L'amateur de musique à cinq pattes

Énonciations industrielles de la pratique culturelle et poétiques du goût

Julia Bonaccorsi et Camille Jutant
Université Lyon 2 – laboratoire Elico

> *« L'écoute n'est pas qu'instant, elle est aussi histoire. Sa réflexivité, c'est aussi sa capacité à se construire elle-même comme le cadre de sa propre activité. [...] Production d'espaces et de durées propres, de scènes et de dispositifs "dédiés", constitution progressive et évolutive d'un répertoire, entraînement des corps et des esprits, formation d'un milieu de professionnels, d'un métier de critique et d'un cercle d'amateurs, c'est l'autre versant de sa réflexivité : la musique comme délégation du pouvoir de nous émouvoir à un ensemble d'œuvres, devenu cible d'une écoute privilégiée. »*
>
> (Hennion, 2004, p. 24.)

Introduction – Les chimères sociologiques de l'écoute

Aujourd'hui, les régimes de matérialité de nos expériences des objets culturels musicaux sont majoritairement numériques : de la production à l'enregistrement puis aux modalités de diffusion, depuis notamment les sites Web de *streaming*, les plateformes comme *YouTube*, etc. Ces médiations nous placent, avant tout, devant des écrans dans le cadre desquels il faut voir et lire, éventuellement écrire, avant d'écouter. Comment ces manières d'éditorialiser les objets de la musique organisent-elles la relation entre des formes d'expression du goût musical et l'expérience d'écoute pour tou.te.s et pour chacun.e.s ? Par quels moyens ces médiations font-elles tenir ensemble plusieurs échelles de pratique, plusieurs énonciations de la relation à l'objet musical ? Notre hypothèse est que l'analyse de la superposition de ces énonciations est spécifique aux mutations de l'industrialisation culturelle et notamment au double mouvement de personnalisation et d'objectivation du rapport aux objets culturels par les médias informatisés. Y sont en jeu des « opérations de mise en valeur » (Heinich, 2017) et des jugements de valeur sur ce qu'est l'objet musical, mais, plus encore, sur l'écoute comme pratique.

Plusieurs analyses critiques ont déjà porté sur les cadres énonciatifs des plateformes industrielles, comme énonciation praxéologique de l'écoute musicale (Gras, 2008 ; Gayraud, Heuguet, Gomez-Mejia, 2015 ; Lambert et Landaverde, 2013 ; Bourgatte, 2012). Ces recherches ont plus particulièrement mis en évidence l'ambivalence entre la valorisation de la singularité du goût, de l'écoute, de la figure de l'auditeur et l'hétérogénéité des pratiques en jeu, ainsi que des cadrages éditoriaux.

Stephan-Eloïse Gras montre par exemple que la mise en avant du rôle de l'utilisateur / auditeur ne peut masquer la diversité des autorités éditoriales :

> « Ces plateformes placent l'utilisateur, par un calcul (telles *TheHypeMachine*, *Sellaband*, *Bnflower*) ou par une évaluation de ses usages (*Pandora*) et de ses activités critiques (il sélectionne l'artiste à soutenir, un peu sur le mode d'un vote approbateur), dans une position centrale et déterminante quant à l'attribution de la valeur des objets musicaux. Ces plateformes se constituent comme "porte-parole" du goût, à la manière d'une émission de télé-réalité. » (Gras, 2008 : 125.)

Elle souligne cependant :

> « Cela n'absout pas la question des autorités éditoriales, ainsi qu'en témoigne l'utilisation d'un registre et d'un vocabulaire particulier, la tentative de rassembler le dissemblant sous un label "innovant". Ces plateformes rendent compte en effet d'une structure énonciative hétérogène, multipliant les phénomènes d'autorités éditoriales : il s'agit d'associer différentes logiques discursives et "voix critiques". » (*Ibid.*)

Nos propres travaux ont plus spécifiquement pointé deux caractéristiques de l'énonciation culturelle opérée par ces plateformes. D'une part, le modèle de prescription de ces médias informatisés est le fruit d'un double travail éditorial qui consiste à valoriser la dimension singulière et subjective de l'expérience d'écoute, et en même temps à encadrer, structurer et mettre en forme ces contributions singulières par des procédés techniques et sémiotiques (Dupuy-Salle, Jutant, Spano, 2016). L'énonciation de ces plateformes tend à s'apparenter à une « autorité de la contingence » (Bonaccorsi, Croissant, 2017). D'autre part, ces plateformes sollicitent une expérience sensible mais qui est toujours aussi pratique, intellectuelle et culturelle dans la mesure où l'internaute se retrouve à repérer, reconnaître, organiser, classer des savoirs sur la culture (Bonaccorsi, Croissant, 2016 ; Jutant, 2011).

Ce chapitre prolonge nos analyses en explorant les gradations dans la manière dont l'expérience d'écoute est textualisée dans un ensemble documentaire à la fois clos et incommensurable, paradoxe nécessaire à la valorisation économique. L'écoute procède ainsi d'une double dimension : elle s'organise dans un environnement sonore/isé et elle s'inscrit dans un environnement numérique. Elle présuppose alors une triple compétence : reconnaître un « architexte [1] » ; mobiliser des savoirs latéraux sur ce type

1. L'« architexte » désigne : logiciels, formulaires, CMS qui *commandent* la production de textes dans les médias informatisés. Il concerne les gabarits, modèles, standards (Wordpress…) et concerne ainsi les conditions matérielles d'apparition du texte en tant que document. Il définit l'ensemble qui relie le substrat matériel et technique de la communication et les formes langagières et énonciatives (Jeanneret, 2014).

d'expérience d'écoute, ce que l'on pourrait qualifier de *literacy* numérique (Gilster, 1997), mais aussi inscrire dans le cadre prévu à cet effet la singularité d'un goût, d'une envie, d'un lien avec l'objet culturel musical.

Nous mobilisons une démarche d'analyse sémiologique telle qu'elle a pu être développée et éprouvée depuis une dizaine d'années pour étudier les mutations médiatiques de la culture écrite (citons, Tardy, Jeanneret, 2007 ; Cotte, 2011) et que nous avons contribué à synthétiser à propos de l'analyse du Web (Bonaccorsi, 2016). Cette démarche vise à décrire l'opérativité sociale des formes médiatiques numériques en tant que configurations signifiantes, économies documentaires et pratiques interprétatives (et qui deviennent finalement expériences culturelles). Elle prend appui notamment sur la notion de « trace d'usage » pour qualifier les « espaces multiples de la pratique » dans les « pouvoirs souples de la suggestion » des médias informatisés (Tardy, Jeanneret, 2007 : 205). Ces auteurs ont montré à propos des sites contributifs de tourisme de quelles manières la trace numérique se déployait dans des activités d'écriture : la trace relève ainsi d'un projet communicationnel plutôt que d'un gisement.

Davallon, Brochu et Noël-Cadet ont effectué au début des années 2000 une analyse des sites médiateurs [2] de la bibliothèque en ligne *Gallica*. Ils ont distingué les traces d'usages effectués par les producteurs des sites et les indices d'usages anticipés, c'est-à-dire ceux qui concernent l'utilisateur et appellent son usage du site (Davallon, Noël-Cadet et Brochu, 2003). Deux résultats saillants sont à souligner : d'une part, les « traces » sont le fruit d'un « travail », d'une « opération » réalisée à partir de données collectées (agrégation et textualisation de pratiques sociales) et elles ne relèvent pas d'une empreinte. Dit autrement, la trace est « produite » et non « relevée » (Jeanneret, 2011). D'autre part, la trace est définie comme un objet sémiotique, un énoncé intégré à dimension médiatique et éditoriale. Surtout, les auteurs montrent qu'elle constitue un modèle communicationnel culturel à la fois formalisé par les sites contributifs (du point de vue de leur architexte) et expérimenté par les usagers (Dupuy-Salle, Jutant, Spano, 2016).

