

Présentation

Dossier d'accompagnement
de la conférence / concert
du vendredi 4 décembre 2009
programmée aux
31^{èmes} Rencontres Trans Musicales,
dans le cadre du



projet d'éducation artistique
des Trans et des Champs Libres.

Cycle de trois conférences-concerts :
**“Quand technologies, création et écoute
se rencontrent dans les musiques actuelles”**

Conférence-concert # 2
**“Les supports sonores et leur influence
sur notre rapport à l'écoute”**

Conférence de Pascal Bussy & Jérôme Rousseaux
Spectacle de 78 RPM Selector

Des premiers cylindres phonographiques aux disques en vinyle, de la bande magnétique à la cassette, du compact disc à la compression sonore d'aujourd'hui, les supports sonores ont déjà connu plusieurs révolutions. De plus en plus pratiques, bénéficiant d'une miniaturisation extrême et de prix de plus en plus bas, ils ont énormément influencé notre façon d'entendre et d'écouter.

En rendant la musique accessible à tous, en faisant passer l'écoute d'un état sédentaire à un nomadisme absolu, ces évolutions ont peu à peu permis une démocratisation de la consommation de la musique. Cette conférence nous conduira aussi à l'analyse des comportements sociaux, et nous aborderons notamment les notions de liberté et d'émancipation des jeunes générations, ainsi que le débat actuel autour de la gratuité de l'œuvre musicale.

Afin de compléter la lecture de ce dossier, n'hésitez pas à consulter les dossiers d'accompagnement des précédentes conférences-concerts ainsi que les “Bases de données” consacrées aux éditions 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009 des Trans, tous en téléchargement gratuit, sur www.lestrans.com, rubrique Action culturelle.

“Une source d'informations qui fixe les connaissances
et doit permettre au lecteur mélomane de reprendre
le fil de la recherche si il le désire”

Dossier réalisé par
Pascal Bussy & Jérôme Rousseaux
(Atelier des Musiques Actuelles)





L'année 1877 marque la première expérience d'enregistrement de la voix humaine par l'américain Thomas Edison. Celle-ci est effectuée sur un phonographe dont le principe est le suivant : une aiguille, soutenue par un diaphragme et surplombée d'un entonnoir, imprime des "motifs sonores" en relief sur une feuille d'étain qui recouvre un cylindre d'acier actionné par une manivelle.

En France, la déception est grande, lorsqu'on constate que Charles Cros, la même année, a déposé le brevet d'un instrument similaire, le paléophone, mais qui ne verra jamais le jour faute de moyens. Cependant, le phonographe a de gros défauts : la qualité de reproduction du son est faible et se dégrade très vite, et un cylindre ne peut pas être dupliqué. Son usage prioritaire sera par conséquent l'enregistrement de la voix parlée, et il n'est pas encore question de musique. En 1887, Émile Berliner, ingénieur d'origine allemande installé aux États-Unis, a l'excellente idée de remplacer le cylindre par un disque plat, donnant ainsi naissance au gramophone, actionné lui aussi par une manivelle.

Le disque permet une meilleure qualité de reproduction, et surtout, grâce au procédé de moulage galvanoplastique, il peut être dupliqué en nombre. En 1895, un moteur à ressort remplace la manivelle et tout est donc en place pour que cette drôle de machine inonde le monde industrialisé. Uniquement aux États-Unis, le nombre d'appareils utilisés passe de 500.000 en 1900 à 2,5 millions en 1910.

Plus maniable, plus facile à stocker, davantage adapté à la production de masse et de meilleure qualité sonore, le disque plat à 78 tours par minute supplante le cylindre dans les années dix. Jusqu'au milieu du siècle, il sera le grand standard de la musique enregistrée.

À cette époque, ce sont les fabricants de machines qui produisent et vendent les disques et les cylindres, et cinq grandes firmes dominent le marché : trois sont américaines (Edison, Columbia et Victor), une est française (Pathé) et une germano-britannique (Gramophone). À la veille de la première guerre mondiale, on estime à cinquante millions le nombre cumulé de disques et de cylindres vendus dans le monde.

Cette nouvelle manière d'écouter la musique plaît. Il faut dire que c'est une véritable révolution dans le rapport de l'auditeur à la musique puisqu'il peut enfin écouter les airs qu'il possède quand il le désire. Cette pénétration de la musique dans l'ère industrielle va aussi avoir de grandes conséquences sur le rapport entre les artistes et le public. Avant même la radio, qui ne connaîtra son développement qu'après la seconde guerre mondiale, c'est le disque qui consacre les premières vedettes, au premier rang desquelles on trouve le ténor italien Enrico Caruso ; sous contrat avec Victor, il enregistrera près de quatre cents disques jusqu'à sa mort prématurée en 1921.

Les premiers catalogues des fabricants offrent d'abord beaucoup de musique classique et d'opéra. Mais, avec une durée d'écoute de quatre minutes maximum par face, il faut de nombreux disques pour écouter la "Neuvième symphonie" de Beethoven ou un opéra de Verdi comme "Nabucco". Aussi, le disque se révèle vite comme le support idéal pour le répertoire des chansons populaires (airs de café-concert, de music-hall, et d'opéra comique), et les éditeurs phonographiques proposent aussi aux amateurs trouvera des musiques de danse et des marches militaires.

Le développement de ce marché connaît successivement des périodes de croissance faste (les années vingt notamment) mais aussi des moments de forte dépression (les deux guerres mondiales et la crise de 29). Il commence à s'étendre à travers le monde, notamment sous l'impulsion des colons des pays occidentaux qui maintiennent grâce à la musique le lien affectif fort qu'ils ont avec la métropole. Mais le disque n'étant pas un produit de première nécessité, son commerce est volatil.



Jusqu'aux années cinquante, le phonographe continue de bénéficier de nombreuses évolutions technologiques. Les disques sont fabriqués successivement en ébonite, en gomme-laque (obtenue à partir de la sécrétion d'une cochenille asiatique !), en acétate de cellulose, puis en vinyle à partir de 1948. Les appareils bénéficient aussi de l'électricité qui donne plus de régularité à la lecture des disques. Les techniques d'enregistrement progressent également beaucoup, en partie grâce au perfectionnement du microphone qui remplace le "cornet" autour duquel les musiciens devaient se placer, avec souvent un positionnement très étudié. Le micro va beaucoup apporter à la musique classique ainsi qu'aux grands orchestres de jazz car le cornet rendait très mal les nuances du son des big bands.

L'enregistrement électrique commence en 1925 et, avec l'apparition de la cabine (la "control room" ou "salle de contrôle") où se placent les techniciens et les appareils, le studio d'enregistrement ressemble peu à peu à ce qu'il est aujourd'hui. L'objectif est alors de reproduire du mieux possible la réalité de la musique jouée dans un esprit de "fidélité". Puis dans les années 50, les premiers magnétophones multipistes font leur apparition, ainsi que la table de mixage et les hommes clés de ce lieu à part, stratégique et émotionnel à la fois : l'ingénieur du son et le réalisateur artistique, qui parfois sont la même personne, éventuellement augmenté(s) d'un ou plusieurs assistants.

En France, le phonographe touche essentiellement la bourgeoisie, en devenant d'abord un objet rare signe de modernité qui trône dans les salons, puis quasiment un meuble comme sa cousine la radio, mais il touche peu les couches populaires. Aux États-Unis, avec 150 millions de disques vendus en 1929, le phénomène touche la "middle class" dont font quasiment partie les ouvriers qualifiés qui bénéficient alors de meilleurs revenus que, par exemple, leurs homologues français.

"Phonographe : jouet irritant qui redonne la vie à des bruits morts."

Ambrose Bierce, écrivain et journaliste américain (1842-1914), extrait du "Dictionnaire du diable" (1911).

"Tout le monde a besoin d'un phonographe pour son utilité, son économie, sa distraction... Dans les soirées, le phonographe remplace tout seul le programme du chant et de l'orchestre. Dans toutes les classes de la société, le phonographe s'impose." Extrait du catalogue Pathé Frères, 1898.

"D'ici peu les artistes vont, à l'aide des disques, lancer de vrais poèmes symphoniques dans le monde. À la poésie horizontale vient s'ajouter une poésie verticale ou "polyphone". Déjà, on peut prédire le jour où les poètes, lorsque le tourne-disque* et le cinéma seront devenus les seules formes d'expression, jouiront d'une liberté inconnue jusqu'alors qui leur permettra de créer le livre "audible" et "visible" de l'avenir."

Guillaume Apollinaire en 1914, poète d'origine polonaise naturalisé français, né en 1880 et mort en 1918.

* d'autres sources mentionnent cette citation avec quelques variantes, notamment avec le terme "phonographe" à la place de celui de "tourne-disque".

