

Investir les médias sociaux. L'exemple des compositeurs du Coursus de l'Ircam (2017-2018)

Alexandre Robert

Volume 7, numéro 1, 2020

Écrits de compositeurs et espaces médiatiques

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1069475ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1069475ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Observatoire interdisciplinaire de création et recherche en musique (OICRM)

ISSN

2368-7061 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Robert, A. (2020). Investir les médias sociaux. L'exemple des compositeurs du Coursus de l'Ircam (2017-2018). *Revue musicale OICRM*, 7(1), 134–146.
<https://doi.org/10.7202/1069475ar>

Résumé de l'article

Cet article porte sur les formes et les degrés d'investissement des médias sociaux chez les compositeur-riche-s de musique contemporaine. Les propos des six jeunes compositeurs présentés et analysés ici ouvrent une petite fenêtre sur les modalités selon lesquelles l'esprit entrepreneurial travaille leurs pratiques professionnelles. Sensibilisés par les pairs autant que par certaines expériences scolaires à la nécessité objective (car imposée par les conditions du travail compositionnel) de « communiquer » et de gérer leur propre image d'artiste, ceux-ci investissent différents médias sociaux en s'arrangeant de leurs spécificités – sites personnels, comptes SoundCloud, YouTube ou Facebook, blogues, etc. – dans l'optique de gagner en visibilité. Si leurs usages et dosages de l'écrit en ligne peuvent varier en fonction de considérations esthétiques ou de leurs âges artistiques, ceux-ci révèlent quelques tensions générées par les injonctions à l'entreprise de soi, la logique de profit symbolique s'opposant au désintéressement lié à la figure de l'artiste romantique.

Investir les médias sociaux. L'exemple des compositeurs du Cursus de l'Ircam (2017-2018)

Alexandre Robert

Résumé

Cet article porte sur les formes et les degrés d'investissement des médias sociaux chez les compositeur·rice·s de musique contemporaine. Les propos des six jeunes compositeurs présentés et analysés ici ouvrent une petite fenêtre sur les modalités selon lesquelles l'esprit entrepreneurial travaille leurs pratiques professionnelles. Sensibilisés par les pairs autant que par certaines expériences scolaires à la nécessité objective (car imposée par les conditions du travail compositionnel) de « communiquer » et de gérer leur propre image d'artiste, ceux-ci investissent différents médias sociaux en s'arrangeant de leurs spécificités – sites personnels, comptes SoundCloud, YouTube ou Facebook, blogues, etc. – dans l'optique de gagner en visibilité. Si leurs usages et dosages de l'écrit en ligne peuvent varier en fonction de considérations esthétiques ou de leurs âges artistiques, ceux-ci révèlent quelques tensions générées par les injonctions à l'entreprise de soi, la logique de profit symbolique s'opposant au désintéressement lié à la figure de l'artiste romantique.

Mots clés : communication ; composition ; esprit entrepreneurial ; médias sociaux ; musique contemporaine.

Abstract

This article examines the forms and levels of social media investment among composers of contemporary music. The speeches of the six young composers presented and analyzed here open a small window on the ways in which the entrepreneurial spirit influences their professional practices. Sensitized by peers as well as by certain school experiences to the objective need (because imposed by the conditions of compositional work) to “communicate” and to manage their own image as an artist, they invest in a variety of social media by arranging for their specific characteristics—personal websites, SoundCloud, YouTube or Facebook accounts, personal blogs, etc.—in order to gain visibility. While their uses and dosages of online writing may vary in function of aesthetic considerations as well as their artistic ages, they reveal some tensions generated by injunctions to self-employment, since the logic of symbolic profit opposes disinterestedness linked to the figure of the romantic artist.

Keywords: communication; composition; contemporary music; entrepreneurial spirit; social media.

INTRODUCTION

Cet article porte sur les formes et les degrés d'investissement des médias sociaux chez les compositeur·rice·s de musique contemporaine. Les données sur lesquelles il repose sont tirées d'une série d'entretiens (filmés) menés auprès de six compositeurs¹ appartenant à une même promotion (2017-2018) du « Coursus de composition et d'informatique musicale² » de l'Ircam (Institut de recherche et de coordination acoustique/musique) : Bertrand, 32 ans, Français ; Daniel, 33 ans, Colombien ; Luciano, 36 ans, Brésilien ; Luis, 30 ans, Portoricain ; Scott, 29 ans, États-unien ; Tom, 27 ans, Français³. Cette enquête étant de nature clairement exploratoire, il faut donc préciser d'emblée que les quelques résultats présentés ici ne visent qu'à esquisser des pistes d'analyse et demanderaient à être approfondis par la réalisation d'une enquête à la fois qualitativement et quantitativement plus large. La courte vidéo suivante a été réalisée à partir d'extraits significatifs des entretiens :



Extrait vidéo : Usages des médias sociaux chez les compositeurs du « Coursus » de l'Ircam ; réalisation : Alexandre Robert ; montage : Jean-Luc Robert.