À la suite de ces travaux, nous formulons l'hypothèse que les plateformes d'écoute musicale organisent les données produites par leurs usages en *traces de profils culturels*. Autrement dit, ces profils culturels ne nous intéressent pas en tant qu'ils renverraient à des sujets sociaux [3], mais en tant qu'ils peuvent être traités comme une agrégation de données en traces. Ces profils de goûts sont, selon nous, de l'ordre de la chimère présentifiant des réalités abstraites, autrement dit que nous ne rencontrons jamais. La fabrication de ces « chimères sociologiques », comme les chimères cartographiques analysées par Yves Jeanneret, nécessitent que soient effectuées dans l'interprétation les opérations sémiotiques suivantes (Jeanneret, 2012) : l'association du nombre à la représentation de la structure sociale (association culturelle dans la mémoire sociale) ; la mise en visibilité liée à un travail graphique et éditorial pour figurer la trace (formes semi-symboliques) ; l'agir de la catégorisation qui permet d'interpréter la mesure et

2. C'est-à-dire qui renvoient à et montrent comment se servir de la bibliothèque en ligne.

3. Ceux-ci répondent à d'autres modalités d'objectivation : par les sujets eux-mêmes, par les conditions de l'enquête menée (Lahire, 2006) dans des cadres scientifiques ou évaluatifs (Jutant, 2011). Notre objet d'étude porte sur l'objectivation du profilage culturel par les espaces médiatiques que sont les plateformes.

l'empilement documentaire comme un monde social (commentaires métonymiques permettant de décréter la communauté ou l'influence par le chiffre, la liste,..).

Ce sont ces opérations sémiotiques que nous allons nous employer à saisir, à partir d'exemples significatifs tirés de quatre plateformes qui proposent une expérience d'écoute explicitement liée à un enjeu de recommandation personnalisée de la musique : *8tracks*[4], *Napster*[5], *Whyd*[6], et *Deezer*[7].

Les quatre premières parties de ce chapitre rendront compte de l'analyse des économies documentaires (Cotte et Després-Lonnet, 2012) des quatre plateformes. La première partie montre que les logiques éditoriales de ces plateformes ont pour effet de textualiser la recherche pour l'écoute. Les parties suivantes explicitent alors comment cette recherche pour l'écoute produit un profil de goût en sollicitant diverses formes culturelles (l'iconographie, le récit, la communauté) qui font de l'éditorialisation de l'écoute, *in fine*, une pratique culturelle. Nous ne traquons donc pas des types de pratiques effectives et une catégorisation des activités d'utilisateurs, mais invitons à observer les dimensions interprétatives d'un discours sur la pratique d'écoute musicale qui s'instancient par la médiation qu'offrent les plateformes.

La cinquième et dernière partie offre une discussion sur la dialectique pragmatique en jeu dans les plateformes d'écoute musicale en tant que simulation de profils culturels, jeu auquel le sujet social doit se soumettre (ou dont il doit accepter les règles) pour *bénéficier* de la base de données. De ce fait, la réflexivité interne au *goût* se double d'une seconde réflexivité nécessaire sur la pratique culturelle en tant que description.

1 La textualisation et l'organisation documentaire de l'écoute

Nous commencerons par observer la façon dont l'expérience d'écoute est avant tout une exploration par l'internaute d'un univers écrit. Marie Després-Lonnet a montré dans le cas de la numérisation du patrimoine que la visite virtuelle était fondamentalement une textualisation de la pratique de visite dans le musée.

> « Ce qui était suggéré et rendu possible par l'organisation du lieu doit être dit à travers l'organisation à l'écran et grâce à l'ajout de textes qui tout à la fois expliquent et soutiennent les pratiques. » (Després-Lonnet, 2012 :108.)

4. *8tracks*, qui se présente comme une Web radio sociale a été fondé par David Porter et Remi Gabillet en 2008 aux États-Unis. La plateforme propose à ses utilisateurs d'écouter et de produire des *playlists*, de 8 titres minimum, à partir de contenus acheminés sur la plateforme par les API proposés par *Soundcloud* (lorsque les contenus sont légaux), mais aussi depuis le propre disque dur de l'utilisateur.

5. *Napster*, connu pour avoir été l'un des premiers services de partage de fichiers en pair à pair, se présente depuis 2011, date de son rachat par le magasin de musique en ligne Rhapsody, comme un service d'abonnement musical. Ses utilisateurs peuvent écouter et produire des titres, agencés en *playlists*.

6. La plateforme *Whyd* est fondée par Gilles Poupardon et Jie Meng-Gerard, en 2013. Elle propose à ses utilisateurs d'écouter et de produire également des *playlists* en sélectionnant les titres d'autres utilisateurs ou en acheminant n'importe quel contenu musical à partir d'une navigation sur le Web et l'usage d'un bookmarklet (programme java script stocké sur le navigateur de l'utilisateur et pouvant récupérer un contenu et l'associer au site *Whyd*).

7. *Deezer*, qui se présente comme un service d'écoute de musique en streaming a été fondé en 2007 par Daniel Marhely et Jonathan Benassaya. Il permet à ses utilisateurs d'écouter des titres, organisés en *playlists*, produites par les utilisateurs ou la plateforme, ou en radios.

Ici, bien évidemment, il n'est pas question d'un lieu pratiqué (l'espace physique du musée) mais d'un « être culturel » (Jeanneret, 2014) édité, et ce antérieurement à sa diffusion numérique. La textualisation de l'expérience d'écoute en *streaming* convoque une mémoire culturelle (image du texte, iconographie) à partir de ses référents principaux : la pochette de disque [8], la cassette enregistrable, le fanzine, le magazine. Dans nos exemples, l'auditeur qui utilise les plateformes d'écoute musicale est donc aussi et d'abord un lecteur confronté à une énonciation éditoriale singulière.

S'intéresser au discours sur le goût et le jugement culturel des médias informatisés analysés, nous conduit à nous pencher sur l'énonciation éditoriale du goût musical, à la fois pragmatique (rendre lisible) et politique (dire le légitime et l'illégitime).

> « L'énonciation éditoriale relève de l'histoire, de la culture et plus généralement d'une anthropologie historique. En d'autres termes, à travers des éléments anodins et quotidiens d'ordinaire considérés comme insignifiants, le "texte second" ancre l'idéologie d'une époque et d'un milieu. Ainsi, sans que nous y prêtions la moindre attention, les acteurs du livre paradent sous nos yeux, nous dessinant l'âme d'une époque – "étrangeté du quotidien" dont parlait Michel de Certeau. » (Souchier, 1998 : 145.)

L'usager modèle à qui la plateforme s'adresse doit investir le dispositif en tant que lecteur *et* en tant qu'auditeur. Or, ces deux figures sont parfois mises en tension, comme l'illustre l'exemple suivant d'une notification sur le site Web de *Napster* :

> « Nous avons mis à jour le *player* pour qu'il soit plus coloré et avons ajouté des nouvelles fonctionnalités afin qu'il soit accordé avec le nouveau design de notre site. (C'est trop distrayant ? Désactivez l'arrière-plan du *player* dans les Paramètres [9].) »

La référence faite explicitement à la perte d'attention cognitive, la distraction, « c'est trop distrayant ? », met en tension l'activité d'écoute et l'activité de lecture et comporte deux présupposés : une conformation idéale de la pratique d'écoute (une seule activité, concentrée) ; une expérience d'écoute qui est articulée à une expérience plastique et éditoriale (« arrière-plan », « *design* », « coloré ») dans un discours d'innovation (mis à jour, « nouvelles fonctionnalités »). Le « lecteur / *player* » relève d'une problématique de lisibilité propre à la textualité numérique, le lisible relevant d'un processus et projet et non d'un état stable du texte (Bonaccorsi, 2017).

