

# LES CAHIERS DE L'AFIJMA

association des festivals innovants en jazz et musiques actuelles



REGARD SUR LA POLITIQUE D'ACTION CULTURELLE DES FESTIVALS DE L'AFIJMA

N°1 - Novembre 2007 - Jacques PANISSET assisté de Joséphine GROLLEMUND



# MONTRE LE JAZZ

REGARD SUR LA POLITIQUE D'ACTION CULTURELLE DES FESTIVALS DE L'AFIJMA

Jacques PANISSET assisté de Joséphine GROLLEMUND  
*Les Cahiers de l'Afijma* - n°1 - Novembre 2007

**AFIJMA** - Association des Festivals Innovants en Jazz et Musiques Actuelles  
14, rue de l'Atlas 75019 Paris - [www.afijma.asso.fr](http://www.afijma.asso.fr) - [contact@afijma.asso.fr](mailto:contact@afijma.asso.fr)

# TABLE DES MATIERES

<b>AVANT PROPOS</b>	<b>7</b>
<b>1. LA SITUATION DU JAZZ EN FRANCE</b>	<b>9</b>
LE « MARCHÉ » DU JAZZ	10
LES PUBLICS DU JAZZ EN FRANCE	10
<b>2. LE TRAVAIL D'ACTION CULTURELLE DES FESTIVALS DU RESEAU</b>	<b>13</b>
<i>LE POSITIONNEMENT DE L'AFIJMA</i>	14
A. DES CHOIX ESTHÉTIQUES	14
B. UN TRAVAIL DE FOND À L'ANNÉE	14
C. ÉLARGIR LE PUBLIC ?	14
D. DÉPASSER LA LOGIQUE CONSOMMATOIRE	15
E. SOUTENIR EN PRIORITÉ LA CRÉATION	15
<i>TYPOLOGIE DES ACTIONS</i>	15
<i>LA DIMENSION TERRITORIALE</i>	15
<b>3. LES REPRESENTATIONS DU JAZZ</b>	<b>17</b>
<i>LE « JAZZ » PRIS AU MOT</i>	18
<i>LE JAZZ DANS L'IMAGINAIRE SOCIAL</i>	19
<i>LES CLICHES DU JAZZ</i>	19

<b>4. LE JAZZ CHEZ LES JEUNES</b>	<b>21</b>
<i>LES QUATRE MODALITES DE RECEPTION DE LA MUSIQUE</i>	22
<i>PARLER DU JAZZ</i>	23
<b>5. LA FORMATION DU GOUT POUR LE JAZZ</b>	<b>25</b>
<i>LE POSITIONNEMENT DE L'AFIJMA</i>	26
<i>LE JAZZ, ADHÉSION ET REJET</i>	26
<i>LES PRATIQUES DE CONFIRMATION</i>	26
<i>UNE APPROCHE DIDACTIQUE PAR L'USAGE</i>	27
<b>6. JAZZ, MUSIQUE DE CREATION</b>	<b>29</b>
<i>CONTINUITE ET RUPTURE</i>	30
<i>LA MARGE D'INDETERMINATION</i>	30
<i>LE RAPPORT AU TEMPS</i>	31
<i>A. LE JAZZ, EXPRESSION DU SENS DU QUOTIDIEN ?</i>	31
<i>B. SE LIBERER DU METRONOME ?</i>	31
<i>L'OUVERTURE AUX CULTURES DU MONDE</i>	32
<i>A. LE METISSAGE</i>	32
<i>B. UNE CONSCIENCE SOCIALE</i>	33
<b>7. IMAGINER DES DISPOSITIFS NOUVEAUX</b>	<b>35</b>
<i>OBJECTIFS GENERAUX</i>	36
<i>« SONS DESSUS DESSOUS » : PROJET D'EXPOSITION</i>	36
<i>A. LE PREMIER BLOC / LA PREMIERE SALLE (COMPOSEE DE QUATRE ESPACES ET UNE FRESQUE)</i>	37
<i>B. LE DEUXIEME BLOC / LA DEUXIEME SALLE (BORNES ET TOTEMS)</i>	38
<i>CRITIQUES ET PROPOSITIONS : UN NOUVEAU PROJET VOIT LE JOUR...</i>	38
<i>A. DES REGARDS CRITIQUES</i>	38
<i>B. UN BUS JAZZ ?</i>	39
<b>CONCLUSION</b>	<b>41</b>
<b>ANNEXE 1. L'ENQUETE DE L'AFIJMA</b>	<b>43</b>
<i>A. METHODOLOGIE</i>	44
<i>B. COMMUNICATION ET INFORMATION : PRATIQUES ET TECHNIQUES</i>	45
<i>C. LES CHAMPS DE LA CULTURE</i>	47
<b>ANNEXE 2. DES EXEMPLES D'EXPOSITION</b>	<b>51</b>
<i>A. L'ODYSEE DU JAZZ</i>	52
<i>B. LES EXPOSITIONS DE LA CITE DE LA MUSIQUE</i>	54
<i>C. POM POM POM POM : UNE INVITATION A VOIR LA MUSIQUE</i>	57