Voici un témoignage sur un épisode de la vie dans un village rural au Congo Belge à la fin des années quarante : "Certains ont un gramophone à manivelle "His Master's Voice" ainsi qu'une collection de disques 78 tours. Il trône sur un dressoir et on se réunit autour de lui pour écouter des mélodies surannées de Tino Rossi ou Rina Ketty. La séance commence par le placement d'une aiguille d'acier que l'on va puiser dans une petite boîte prévue pour les "aiguilles de rechange". Ensuite, on sort la manivelle de son logement et on remonte le ressort jusqu'à la butée. Le disque est déjà choisi depuis belle lurette car on n'a pas un choix illimité. Un chiffon pour le nettoyer puis on le pose délicatement (ça se brise facilement, le vinyle n'existe pas encore), on fait exécuter une torsion comique à la grosse tête de lecture que l'on abaisse vers le début du sillon. Dès que la pointe est posée, on libère une manette latérale qui fait démarrer en "dégueulant" la chanson choisie. Cela donne à peu près : "Scrth, schrtch, j'attandréeé, schrtch, le jôôôuuur et la nuïïït..." Les dames se mettent parfois à l'unisson."



Le phénomène de consommation de masse du disque amorcé avant la deuxième guerre mondiale s'amplifie nettement pendant les "trente glorieuses", et cela de manière très prononcée dans les pays développés.

Le disque bénéficie tout d'abord d'un "saut" technologique avec l'apparition du microsillon. Moins cher, plus léger, de meilleure qualité, celui-ci permet en outre de restituer des plages de musiques de 20 à 30 minutes sans interruption. Peu après que la compagnie Columbia ait lancé en 1948 le 33 tours, appelé également "Long Playing" d'où les initiales "LP", RCA Victor, sa concurrente, met sur le marché le 45 tours. Finalement les deux formats cohabiteront et ils détrôneront rapidement le 78 tours, devenant même les deux balises de référence de l'industrie du disque. Quant aux appareils qui servent à lire les disques, ils sont eux aussi moins chers, plus légers, et plus souples à l'usage.

Apparu dans les années vingt, le "juke-box", qui est en fait un gros lecteur où l'utilisateur a la possibilité de choisir une chanson parmi une sélection d'une centaine de titres en y glissant une pièce de monnaie, devient pour plusieurs générations de jeunes, d'abord aux États-Unis puis en Europe, le symbole d'une liberté naissante et de découverte de nouveaux frissons musicaux. Ce n'est pas un hasard si son modèle le plus connu, le U.S. Wurlitzer construit par la firme américaine du même nom, est finalement l'un des "personnages" principaux de films aussi différents que le "American Graffiti" de George Lucas Films et des meilleurs "road movies" de Wim Wenders.

Car le boom du microsillon, à partir des années cinquante, est beaucoup une affaire de jeunesse. Bien plus que leurs parents, les "teenagers" bénéficient de temps libre et d'argent de poche, ils ont envie de s'amuser, de profiter de la vie, et ils prônent une farouche indépendance. La musique, et notamment le rock'n'roll, répond à ce désir, et le disque permet à la jeunesse de s'approprier cette musique qui, à cause de son côté rebelle et ses aspects provocateurs, déplaît tant aux aînés. En France en 1966, l'année de "La poupée qui fait non" de Michel Polnareff et de "Yellow Submarine" des Beatles, 42 % des quinze vingt ans possèdent un "tourne-disques".

Face à cet engouement, l'industrie s'organise. Ayant beaucoup souffert pendant la guerre, les entreprises européennes ont pris du retard sur leurs consœurs américaines. Ces dernières se regroupent, innovent techniquement et comprennent vite les nouveaux enjeux qui reposent sur le multi média. En travaillant étroitement avec la radio, la télévision et la presse écrite, et en regroupant plusieurs activités au sein de conglomérats, elles mettent en place des stratégies de mise en avant de vedettes qui deviennent en quelques semaines les "idoles des jeunes". Cette démarche qui n'est autre que du marketing avant que ce terme ne soit omniprésent touche d'ailleurs tous les publics, puisqu'il va du développement de la "variété" (en France des artistes comme Claude François) à l'exposition de chefs d'orchestres à l'image charismatique tel Herbert Von Karajan.

En 1975, le marché mondial du disque représente un milliard et demi d'exemplaires, dont 446 millions aux États-Unis, 200 en URSS, 177 au Japon, 165 en Grande-Bretagne, 113 en France, 107 en Allemagne de l'Ouest et 100 au Canada. Il est dominé par les firmes américaines C.B.S. (Columbia Broadcasting System), R.C.A.-Victor et Warner Bros., mais les Européens sont aussi présents avec les compagnies E.M.I. et Philips qui sont respectivement britannique et néerlandaise. Bien entendu, en U.R.S.S., le disque est un marché d'état. Et puis, dans l'ombre des "majors", de très nombreux labels indépendants découvrent les vedettes de demain ou se positionnent sur des niches de marché spécifiques qui sont trop petites pour intéresser les grandes maisons : musiques folkloriques, jazz, un peu plus tard le metal, mais aussi la musique baroque ou la musique contemporaine. Lorsque leur fragilité est trop grande ou qu'ils arrêtent leur activité, ces labels sont souvent repris par les "majors".

2 - Le disque vinyle (suite)



Aujourd'hui, à la suite de multiples fusions et rachats, il ne subsiste plus que quatre "majors" du disque. Par ordre de taille, il s'agit d'Universal Music, à base de capitaux français et américains, Sony Music, à base de capitaux américains, allemands et japonais, Warner Music qui est 100 % américaine, et E.M.I. Music qui est britannique. Les "majors" représentent 80 % du marché du disque, et les labels indépendants, dont les plus importants en France sont Wagram, Naïve, harmonia mundi et P.I.A.S., se partagent les 20 % restants.

Le 45 tours de 17 centimètres de diamètre et le 33 tours de 30 centimètres de diamètre ont établi pour longtemps les deux formats de base du marché du disque, le "single" et l'album. Le premier s'est décliné en 45 tours simple, en CD single, jusqu'à devenir aujourd'hui un "morceau" numérisé qui peut s'acheter au titre sous forme de fichier. Le second, dans la plupart des "musiques actuelles", reste la norme la plus courante quand il s'agit de proposer une nouvelle œuvre au public. On raisonne toujours en terme de titre et d'album.

Le 45 tours a été fondamental dans l'histoire du rock, de la pop et de la chanson. Quant au 33 tours, il est au centre de toutes les collections de disques rock, pop, jazz, soul et rhythm'n'blues, sans oublier les musiques du monde et la musique classique. Il s'est mué en "album" quand sa pochette simple est devenue double (les Anglais parlent de "gatefold sleeve"). Ce fut d'abord pour pouvoir accueillir un second disque, le premier de l'histoire étant le double 33 tours d'Ella Fitzgerald "Ella Fitzgerald Sings the Cole Porter Songbook", publié par Verve en 1956. Puis à partir de 1967, les Beatles ont lancé avec leur "Sgt Pepper's Lonely Hearts Club Band" la vogue des albums 33 tours, avec un espace de pochette élargi qui autorisait un véritable travail graphique pouvant mettre en valeurs textes et photos.

Entre les "artistes maison", ceux qui sont en licence et ceux qui sont distribués, chacune de ces configurations se rapportant à un type de contrat bien spécifique, on trouve de multiples catalogues chez les "majors". Ne serait-ce qu'en France, Universal Music se divise en plusieurs entités qui sont chacune un centre de profit distinct. Ce sont Barclay, A.Z., Mercury, Polydor, Universal Classics, Universal Jazz, et U.L.M. Quant aux labels représentés par ces entités, ils sont légion. Island, Impulse !, Def Jam, Emarcy, Decca, Deutsche Gramophon, London, No Format !, Concord, Motown, Stax, Prestige, Fantasy, Tuff Gong, E.C.M. et bien d'autres encore, toutes ces étiquettes participant à la force de frappe d'Universal Music France.

3 - La bande magnétique



Le premier "magnetophon" à bande magnétique est mis au point en 1935 par la firme allemande Telefunken. Cet appareil est perfectionné pendant la guerre car il offre, outre une meilleure qualité d'enregistrement et de reproduction que le 78 tours, deux avantages stratégiques :

- il permet d'enregistrer de longues plages de communication sans interruption, une nouveauté très utile pour l'interception et le décodage des messages ennemis,
- couplé à des haut-parleurs ou à une station de radio, il facilite non seulement la transmission mais aussi la répétition de messages de propagande.

Vers la fin de la guerre, les Américains découvrent ce nouvel outil, et dès 1948, la société Ampex propose son premier modèle. Avant de toucher le grand public, il sera d'abord adopté par les professionnels de la radio et du cinéma.