La dimension documentaire de l'écoute repose quant à elle sur une autre tension, entre image et texte. Dans le cas des plateformes *Whyd* et *8tracks*, l'ouverture presque systématique d'une vidéo *Youtube* associée au morceau musical en train d'être diffusé, associe l'expérience d'écoute à une expérience de visionnage. Notons à ce titre que les vidéos diffusées ne sont pas nécessairement les « clips » officiels des titres, mais

8. « De 1945 à 1989, le disque représentait le médium commercial prédominant pour l'enregistrement de la musique et des sons, devant les bandes magnétiques et les cassettes audio. [...] Pendant un siècle à peine, la musique a principalement été commercialisée morceaux par morceaux, et compilée comme propriété privée. » (Mrozek, 2014.)

9. Métadiscours de la plateforme sur l'usage du lecteur/player de titres – *Napster*.

parfois des vidéos amateurs et des interprétations très personnelles des titres, qui rendent l'écoute déceptive, voire insupportable.

Parfois même, le texte semble subordonné à l'image, qui apparait au premier plan, avant la description linguistique des titres. Dans le cas de la plateforme *8tracks*, l'utilisateur qui choisit d'écouter une *playlist* à partir de son intitulé thématique (par exemple « chansons de Noël » ou « *Jazz favorites* »), n'a pas accès aux titres qui composent la liste ; il ne connaît à l'avance que le nombre de titres et l'image associée à la *playlist*. En revanche, une fois la chanson écoutée, celle-ci apparaît associée au nom de l'interprète et au nom de l'album et – parfois seulement – à la date de publication de l'album.

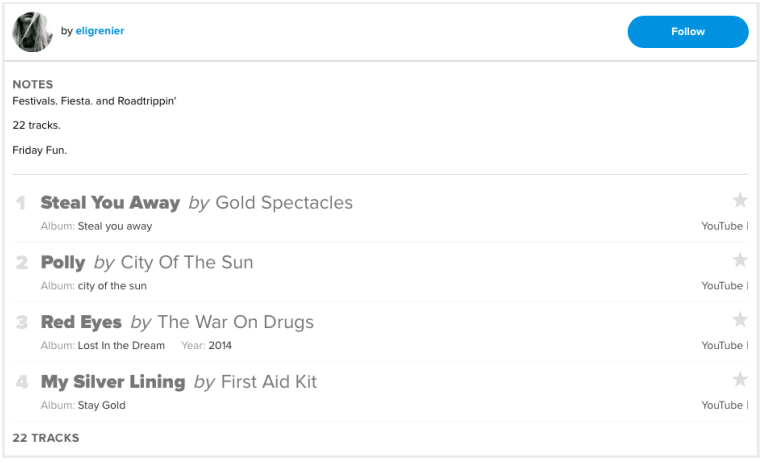


Figure 1 – Exemple des titres d'une *playlist* qui s'affichent uniquement après avoir été écoutés – copie d'écran *8tracks*

L'expérience d'écoute devient donc une projection à partir de critères documentaires qui impliquent l'interprétation de textes et d'images, et parfois aussi, une forme de contribution de la part de l'internaute. Nous ne mobilisons aucune définition de la contribution *a priori* mais nous nous intéressons à la manière dont celle-ci est objectivée par les activités énonciatives des médias informatisés analysés. Autrement dit, il s'agit de considérer des modalités discursives qui relèvent de l'incitation à la production et à la collaboration à la documentation du « monde » (Flon, Davallon, Tardy, Jeanneret, 2009). Cette dimension correspond à ce que Davallon, Noël-Cadet et Brochu (2003) désignent lorsqu'ils parlent d'un mode intermédiaire de sollicitation de l'internaute, qui conjoint le mode sémiotique – ce qui est dit et montré – et un mode opératoire – ce qui est proposé de faire. En témoigne cette option proposée par le site *Whyd* : un *bookmarklet* que l'internaute peut installer sur son navigateur pour sélectionner des contenus musicaux au gré de ses navigations sur le Web et les compiler sur la plateforme.

À partir de l'exemple des quatre plateformes, nous caractériserons les formes d'organisation documentaire qui se donnent à lire et à expérimenter comme conditions de l'expérience d'écoute : (1) la liste et la *playlist* ; (2) le genre et l'index ; (3) les

indices d'écoute préalable. L'expérience d'écoute est appareillée par la prédilection de l'indexation, de classement et la catégorisation de la musique par les usagers eux-mêmes. Cette écriture de l'écoute nécessite que soient engagées des modalités plurielles du goût : expression ; distinction ; appartenance, qui dépendent de « savoir-faire », d'« ajustements » (Hennion, 2004) et qui sont des attributions de valeurs de mesure, de jugement, d'attachement (Heinich, 2017). À ce titre, l'éditorialisation de l'écoute peut être considérée comme une pratique culturelle.

2 Liste et *playlist*

> « Ce n'est pas ce goût tout fait, la cible de nos analyses : c'est l'acte de goûter, les gestes qui le permettent, les savoir-faire qui l'accompagnent, les petits ajustements en continu qui l'aménagent et favorisent sa félicité. » (Hennion, 2004.)

Les plateformes incitent leurs utilisateurs à qualifier et à organiser les titres qu'ils souhaitent écouter. La liste et la *playlist* restent deux formes éditoriales privilégiées par les plateformes. Néanmoins la seconde se distingue de la liste de contenus (genres, albums, artistes, *podcasts*), car elle n'engage pas le même rapport aux contenus et donc la même lecture préalable à l'expérience d'écoute.

Rappelons que la liste situe les objets qu'elle représente sur un plan de similarité. Elle recouvre « des éléments de même nature et situés sur un axe d'équivalence paradigmatique » (Vandendorpe, 1999 : 128). Sur les plateformes, les listes sont reconnaissables par leur image, une série d'éléments scripto-visuels mis à la suite les uns des autres. On observe ici ce que Gaëlle Lesaffre analyse dans la mise en scène des objets des collections extra-occidentales, au musée du Quai Branly :

> « L'instauration d'une relation d'équivalence, autrement dit d'une relation d'ordre paradigmatique, entre les propriétés visibles des objets rassemblés dans la plupart des sous-unités, c'est-à-dire dans une même vitrine ou sur tout autre support de disposition spatiale. » (Lesaffre, 2011.)

Les listes produisent donc une ressemblance visuelle entre les titres. Les propriétés visibles des albums deviennent alors « les éléments communs ou variants qui font des objets les termes d'un paradigme » (*id.*). Si l'on suit cette analyse, on pourrait ainsi dire que la production du sens des objets musicaux s'effectue ici par le rapprochement de leur propriété visible, sur la plateforme. Vanderdorpe nous rappelle aussi à juste titre que la liste, par la suppression des connecteurs de coordination ou de subordination, ne peut traduire les relations entre les éléments qu'elle présente et ne peut donc construire un discours ou un univers narratif (Vanderdorpe, 1999).

À l'inverse, la complémentarité (au plan syntagmatique) est prise en charge par la *playlist* qui organise et thématise l'écoute comme la succession et non la substitution des titres les uns à la suite des autres. Rabatel signale que la liste peut révéler l'action de choix et de sélection d'un énonciateur, et par là affirme son intention de signifier (Rabatel, 2001).

Nous avons montré dans le cas d'une étude antérieure du site *SensCritique* que la liste constituait un projet documentaire, dans la mesure où la liste peut être l'expression de l'originalité du scripteur, de son érudition, de sa capacité à collectionner, à conserver et à remémorer des écoutes et des expériences culturelles, en somme « créer des synthèses, des *best-of* : le principe de la liste participe de ces écritures réflexives d'une mémoire culturelle » (Bonaccorsi, Croissant, 2016). Nous retrouvons ces dimensions dans le cas de la *playlist*, sur nos plateformes.