Si les médias sociaux – sites ou blogues personnels, réseaux sociaux tels que SoundCloud, YouTube ou Facebook, etc. – font aujourd'hui l'objet d'usages divers chez les compositeur·rice·s⁴, je me focalise ici sur ceux qui relèvent explicitement de la présentation de soi et des œuvres. L'intérêt particulier de l'échantillon d'enquêtés,

1 La promotion 2017-2018 était exclusivement masculine et ne permettait malheureusement pas d'inclure de jeunes compositrices dans l'échantillon.

2 Créé en 1990 au sein du département pédagogie de l'Ircam, le « Coursus de composition et d'informatique musicale » offre chaque année à une dizaine de jeunes compositeur·rice·s (sélectionnés sur dossiers) l'opportunité de se familiariser durant une dizaine de mois à un large répertoire d'outils électroniques de production et de manipulation du son.

3 Je tiens bien sûr à remercier ces six compositeurs de leur disponibilité et leur bienveillance tout au long de l'enquête, ainsi que de m'avoir autorisé à diffuser les extraits de leurs entretiens (vidéo ou transcrits) et à renvoyer vers leurs sites personnels.

4 Annelies Fryberger (2016) envisage par exemple les médias sociaux comme des espaces de jugement et d'évaluation entre pairs.

à cet égard, est sa relative homogénéité en termes d'âge artistique : il regroupe en effet des individus qui, débutant leur carrière, cherchent à faire grossir leur réputation et à étendre leur visibilité. Autrement dit, tous sont pris dans une logique d'accumulation primitive de capital symbolique.

L'hypothèse qui guide l'analyse est que ce type d'usage des médias sociaux peut être relié aux transformations qui affectent très généralement les champs de production culturelle depuis la fin du xx^e siècle, à savoir une hétéronomisation économique croissante (Sapiro, Pacouret et Picaud 2015) et une coloration « managériale » du travail artistique de plus en plus marquée (Borja et Sofio 2009 ; Lizé, Naudier et Roueff 2011 ; Lizé 2014 ; Lizé et Naudier 2015 ; Sinigaglia et Sinigiaglia-Amadio 2017). Qu'il s'agisse de secteurs culturels industrialisés ou non, un régime « entrepreneurial » tend ainsi à cohabiter avec le régime « vocationnel » qui dominait les activités artistiques depuis la fin du xix^e siècle (Heinich 2005), les artistes devenant des travailleurs comme les autres⁵ en intégrant à leurs habitudes professionnelles des techniques issues du management, de la gestion ou de la communication – processus auquel n'échappent pas les compositeur·rice·s⁶.

Dans le domaine de la création musicale « savante », l'usage communicationnel des médias sociaux doit aussi être mis en lien avec l'affaiblissement progressif du dispositif capital d'intermédiation entre les œuvres et les publics qu'est la critique musicale. Les compositeur·rice·s ont en effet de plus en plus été conduit·e·s, au cours de la seconde moitié du xx^e siècle, à assurer eux·elles-mêmes la promotion de leurs créations. En outre, l'Internet s'étant imposé comme un espace médiatique consistant, doté de ses propres enjeux de visibilité, il n'est pas surprenant qu'ils·elles se soient emparé·e·s des médias sociaux pour en faire des outils privilégiés de communication et de gestion de leur image d'artiste.

Les trois premières sections de cet article sont consacrées aux modalités générales d'accès et d'investissement des médias sociaux, tandis que les trois dernières traitent plus particulièrement de la question de l'écrit en ligne.

S'EMPARER DES MÉDIAS SOCIAUX : LE RÔLE DES PAIRS ET DES INSTITUTIONS DE FORMATION

Les conditions objectives des transformations récentes des pratiques professionnelles au sein de l'espace de la création musicale « savante » (formes des politiques

5 Du moins au sens néo-capitaliste tel que l'ont défini Luc Boltanski et Ève Chiapello (1999), c'est-à-dire de travailleurs ayant absorbé la « critique artiste » et revendiquant des valeurs auparavant associées aux sphères artistiques telles que la créativité, l'autonomie, la flexibilité, la mobilité, la tolérance à l'incertitude, etc. (voir aussi Menger 2002).

6 Dans le cadre d'une analyse historique des rapports récents entre musique et capitalisme néolibéral, Timothy D. Taylor reprend la distinction conceptuelle élaborée par Pierre Bourdieu (1992) entre la grande production (l'art industriel ou commercial) et la production restreinte (l'art pour l'art) et remarque fort justement que : « *restricted production isn't what it used to be, as art becomes progressively deautonomized with the encroachment of the fields of power and economics, also increasingly employing marketing and advertising strategies borrowed from the promotion of popular culture* » (Taylor 2016, p. 34). L'analyse de Taylor n'inclut malheureusement que les pratiques compositionnelles les plus encadrées dans des secteurs de production musicale fortement industrialisés telles que la composition de musique de film ou de publicité (voir notamment les p. 118-153).

culturelles et modalités du soutien public à la création, état du marché des opportunités professionnelles, structure de la division du travail de création, etc.) mériteraient une analyse spécifique. On peut toutefois identifier certains canaux par lesquels les jeunes compositeurs interrogés ont été conduits, au cours de leurs carrières commençantes, à s'emparer des médias sociaux en tant qu'outils de valorisation de soi.