En effet, en dehors des ses atouts mentionnés plus haut, la bande magnétique permet également une recopie fiable et de bonne qualité entre deux magnétophones, ce qui ouvre la voix aux premières transformations sonores (rajouts d'enregistrements ou d'effets, lecture à l'envers, filtrage, etc.). La bande peut également être découpée et remontée, à l'instar de la pellicule cinématographique. Aux États-Unis, Les Paul, le créateur de la guitare qui porte son nom, a été l'un des tout premiers à comprendre l'intérêt du magnétophone. On lui doit notamment l'invention du "son sur son" ("sound on sound"), une technique permettant de cumuler plusieurs prises sur une seule bande, mais aussi la technique de l'écho sur bande ("tape delay") et l'utilisation du "varispeed" qui permet de réaliser des effets sonores en changeant la vitesse de défilement de la bande.

La bande magnétique s'installe alors pour longtemps dans les studios d'enregistrement, et elle rencontre un succès non négligeable auprès du grand public, même si le magnétophone reste un appareil lourd et peu maniable. Cet inconvénient est balayé par la cassette compacte créée par Philips en 1963 et qui va connaître un engouement indéniable. En 1978, ce sont ainsi 300 millions de cassettes qui sont vendues de par le monde, dont deux cents millions aux États-Unis et vingt-deux en France. Pratique, bon marché, elle va dans la voiture, elle permet la confection de ses propres "compilations", elle permet aussi d'enregistrer la voix des grands-parents, les répétitions dans le garage ou son émission de radio préférée...

La bande magnétique a connu plusieurs vitesses de défilement :

- 38,5 centimètres par seconde pour les enregistrements professionnels, par exemple ceux réalisés par les compositeurs électro-acoustiques et les techniciens des radios.
- 19 centimètres par seconde pour les enregistrements amateurs de haut niveau.
- 9,5 centimètres par seconde pour les enregistrements amateurs de niveau moyen.
- 4,75 centimètres par seconde pour les enregistrements amateurs de niveau médiocre. Cette vitesse fut également retenue pour être celle de la cassette audio.
- 2,4 centimètres par seconde pour les enregistrements exclusivement liés à la parole, comme ceux réalisés par exemple sur des dictaphones.

Les autres paramètres de l'enregistrement sur bande magnétique étaient d'une part la taille des bandes correspondant au magnétophone qui les lisait, leur format, et la façon dont les pistes y étaient organisées : piste mono unique, deux pistes mono, deux pistes stéréo, quatre pistes mono ou deux fois deux pistes stéréo.



Le microsillon connaît son apogée en 1978 avec deux milliards de disques vinyles vendus dans le monde, puis il décline. Mais cette chute est rapidement compensée par l'arrivée d'un nouveau format proposé conjointement par le Néerlandais Philips et le Japonais Sony en 1982 : le disque compact ou "CD" (pour "compact disc"). Inusable, plus léger, plus pratique, d'une durée d'écoute supérieure, le CD a de nombreux avantages. Sa précision sonore impressionne, et même si certains regrettent la "chaleur" analogique du vinyle et l'esthétique des pochettes des 33 tours, le grand public l'adopte très vite. Ainsi, dès 1987 le marché du disque retrouve son niveau de 1978, mais il est vrai qu'il est "boosté" par de nombreux facteurs : le développement des radios musicales sur la bande FM, la création des chaînes M.T.V. et M6, ainsi que l'utilisation du "vidéo clip" comme outil promotionnel, sans oublier le début des grosses tournées des vedettes planétaires... Le marché se mondialise ; en amortissant leurs investissements dans le monde entier, les majors du disque peuvent consacrer de gros moyens aux nouveaux rois de la pop comme Michael Jackson, Madonna ou Queen. Aujourd'hui, les ventes du fameux "Thriller" de Michael Jackson sont estimées entre 50 et 60 millions d'exemplaires à travers le monde, ce qui pour un seul album est tout simplement vertigineux (d'autres sources avancent des chiffres supérieurs à 100 millions, ce qui semble exagéré, à moins d'y inclure une estimation du piratage).

L'avènement du CD symbolise parfaitement l'entrée du secteur de la musique populaire dans la mondialisation économique. Il n'y a aucun hasard si, peu de temps après avoir lancé le CD, Sony rachète CBS. Ce phénomène n'est certes pas nouveau puisque les premiers fabricants de phonogrammes exportaient déjà dans le monde entier, mais il s'amplifie. À la fin de années quatre-vingt, les cinq majors du disque totalisent plus des trois quarts du marché mondial : B.M.G. (conglomérat multimédia allemand qui a racheté R.C.A. en 1986), Sony Music Entertainment, E.M.I., Polygram et W.E.A. qui concrétise l'acquisition par Warner Bros. de deux très gros labels indépendants, Elektra et Atlantic.

Le disque compact annonce également l'entrée définitive du numérique dans les foyers, à travers les ordinateurs personnels, les consoles de jeux, et le support DVD. Le CD sert aussi de support pour les jeux vidéos, les logiciels, et il deviendra plus tard enregistreur, détrônant ainsi la cassette audio après le microsillon.

Les ventes de CDs, stimulées notamment en France par l'accès à la publicité télévisée concédée aux majors, continuent à croître jusqu'au tout début des années deux mille. Avec des budgets marketing et promotionnels de plus en plus importants, les majors inventent de nouveaux partenariats pour vendre leurs artistes. C'est par exemple le cas avec "La lambada", lancée en 1989 autour d'un partenariat particulièrement efficace entre CBS, TF1 et Pernod-Ricard, et dont le résultat sera plus de dix millions de disques vendus... Mais, en 2001, la création du programme "Star Academy", basé sur un concept de télé-réalité qui se décline internationalement, et qui est en France le fruit d'une association entre TF1 et Universal, ne suffit pas à compenser ce qui s'avère être une crise durable pour l'industrie du disque. On peut même se demander si "Star Academy", ultime avatar de cette idéologie dont les bases ne sont que financières et "marketing", et qui, en brouillant les notions de talent avec celle de la notoriété éphémère et une force de frappe commerciale, ne pourrait pas être considérée comme l'une des causes du déclin du marché du disque.

La réalité est cruelle : de 2002 à 2008, le marché du CD a été divisé par deux, avec des moyennes annuelles de baisse de 10 à 20 % par an. Si aujourd'hui 76 % des foyers français possèdent un lecteur de CD voire plus (car les ordinateurs et les consoles de jeux les lisent aussi), et 30 % une platine vinyle, la chute semble impossible à enrayer et à vrai dire, le problème économique pour l'industrie phonographique est insoluble. Alors que la fin du 78 tours a été compensée par l'arrivée du microsillon, et celle du microsillon par le CD, la dégringolade du CD n'est que très marginalement compensée par celle du téléchargement légal.

La contenance du premier disque compact (74 minutes) a été choisie en fonction de la durée de la "Neuvième Symphonie" de Beethoven. Les ingénieurs de Sony et de Philips avaient fait le pari de faire tenir cette œuvre fétiche du répertoire classique sur une seule face de ce nouveau support, au lieu de quatre faces de 33 tours vinyle auparavant. Plus tard, le CD a été capable de contenir jusqu'à 80 minutes de musique.



Dans la foulée du disque compact qui supplante la cassette et relègue le disque vinyle à un second rôle, la révolution numérique commence. Au début des années quatre-vingt, seuls quelques studios d'enregistrement manipulent le son sous forme de fichiers, car ceux-ci sont "lourds" et leur transfert s'opère soit par l'intermédiaire d'un disque dur soit via un CD.

En 1993, une équipe de chercheurs européens qui travaille sur la radio numérique met au point le MP3, un format de compression sonore qui révolutionne l'écoute de la musique. La compression rend les fichiers plus légers, un titre de 3'30 passant par exemple d'un poids de trente cinq mégas à moins de dix mégas... La compression altère la qualité du son, notamment dans les aigus, mais c'est cet allègement qui va permettre le transfert des fichiers musicaux sur internet.

La grande force du numérique, c'est qu'il offre des possibilités de copies uniques ou multiples sans modification du signal, ce qui n'était bien entendu pas le cas avec la cassette audio. Désormais, chaque copie est un clone parfait de son "master" qui peut lui-même être une copie de copie... Ce constat étant fait, tout s'emballe. En 1995, les premiers logiciels de lecture de musique sur ordinateur font leur apparition, et trois ans plus tard la technologie "peer to peer" (littéralement "pair à pair") rend possible l'échange de musique entre ordinateurs à travers le système de la mise en réseau. En 1999, le site Napster qui réunit ainsi des internautes désireux d'appliquer cette technique voit le jour, et en 2001 vingt-cinq millions d'utilisateurs de la toile font du troc de fichiers musicaux. Encore plus simple que Napster, KaZaA, en 2004, met progressivement à la disposition de millions d'internautes en réseau un milliard de fichiers en libre accès !