Les *playlists* offrent précisément un discours là où la liste ne peut le faire. En témoigne le mode d'emploi que propose le site *8tracks* à ses utilisateurs pour les accompagner dans la fabrique de cette éditorialisation :

> « Donnez à votre *playlist* un titre qui permettent aux gens de comprendre tout de suite à quel point ça va être top. Des idées : faire du jogging avec des *aliens*, mon petit déjeuner avec Barack Obama, Les chansons d'amour sur les araignées vénéneuses, les chansons pour rompre avec les araignées vénéneuses, etc. [...] Ajouter une description qui permette de capturer l'essence de votre *playlist*. Parlez de musique, de vos humeurs, des gens ou de tout ce qui vous a inspiré pour faire votre *playlist*. » (Extrait traduit de la plateforme *8tracks*[10].)

La prégnance de la *playlist* sur les quatre plateformes étudiées, et des titres qui couvrent un large spectre de descriptions « les artistes à suivre en 2014 », d'évocations « les chansons qui me rappellent trop de souvenirs », ou d'ambiances « rester calme, rester focus », donnent à penser que les plateformes cherchent à mettre en avant des univers narratifs et non pas des simples bases de données, portés par les utilisateurs qui sont élevés au rang de scripteurs et d'auteurs.

Ainsi, la *playlist* est bien ici un geste auctorial permis à l'usager, c'est-à-dire pensé, organisé et suggéré « par » la plateforme. Il revient à l'usager d'affirmer sa singularité, son originalité, voire sa subjectivité, et de produire des axes syntagmatiques et par là poétiques (Dupuy-Salle, Jutant, Spano, 2016). Pour la plateforme, ce travail est une aubaine, il peut se comparer à un geste documentaire, à une « activation » et une mise en récit de la base de données de titres musicaux de la plateforme.

La dimension plastique de la contribution, notamment dans le cas des *playlists*, renvoie également à la dimension subjective du goût. Le travail iconographique est ici un marqueur très particulier de la singularisation des pratiques.

Dans le cas de 8*tracks*, l'étape qui consiste à éditer une *playlist* sollicite la capacité de l'utilisateur à exprimer et manifester son goût pour le morceau par le texte et l'image. L'internaute doit choisir un titre de *playlist*, il doit la décrire, l'indexer, mais

10. « *Give your playlist a title that will let people know immediately how awesome it's going to be. Some suggestions : Jogging With Aliens, Morning Lattes with Barack Obama, Love Songs About Venomous Spiders, Breakup Songs About Venomous Spiders, etc. [...] Write a description that captures your playlist's essence. Talk about the music, moods, people, or whatever inspiration led to you making your playlist.* »

il doit aussi la doter d'une image caractéristique et de bonne qualité : « Soignez votre collection de *playlist*. Utilisez une image d'au moins 500 x 500 pixels [11]. »

La mise en avant de l'apparence de la « *mix page* », c'est-à-dire la page de profil de l'utilisateur où sont affichées toutes les *playlists*, témoigne de l'attention que l'utilisateur est censé porter à la dimension « visuelle » et à l'association subjective entre univers sonore et iconique de sa *playlist*.

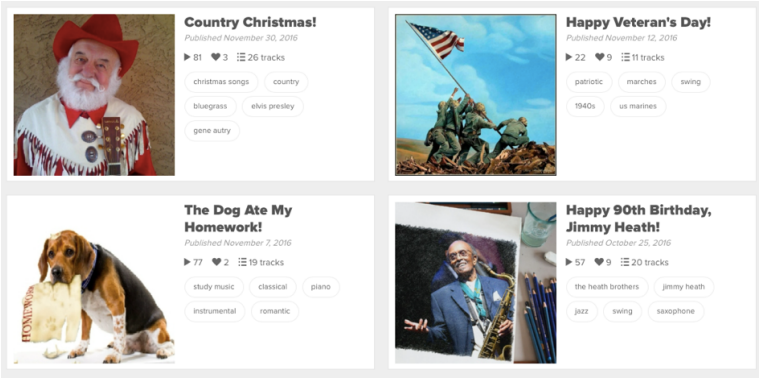


Figure 2 – « *Mix page* » d'un utilisateur – copie d'écran *8tracks*

La sollicitation faite à l'utilisateur, sur les plateformes *Napster* et *Deezer*, de marquer certains des titres qui constituent sa bibliothèque ou ses *playlists*, et ainsi d'afficher des préférences scellées par une icône reconnaissable (un cœur rouge) ou encore, la sollicitation à télécharger une photo de profil, sont autant d'incitations à singulariser le profil de l'utilisateur et à mettre en avant sa subjectivité. La plateforme affiche cette singularité en surexposant la photo choisie par l'utilisateur sur sa page profil, entre autres exemples. La plateforme qualifie ici les données qu'elle récupère en traces d'une pratique personnelle et singulière.

À partir de cette focalisation sur les organisations documentaires de la liste et de la *playlist*, nous relevons un double phénomène : d'une part, la textualisation de valeurs d'attachement (fabrique, appropriation) ; d'autre part, les architextes des plateformes constituent des métadiscours sur « la mise en valeur », celle-ci étant toujours relative.

3 Genre et indexation des objets d'écoute

Une modalité traditionnelle d'organisation documentaire est celle du genre musical (rock, musique classique, etc.), ici rapidement dépassé par des catégories non strictement disciplinaires ou conventionnelles. Ainsi, c'est le principe de reconnaissance d'une convention collective qui est mis en tension par les plateformes : tous les genres deviennent possibles. Par exemple, des items comme « Noël » ou « Saint Valentin » apparaissent aux côtés des genres plus classiques comme « Soul & funk », « R'n'B »,

11. Extrait traduit de la plateforme *8tracks* : « *Keep your mix page beautiful. Use an image at least 500 x 500 pixels.* »

« Jazz », etc. Les termes comme « ambiance », « humeur » semblent surenchérir par rapport à la notion de genre et proposer de qualifier autrement les contenus musicaux.

« Explorer nos styles musicaux, ambiances et *podcasts* » (exemple pris sur la plateforme *Deezer*).

Cette catégorisation contextuelle suppose deux types d'associations de la part de l'usager : associer un type d'ambiance à un calendrier social et culturel et associer un contenu musical à ce type d'ambiance. L'indexation repose dans nos exemples, sur une catégorisation hybride, une fois de plus, comme en témoigne la juxtaposition de *tags* aussi différents – mais inscrits sur un même niveau de description – que #pop, #annéesetpériodes et #envoiture. Ces catégorisations s'inscrivent dans la lignée des nouvelles procédures d'indexation collaboratives et de redocumentarisation (Thiault, 2015). L'expérience d'écoute est ici sollicitée à partir du critère du genre musical autant que de celui de l'ambiance que produirait l'écoute du titre.

Il est possible d'observer également des niveaux d'indexation renvoyant à différentes instances de production que nous détaillons ci-dessous. Nos quatre plateformes partagent ce point commun : trois instances de production sont à l'œuvre, l'auditeur, les autres utilisateurs de la plateforme et ceux que la plateforme désigne comme des experts de la sélection musicale. Ils sont nommés « *editors* » ou membre de l'équipe de la plateforme : « Et si vous ajoutiez l'une de ces *playlists* à votre musique préférée ? Voici des suggestions basées sur vos écoutes et notre sélection éditoriale » (extrait de la plateforme *Deezer*).

Les genres établis par la plateforme apparaissent comme objectivés et les *hashtags* produits par les usagers manifestent clairement leur subjectivité et créativité. La dissociation de ces deux instances est subtilement floutée. Ainsi les plateformes organisent une surface de lecture dans laquelle sont mis sur le même plan deux fonctions de l'indexation : la fonction modale de certains index, notamment les *hashtags*, produits par les utilisateurs des plateformes et affichés avec le signe # (permettant au lecteur de s'identifier, de partager un ressenti) et la fonction plus simplement référentielle du genre, proposés par la plateforme et structurant traditionnellement l'industrie culturelle musicale.