Les échanges entre pairs, en premier lieu, constituent un vecteur essentiel d'apprentissage du « métier ». Luciano explique ainsi que ce sont les injonctions informelles formulées par certains collègues qui l'ont incité à créer son propre [site Internet](#) :

J'étais un peu résistant à l'idée d'avoir un site Internet, parce que j'avais pas vraiment beaucoup de matériel à l'époque... Aujourd'hui, j'en ai plus, mais à l'époque, il y a trois ans, plus ou moins, j'avais pas beaucoup de compositions que j'avais envie de partager avec des compositeurs et du public. Mais j'ai eu un dîner avec des amis, et un des compositeurs a dit : « Il faut le faire, il faut le faire ! C'est vraiment l'outil de diffusion de la musique contemporaine, avoir son propre site Internet et le diffuser dans la communauté de la musique contemporaine ! ». Et après ça, oui, j'ai pensé que c'était la façon dont on peut vraiment communiquer avec d'autres sur notre musique, donc après ce moment et cette petite discussion, j'ai décidé de faire mon site Internet, et d'y mettre toutes mes compositions. (Entretien avec Luciano)

Parallèlement à ces injonctions informelles, il existe aussi et surtout des injonctions plus directes émanant des institutions de formation elles-mêmes. En France, répondant à l'impératif utilitaire de professionnalisation qui domine désormais l'enseignement supérieur, les incontournables CNSMD (Conservatoires Nationaux Supérieurs de Musique et de Danse) de Paris et de Lyon ont intégré à leurs cursus un module intitulé « [Aspects pratiques du métier](#) » qui vise à familiariser les étudiant·e·s en composition à divers outils de communication et de présentation de soi⁷. Les jeunes compositeur·rice·s sont ainsi exposé·e·s à une sorte de socialisation anticipatrice des conditions de travail qu'offre le marché de la musique contemporaine : il s'agit de leur inculquer l'idée qu'ils·elles sont les principaux *responsables* de leur destin professionnel et que leur réussite au sein du monde artistique est avant tout conditionnée par leur volonté personnelle, leur esprit d'initiative, leur capacité à se prendre en charge et à se mettre en valeur, etc. Ce module relie donc explicitement la logique de l'entreprise de soi et l'usage des médias sociaux :

Tu sais, on avait des conférences « Aspects pratiques du métier », dans le cadre du CNSMD. [Pendant] la Licence et le Master, on a quatre vagues d'ateliers, de trucs comme ça, voilà, des choses sur « comment monter correctement une bio », « comment avoir une photo d'artiste qui soit correcte », « gérer sa communication », des choses comme ça en fait. Et on avait eu une conférence, justement, sur les réseaux sociaux en fait, et sur le côté *indispensable* de ces réseaux sociaux dans la communication actuelle. (Entretien avec Tom)

7 Par exemple, au CNSMD de Paris, ce module comprend diverses conférences et ateliers tels que « Construire sa présence sur les nouveaux médias », « Construire et présenter un projet artistique et culturel », « Se présenter sur scène », « CV et lettre d'accompagnement », « biographie et photo », etc.

Ainsi, ce n'est sans doute pas un hasard si Luis, tout juste entré en classe de composition dans un CNSMD, fait d'une bonne photo de lui la condition première de la conception de son futur site personnel :

[Faire un site personnel], c'est une chose à laquelle j'ai réfléchi plusieurs fois, mais j'ai jamais pu le faire. Parce que ça coûte de l'argent, et en même temps, si je fais le site, je ne veux pas faire n'importe quoi. Déjà, je n'ai pas vraiment de bonne photo de moi. [...] La première chose, c'est de trouver un photographe. Peut-être, si jamais je tombe sur un bon photographe... (Entretien avec Luis)

L'ESPACE DE LA VISIBILITÉ EN LIGNE

Si les médias sociaux sont assez unanimement investis par les enquêtés, c'est parce qu'ils sont désormais considérés comme une source de visibilité parallèle et complémentaire à celle des événements publics comme les concerts ou les festivals. Cette idée d'un double espace de visibilité apparaît de façon nette dans les propos de Luciano :

Je pense que les médias sociaux ont un très grand impact sur la musique : ça change la manière dont les compositeurs sont suivis par le public. Parfois, il y a des compositeurs qui sont devenus des stars des médias sociaux. La façon de faire la publicité de son travail, il y a des personnes qui le font vraiment bien, et qui sont devenues presque des célébrités des médias sociaux, et ça aide leur travail, je pense. [...] Est-ce que ça correspond à la réalité de la musique contemporaine, est-ce que c'est vraiment lié à la musique contemporaine, ou est-ce que les concerts ce sont une chose, et le milieu de l'Internet c'en est une autre ? Moi j'essaie d'être un petit peu des deux côtés. (Entretien avec Luciano)

Par leurs pratiques en ligne, les jeunes compositeurs du Coursus anticipent le fait que les médias sociaux sont largement fréquentés par l'ensemble des agents et des intermédiaires du champ de la création musicale contemporaine – les pairs, mais aussi les enseignants, les interprètes, les programmeurs, les directeurs d'ensembles, etc. – et que l'Internet constitue désormais, pour tout un chacun, un support de recherche spontanée d'informations :