Face à ce phénomène, on peut s'interroger sur l'attitude des maisons de disques. S'ils ont été surpris par l'ampleur et la rapidité du phénomène, internet était pourtant au cœur de leur stratégie ! En 2000, à l'aube du vingt-et-unième siècle, la fusion d'A.O.L. (Internet America Online) et du groupe Time-Warner, puis celle de Vivendi avec Seagram (qui va donner naissance au mastodonte Vivendi-Universal) sont basées sur une volonté de synergies entre la production de contenu (la musique mais aussi le cinéma, la littérature, la presse, les films et les jeux vidéo) et internet. Mais les bénéfices sont moins importants que prévu, et l'éclatement de la bulle spéculative peu de temps après sonne le glas de ces projets, un échec qui échaude les acteurs financiers de la filière. Finalement, c'est du "hardware" (le "matériel", ici informatique) que vient la première réponse significative au téléchargement illégal : en 2003, la firme Apple lance son ingénieux baladeur numérique, le iPod, et le succès est immédiat ; en 2007, plus de trois milliards de chansons en ligne sont téléchargées légalement sur iTunes, le logiciel de lecture et de gestion de bibliothèque multimedia conçu et donné, puisqu'il est distribué gratuitement, par le même Apple.

En 2008, une enquête effectuée par le Ministère de la Culture et de la Communication entend décrypter "les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique". Il en ressort que 57% des plus de quinze ans utilisent un ordinateur au moins une fois par mois, un pourcentage qui monte à 92 % chez les 15-19 ans, une large majorité affirmant "surfer" sur le net "tous les jours ou presque". L'enquête montre aussi très clairement que "les adolescents consultent très majoritairement des sites en rapport avec la musique ou les études". Ainsi, 67 % des 15-24 ans "écoutent ou téléchargent de la musique ou des films", contre 43 % de leurs aînés les 25-34 ans, ce qui est une différence significative pour des tranches d'âge si voisines. Quand on sait que depuis les années soixante les jeunes sont les leaders dans la consommation de la musique, on peut donc lire en filigrane de ces chiffres la confirmation d'un pronostic plutôt pessimiste sur l'avenir du disque.

5 - Le "tout numérique" (suite)



Si les maisons de disques se sont beaucoup focalisées sur le téléchargement illégal, provoquant en France, sous les auspices de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet, le vote de la loi "Hadopi" (ou loi "Création et Internet"), on peut tout de même craindre qu'une fois encore la filière se soit réveillée trop tard. D'abord, le "peer to peer" n'est pas le seul moyen de copier des fichiers, puisque quiconque possède un ordinateur peut le faire à partir de CDs, d'une clé USB ou d'un disque dur externe : quoi de plus simple que d'aller chez un ami et de copier ses fichiers musicaux ou ses CDs ! Ensuite l'écoute de la musique change et les internautes se connectent de plus en plus sur des sites d'écoute en ligne où de vastes choix de titres sont proposés en toute légalité (voir le chapitre 7).

Du "home studio" à l'écoute de la musique, c'est-à-dire du producteur au consommateur, le "tout numérique" est désormais la règle.

"Qu'on le veuille ou non, on est à la fin du disque. La musique circule autrement...
N'allons pas contre l'évidence."

Rémy Kolpa-Kopoul,
journaliste à Radio Nova.

"Pour les jeunes, le vinyle, c'est déjà comme la guerre de cent ans, c'est vieux comme le Moyen Âge, et le CD s'apprête à suivre le même chemin..."

Patrick P., disquaire à Paris
dans un magasin d'une chaîne
de produits culturels.

6 - Le "beau son" : mythes et réalité



Depuis que le support phonographique existe, le mot d'ordre des chercheurs a été la recherche de la plus grande "fidélité" dans la reproduction du son. Avec l'arrivée du disque microsillon 33 tours puis de la stéréophonie, le mot d'ordre sera la "haute fidélité", celle-ci se concrétisant par des générations successives de "chaînes hi-fi", sous forme de meuble, d'éléments séparés, ou de blocs compacts.

Certains concepts d'écoute aujourd'hui abandonnés apparaîtront, comme la quadriphonie dans les années soixante-dix, la première technique de rendu multi-canal, qui annonçait le "surround" de la fin du vingtième siècle et le 5.1 domestique d'aujourd'hui, ce dernier étant rendu possible depuis une source audio ou vidéo provenant d'un ordinateur.

Il y a dans toutes ces démarches une recherche de spectaculaire qui passe par une vision mythifiée de la perfection sonore (le CD en est le meilleur exemple commercial), et qui a sans doute été influencé par notre rapport à l'image, le cinéma étant lui aussi de plus en plus un spectacle où les "effets" comptent souvent autant que le scénario ou le jeu des acteurs. Le spectateur / auditeur doit en avoir pour son argent, on doit lui en mettre "plein la vue" et donc "plein les oreilles".

Dans le même ordre d'idées, on trouve dans les "musiques actuelles" de multiples exemples de "séduction sonore", celle-ci étant un élément fondamental de leur succès, et qui a souvent été rendue possible par une nouvelle technologie, le flair d'un producteur, ou le savoir-faire des artistes eux-mêmes. Il est intéressant de constater qu'un certain "beau son" a émergé avec le disque compact, symbolisé dans la musique pop par le succès d'un groupe comme Dire Straits ; leur explosion, avec leur album "Brothers In Arms" qui sort en 1985, coïncide avec le boom du CD, et les commentateurs comme les fans parlent autant de "belle musique" et de de "beau son" que de "bonne musique". De même, si le reggae a eu un impact planétaire, c'est parce que le son "roots" de ses débuts a été "occidentalisé", notamment par l'adjonction de nouveaux éléments rythmiques et une certaine couleur sonore, voir les premières productions à vocation internationale de Bob Marley organisées par Chris Blackwell et l'équipe de production du label Island.

Cette même recherche de séduction existe dans le jazz cool de la côte ouest (de Chet Baker au Modern Jazz Quartet), dans le rock californien (Steely Dan en tête), la musique planante (Klaus Schulze, Tangerine Dream), une certaine variété française estampillée "ligne claire" (Michel Berger, Michel Jonasz), le trip hop (Portishead, Morcheeba), la "French touch" dans l'électro (Air, Ludovic Navarre alias St-Germain, Étienne de Crécy), la pop dite progressive (Pink Floyd, Yes), sans oublier des productions de soul et de funk (de Marvin Gaye à Zapp) où la texture du son est primordiale.

Tout cela participe d'un même art de la mise en sons, et rappelle fortement ce qui se fait et dans le domaine du design sonore, et dans celui des musiques utilisées pour des publicités où elles ont un rôle clef (Philip Glass pour Samsung ou BMW, Ludovico Einaudi pour Orange). D'ailleurs, les illustrateurs sonores sont souvent des compositeurs savants passés maîtres dans l'art de l'agencement des sons. Sait-on par exemple que certaines griffes sonores comme celle de l'aéroport de Roissy et l'indicatif de l'émission sportive de télévision "Stade 2" ont été réalisées par Bernard Parmegiani, un spécialiste de la musique électro-acoustique et membre du Groupe de Recherches Musicales... ?

Derrière tout cela se cache bien sûr le studio d'enregistrement dont l'évolution au fil du vingtième siècle a été déterminante, permettant l'élaboration de musiques de plus en plus sophistiquées d'une part, et d'autre part se miniaturisant à l'extrême pour aboutir à un "home studio" dont la version extrême est un ordinateur "laptop".

La devise du label E.C.M. (Edition of Contemporary Music), fondé par l'Allemand Manfred Eicher, est : "le plus beau son après le silence". Les artistes principaux de ce catalogue à forte dominante jazz sont Keith Jarrett, Jan Garbarek, Ralph Towner, John Surman et Terje Rypdal, mais on y trouve aussi des minimalistes comme Jon Hassell, Gavin Bryars et Steve Reich, des compositeurs contemporains tels Arvo Pärt, des artistes inclassables comme Stephan Micus, et des œuvres de Bach.



Du côté du public les choses sont plus complexes, et deux catégories d'auditeurs cohabitent. D'une part ceux qui sont à la recherche d'un "beau son" somme toute artificiel, où la quête d'émotions fortes rime souvent avec spatialisation et des effets un peu gratuits. Et d'autre part ceux qui veulent écouter de la musique pour mieux s'y plonger et mieux la comprendre.

On peut distinguer facilement ces deux attitudes :

- l'audiophilie : ses adeptes, les audiophiles, sont à l'écoute du son, et leur vocabulaire où il est question de bande passante, de pré-amplis, d'amplis et de câbles est ésotérique pour les non-initiés, ils parlent davantage de technique que de musique ;
- la mélomanie : ses représentants, une certaine catégorie de mélomanes (car on peut aussi être mélomane en écoutant de la musique dans toutes les conditions possibles, même médiocres), utilise des mots où il est question avant tout de musique et de l'émotion qu'elle provoque. Il s'agit de "rentrer dans la musique", de "suivre les instruments", de profiter et de découvrir.