Dans le cas de *8tracks*, l'indexation est un geste que le site partage avec les internautes en les sollicitant fortement à *tagger* leurs *playlists*, au prétexte de pouvoir mieux les faire circuler sur le site et de les partager avec d'autres. La dimension symbolique de l'indexation semble valorisée ici, c'est-à-dire les imaginaires, souvenirs personnels, associations d'idées auxquels les termes renvoient.

> « Ajoutez au moins deux *tags* à votre *playlist*. C'est très important car sans *tags*, les autres usagers de la plateforme ne pourront pas trouver votre *playlist* et ne pourront donc pas l'apprécier à sa juste valeur ! » (Extrait traduit de la plateforme *8tracks*[12].)

12. « *Add at least 2 tags to your playlist. This is important – without tags, other users won't be able to find your playlist and appreciate it for the timeless piece of art that it is.* »

À ce titre, on peut dire que la plateforme incite les utilisateurs à mettre en valeur leur propre geste éditorial. Certains travaux ont interrogé les gestes de sélection et de mise en valeur des contenus produits par les utilisateurs de ces plateformes en les qualifiant de « curation », définie ici comme une pratique qui « concerne la récolte, le tri et la conservation des informations » (Lambert et Landaverde, 2013 : 53).

Puisque ces plateformes organisent leurs contenus musicaux selon une logique « d'économie curatoriale » (Bourgatte, 2012), elles mobilisent une pensée du genre (et de la convention) qui a deux effets : d'une part, cette logique permet une montée en généralité et une mise à l'épreuve collective – en quelque sorte, le genre « fonde les valeurs en société » (Heinich, 2017 : 378) –; d'autre part, le système conventionnel est suffisamment fluide et poreux pour absorber l'irrationalité, l'arbitraire, la contingence, inhérents à la subjectivation individuelle.

L'extrait cité qui précède est révélateur de ce double jeu, nécessaire à la survie économique des industries médiatiques concernées : donner à la pratique documentaire une place centrale dans le programme d'activité des usagers (« c'est très important les gars ») et en préciser les règles (« au moins deux *tags* »); construire une singularisation et un relativisme de la valeur, toujours « juste ».

4 Indices d'écoute antérieure

Enfin, le dernier type d'organisation documentaire étudié consiste en un affichage de divers signes qui témoignent de l'écoute préalable d'autres utilisateurs de la plateforme, et bien sûr, des indices d'une écoute antérieure, enregistrée et mémorisée par la plateforme.

L'activité d'écoute des auditeurs de la plateforme est rendue visible par un premier type d'énoncé : l'association d'un titre ou d'une *playlist* à un profil d'utilisateur [13]. C'est ici la capacité de l'auditeur à exprimer nommément, personnellement, quelque chose qui est valorisé. Par exemple, la plateforme *Whyd* propose des listes de titres qualifiés comme les « *hot tracks* ». On imagine qu'il s'agit des titres les plus écoutés, mais aucune indication ne précise les critères d'ordonnancement. Les seules indications dont on dispose sont les pseudonymes et les photographie des auditeurs associés à chaque titre.

L'activité d'écoute est aussi rendue visible de façon complètement désingularisée et agrégée, par le biais du nombre, indicateur quantitatif par excellence : la valeur est celle de la mesure. Dans les quatre plateformes, l'agrégation du nombre de fois où la *playlist* a été « likée », choisie, écoutée, etc. participe à la manifestation documentaire de l'expertise des utilisateurs. Cette quantification permet de manifester une masse critique et de construire une qualification du titre, et donc de sa légitimité, à partir du nombre d'indices d'une écoute antérieure. L'indice d'écoute peut alors être associé à différentes pratiques comme le montre l'exemple ci-dessous. L'appréciation, par exemple, est symbolisée par le nombre d'utilisateurs mais associée au pictogramme cœur. Elle ne correspond pas à la même pratique que l'écoute, symbolisée quant à elle par le nombre d'utilisateurs mais associé au pictogramme triangle. Une différence

13. Le « profil » associant le plus souvent photographie et pseudonyme.

peut apparaître entre le nombre d'écoutes et le nombre d'appréciations : peut-être que beaucoup d'utilisateurs ont écouté, mais beaucoup moins ont signalé avoir aimé le titre, comme dans l'exemple ci-dessous.

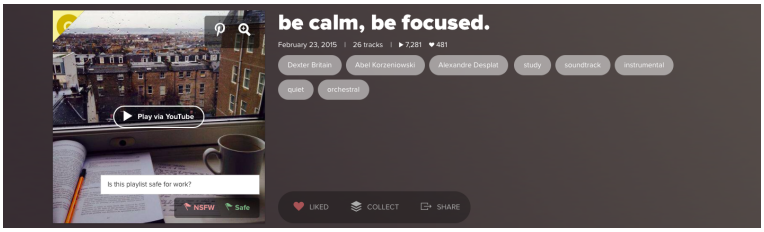


Figure 3 – La *playlist* a été écoutée 7 281 fois et a été « likée » 481 fois – copie d'écran *8tracks*

Plus généralement, l'activité d'écoute est rendue visible par une organisation des titres dans une économie documentaire où l'utilisateur doit agir sur la musique pour que celle-ci agisse sur lui. Dans la plateforme *Whyd*, lorsqu'un titre apparaît, l'utilisateur est invité à « liker », à commenter, à partager sur les réseaux sociaux le lien vers la plateforme ou à ajouter le morceau à sa propre *playlist* ou à sa page. *Deezer* propose encore les possibilités suivantes : « Écouter juste après », « Ajouter à la file d'attente », « Ajouter à Ma musique », « Partager », « Écouter sur mobile » et « Zoomer sur la pochette ».

Deux constructions de la temporalité de l'expérience d'écoute sont dans ce cas suggérées à l'auditeur : soit il constitue une sorte de file d'attente avec les titres qu'il souhaitera écouter plus tard, mais pas forcément garder sur son profil de goût. Soit il sélectionne le titre et le qualifie comme faisant partie de « sa » musique, de son profil. En témoigne dans l'exemple précédent la différence entre « Ajouter à la file d'attente » et « Ajouter à Ma musique » ; ou pour la plateforme *8tracks*, la différence entre « *Listen later* » et « *Liked* ».

Ainsi, les données sollicitées ici sont le fruit d'un geste de classement et d'évaluation, mais sont vouées à produire la trace d'une pratique bien spécifique : celle qui vise à construire le goût par les formes concrètes de l'écoute. Ces formes sont suggérées, jamais énoncées, mais supposent autant de consensus sur la façon dont l'activité de l'utilisateur sur la plateforme donnera lieu, plus tard à un type d'activité d'écoute (écouter quand je serai avec des amis, écouter sur mon téléphone car je serai en mobilité, etc.)

Ces traces d'écoute trouvent une expression tout aussi sophistiquée dans le travail d'agrégation des profils que propose la plateforme. Ici, les traces d'écoute ont vocation à produire de la « communauté », c'est-à-dire des groupes d'utilisateurs qui partagent goûts et pratiques. En effet, les utilisateurs des quatre plateformes sont invités à suivre et à être suivis. Cette injonction au « *following* » popularisé par le réseau social *Twitter*, est ici associée à l'activité de découverte et au geste d'ouverture de son réseau social et musical. La plateforme *Whyd* attribue ainsi d'emblée à l'internaute qui s'inscrit dix personnes à suivre.

Sur cette plateforme ainsi que sur *8tracks*, les titres sont toujours affichés avec le nom de l'utilisateur qui a importé le titre ou l'a simplement sélectionné. Dès que l'on clique sur le nom de l'utilisateur, et ce, sur toutes les plateformes étudiées, la liste des personnes qui le suivent ou qu'il suit apparaît comme l'une des catégories de description du profil.