Pour moi, c'est très important d'avoir un site personnel, pour permettre aux gens, euh... Après les concerts, il y a souvent des personnes qui recherchent un peu plus sur les compositeurs. [...] Beaucoup de mes amis et du public ont été en contact avec moi par mail, et même personnellement, on commentait des choses dans mon site. Donc on me donnait des retours, et même on me suggérait des projets ! (Entretien avec Luciano)

C'est facile pour la communication, t'envoies l'adresse [du site] à quelqu'un, enfin c'est immédiat, tu le retiens si tu retiens mon nom, ça marche bien. (Entretien avec Tom)

À un moment donné, les gens, ils ont toujours un réflexe, c'est de taper ton nom dans Google pour voir ce que tu fais, hein ! Ça c'est évident, hein. Donc un moyen de gérer ce que tu veux laisser filtrer de toi, c'est de faire un site qui tombe en première page, de mettre des vidéos qui te conviennent, etc. [...] Pour moi c'était obligatoire en fait, tout simplement, parce qu'il faut bien que, si t'as envie d'être programmé, ou

si les gens ont envie de te faire une commande, faut qu'ils aient quand même accès rapidement à quelque chose. (Entretien avec Bertrand)

Certains médias sociaux leur permettent, en outre, de mesurer et d'objectiver l'étendue de leur visibilité en ligne en recensant le nombre de visites sur leur compte :

Au début de mon site Internet, j'ai suivi un petit peu les « *analytics* », le trafic des visites. Et c'était vraiment bizarre, parce qu'il y avait un grand trafic dans des pays et des zones où je suis jamais allé, et où j'ai aucun lien. Par exemple des pays de l'Europe de l'Est, où je suis jamais allé. [...] Donc j'étais en trafic dans ces pays-là, et un petit peu au Brésil aussi, et un petit peu aux États-Unis, où j'ai habité. (Entretien avec Luciano)

Des fois, rien que quand je regarde sur le compte SoundCloud, je vois qu'il y a déjà le monde entier qui est tombé là... Soit [des gens] qui ont cherché, soit qui sont tombés là. Du coup, certainement, ça sort de la salle de concert généralement à Paris. Donc oui, [être présent sur les médias sociaux] ça a un impact sur beaucoup de choses quoi. (Entretien avec Luis)

Cette attention portée à la visibilité « objective » peut même conduire à des formes de dépendance, notamment sur Facebook où les validations des contacts (les « j'aime ») sont systématiquement notifiées à l'auteur d'une publication : « *When you post something [on Facebook], you keep checking [the number of « likes »], and it's terrible...* » (Entretien avec Scott).

LES DIFFÉRENTS MÉDIAS SOCIAUX ET LEURS SPÉCIFICITÉS COMMUNICATIONNELLES

Les différents médias sociaux présentent des spécificités qui conditionnent évidemment les usages qu'en font les compositeurs. Le site personnel constitue généralement le centre de gravité de l'image connectée : c'est sur le site que se trouve le cœur de la présentation de soi, avec la possibilité de mettre en forme des textes, notamment à caractère biographique (j'y reviendrai plus loin). De plus, le site personnel a ceci d'avantageux qu'il permet d'héberger des liens et de renvoyer le visiteur vers d'autres médias sociaux comme YouTube pour les contenus vidéo ou SoundCloud pour les contenus sonores⁸. Les comptes Youtube et SoundCloud sont alors souvent considérés comme des annexes du site personnel :

I use YouTube mostly for documentation, and [the website](#) is just a bunch of links, and text explanations, a calendar, a little bio, and that's it. (Entretien avec Scott)

J'ai un SoundCloud et une chaîne YouTube. Mais alors là, l'un comme l'autre, c'est juste un support pour mettre mes médias en ligne, en fait, ça me sert pas plus qu'à ça. C'est-à-dire quand j'ai des vidéos j'les mets sur YouTube, et quand j'ai de l'audio j'le mets sur SoundCloud [...], et les deux sont connectés dans [mon site](#), étant donné

⁸ Certains compositeurs renvoient encore vers d'autres médias sociaux plus rares, à l'image du blogue que Scott consacre exclusivement à l'analyse musicale de ses œuvres : « *So, my website has a little button access "writings", so you click on that, you get to the blog* » (Entretien avec Scott).

que j'ai une partie dans mon site où c'est des histoires de trucs embarqués de l'un et de l'autre, c'est des *players* qui sont embarqués, qui sont sur le site, et on peut voir directement. (Entretien avec Bertrand)

Parallèlement aux sites personnels et aux comptes « satellites » YouTube ou SoundCloud qui leur sont associés, les compositeurs profitent également de leur compte Facebook pour assurer leur promotion auprès de leurs contacts⁹. Mais l'usage de Facebook apparaît plus délicat. D'un côté, ce réseau social hégémonique est souvent jugé incontournable pour la diffusion d'actualités ou même pour la diffusion vidéo ou sonore d'œuvres :

I know composers who don't have Facebook, but I have no idea how they're doing... (Entretien avec Scott)