Quant au son dématérialisé qui passe principalement aujourd'hui par la compression en MP3, son principal paradoxe est qu'il représente pour la première fois dans l'histoire des inventions successives de la reproduction sonore une véritable régression. Comme l'écrit le journaliste Gilles Tordjman, elle "mutile le son et l'audition", et elle demeure, "de l'avis général des spécialistes, le pire standard de toute l'histoire de la musique enregistrée."

Le "vrai beau son" de demain passera sans doute, les progrès et la miniaturisation aidant, par des fichiers sonores de meilleure qualité comme le "wave" qui pourront bientôt circuler et on l'espère supplanter le MP3. Et le moteur central en sera l'ordinateur, qui s'apprête à remporter une victoire définitive sur le CD. En effet, le fait que l'ordinateur procède d'une lecture magnétique à partir d'un disque dur, alors que les meilleures platines CD ne fonctionnent "que" sur une base de lecture optique, est fondamental dans une approche de la restitution sonore qui soit le plus fidèle possible. Avec ses micro processeurs le lecteur CD recompose les pertes occasionnées par une lecture qui n'est jamais parfaite, alors que le "savoir faire" de l'ordinateur passe par le procédé de la copie de fichier sans aucune perte, un peu comme si chaque auditeur était branché en prise directe sur la sortie de la console de mixage du studio d'enregistrement...

Cela dit, gardons en mémoire que l'écoute de la musique est une chaîne fragilisée par son maillon le plus faible. Ainsi, la qualité de rendu d'un fichier numérique aussi fidèle soit-il dépendra aussi de la "carte son" de l'ordinateur (et notamment du "convertisseur" qui transforme l'information numérique en signal analogique), de l'amplificateur, et des haut-parleurs (voire du casque). Dans cette optique, un fichier "wave" écouté sur un téléphone aura une qualité de son nettement inférieure à un 45 tours joué sur une chaîne hi-fi des années soixante-dix !

"Dans le cas du MP3, on a choisi arbitrairement d'enlever du signal tout ce qui est prétendument superflu. Mais on a fait cela sur des critères très discutables. On a réduit les informations pour gagner de la place de stockage. Au départ, le MP3 n'a été conçu que pour accélérer les flux de données sur internet. Et puis on a ouvert la boîte de Pandora, puisque cette circulation s'est faite sans aucune règle."

Lionel Risler, ingénieur du son français spécialiste de la restauration sonore.

"La compression dynamique, appliquée à l'écrasante majorité des musiques actuelles, ne fait qu'aggraver les nuisances déjà bien connues d'un volume sonore excessif. Et cela vaut aussi pour les musiques apparemment les plus "douces". C'est ainsi que deux chercheurs amateurs de rock, Yann Coppier et Thierry Garacino, se sont livrés à de savantes mesures sur l'évolution de la compression dynamique en trente ans. Le résultat est édifiant : le morceau "Rock & Roll" de Led Zeppelin, perçu au début des années 1970 comme l'une des choses les plus violentes jamais enregistrées, n'est que faiblement compressé en comparaison de... "Quelqu'un m'a dit", le premier tube de Carla Bruni." C'est toute la perversité des traitements modernes du son : la ballade un peu douceâtre de la désormais première dame de France se révèle, dans la froide objectivité des mesures scientifiques, bien plus dommageable pour l'appareil auditif que l'hymne hard rock de Led Zeppelin."

Gilles Tordjman, journaliste français, dans "Le Monde" du 29 août 2008.

Quelques exemples de matériel audio très haut de gamme :

- la platine CD américaine Wadia.
Prix : 30.000 € au début des années quatre-vingt dix,
- le lecteur de CD anglais D.C.S.
Prix : 80.000 € en 2005,
- les câbles d'enceintes américains M.I.T.
Prix : jusqu'à 25.000 € la paire,
- les enceintes Grand Utopia du fabricant français Focal.
Prix : 135.000 € la paire.

7 - La consommation de la musique



Du blues au rap et du rock aux musiques électroniques, nous avons montré dans notre cycle sur "Les grandes familles des musiques actuelles" comment étaient nées ces musiques et comment elles avaient évolué, portées par des créateurs, mais aussi dans le sillage de mouvements de société. Mais, si elles correspondent aussi parfois à une manière de vivre et à des attitudes plus ou moins spontanées, ces musiques sont aussi génératrices de produits culturels qui se consomment suivant des règles à la fois suggérées ou dictées par l'industrie et par des comportements individuels et collectifs.

7.1 - Musique sédentaire et musique nomade

L'histoire des supports est bien sûr intimement liée à celle de leurs lecteurs.

Ces derniers étant de plus en plus maniables et de moins en moins chers, on a toujours été vers une écoute moins contraignante et plus libre. Entre

le vieux cylindre et la clef USB d'aujourd'hui, et sans oublier le transistor, l'électrophone portable et le mange disques des années soixante, la cassette, portée par les trois inventions du walkman, du "ghetto blaster", et du radio-cassette automobile, est le point de rupture. Symbole de liberté et d'émancipation, elle rime aussi avec échange et découverte, scellant ainsi une nouvelle forme d'écoute, plus personnelle et plus "sociale".

D'ailleurs, hasard ou pas, le nomadisme qu'elle autorise est concomitant avec le début de l'engouement pour les musiques du monde (les musiques indienne et marocaine notamment), et l'apparition de nouvelles musiques (comme le rock d'avant-garde et le jazz fusion) au sein desquelles les artistes pratiquent eux-mêmes un parcours nomade culturel et musical neuf et stimulant.

L'ordinateur et les appareils de lecture miniatures, aujourd'hui, brisent définitivement la frontière entre musique sédentaire et musique nomade. On a "sa musique" et on l'emporte partout, elle vous suit en voyage, on "la prend" pour animer une soirée chez des amis, elle fait partie de ce qu'on met dans la poche au même titre que sa carte bleue et ses clefs. On peut même l'écouter en solitaire "au casque", dans des conditions de confort sonore raisonnable.

Mais cela a aussi tendance à la dévaloriser, en lui enlevant son côté physique et un certain aspect "émotionnel". De même, depuis déjà quelque temps, la musique est partout, des salles d'attente des aéroports aux magasins de vêtements en passant par les cafés, les restaurants, les ascenseurs et les parkings. Non seulement l'auditeur bouge de plus en plus avec sa musique, mais en plus la musique est présente dans les lieux qu'il fréquente.

Elle devient une bande-son à laquelle on ne prête quasiment plus attention, on l'entend mais on ne l'écoute pas. Ainsi, elle peut être aussi bien le support de "toiles de maîtres" que de "papier peint"...

De nouvelles tendances apparaissent et toutes se rapportent à un nouveau style de nomadisme, puisqu'il peut être pratiqué... en restant chez soi :

- le "blogging", qui est le fait de "se promener" dans la blogosphère, ce terme regroupant tous les journaux mis en ligne sur internet, certains se voulant une alternative aux médias traditionnels ; on peut évidemment aussi écrire soi-même son propre blog ;

- le "podcasting", contraction de iPod et de "broadcasting" (diffusion radio) est le téléchargement sur son ordinateur de programmes courts - comme une émission de radio - à partir d'un site internet ou d'un blog ; selon des paramètres personnels, ces "podcasts" peuvent être mis à jour régulièrement et automatiquement, et désormais ils ont la possibilité d'offrir également de la vidéo.

- le "fightpod", appelé encore "deejaying numérique", permet de faire découvrir à d'autres, sous forme de compétition ou de duel musical, de nouveaux morceaux.

"Le "fightpod", c'est un peu une façon de dire : "écoutez qui je suis".

Ou encore : "dis-moi ce que tu écoutes, je te dirai si je peux te parler".

Marie-Pierre Bonniol,
fondatrice de l'association Discobabel
et du fanzine "Maximum Rock'n'roll".

7.2 - L'objet disque

Le support, et surtout le disque, est synonyme de culture et d'éducation de l'oreille. Au-delà du phonogramme lui-même, la pochette contient des renseignements sur les musiciens, le producteur, l'arrangeur, etc., elle permet de suivre des parcours et d'enrichir sa connaissance. Son graphisme peut renvoyer à des codes parfois très précis, comme dans les musiques électroniques. Le logo du label lui-même, qu'il s'agisse de Impulse !, Virgin, Kompakt, ou Rough Trade, correspond souvent à un type de production.

Parfois, des photos peuvent être aussi très parlantes, et des textes additionnels, signés ou non par les artistes, expliquent la genèse de l'œuvre.

Tout cela forme une signalétique qui aide le mélomane à pénétrer l'album, à comprendre son processus de création, et à la replacer dans un contexte plus large, qu'il s'agisse d'une école ("l'école de Canterbury" en pop), d'un style (le punk, le free jazz, le reggae), ou d'une famille ou sous-famille musicale (le dub, la musique lounge, le jazz rock).