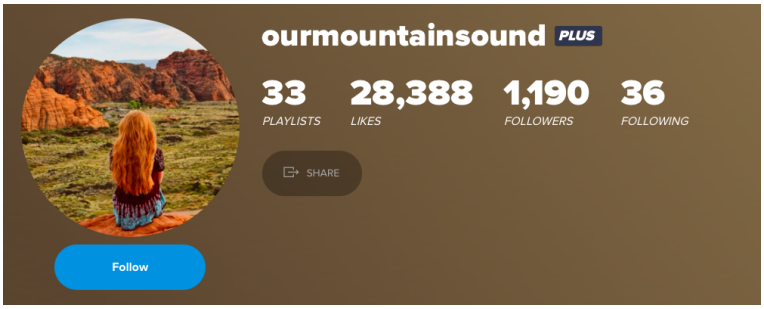


Figure 4 – Exemple d'un profil d'un internaute sélectionné au hasard sur la plateforme *8tracks* – les quatre chiffres indiquent le nombre de *playlist* qu'il.elle a produit, le nombre de *playlist* qu'il.elle a aimé, le nombre d'internautes qui le.la suivent et enfin le nombre de personnes qu'il.elle suit – copie d'écran *8tracks*

Le nombre de personnes appartenant au réseau de l'utilisateur, le nombre de personnes ayant apprécié le morceau ou la *playlist*, le nombre de personnes ayant commenté la *playlist*, etc. sont mis en avant par les plateformes et deviennent ainsi des indicateurs de la qualité des goûts et des pratiques de production de *playlists*. Ces formes de contribution sont reprises et retraitées par les plateformes qui visent ainsi à créer des ensembles de goûts pertinents, des communautés de traces.

Pour conclure, cet écrit d'écran engage des niveaux de lecture complexes car il combine des dimensions plastiques, iconiques, référentielles, poétiques. L'interprétation de ces dimensions peut produire des incohérences (entre les différents *tags* associés aux titres ou *playlists*), des doutes (qui a produit la *playlist* : un utilisateur de la plateforme ou un membre de l'équipe) ou des évaluations négatives (différence entre le nombre de *likes* et le nombre d'écoutes).

C'est à l'examen de ces ambiguïtés que nous nous consacrons dans la dernière partie de ce chapitre, pour tenter de comprendre l'opérativité symbolique et sociale que ces médias informatisés d'écoute musicale comportent.

5 Des moutons à cinq pattes : poétique des profils

La dernière partie de notre étude souhaite approfondir l'hypothèse de travail posée en préambule dans le chapitre, qui est de nous situer entre une critique des machines à suggestion que constituent les plateformes et une approche angélique de l'autonomie et de la créativité de ses usagers, pour saisir certaines des poétiques du goût qui s'y déploient.

Comme l'avait montré François Debruyne dans une étude comparée entre la France et le Mali au début des années 2000 :

> « [...] contrairement à ce que pourrait laisser entendre la litanie de "la fin des intermédiaires", les mondes de la musique – denses, régis par un principe publicitaire et démultipliant leurs ramifications dans la sphère domestique – requièrent l'accumulation et l'emboîtement de traces de l'écoute de plus en plus nombreuses [...]. C'est "la fin des intermédiaires" à l'envers. » (Debruyne, 2004.)

Les parties précédentes étaient destinées initialement à la compréhension des économies documentaires des plateformes et des régimes de recherche informationnelle qu'elles engagent, ainsi que les formes de contribution sollicitées par les plateformes. Nos analyses nous ont conduit de manière inévitable à décrire précisément des traces, c'est-à-dire des inscriptions – rattachées à des identités déclaratives, calculées ou d'activité (Georges, 2009), enregistrement de données liées à la recherche et l'écoute, toujours requalifiées par leur agrégation et transformées en traces de pratiques.

Si nous prenons la formule « Pour vous : *x'* car vous êtes fan de *x* », nous pouvons observer de quelle manière elle définit la trace comme une ressource, un « bénéfice » pour l'utilisateur Cette formule cristallise le processus de prescription culturelle en une promesse sociale.

L'architexte agrège des données en les textualisant pour énoncer la « Nouveauté » à partir de l'indexation des albums en « genres ». La consultation ou la recherche ne peut donc être pensée en dehors de la trace : elle est bien déjà une écriture, celle qui sémiotise les données collectées.

Cette sémiotisation est, au-delà d'une écriture de l'activité, un principe sémiotique industrialisé, et en ce sens, l'opération sémiotique fondamentale est celle qui fait de la donnée un signifiant social. À l'inverse du sociologue, la plateforme ne *doute* pas des catégorisations que ses algorithmes génèrent et de leur requalification en goûts culturels :

> « Seuls ceux qui n'ont jamais à affronter le moment du *codage statistique* (et donc de la *mise en catégorie*) de pratiques ou de préférences culturelles [...] peuvent ignorer le flou relatif de l'usage de telles classifications. » (Lahire, 2006.)

En témoigne cet exemple, sur la plateforme *Deezer* : il répond à la question sur le statut de la donnée en affirmant qu'elle est trace d'une pratique sociale, genrée, familiale, d'un profil de goût spécifique.

Les simulacres de profils de goûts qui singularisent les économies documentaires des usagers des plateformes de *streaming* conduisent à une première observation : il s'agit de profils impossibles, marqués par un éclectisme non pas des pratiques, mais des interrogations documentaires et données de consultation. Sont données à interpréter des chimères, à la fois lacunaires et cohérentes.

C'est donc à un *faire éclectique* que nous sommes confrontées, à la différence de la caractérisation en sciences sociales de dissonances dans des profils de pratiques culturelles. En effet, l'éclectisme culturel peut être considéré comme une forme d'élitisme



Figure 5 – Offre d'abonnement pour famille, 6 profils de goûts différents pour un même compte – copie d'écran *Deezer*

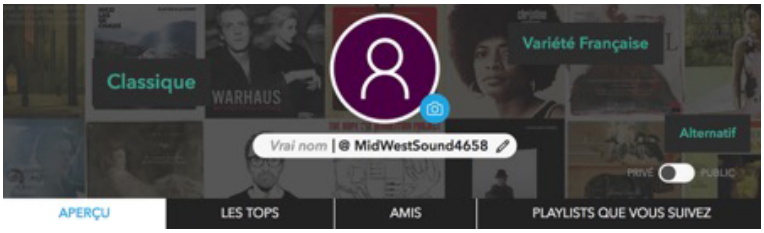


Figure 6 – Copie l'écran de *Napster*, exemple de chimère : profil de goût trois genres (taille des mots « Classique », « Variété française », « Alternatif », correspond à leur hiérarchie dans le profil), univers esthétique des pochettes d'albums *vs* lacunes : « Vrai nom » en grisé, pas de photo de profil (donc appareil photo pour la produire)

culturel, puisqu'il concerne la diversité des goûts et des pratiques des classes sociales les plus cultivées ou omnivorisme (Peterson, 2004). Bernard Lahire définit plus largement l'éclectisme comme traversant les classes sociales, la « dissonance » des profils renvoyant fondamentalement à la construction de soi. En quelque sorte, l'éclectisme relève d'un régime de subjectivation (Lahire, 2006).

Or c'est à une logique toujours inclusive (tout est en tout, tout est possible) plutôt que délimitante que l'on a affaire : en effet, on peut être aussi bien fan de Morricone que de variété française, de punk et de musique classique. On peut s'accorder sur le fait que sociologiquement, ceci n'est jamais ni vrai ni faux. Ce *faire éclectique* est avant tout marqué par la contingence et une inchoativité qui fait qu'il se produit toujours quelque chose.