Plus ça avance, plus je sais que j'vais avoir besoin d'utiliser cet outil-là correctement quoi. Facebook, le partage sur Facebook... Là comme j'commence à avoir de plus en plus de liens professionnels, un réseau professionnel à peu près acceptable sur Facebook... (Entretien avec Tom)

J'utilise Facebook aussi et surtout pour la diffusion, la publicité pour les concerts à venir. (Entretien avec Luciano)

[Facebook] je l'utilise très peu, mais quand je l'utilise, c'est pour poster sur un concert ou une pièce, donc tous les deux mois je me connecte. (Entretien avec Luis)

D'un autre côté, les compositeurs estiment aussi que Facebook n'est pas toujours adapté à une communication professionnelle efficace en ce qu'il est susceptible de faire s'entrecroiser différentes sphères de relations (famille, amis, collègues, etc.). C'est ce que suggère avec humour Scott :

I think of Facebook as kind of the sour of the Internet, well hum... it's just a pipe for everyone's bullshit. People post their baby pictures, and their morning coffee, and their new pieces of art on the same website, so... and political bullshits, and depressing stuff... And so, we use social medias to call attention to ourselves, because we're trying to create meaning for our lives, but... at the same time, like "OK, I have this new piece that I spent a year and half doing," and this other person says, "Oh look at my baby" (rires), and he gets 150 likes, and you get 20 [likes], and you feel like "Oh, my life is meaningless," but that's not true at all, it's just you're competing with baby pictures, or cats, or whatever. (Entretien avec Scott)

Or, cette ambiguïté de registre impose généralement aux compositeurs de clarifier leur usage de ce média social, c'est-à-dire de bannir toute publication à connotation trop personnelle ou trop déconnectée de leurs enjeux professionnels :

9 Twitter est, en revanche, largement délaissé par les six compositeurs interrogés, voire même explicitement rejeté en raison de la superficialité des échanges qu'il susciterait : « [Twitter] ça me parle pas du tout, c'est pour les politiciens ça (rire). Ça, ça fait partie un peu de notre monde, où tout doit être très bref et très immédiat, et sans contenu finalement. J'ai jamais vu l'utilité de Twitter. » (Entretien avec Daniel)

On va dire que mon Facebook avait commencé comme un Facebook de lycéen (*rires*), et il commence vraiment à évoluer comme un Facebook professionnel quoi. (Entretien avec Tom)

Et par rapport à d'autres réseaux sociaux, bah j'utilise Facebook. J'ai arrêté pendant quelques mois... des histoires personnelles (*rires*). [...] Facebook, heureusement je l'utilise que pour des choses liées à mes projets en fait. (Entretien avec Daniel)

I don't post a lot of personal things. Like I don't post pictures from vacations or trips. I don't post stuff about, like, my romantic life, I don't talk about which country I'm going to. I mostly post about collaborations, I post about concerts, and upcoming things. But musicians think sometimes our lives and artistic lives fused together, and there is no difference anymore. But yeah, I try to keep things that could incriminate me off of the Internet. (Entretien avec Scott)

Certains vont d'ailleurs encore plus loin dans la maximisation de leurs rendements symboliques en prêtant attention (et en se pliant) aux temporalités et aux rythmes communicationnels imposés par Facebook :

C'est un commentaire qu'[un instrumentiste] m'a fait l'autre jour et qui m'a un peu fait réfléchir. On discutait justement de la com' pour le concert du Cursus, et donc j'ai dit : « Mince j'ai pas encore fait ma com', ça craint un peu », et il me dit : « Bah, fais ça cet après-midi, dimanche après-midi en principe à cette heure-là y'a du monde, t'as un bon taux de *repost* ». Et j'me suis dit : « C'est vrai en fait, faut faire vachement gaffe à quelle heure tu fais ta communication ! » Parce qu'en fait c'est ça, c'est des trucs stratégiques où tu fais ton post, et si c'est repris tout de suite ça va être extrêmement partagé, et si c'est pas repris tout de suite ça le sera pas. (Entretien avec Tom)

TENSIONS AUTOUR DE L'ÉCRIT BIOGRAPHIQUE

Certains usages des médias sociaux – et tout particulièrement du site personnel – révèlent une tension engendrée par la montée en puissance des logiques managériales au sein des champs artistiques et intériorisée par la plupart des compositeurs du Cursus. Ceux-ci sont en effet tiraillés entre les principes d'authenticité et de désintéressement (symbolique et économique) et la nécessité de se faire connaître et d'assurer eux-mêmes la publicisation de leur travail ou, autrement dit, entre le « régime vocationnel » et le « régime entrepreneurial » évoqués plus haut, ainsi que le résume bien Scott : « *Composers have to... Unfortunately we're also in a marketing business, we have to know how to get our stuff out there. [...] We have to create... I hate the word "hype," but we have to create "hype" (rires)* » (Entretien avec Scott). Cette tension s'exprime notamment à travers les hésitations des compositeurs quant aux écrits autobiographiques qu'ils intègrent à leurs sites personnels. D'un côté, les biographies d'artistes sont unanimement critiquées à la fois parce qu'elles seraient trop formatées et parce qu'elles trahiraient une volonté cynique de profit symbolique ; de l'autre, les enquêtés, objectivement contraints de gagner en notoriété, avouent ne pas pouvoir y renoncer totalement. Ils s'efforcent alors de trouver différents petits arrangements. Par exemple, Tom plaide pour une mise en valeur de sa personne artistique et non de ses seules productions en misant sur le fait que c'est l'authenticité ostentatoire qui sera *payante* (symboliquement parlant) :