Malgré les intégrales, les anthologies thématiques, les collections et les coffrets historiques qui ont fleuri sous l'ère du CD, et qui lorsqu'ils sont bien faits sont l'équivalent d'une collection comme La Pléiade en littérature par rapport au livre de poche ou broché (voir les productions du label Rhino), l'objet fétiche par excellence de la culture musicale est le 33 tours vinyle. La plupart des grands courants des "musiques actuelles" sont nés avec lui, en terme de son analogique il représente un aboutissement, et il synthétise une étape de création artistique dans une carrière ("le nouvel album de..."). Même si tous les 33 tours vinyle ont la même taille, il possède moins que le CD ce côté uniforme et interchangeable qui a beaucoup desservi ce dernier. Enfin, malgré son élimination organisée par les "majors" au moment de l'arrivée du compact, il est toujours présent dans le paysage musical, même si en fait seul un petit nombre de gens l'utilisent.

Sous l'influence de la dématérialisation, le nouvel objet prisé aujourd'hui n'est plus un support mais un appareil : le téléphone. Personnalisé, emblématique, appareil de communication tous azimuts (parole, photo, courrier électronique, musique, etc.), il est le totem des temps modernes.

Les premières collections de disques remontent au 78 tours avec des collections d'opéra, de gospel, de blues et de jazz, puis de musique classique et d'opéra, et, si tous les supports se prêtent à la collection, le 33 tours puis le CD en sont souvent la base, soit à travers des "collections musées" où le but est de rassembler des pressages originaux et des éditions rares sans forcément... les écouter, soit dans des collections vivantes qui sont à la fois instrument de loisir et de travail, une règle qui sera celle de l'amateur éclairé, du professionnel, ou de l'artiste, qu'il soit musicien ou deejay.

Au-delà de l'affect et d'une dose plus ou moins forte de nostalgie, le propriétaire d'une collection doit faire face au problème du rangement. Sera-t-il effectué de façon alphabétique, par style, mélangera-t-il les genres, enfin peut-il être régulé par des règles quantitatives, par exemple un maximum de cinq mille pièces (ou le double, ou le triple, ou plus), chaque nouvelle entrée signifiant une sortie ?

Aujourd'hui, nous vivons une période charnière. Pendant longtemps, l'accumulation des objets disques a été non seulement la règle mais surtout le seul moyen d'avoir un accès rapide à un ensemble conséquent de phonogrammes, chacun concevant sa discothèque comme une véritable bibliothèque sonore. Avec la dématérialisation, la musique peut être stockée de façon infinie, soit en prenant beaucoup moins de place sur un ou plusieurs disques durs qui offrent des garanties de très grande qualité sonore, soit de façon virtuelle sur un "locker", une sorte de "casier" personnel auquel on peut accéder de n'importe où en temps réel, via un simple navigateur et une



connexion haut débit à internet. De même, un site comme Deezer, avec ses possibilités de play-lists personnalisées et mémorisables, rend possible l'accès à une collection, sans en avoir l'encombrement. Il reste toutefois, pour ceux que cela intéresse, à régler la question du contenant, c'est-à-dire des pochettes et des renseignements qui y figurent. On peut les synchroniser sur des fichiers textes spécifiques qui accompagneront la lecture de leurs homologues sonores, ou se constituer une base personnelle en les scannant et en les rangeant sur son ordinateur. Le rapport à l'objet disque n'existe plus mais la musique est toujours là.

7.3 - Media et magasins

La recherche d'une musique passe en général par deux étapes qui sont l'information et l'acquisition. La première peut se faire de mille manières, du conseil amical à la lecture d'un journal, et aujourd'hui bien sûr par la toile. À sa manière, chacun est un médium, et la lecture d'un blog peut quelquefois s'avérer plus enrichissante que celle d'un journal spécialisé. Mais il est facile aussi de se perdre sur internet, car la nouvelle géographie musicale d'aujourd'hui passe entre autres par de plus en plus d'artistes et de groupes inclassables.

Il n'est souvent pas facile de distinguer sur la toile le marketing viral du site de fan ou du forum de discussion. L'offre, qui est aussi un moyen de communiquer, est multiple : les réseaux sociaux qui s'appuient sur des communautés comme Myspace, Facebook, Last FM, et Twitter, les blogs qui fédèrent des ensembles d'internautes, enfin YouTube et Dailymotion qui proposent des possibilités vidéo, le tout pouvant bien sûr être interconnecté et renvoyer sur des plateformes de vente ou sur le site d'un artiste. De nouveaux outils apparaissent régulièrement, comme récemment le widget qui est une application permettant d'échanger des informations (la sortie d'un disque, les concerts d'un artiste, etc.). Aujourd'hui, aucune stratégie de lancement d'un projet musical digne de ce nom ne peut raisonnablement se faire sans internet.

Quant aux disquaires traditionnels, leur nombre ne cesse de diminuer. En dehors des chaînes, des grandes surfaces, et de ceux qui sont spécialistes de l'occasion, il y en a aujourd'hui moins de cent en France, alors qu'il y en avait plus de deux mille à la fin des années soixante-dix. Le bon disquaire, comme le bon libraire, c'est avant tout celui qui écoute le client, qui le guide et qui le conseille. On peut trouver beaucoup de choses sur internet, et les comparateurs de prix permettent quelquefois de faire de bonnes affaires, mais la transposition du modèle du disquaire physique sur la toile n'a pas encore vu le jour, et la boutique virtuelle reste à inventer. Cependant, d'ores et déjà le consommateur de musique peut :

- s'informer sur des blogs et sur des sites d'écoute en "streaming" (voir chapitre 7.4),
- lire des journaux, qu'il s'agisse de quotidiens ou de la presse spécialisée française voire étrangère,
- écoute la radio, à travers des possibilités de captation de stations du monde entier,
- visiter quelques magasins virtuels, où il peut acheter soit un produit physique, vinyle ou disque compact, soit un produit numérisé, dans un format plus ou moins qualitatif suivant les sites et les procédés de compression sonore proposés.

7.4 - La question de la gratuité

Dès que le disque a représenté un enjeu économique, deux types d'édition clandestine voient le jour, et dans l'un et l'autre cas bien sûr, les artistes, qu'il s'agisse des auteurs-compositeurs ou des interprètes, ne touchent pas un sou :

"Trouver un bon disque, c'est comme passer dans un village et trouver un vieux restaurant tenu par des gens qui ont conservé les recettes familiales." Robert Crumb, dessinateur et musicien américain né à Philadelphie en 1943.

"Le téléchargement n'est qu'un des éléments [de la crise du disque]. Mais c'est comme avec l'arrivée du CD en 1983. On prédisait la mort du vinyle, et aujourd'hui il représente encore entre 15 % et 20 % de nos ventes. [Par contre, j'en veux aux majors et à] leur politique d'appauvrissement culturel." Patrick Kerhousse en février 2008, quelques semaines avant la fermeture de son magasin Rennes Musique à Rennes, après trente et un ans d'activité.

Le label lyonnais sur lequel paraîtra le disque de Slow Joe & The Ginger Accident, le chanteur indien et le groupe français qui jouent ensemble en concert pour la première fois dans le cadre des Trans de Rennes le 2 décembre à l'Ubu, s'appelle Back to Mono Records, en référence à un coffret rétrospectif du producteur américain Phil Spector. Publié en 1991, "Back To Mono" est un ensemble de quatre disques qui comprend tous les grands titres produits par Spector entre 1958 et 1969, et grâce auxquels il a édifié son célèbre "wall of sound" ou "mur du son". On y trouve notamment "Spanish Harlem" par Ben E. King, "To Know Him Is To Love Him" par The Teddy Bears et "Be My Baby" par The Ronettes.

7 - La consommation de la musique (suite)



- d'abord, les disques "piratés". Ils sont issus d'un piratage organisé à grande échelle qui a représenté et représente toujours une véritable économie parallèle sur certains marchés spécifiques comme dans les pays d'Amérique du Sud ou en Chine. Il s'agit de CDs quelquefois sans pochette qui sont dupliqués à partir d'un compact standard (le dernier Madonna ou le dernier Manu Chao) et qui sont vendus bien sûr beaucoup moins cher que la version officielle ;

Ensuite, les disques illégaux ou "bootlegs". Ce sont des enregistrements qui n'étaient pas à priori destinés à être mis sur le marché et qui sont vendus sous le manteau, quelquefois assez cher car ce sont des raretés et donc des objets de collection pour les fans et les connaisseurs. Dans l'histoire du rock, le premier à avoir fait couler beaucoup d'encre est le "Great White Wonder" de Bob Dylan, paru en 1968, qui contenait des répétitions inédites de Dylan et du groupe qui l'accompagnait à l'époque, The Band.

La cassette, avec les possibilités de duplication facile qu'elle apporte, installe une frontière quasi-officielle entre la musique achetée et la musique "non achetée". Tout en offrant une grande liberté à ses usagers, elle contribue au piratage à grande échelle. En Afrique, par exemple, la musique s'est longtemps transmise par les cassettes pirates qui étaient pressées dans des usines clandestines ou artisanales. Dans ce cas également, les artistes, qu'ils soient occidentaux ou africains, ne touchaient aucun droit sur ces ventes.

