoir-faire spécifique : « La culture numérique des ados [...] est un certain regard, une manière de penser, de s'exprimer, de faire venir le monde à soi via ses écrans magiques "au doigt et à l'œil" [...] qui requiert une vraie technicité, une ingéniosité technique. » (p. 39-40) ; 2) une forme de sociabilité que ces écrans permettent d'entretenir : « La communauté adolescente existe dans les TIC [...] Cette nouvelle culture [...] possède ses codes, ses règles, ses langages, ses icônes, ses mythes, ses tribus et son éthique, connus et partagés majoritairement par les 10-20 ans » (p. 114) ; 3) enfin, la consommation culturelle qu'ils permettent d'effectuer : « Peut-on qualifier de "culture numérique" les pratiques des adolescents ? Très probablement si l'on considère que les nouvelles technologies sont bien plus que de simples outils, bien mieux que des tuyaux pour cette génération [...]. Elles induisent donc des modes d'accès aux savoirs et de consommation culturelle qui n'existaient pas il y a dix ans. » (p. 113).

5 Le terme « phablette » désigne un appareil téléphonique nomade qui combine les caractéristiques techniques des tablettes numériques et la fonction de téléphone portable – « *phone* » en anglais -.

Cf. « La “Tablette”, vedette de Barcelone ». *Libération*, 2 mars 2012.

6 Les conduites des spectateurs de festivals de musique amplifiée – dits couramment « de rock » – restent relativement peu étudiées, en comparaison des festivals de théâtre et de cinéma. Outre son expertise bien connue en ce domaine, l'université d'Avignon a entrepris, sous la direction de Damien Malinas, une observation suivie de deux festivals de rock d'importance nationale, le Festival des Vieilles Charrues de Carhaix (depuis 2007) et les Transmusicales de Rennes (depuis 2008).

7 « À l'inverse [du public de l'opéra et de la musique classique], ce sont les tranches d'âge les plus jeunes (15 à 34 ans) qui fréquentent les autres concerts de musique (chansons, musiques du monde, rock). » cf « Les publics du spectacle vivant », *Repères DMDTS*, février 2008, 4, p. 6.

8 Désigne la génération née avec le numérique.

9 À Carhaix, qui accueille environ 200 000 personnes chaque année, les étudiants *stricto sensu* – non compris les lycéens – représentent 27 % de la population festivalière. À Rennes, on compte 30,2 % d'étudiants parmi les festivaliers.

10 Nous utilisons ici le terme de « techniques du corps » dans un sens plus large que celui qu'une certaine lecture de Marcel Mauss a imposé en France. Il désigne ici à la fois l'engagement personnel du spectateur, l'activité d'incorporation de l'événement, qui lui permet de se rendre sensible à ce qui se passe, et l'effort de coordination des émotions requis du spectateur dans la mise en œuvre de toute technique artistique. Cf. Leveratto (Jean-Marc). 2006. *Introduction à l'anthropologie du spectacle*. Paris : La Dispute, coll. « Essais ».

11 Cette contribution repose sur des notes de terrain prises lors du Festival des Vieilles Charrues de 2007 à 2010 et 2012 et des Transmusicales de Rennes de 2008 à 2010 et 2013. Elle reprend également certains résultats d'enquêtes par entretiens menées dans le cadre de deux thèses de doctorat sur les pratiques culturelles des étudiants, rédigées par Stéphanie Pourquier-Jacquín (2012) et Raphaël Roth (2013).

12 Sur la professionnalisation des festivals de rock en France, leur passage d'un mode de fonctionnement amateur à un mode professionnel, voir la monographie de Vanessa Valero (2004) sur l'évolution du festival La Route du Rock de Saint-Malo.

13 Béatrice a 40 ans, elle est soudeuse de métier. Elle était bénévole depuis neuf ans au sein du festival lorsque nous l'avons rencontrée lors de l'édition 2008 des Vieilles Charrues.

14 Notons que tout spectacle, y compris le spectacle cinématographique, requiert la présence et l'engagement corporel d'un spectateur pour se produire, ce qui oblige à relativiser le point de vue de Metz. Cf. sur ce point Laurent Jullier et Jean-Marc Leveratto (2010).

15 Le message d'appel affiché sur l'écran est le suivant : « Partagez vos *translive* : par SMS au 06 17 65 78 12. *Twitter* avec le mot clé : #les trans. Photos par mail : transrennesphotos@picsaweb.com »

16 Pour une analyse précise des modalités de cette culture, au sens de l'action de cultiver, d'un certain loisir artistique, voir Jean-Marc Leveratto & Mary Leontsini 2008. *Internet et la sociabilité littéraire*. Paris : BPI.

17 Sur une approche sociologique non élitiste du jugement d'expertise, voir Jean-Yves Trépos (1998) qui rappelle que « l'expertise n'est pas une profession, mais une position » accessible de droit et de fait à tout usager ayant acquis une familiarité avec les objets qu'il consomme. Jean-Marc Leveratto (2006) propose un modèle d'analyse de la compétence du spectateur prenant en compte cette expertise acquise au contact de ses objets artistiques de prédilection et lui permettant d'en éprouver la qualité. Sur le développement contemporain, *via* Internet, des dispositifs d'expertise de la qualité des biens culturels, voir Lucien Karpik (2007).