Ça me paraît vachement important d'avoir une communication sincère sur qui on est, et pas juste ce qu'on a fait, comment on peut se mettre en valeur. Et j crois que ça parle beaucoup de la personne aussi, dans le fait que quand tu lis une bio qui parle vraiment de la personne et non pas de ses accomplissements, bah déjà c'est attirant en fait ! C'est ça qui est intéressant, c'est que tout le monde met ses accomplissements pour que ça soit attirant, alors qu'en réalité c'est repoussant, et c'est celui qui va *pas* le faire qui va être attirant ! Il me semble en tout cas. De plus en plus en tout cas, parce que les gens euh, cherchent la différence, ce qui ressort. Et du coup ce qui ressort, c'est quelqu'un qui est passionné et qui est pas juste en train de lister ses mérites. (Entretien avec Tom)

La situation de Luis est également intéressante. Celui-ci est un des deux seuls membres de sa promotion à ne pas avoir de site personnel. Dans l'extrait suivant, Luis repousse ainsi la pratique de l'écrit biographique à plus tard, arguant qu'il n'a pas encore trouvé la bonne formule qui lui permettrait d'euphémiser de manière satisfaisante l'aspect marketing de la présentation publique de soi :

[Les présentations biographiques des compositeur·rice·s] c'est à mi-chemin entre l'académisme et l'envie de se vendre. C'est très bizarre, c'est très maladroit je trouve. C'est toujours « moi j'ai fait ça, j'ai fait telle chose, j'ai gagné tel prix » ; c'est très bien, et ta musique, quoi ?! [...] Il faut se faire connaître de quelque façon. Mais je sais pas, j'ai un peu du mal avec ça, et j crois qu'il faut une autre façon d'aller faire... je sais pas, j'ai pas encore trouvé. Faudra la trouver, peut-être avec des images, pas forcément de moi, mais... avec plus d'images, plus de choses à côté, autres que la biographie normale qu'on fait tout le temps, dans le même format. Ou alors trouver un autre format pour une biographie, rien que ça, ça serait déjà pas mal ! (Entretien avec Luis)

LA PRÉSENTATION ÉCRITE DE SES ŒUVRES (1) : ENTRE RATIONALISME ET ANTI-INTELLECTUALISME

L'autre grand type d'écrit qui domine les pratiques de présentation de soi en ligne, chez les compositeurs du Coursus, est l'entourage verbal des supports audio ou vidéo des œuvres. Malgré l'étroitesse de l'échantillon d'enquêtés, il est possible de formuler quelques hypothèses quant aux différents dosages de ce type d'écrit que l'on rencontre plus généralement chez les compositeur·rice·s de musique contemporaine.

La première hypothèse réside dans le rapport à la rationalisation de la pratique créatrice. Certains estiment que l'appréciation de leurs œuvres peut (voire doit) être renforcée par des textes explicatifs et ceux-ci n'hésitent pas à produire des discours d'accompagnement relativement élaborés, à l'image de Scott et de son [blogue d'analyse musicale](#) :

There is something that I started maybe a year ago was this blog! So I wanted to start documenting process, because I sort of doing a lot improvisations, a lot of work with dance, and with dance, it's not like music where you can just write, you can just make the notation. You have to... you needa see it. I like to talk about how you work with dancers. [...] And on my blog I also analyze my own music, I analyze improvisation. (Entretien avec Scott)

De l'autre côté du spectre, cependant, d'autres compositeurs revendiquent une posture anti-intellectualiste selon laquelle l'écrit de présentation, plus ou moins associé à la réflexivité, l'analyse ou la cérébralité, constituerait un obstacle à une saisie « directe »

ou spontanée de l'œuvre musicale. Ainsi, l'anti-intellectualisme modéré de Daniel le conduit à se limiter à des [notes de programme](#) retouchées afin de prolonger ou d'introduire ses œuvres sur un registre exclusivement poétique, et non analytique :

Moi je pense que la musique doit parler par elle-même. Donc j'écris... bah, je laisse des notes de programme, que j'écris pour les pièces, et je révise un peu les notes de programme pour me concentrer surtout sur l'aspect expressif et poétique qu'il y a derrière une œuvre. (Entretien avec Daniel)

Chez Luis, la posture anti-intellectualiste se fait encore plus radicale : celui-ci s'interdit presque d'associer langage verbal et musique puisqu'il juge ces deux formes symboliques à la fois étrangères et incompatibles :

Mettre un texte préalable à la musique, ça c'est pas quelque chose que je trouve très intéressant ou très... C'est anti-musical je trouve, si tu dois expliquer ce qui va se passer dans la musique, alors tu tues la musique ! Ou alors, si la musique a vraiment besoin d'un texte, est-ce que c'est vraiment de la musique ce qu'on fait... ? (Entretien avec Luis)

Le petit nuancier de postures vis-à-vis de l'entourage verbal des œuvres qui caractérise l'échantillon d'enquêtés laisse imaginer que l'opposition rationalisme/anti-intellectualisme englobe plus généralement les stratégies de présentation de soi des compositeur·rice·s au sein de l'espace de la création musicale « savante ». On voit, au passage, que resurgissent ici des questions qui ont régulièrement traversé ce même espace depuis le XIX^e siècle. Les nouveaux médias, de ce point de vue, ne bouleversent pas fondamentalement la nature du débat esthétique concernant la relation entre l'œuvre et le discours produit sur l'œuvre.