Avec l'avènement de la galaxie internet, les choses ont encore évolué, et la musique a petit à petit été considérée par beaucoup comme une denrée gratuite. Cette attitude participe d'un phénomène de société : on veut tout payer moins cher, les habits comme les voyages, on est dans l'ère du "discount" voire du "hard discount", alors, pourquoi payer la musique ?

Mais elle repose aussi sur des malentendus qui sont inscrits dans l'esprit de ces musiques elles-mêmes : l'aspect rebelle des rockers, le côté anarchiste des punks, les déclarations libertaires des jazzmen pratiquant le free, la couleur vaguement contestataire de certains chanteurs dits "à gauche", sans parler aujourd'hui de beaucoup de représentants des cultures hip hop et électro qui donnent leur musique car le disque n'est pour eux qu'une source de revenu minime par rapport au concert ou à d'autres activités, tout cela a contribué à persuader une partie du public que la musique était quelque chose non pas sans valeur mais en tout cas sans prix...

Les dernières possibilités offertes par internet confirment cet état de fait.

Un site comme Deezer, qui est parfaitement légal, et dont la devise est "musique gratuite et illimitée", concrétise un fantasme qui était déjà présent dans l'esprit de beaucoup. Il permet une écoute en "streaming", ce qui pourrait se traduire par "écoute en continu sans possibilité de téléchargement".

Pour beaucoup, cette non-possibilité de télécharger n'est pas une contrainte, d'autant que l'utilisateur peut se constituer des listes d'écoute qu'il retrouve avec son "profil" chaque fois qu'il se reconnecte sur le site. Alors, à quoi bon posséder et à quoi bon payer ?

Aujourd'hui, l'avenir qui se dessine, en tous cas pour les jeunes générations, est celui d'une écoute en "streaming", donc sans piratage, par le biais d'appareils mutants, tenant à la fois du "super téléphone" et de l'iPod, comme l'iPhone d'Apple qui est sans doute l'appareil le plus symbolique de ces nouvelles technologies. Mais ce type de comportement entraîne l'industrie du disque dans une crise sans précédent et, dans son sillage, elle laisse sur le bas-côté un nombre croissant d'artistes qui ne sont pas assez "vendeurs".

Si on peut estimer que la crise a de bons côtés en recentrant le travail des artistes sur la scène et en remettant en question les stratégies trop orientées vers le marketing de la plupart des labels, les directeurs artistiques ont de fait moins le droit à l'erreur et ils sont moins prêts à suivre leur intuition et à soutenir un projet original sur plusieurs années. La diversité artistique en souffrira, et donc par ricochet le consommateur.

"C'est tellement nouveau, cette possibilité de pouvoir copier quelque chose ou le donner... sans t'en déposséder toi-même. Si je te donne un livre, je ne l'ai plus. Mais si je te donne un mp3, je l'ai toujours. C'est la multiplication des pains ! Il n'est jamais arrivé dans l'histoire de l'humanité qu'on puisse donner quelque chose sans s'en déposséder, et qu'en plus ce soit quelque chose de la même qualité, complètement identique. En fait, on est concurrencé par quelque chose de non économique, du gratuit total. Comment battre ça ? C'est quasiment impossible."

Laurent Bizot, juriste et fondateur du label indépendant No Format !, où on trouve notamment Ballaké Sissoko & Vincent Ségal, Gonzales, Rocé et Mélissa Laveaux.



La musique et le disque sont pris dans le mouvement général d'une société qui change, et dans lequel internet a bien entendu un grand rôle. Nous sommes dans la civilisation du zapping et les nouveaux modes de consommation de la musique (MP3, streaming, culture de l'iPod) s'y inscrivent. Le problème de la gratuité à laquelle ils sont confrontés se retrouve dans d'autres formes d'art car la dématérialisation touche aussi le cinéma, la photographie, et bientôt le livre. Enfin, les difficultés qui les frappent se rapprochent petit à petit d'autres professions comme celles de la publicité, de la presse, et de l'économie culturelle en général.

Mais la musique est toujours là, plus vivante que jamais. Elle s'échange plus facilement. Elle trouve de nouvelles recettes. Les maisons de disques signent moins d'artistes, et pourtant certains d'entre eux particulièrement inventifs trouvent comment s'exposer sur la toile. Une écoute passive apparaît ?

Oui, mais une nouvelle écoute active se met en place, à travers les blogs, les rencontres "fight pod" et les podcasts. Quant aux forums et aux communautés, ce sont les répliques modernes des discussions des étudiants des années soixante ("Tu es Beatles ou tu es Stones ?"). Le consommateur de musique est face à une offre gigantesque, et s'il sait convenablement se guider, il peut utiliser la toile aussi bien comme source d'informations, de découverte, d'audition, et éventuellement d'achat. De plus en plus, les informations que l'on trouve via le net renvoient sur des sites d'achats privés (un artiste seul, un label) ou commerciaux type Amazon, en offrant chaque fois un achat au titre ou un achat physique.

La majorité de la jeune génération ne jure que par YouTube ? Cela veut dire que certes il s'agit d'une rupture générationnelle, que l'image est prépondérante mais que la musique l'intéresse comme on l'a vu précédemment... On annonce la mort du disque et la suprématie du téléphone multimédia ? Différentes écoutes cohabiteront, de l'"écoute kleenex" à l'écoute attentive, et d'ailleurs certains les pratiqueront toutes. Le disque subsistera, en vinyle et en compact, car, même s'il s'agit d'un marché de niche, il y aura toujours une offre et une demande pour des objets bien conçus, et d'ailleurs ce n'est pas sûr que ce soit le premier qui disparaisse avant le second...

"Pour les jeunes, le téléphone est le point de convergence parce que c'est l'objet fétiche. Il est capable de stocker du son, de faire des photos, c'est une extension de la personnalité, un factotum, il représente l'histoire et la mémoire. Aujourd'hui nous sommes dans une ère de communication "no limit". C'est la superposition dont parlait McLuhan. Et demain le téléphone sera en plus télécommande, moyen de paiement, tout en étant au centre de l'économie de la musique..."

Hervé Brasebin, directeur commercial de l'agence de communication Australie, né en 1959.

78 RPM Selector

Formation hors du commun, 78 RPM Selector se présente avec trois mots, "musical", "visuel" et "étrange", dont l'addition éveille déjà la curiosité. Ses trois membres et concepteurs, Yannick Unfricht, Rosita Warlock et Mister Djub veulent "appliquer leurs univers musical au rythme de création d'une troupe de théâtre".

Cultivant l'insolite, oscillant sans cesse entre concert et performance théâtrale, le 78 RPM Selector réalise un spectacle qui relie entre elles plusieurs esthétiques de la culture du vingtième siècle : le jazz, la chanson, le rock'n'roll, le deejaying, la danse contemporaine, le mime, les films des années vingt et trente (on pense notamment à "Freaks, la monstrueuse parade" de Tod Browning), le body art et le beatboxing, auxquels il faut ajouter des clins d'oeils aux débuts de la musique enregistrée, au music hall, au théâtre de rue, au cirque, aux free parties, à l'audiophilie et à la mélomanie, et à tout un esprit d'art populaire qui fait ressurgir refrains de cafés concert et atmosphère de cabaret, le tout étant enrobé d'une poésie omniprésente.



Sur scène, les deux deejays Rosita Warlock et Mister Djub enchaînent des vieux 78 tours, pour la plupart introuvables, sur leurs trois gramophones non électrifiés qui sont des survivants des années 1910... Changeant l'aiguille après chaque disque, nettoyant la galette qui arrive, remontant la mécanique et ajustant le plateau pour que sa vitesse soit en phase, ils se plient au rituel nécessaire pour les faire fonctionner. À leurs côtés, Yannick Unfricht alias Olaf Odgari ou encore "L'homme rouge", et qui se présente comme "danseur mentaliste", s'anime en entamant ses étranges gestuelles muettes, mises au point en s'inspirant à la fois des codes aborigènes et de son passé "indus".

Pour leur première saison qui vient de s'achever, le 78 RPM Selector présentait un show à trois personnages. Pour celle qui commence avec leur double passage aux Trans de 2009, et dont le prélude a été une résidence à l'Ubu, ils inaugurent un nouveau projet en invitant le beatboxer Ezra comme membre à part entière de la formation. Ce pratiquant de la "human beat box" (littéralement : boîte à rythmes humaine) qui a notamment collaboré avec Kid Koala, Wax Taylor, Jacques Higelin et Bauchklang, pousse sa voix dans ses retranchements ; il imite les scratches des 78 tours, des bruits d'animaux, il glisse ici et là un motif rythmique qui peut venir (la liste n'est pas exhaustive...) du jazz, du reggae, du rap ou du rock.