Par exemple, la « correspondance à 81 % » entre deux profils d'utilisateurs est déclarée par la plateforme : elle qualifie pourtant un ensemble comprenant très peu d'albums ou de titres (historique, bibliothèque, *playlist*) pour le profil corrélé, mimant la « communauté interprétative » (Fish, 2007). Le « réseau d'utilisateurs » est le produit de données d'écoute agrégées, énoncé sous forme de liste « Musique tendance ».

Ces silences documentaires ne sont donc pas traités : les trouées informationnelles restent invisibles puisque l'algorithme calcule et *écrit* toujours. Sont ainsi modelés des sortes de *moutons à cinq pattes* que nous définissons à partir des observations suivantes.

D'une part, en reprenant les propos d'Eric Maigret et Franck Rebillard rendant compte d'une étude sur les représentations publicitaires de l'écoute mobile de la musique [14], nous observons comment « la "production de la culture" est aussi affaire de "culture de production" » (Maigret, Rebillard, 2015). En ce sens, l'analyse sémiologique explore les granularités sémiotiques qui installent cette « culture de production » à partir des « strates » d'écriture informatisée des économies documentaires.

D'autre part, nous faisons le constat que ces environnements médiatiques, à travers lesquels l'événement de l'écoute musicale a lieu comme sa documentation, installent une énonciation polyphonique instable et contingente, en ce que se tiennent *en même temps et au même* endroit des positions différentes sur ce qu'est un titre de musique, sur la valeur de la musique et ce qui permet de formuler un discours sur l'expérience.

En ce sens, les profils de goûts sur les plateformes relèvent bien tous à des degrés divers de moutons à cinq pattes : impossibles, monstrueux, instables, boiteux et infidèles. Comme dans le film d'Henri Verneuil [15], le mouton à cinq pattes cristallise non seulement l'introuvable, mais le singulier et le multiple puisqu'une une fratrie dispersée de quintuplés y est jouée par le même acteur, Fernandel, il désigne un monstre capable de réanimer une économie locale car la réunion impossible des frères devenus adultes vise à faire parler du village et à réactiver une économie touristique.

Dans une certaine mesure, pour prétendre disposer les conditions de possibilité des attachements, les différentes plateformes vont manier des modalités récurrentes de la mesure et du jugement, étudiées selon des équilibres contrastés : catégorisation générique, hiérarchisation, indexation et savoirs, détachement et redocumentarisation, subjectivation. Or, les basculements et variations entre ces modalités, l'instabilité des plateformes elles-mêmes (logiques d'innovation et de prescription via les opérateurs téléphoniques, fermeture des plates-formes), comme la délégation consentie de ses traces d'activités par l'utilisateur (traces *enrôlées*), conduit à l'inverse à un « regard oblique » (Hoggart, 1957) sur les prétentions classificatrices voire sociologiques des plateformes.

> « Le spectateur contemporain est, sinon incroyant, du moins en tension entre ses habitudes de lecture poétique (qui le conduisent à s'en remettre à un maître du jeu ou du monde, en suivant, sur le mode de la reconnaissance, les grands aiguillages qui organisent les images et les sons) et sa propre capacité délibérative à les interroger et à produire d'autres agencements formels à partir des mêmes images et sons. Peut-être la délibération peut-elle nous aider à passer d'une sémiotique du profane enfin admise à une sémiotique des objets ordinaires. » (Soulez, 2013.)

14. DU GAY P. *et al.* (2013), *Doing Cultural Studies : The Story of the Sony Walkman*, Londres, Sage (2nd Edition), cité par (Maigret, Rebillard, 2015).

15. *Le Mouton à cinq pattes*, réal. Henri Verneuil, 1954.

Les exemples sont nombreux, si l'on veut bien scruter comment les utilisateurs interrogent cette indistinction des traces et manifestent non pas un cynisme, mais une curiosité que l'on pourrait qualifier comme une marque d'intérêt pour le fonctionnement de ces plateformes et la construction de leurs conditions d'écoute. En témoigne cet exemple d'un message posté par un internaute sur Facebook, à propos du site de *streaming* TIDAL, où réflexivité et compétence médiatique sont visibles.

> « *Mailing* reçu ce matin. Si vous cherchez un *streamer* musical dont l'algorithme ne tient pas compte de vos goûts, vous l'avez trouvé TIDAL. » (Extrait Facebook.)

En quelque sorte, « la fin des intermédiaires "à l'envers" » décrite par François Debryune comme une surabondance de médiations constitue un brouillage qui indistingue la valeur des traces pour les sujets sociaux.

Conclusion

À l'issue de cette recherche, nous parvenons à une discussion sur la traçabilité sociale, ici définie et analysée à partir de ses chimères.

Les médiations de la musique, portées par les plateformes numériques d'écoute et de recommandation musicale, proposent une textualisation de l'expérience d'écoute, tout du moins des conditions de l'écoute. L'analyse des économies documentaires de ces plateformes aura permis de saisir comment la liste, la *playlist*, le genre, l'indexation, le classement par la plateforme et par les autres utilisateurs opèrent comme des catégorisations du goût, préalables à l'écoute.

Cette catégorisation est pour partie le fait des internautes eux-mêmes qui sont fortement sollicités à qualifier les morceaux, à les organiser, produisant ainsi un ensemble de données. Ces dernières, une fois requalifiées par la plateforme, engagent un rapport ambivalent à la pratique culturelle de l'écoute. Chaque intervention réaffirme la dimension hypersingulière et subjective du goût et est traitée comme telle par la plateforme ; les interventions inscrites sont dans le même temps agrégées pour produire des indicateurs quantitatifs et statistiques, de qualité des morceaux, des *playlists*, de correspondances de goût. Cette ambivalence permet de comprendre comment la donnée, en étant traitée par la plateforme, produit une trace impossible singulière et multiple, celle d'une *communauté d'individus singuliers*, oxymore par excellence.

Notre réflexion a frayé un chemin entre déconstruction d'une « mystification » et compréhension des formes renouvelées de l'écoute comme pratique culturelle. Une partie des analyses critiques antérieures a particulièrement bien explicité le double jeu d'enrôlement et de délégation qui font des contributeurs de ces plateformes des sortes de « "hiérodules" : "ceux qui ne se sacrifieraient en aucune circonstance sont capables de le faire ici, et c'est ici qu'ils sont complètement mystifiés" » (Adorno, 1973 : 32). Néanmoins, du point de vue esthésique et sensible, il est également important de saisir ces expériences qui s'élaborent sans être toutes assujetties aux stratégies des industries médiatisantes qui apparaissent « maîtres d'un espace global, celui de l'expression, et toujours contraint[e]s d'*agir dans le lieu de l'autre* et d'y *faire des*

coups, comme si, en un renversement spectaculaire, c'était l'usager qui agissait dans son lieu propre et l'industriel qui braconnait » (Jeanneret, 2014 : 644).

Ainsi, nous avons parié sur l'« intelligence des publics » et les négociations et les ajustements interprétatifs et pratiques (Jutant, 2011) qui supposent de toujours distinguer les sujets sociaux des *moutons à cinq pattes*. Nous avons cherché à connaître les opérations « d'investissement affectif de la valeur d'échange » (Adorno, *op. cit.*), sans la réduire au « comportement du prisonnier qui aime sa cellule » (*ibid.*), à partir de notre objectivation de l'écoute musicale comme pratique culturelle, non pas pratique de consommation de la musique, mais pratique même des plateformes, dans leur vie sociale. Nous ne sommes pas sociologues et ce sont moins les logiques sociales du goût que nous décrivons que des « formes de vie [16] » et des éphémères numériques ordinaires (Bonaccorsi, 2017).