LA PRÉSENTATION ÉCRITE DE SES ŒUVRES (2) : LE POIDS DE L'ÂGE ARTISTIQUE

L'« âge artistique » – entendu comme position dans le cycle de vie professionnelle propre aux champs artistiques (voir Mauger 2015) – constitue une seconde piste permettant d'expliquer les différents dosages de l'entourage verbal des œuvres en ligne. On a certes vu que tous les enquêtés de l'échantillon pouvaient globalement être situés au début de leur carrière ; pourtant, il existe tout de même entre eux des microdifférences d'âge artistique susceptibles d'affecter leurs pratiques. Il apparaît en effet que moins ces jeunes compositeurs ont reçu de confirmations symboliques ou sont passés par des épreuves de consécration, moins ils s'autorisent à publiciser leurs productions, c'est-à-dire à les diffuser et à les accompagner de textes et de commentaires sur différents médias sociaux. Autrement dit, il faut déjà avoir été investi d'une certaine autorité pour s'autoriser à investir l'espace de la visibilité en ligne, *a fortiori* par l'écrit d'accompagnement de ses propres œuvres.

Deux cas assez significatifs peuvent être comparés. D'un côté, Tom, 27 ans, termine actuellement son Master de composition au CNSMD de Paris et n'a pas encore été joué à l'étranger. Or, Tom fait explicitement le lien entre sa faible notoriété et son usage timide des médias sociaux : « Pour l'instant, je considère pas que j'ai un suffisamment grand public pour que je privilégie le réseau social par rapport à la

communication orale, en fait. [...] J'ai pas suffisamment de notoriété pour que mon site soit suffisamment visité, je pense » (Entretien avec Tom). Ainsi, ce n'est pas un hasard si l'idée même d'étoffer l'entourage verbal de ses œuvres sur [son site](#) ne semblait pas encore lui être venue à l'esprit avant que je lui pose une question sur ce point en entretien :

Est-ce que tu aimerais détailler un peu ce que tu fais, dans ton site, au niveau technique, au niveau des procédés de composition ?

J'aime beaucoup, j'aime beaucoup l'idée ! Voire carrément, mettre un onglet supplémentaire, un menu supplémentaire, un onglet « pédagogie » entre guillemets où j' parle plus de la recherche pièce par pièce, ou de l'évolution du travail depuis des années... Ouais c'est bien ça, cool ! (*rires*) (Entretien avec Tom)

De l'autre côté, Daniel, 33 ans, a un âge artistique un peu plus avancé : il a obtenu son Master de composition au CNSMD de Paris depuis deux ans et a déjà été joué à l'étranger à plusieurs reprises. De manière intéressante, celui-ci relie l'initiative qu'il a eue de créer un [site personnel](#) (ce qui impliquait notamment, comme on l'a vu, la mise en ligne de ses notes de programme) à la fin de ses études au CNSMD et à la prise de confiance qui s'en est suivie :

À la fin de mes études au CNSMD, je me suis dit : « Bon, j'ai déjà quelques pièces dont je suis à peu près content et que j'aimerais bien partager ». Et aussi, je pensais que bon, peut-être qu'avec ce site, je pourrais faire connaître plus ma musique, faire connaître plus mon parcours, et... Disons que dans mon site, il n'y a pas *que* les enregistrements de ces pièces, mais des fois je mets les notes de programme, je mets les extraits de la partition, je mets les extraits des manuscrits... (Entretien avec Daniel)

Ainsi, le mouvement d'entreprise de soi et de sa carrière ne « prend » réellement, semble-t-il, que s'il repose sur un socle de confirmations de soi et d'épreuves symboliques réussies. C'est pourquoi la présentation de soi et de ses œuvres en ligne est susceptible de se développer à mesure que s'enchaînent les certifications scolaires (les diplômes de classes de composition) ou les indices de reconnaissance publique (celle des pairs au premier chef).