18 « Les réseaux sociaux permettent aussi aux organisateurs de festivals de dénicher des artistes moins connus qu'il serait intéressant d'avoir en prestation l'année suivante. Ainsi, les *Twitter* et *Facebook* de ce monde connectent-ils les organisateurs simplement et directement avec les créateurs et le public. » Cf. Alexandre Robergé, « Les réseaux sociaux grands alliés des festivals ». Publication en ligne : <http://cursus.edu/article/20417/les-reseaux-sociaux-grands-allies-des-festivals>. Consulté le 07.08.2013.

19 Couverture mise en ligne le 22 juillet 2013. Consulté le 15.09.2013.

20 Pour un exemple d'analyse microcritique des commentaires de festivaliers sur Internet, voir Myriam Dougados, Jean-Louis Fabiani & Julien Gaillard, « Les usages de *Twitter* dans la construction des opinions esthétiques » in *Culture & Musées*, 24, p. 89, *La démocratisation culturelle à l'état numérique. Avènement de soi et événements à notre image/sous* la direction de Damien Malinas. Arles : Actes Sud.

Pour citer cet article

Référence papier

Jean-Marc Leveratto, Stéphanie Pourquier-Jacquín et Raphaël Roth, « Voir et se voir : le rôle des écrans dans les festivals de musique amplifiée », *Culture & Musées*, 24 | 2014, 23-41.

Référence électronique

Jean-Marc Leveratto, Stéphanie Pourquier-Jacquín et Raphaël Roth, « Voir et se voir : le rôle des écrans dans les festivals de musique amplifiée », *Culture & Musées* [En ligne], 24 | 2014, mis en ligne le 19 juin 2018, consulté le 16 juin 2021. URL : <http://journals.openedition.org/culturemusees/593> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/culturemusees.593>

Cet article est cité par

- ROTH, Raphaël. SWINNEN, Laure-Hélène. (2020) Enseigner la guitare sur YouTube. Le tutoriel gratuit et les contradictions de la « numérimorphose » de l'enseignement de l'instrument : le cas de la chaîne MrGalagomusic. *Tic & société*. DOI: 10.4000/ticetsociete.4971

Auteurs

Jean-Marc Leveratto

Jean-Marc Leveratto est professeur des universités en sociologie à l'université de Lorraine. Directeur-adjoint du laboratoire lorrain de sciences sociales et responsable du master recherche « Arts et industries culturelles », ses travaux portent sur l'histoire et la sociologie de l'industrie du spectacle (théâtre et cinéma), les nouvelles professions culturelles, l'expertise culturelle, la technologie culturelle. Il a mené notamment des enquêtes sur le patrimoine régional, les pratiques amateurs de théâtre, l'emploi culturel, les usages culturels d'Internet et l'éducation artistique. Leveratto (Jean-Marc). 2003. « Histoire du cinéma et expertise culturelle ». *Politix*, 61, p. 17-50. Leveratto (Jean-Marc). 2006. « Lire Mauss : L'authentification des "techniques de corps" et ses enjeux épistémologiques ». *Le Portique*, 17. Leveratto (Jean-Marc). 2013. « Anthropologie du spectacle et savoirs de la qualité », p. 27-44 in *Interdiscipline et arts du spectacle vivant/* sous la direction d'André Helbo, Catherine Bouko et Élodie Verlinden. Paris : Honoré Champion. jmleverat@numericable.fr

Articles du même auteur

Introduction [Texte intégral]

Paru dans *Culture & Musées*, 29 | 2017

Stéphanie Pourquier-Jacquín

Stéphanie Pourquier-Jacquín est attachée temporaire d'enseignement et de recherche et prépare sa thèse sous la direction d'Emmanuel Ethis. Elle est membre de l'équipe Culture et Communication du centre Norbert Élias (UMR 8562 – EHESS-UAPV– CNRS) à l'université d'Avignon et des Pays de Vaucluse. Son travail porte sur les pratiques cinématographiques des étudiants en PACA et le temps des études comme moment privilégié pour élaborer une pratique cinématographique autonome. Ce travail reçoit le soutien de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur et est mené en partenariat avec l'association Cinémas du Sud. stephanie.pourquier-jacquin@univ-avignon.fr

Raphaël Roth

Raphaël Roth est maître de conférences en Sciences de l'information et de la communication, membre du centre Norbert Élias (UMR 8562) – équipe Culture et Communication de l'université d'Avignon. Il a écrit une thèse intitulée *Bande originale de film, bande originale de vie. Pour une sémiologie tripartite de l'emblème musical : Le cas de l'univers Disney*, sous la direction d'Emmanuel Ethis et de Damien Malinas. Ses recherches portent également sur l'étude des pratiques culturelles en festival de musique (Festival des Vieilles Charrues et des Transmusicales, Bretagne, France) et sur la sociologie des objets matériels et immatériels qui entourent l'écoute musicale (D.V.D., C.D., musique numérique). raphael.roth@univ-avignon.fr

Droits d'auteur

Culture & Musées