L'illisibilité de ces économies documentaires, sans cesse renégociées au gré des stratégies économiques et des progrès algorithmiques conduit cependant à un constat plus pessimiste sur la dialectique en jeu dans le positionnement culturel des individus. Paradoxalement, la pratique culturelle qu'est l'écoute musicale s'érode de sa dimension sociale sur ces plateformes : elles rendent impossible la lecture du lien (de proximité ou de distance) avec les autres pratiquants, lien par définition distinctif. En le quantifiant, le documentarisant, le qualifiant, le représentant, il est transformé en trace, mais en abandonnant au passage son épaisseur sociale, c'est-à-dire la possibilité de vivre l'appartenance par la pratique culturelle.

Merci à Valérie Croissant pour sa lecture avisée et ses apports qui ont permis d'enrichir ce chapitre.

Bibliographie

ADORNO, Theodor W. (1973) 2015 réed. *Le caractère fétiche dans la musique*, Paris, Allia.

MROZEK, Bodo (2014) « Écouter l'histoire de la musique. Les disques microsillons comme sources historiques de l'ère du vinyle », *Le Temps des médias*, n° 22, p. 92-106.

BONACCORSI, Julia (2017). « À l'épreuve de la lisibilité : formes écrites non durables et éphémères numériques ordinaires », In *Design et innovation dans la chaîne du livre*, Vial S., Catoir-Brisson M.-J. (dir.), Paris, Presses universitaires de France, p. 183-205.

BONACCORSI, Julia (2016). « Approches sémiologiques du Web »*, in* Barats Christine, *Analyser le Web en Sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, p. 125-141.

BONACCORSI, Julia, CROISSANT Valérie (2017) « L'énonciation culturelle vidée de l'institution ? Qualifier les figurations de l'autorité dans des sites Web contributifs », *Communication & langages*, n°192, p. 67-82.

BONACCORSI, Julia, CROISSANT, Valérie (2016). « « Votre mémoire culturelle » : entre logistique numérique de la recommandation et médiation patrimoniale. Le cas de *SensCritique* », *Etudes de communication*, n°45, p. 11-29.

BOURGATTE, Michael (2012), « L'écran-outil et le film-objet » *MEI (Médiation et Information),* n°34, p. 103-119.

COTTE, Dominique (2011). *Émergences et transformations des formes médiatiques.* Paris : Hermès, Lavoisier, p. 193-194.

16. « La *forme de vie* [...] partage la composante axiologique de l'idéologie mais décrit plutôt un régime de présence du sujet au monde manifesté par des propriétés discursives récurrentes (modales, aspectuelles, etc.). » (Ablali Driss, Ducard Dominique, *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques*, 2009, p. 202.)

DAVALLON, Jean, NOEL-CADET, Nathalie, BROCHU, Danièle (2003), « L'usage dans le texte : les traces d'usage du site Gallica » *In* Souchier, Emmanuël, Jeanneret Yves, Le Marec Joëlle (dir.), *Lire, écrire, réécrire, Objets, signes et pratiques des médias informatisés*, p. 47-89.

DESPRÉS-LONNET, Marie (2012), « La dématérialisation comme délocalisation du contexte interprétatif ». *Communication & langages*, 2012, p. 101-111.

DESPRES-LONNET, Marie, COTTE, Dominique (2012), « La médiation en question(s) : De l'empilement au collapsus, le cas des sites d'information touristique », *in* Davallon, Jean, *L'économie des écritures sur le Web,* Paris, Hermès-Lavoisier.

DUPUY-SALLE, Manuel, JUTANT, Camille, SPANO, William (2016), « La musique dont vous êtes le héros. Quelques nouvelles formes de prescription culturelle à travers l'étude des plateformes musicales sur le Web », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°17, p. 99-113.

DEBRUYNE, François (2004), « Disquaires de rêve et boîtes à musique : la "fin des intermédiaires" à l'envers », *Multitudes*, n° 19, p. 133-142.

FLON, Émilie, DAVALLON, Jean, TARDY, Cécile, JEANNERET, Yves (2009), « Traces d'écriture, traces de pratiques, traces d'identités », in *Actes du colloque international H2PTM'09*, Paris, Hermès-Lavoisier, p. 181-191.

FISH, Stanley Eugene (2007), *Quand lire, c'est faire : l'autorité des communautés interprétatives*, Paris, Les Prairies ordinaires.

GEORGES, Fanny (2009), « Représentation de soi et identité numérique. Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du Web 2.0 », *Réseaux*, n° 154, p. 165-193.

GILSTER, Paul (1997), *Digital literacy*, New York, Wiley.

GAYRAUD, Agnès, HEUGUET, Guillaume, GOMEZ-MEJIA, Gustavo (2015), « Théories critiques et musiques enregistrées », *Communication & Langages*, n° 184, p. 25-39.

GRAS, Stéphan-Eloïse (2008), « L'innovation en conflit : les plateformes collaboratives de musique sur Internet », *Hermès, La Revue*, n° 50, p. 121-127.

HEINICH, Nathalie (2017), *Des valeurs. Une approche sociologique*, Paris, Gallimard.

HENNION, Antoine (2004), « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés*, n° 85, p. 9-24.

HOGGART, Richard (1957), *The uses of literacy.* Londres, Penguin Classics.

JEANNERET, Yves (2014), *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éditions Non Standard.

JEANNERET, Yves (2012), « Les chimères cartographiques sur l'Internet. Panoplie représentationnelle de la « traçabilité » sociale », *in* Galinon-Ménélec, Béatrice (dir.), *Traces numériques : de la production à l'interprétation.* Paris : CNRS Editions.

JEANNERET, Yves (2011), « Complexité de la notion de trace. De la traque au tracé », *L'Homme trace. Perspectives anthropologiques des traces contemporaines,* Paris, CNRS Editions.

JUTANT, Camille (2011), *S'ajuster, interpréter et qualifier une pratique culturelle : Approche communicationnelle de la visite muséale.* Thèse de doctorat. Université d'Avignon ; Université du Québec à Montréal.

LAMBERT, Vincent, LANDAVERDE, Vanessa (2013), « Twitter, outil de curation sociale », dans Pélissier Nicolas, Gallezot Gabriel (sous la dir. de), *Twitter. Un monde en tout petit ?*, Paris, L'Hamattan, p. 53-72.

LAHIRE, Bernard (2006), « Chapitre 3. Mesurer la légitimité culturelle », *La culture des individus*, Paris, La Découverte, p. 94-113.

LESAFFRE, Gaelle. (2011), *Objets de patrimoine, objets de curiosité : le statut des objets extra-occidentaux dans l'exposition permanente du musée du quai Branly*, Thèse de doctorat. Université d'Avignon ; Université du Québec à Montréal.

MAIGRET, Eric, REBILLARD, Franck (2015), « La nécessaire rencontre des *cultural studies* et de l'économie politique de la communication », *Réseaux*, n° 192, p. 9-43.

PETERSON, Richard (2004), « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et sociétés*, n° 36, p. 145-164.

RABATEL, Alain (2001), « Listes et effets-listes », *Poétique*, n° 167, p. 259-272.

SOUCHIER, Emmanuel (1998), « L'image du texte pour une théorie de l'énonciation éditoriale », *Les Cahiers de médiologie*, n°2, p. 137-145.

SOULEZ, Guillaume (2013), « La délibération des images. Vers une nouvelle pragmatique du cinéma et de l'audiovisuel ». *Communication & langages*, p. 3-32.

TARDY, Cécile, JEANNERET, Yves (2007), *L'écriture des médias informatisés : espaces de pratiques*, Paris, Hermès-Lavoisier.

THIAULT, Florence (2015), « Le produsage des hashstags sur Twitter, une pratique affiliative », *Questions de communication*, n° 28, p. 65-79.

VANDENDORPE, Christian (1999), *Du papyrus à l'hypertexte. Essai sur les mutations du texte et de la lecture*, Paris, La Découverte.