CONCLUSION

S'il n'est pas inutile d'insister à nouveau sur le caractère exploratoire de la recherche dont cet article rend compte et sur les précautions avec lesquelles il faut prendre les résultats obtenus, on peut toutefois considérer que les propos des six jeunes compositeurs présentés et analysés ici ouvrent une petite fenêtre sur les modalités selon lesquelles l'esprit entrepreneurial travaille aujourd'hui les pratiques professionnelles des compositeur·rice·s de musique contemporaine. Sensibilisés par les pairs autant que par certaines expériences scolaires à la nécessité objective (car imposée par les conditions du travail compositionnel) de « communiquer » et de valoriser leur propre image d'artiste, ceux-ci investissent différents médias sociaux en s'arrangeant de leurs spécificités dans l'optique de gagner en visibilité. Les usages et les dosages de l'écrit en ligne (notamment l'écrit biographique) révèlent ainsi quelques tensions générées

par les injonctions à l'entreprise de soi, la logique de profit symbolique s'opposant au désintéressement lié à la figure de l'artiste héritée du romantisme. Enfin, l'ampleur de la présentation écrite des œuvres en ligne est susceptible de varier en fonction de considérations esthétiques (rationalisme *versus* anti-intellectualisme) tout autant que de l'âge artistique des compositeurs du *Cursus*.

Bien sûr, les compositeur·rice·s ont dû depuis longtemps – disons le début du XIX^e siècle – s'accommoder des logiques du marché et d'une organisation du travail par projet. Mais la norme, au sein de l'espace de la « production restreinte », était généralement de cumuler diverses activités (enseignement, pratique instrumentale, critique musicale, etc.) afin de tenir la pratique compositionnelle hors de toute préoccupation économique et de conserver une certaine autonomie créatrice¹⁰. La nouveauté de la situation, depuis la fin du XX^e siècle, tient ainsi dans la pénétration de logiques managériales jusque dans les secteurs les moins industrialisés de la production musicale, les compositeur·rice·s de musique « savante » étant de plus en plus amené·e·s à rationaliser leurs habitudes de travail et à développer des compétences de gestion et de communication.

Pour approfondir ces quelques pistes, il faudrait alors étendre l'enquête à une population de compositeur·rice·s beaucoup plus importante et, surtout, dégager les traits du marché du travail compositionnel auquel sont censées s'ajuster les stratégies entrepreneuriales, dont les usages des médias sociaux ne sont finalement qu'une modalité parmi d'autres.

BIBLIOGRAPHIE

- Boltanski, Luc, et Ève Chiapello (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- Borja, Simon, et Séverine Sofio (2009), « Productions artistiques et logiques économiques. Quand l'art entre en régime entrepreneurial », *Regards Sociologiques*, n° 37-38, p. 23-43.
- Bourdieu, Pierre (1992), *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*, Paris, Seuil.
- Bureau, Marie-Christine, Roberta Shapiro, et Marc Perrenoud (dir.) (2009), *L'artiste pluriel. Démultiplier l'activité pour vivre de son art*, Villeneuve d'Ascq, Presse du Septentrion.
- Fryberger, Annelies (2016), *De l'évaluation en musique contemporaine en France et aux États-Unis. Jurys de pairs, commandes d'œuvres et médias sociaux*, thèse de doctorat en sociologie, Paris, EHESS-Ircam.
- Heinich, Nathalie (2005), *L'élite artiste. Excellence et singularité en régime démocratique*, Paris, Gallimard.
- Lahire, Bernard (2006), *La condition littéraire. La double vie des écrivains*, Paris, La Découverte.
- Lizé, Wenceslas (2014), « De quelques stratégies managériales d'accumulation du capital symbolique dans le champ musical », dans Wenceslas Lizé, Delphine Naudier et Séverine Sofio (dir.), *Les stratèges de la notoriété. Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, Paris, Éditions des archives contemporaines, p. 51-69.
- Lizé, Wenceslas, et Delphine Naudier (2015), « Intermédiaires, professionnalisation et hétéronomisation des champs artistiques », dans Maxime Quijoux (dir.), *Bourdieu et le travail*, Rennes, PUR, p. 159-176.

10 Chez les artistes en général, voir Bureau, Shapiro et Perrenoud 2009 ; Lahire 2006 ; Menger 1997. Pour une étude de cas chez un compositeur au début du XX^e siècle, voir Robert 2018.

- Lizé, Wenceslas, Delphine Naudier, et Olivier Roueff (2011), *Intermédiaires artistiques. À la frontière de l'art et du commerce*, Paris, DEPS.
- Mauger, Gérard (2015), *Âges et générations*, Paris, La Découverte.
- Menger, Pierre-Michel (1997), *La profession de comédien. Formations, activités et carrières dans la démultiplication de soi*, Paris, La Documentation française.
- Menger, Pierre-Michel (2002), *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, Paris, La République des idées/Seuil.
- Robert, Alexandre (2018), « Se démultiplier pour être soi. Stratégies économiques et logique singulariste chez Déodat de Séverac entre 1896 et 1906 », *Proteus*, n° 13, p. 70-78.
- Sapiro, Gisèle, Jérôme Pacouret, et Myrtille Picaud (2015), « Transformations des champs de production culturelle à l'ère de la mondialisation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 206-207, p. 4-13.
- Sinigaglia, Jérémie, et Sabrina Sinigaglia-Amadio (2017), *Les temporalités du travail artistique. Le cas des musicien-ne-s et des plasticien-ne-s*, Paris, La Documentation française.
- Taylor, Timothy D. (2016), *Music and Capitalism. A History of the Present*, Chicago, Chicago University Press.