Ainsi, 78 RPM Selector entend constamment réinventer son univers, en présentant chaque année une déclinaison musicale de sa "planète sépia" évolutive, tout en conservant à la base le concept de départ qui est "le mix en ping-pong live sur gramophone". Le mot d'ordre et de construire du rêve avec des "forces poétiques toujours en mouvement".

Impressionnant autant par les techniques qu'il déploie que par l'intensité qu'il dégage, le 78 RPM Selector nous offre un spectacle singulier de haut niveau, un voyage à travers le temps éminemment moderne qui mixe rétro et futurisme, une œuvre-miroir puissante et onirique où chacun d'entre nous trouvera son lot d'émotion.

<http://www.myspace.com/78rpmselector>

"Comment ne pas se sentir proche de cette Dame ? Quand elle comptait déjà de multiples consoeurs étasuniennes, elle semblait si différente et excentrique pour le petit parterre parisien de l'époque, si follement amateur de music hall ! Son aisance sur scène confine à une liberté qu'on cherche aujourd'hui à faire nôtre. Elle l'a fait, pourrait-on dire, quand les autres n'ont pas pu ou pas osé traverser la mer..."

Le 78 RPM Selector, parlant de la chanteuse et danseuse Joséphine Baker, née en 1906 dans le Missouri aux Etats-Unis, et morte en 1975 à Paris. D'origine afro-américaine et amérindienne, elle prit la nationalité française en 1937.

"Le pianiste de jazz Fats Waller défiait régulièrement ses concurrents dans les "rent parties", réunions dans un appartement où, contre une contribution financière qui servait au locataire à s'acquitter de son loyer, on offrait boisson, buffet et joutes nocturnes musicales entre les grands du piano "stride" ou "boogie". Imaginez l'ambiance surchauffée de ces fêtes, très populaires dans les années vingt, qui préfigurent l'esprit des "clashes" qu'on verra naître dans les "sound systems" jamaïcains puis dans les "blocks parties" des années quatre-vingt à New York ! Un esprit 100% urbain dont nous nous délectons de transposer le fond et la forme sur scène."

Le 78 RPM Selector

""Hot" soit "brûlant" : dans la terminologie jazzistique, le mot désigne ces fameuses interprétations qui privilégient l'expressivité et l'imagination aux exécutions "straight" des orchestres de salons qui ne laissent aucune place aux variations. Devinez dans quel pot le groupe sélectionne ses galettes ?"

Le 78 RPM Selector

10 - Repères discographiques



- Afrika Bambaataa : anthologie "**Looking for the perfect beat (1980-1985)**", (2001), import Tommy Boy
- Aphex Twin : "**I Care Because Of You**" (1995), Warp / P.I.A.S.
- The Beach Boys : "**Pet Sounds**" (1966), Capitol / E.M.I.
- The Beatles : "**Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band**" (1967), Parlophone / E.M.I.
- Can : "**Future Days**" (1973), Spoon / E.M.I.
- Ray Charles : anthologie "**The Definitive Ray Charles**" (2001), Rhino / Warner Music
- The Ornette Coleman Quartet : "**This Is Our Music**" (1959), Atlantic / Warner
- John Coltrane : "**A Love Supreme**" (1964), Impulse ! / Universal
- Miles Davis : "**Bitches Brew**" (1970), Columbia / Sony Music
- Gil Evans : "**Out of the Cool**" (1960), Impulse ! / Universal
- Fela : "**The two sides of Fela : jazz & dance**" (2002), double CD Barclay / Universal
- Robert Fripp & Brian Eno : "**No Pussyfooting**" (1973), réédition double CD Discipline Global Mobile (import)
- Jon Hassell : "**Power Spot**" (1986), E.C.M. / Universal
- The Jimi Hendrix Experience : "**Axis : Bold As Love**" (1967), MCA / Universal
- Billie Holiday : "**Solitude**" (1952), Verve / Universal
- Robert Johnson : double CD "**The Complete Recordings (1934-1936)**" (1996), Sony Legacy / Sony Music
- Kraftwerk : "**The Mix**" (1991), Kling Klang / E.M.I.
- Led Zepelin : "**Houses Of The Holy**" (1973), Atlantic / Warner Music France
- Paul McCartney : "**McCartney**" (1970), Apple Records / E.M.I.
- Moby : "**Play**" (1999), Mute / E.M.I.
- Nils Petter Molvaer : "**Solid Ether**" (2000), E.C.M. / Universal
- Pink Floyd : "**Dark Side Of The Moon**" (1973), E.M.I.
- Ritchie Hawkin aka Plastikman : "**Consumed**" (1998), Novamute (import)
- Prince : "**Dirty Mind**" (1980), Warner Bros. / Warner Music
- Radiohead : "**OK Computer**" (1997), E.M.I.
- Steve Reich : "**Music for 18 Musicians**" (1976), E.C.M. (Import)
- The Rolling Stones : "**Exile On Main Street**" (1972), Virgin (import)
- Jean Sablon : "**Le crooner français (20 succès et inédits 1930-1951)**" (2002), Forlane
- Soft Machine : "**Third**" (1970), Columbia Sony Music
- Bruce Springsteen : "**Nebraska**" (1982), Columbia / Sony Music
- Karlheinz Stockhausen : "**Kontakte**" (1974), Wergo (import)
- Ali Farka Toure : "**Red & Green (1984 et 1988)**", 2006, double CD World Circuit / harmonia mundi
- The Velvet Underground : "**The Velvet Underground & Nico**" (1967), CD Polydor / Universal, 2001
- Muddy Waters : double CD "**Muddy "Mississippi" Waters Live (1979)**", 2003, Epic / Sony Music
- Weather Report : "**Sweetnighter**" (1973), Columbia / Sony Music
- The Who : "**Who's Next**" (1971), Polydor / Universal Music
- Stevie Wonder : "**Talking Book**" (1972), Motown / Universal Music
- Robert Wyatt : "**Rock Bottom**" (1974), Domino / P.I.A.S.

La bibliographie, la discographie et les recommandations de journaux et de sites internet qui suivent se rapportent à l'ensemble des trois conférences du cycle de conférences-concerts (3, 4 et 5 décembre 2009) :

"Quand technologies, création et écoute se rencontrent dans les musiques actuelles" :

I - L'incidence des moyens de diffusion sur la circulation de la musique,

II - Les supports sonores et leur influence sur notre rapport à l'écoute,

III - L'impact des évolutions technologiques sur la création et la diffusion en concert de la musique.

10 - Repères discographiques (suite)



COMPILATIONS ET ANTHOLOGIES

"Big Apple Rappin' / The Early Days Of Hip-Hop Culture In New York City 1979-1982",
(2006), double CD Soul Jazz / Discograph

"OHM : The Early Gurus Of Electronic Music : 1948-1980",
(2000), triple CD Ellipsis Arts (import)

"Sounds of the South",
coffret de quatre CDs consacré au travail d'Alan Lomax, Atlantic,
(1993) (import)

"Studio One Story",
(2002), double CD + DVD, Soul Jazz / Discograph

11 - Sélection bibliographique

Cette bibliographie est sélective et ne contient que des ouvrages édités en France.

Mishka Assayas : **"Dictionnaire du rock"**, Robert Laffont, collection Bouquins, 2002

Jean-Yves Bosseur : **"La musique du XX^e siècle : à la croisée des arts"**,
Musique ouverte, Minerve, 2008

Louis Chrétiennot : **"Le chant des moteurs : du bruit en musique"**,
L'Écarlate, L'Harmattan, 2008

Nicholas Cook : **"Musique, une très brève introduction"**, Éditions Allia, 2006

Olivier Donnat : **"Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique (enquête 2008)"**,
La Découverte / Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

Charlotte Dudignac et François Mauger :
"La musique assiégée : d'une industrie en crise à la musique équitable",
L'échappée, 2008

Guillaume Kosmicki : **"Des avant-gardes aux dance floors"**,
Le Mot et le Reste, 2009

Daniel Lesueur : **"L'histoire du disque et de l'enregistrement sonore"**,
Les Éditions Carnot, 2004

Philippe Tournès :
"Du phonographe au MP3, une histoire de la musique enregistrée - XIX^e - XXI^e siècles",
Éditions Autrement, 2008

Revue **"Art Press 2"** : **"L'art des sons"**, n° 15, novembre 2009

12 - Quelques journaux et sites internet



Les Inrockuptibles,
hebdomadaire
www.lesinrocks.com

Jazz Magazine / Jazzman,
mensuel
www.jazzmagazine.com

Le Monde,
quotidien
www.lemonde.fr

Mondomix,
mensuel
www.mondomix.com

Neosphere,
www.neospheres.free.fr

Rock & Folk,
mensuel
www.rocknfolk.com

Vibrations,
mensuel
www.vibrations.ch

Eldorado,
trimestriel