**AVANT  
PROPOS**

L'AFIJMA est un regroupement d'acteurs culturels citoyens ayant pour ambition de faire partager au plus large public possible les valeurs essentielles du jazz, en tant qu'art. Les festivals de l'AFIJMA ne sont pas de simples « organisateurs de spectacles ». Ils se sont réunis autour d'une charte d'objectifs en dix points dont un grand nombre relève de ce que l'on dénomme « action artistique et culturelle ». Le temps du festival constitue la mise en valeur d'un travail de fond effectué durant l'année. L'AFIJMA, en tant que réseau, permet la mutualisation et le partage des diverses expériences.

L'acronyme du réseau comporte le terme « innovant ». Cette expression est souvent mal interprétée. Elle se réfère tout autant à l'attention particulière qu'accorde chaque festival à la création musicale contemporaine dans le domaine du jazz, qu'à la nature même des actions qu'il met en œuvre pour la faire connaître au plus large public possible.

Les festivals de l'AFIJMA sont constamment à la recherche de nouveaux modes opératoires de nature à leur permettre de mieux atteindre cet objectif. Pour ce faire, ils ne se satisfont pas d'une attitude passive. Ils conçoivent des programmes d'action et construisent des dispositifs spécifiques. Cependant, force est de reconnaître que ces objectifs sont ambitieux et qu'ils sont loin d'être toujours pleinement atteints.

C'est pourquoi, l'AFIJMA a souhaité approfondir sa problématique d'action culturelle. Cette démarche permettra, à terme, d'identifier des approches nouvelles et de construire de nouveaux outils, particulièrement en direction des jeunes.

En apparence, la manière la plus simple et la meilleure de faire connaître - et apprécier - le jazz, c'est de le faire entendre « live », c'est à dire au moyen de concerts. Les festivals et les clubs disposent de ce savoir faire et ont su fidéliser un noyau fidèle d'amateurs, souvent militant. Cependant, l'un des enjeux majeurs, aujourd'hui, réside dans la capacité ou non de ces acteurs, en partenariat avec l'ensemble du « monde du jazz », incluant les médias, à provoquer une rencontre féconde et durable avec de nouveaux publics.

**Lorsqu'il n'existe pas, il faut créer le désir de jazz.**

Un groupe de travail <sup>1</sup> a été mis en place en interne dès 2001. Afin de fixer un objectif concret à la démarche, les membres de ce groupe ont choisi de focaliser la réflexion sur le concept de l'« exposition », d'en cerner la problématique, et, d'imaginer de nouvelles modalités à mettre en œuvre pour « exposer le jazz », c'est-à-dire, le montrer.

Le présent texte est une synthèse des travaux de ce groupe de travail.

Il comporte également un certain nombre d'éléments d'analyse complémentaires sur lesquels s'est appuyée la réflexion et qui permettent d'éclairer le contexte économique et sociologique dans lequel opèrent, de manière générale, les dispositifs d'action culturelle. En la matière, les travaux du DEP <sup>2</sup> et de l'IRMA <sup>3</sup> ont été de précieux outils.

Le groupe de travail s'est également livré à une analyse de quelques expériences existant en matière d'exposition musicale en France et en Europe (MEN / Neuchâtel, Cité de la Musique / Paris et autres) et s'est nourri de nombreuses lectures (Citton, Attali, Gumpłowicz, Bergerot, Jalard, entre autres).

Figurent en annexe, l'essentiel de l'enquête de terrain réalisée en interne sur les publics collégiés et lycéens, dont les conclusions figurent chapitre 4, ainsi qu'une présentation plus détaillée de trois expositions sur la musique.

A ce jour, il reste à poursuivre et concrétiser ce premier travail de réflexion et, éventuellement, bâtir un dispositif opératoire en matière d'exposition.

Toutefois, le présent texte pourra sans doute se révéler utile à chacun dans son travail quotidien de médiation.

1. Muriel Lignon, Bernard Morel, Philippe Ochem, Jacques Panisset assistés de Laurent Moulédous et Élodie Brisson

2. Département des Études et de la Prospective du Ministère de la culture

3. Information et Ressources pour les Musiques Actuelles / Centre Info Jazz



1.

# LA SITUATION DU JAZZ EN FRANCE

## LE « MARCHÉ » DU JAZZ

**B**on an mal an, le jazz conserve des « parts de marché » certes modestes, mais plutôt stables tant en matière de fréquentation de concerts que de vente de disques, secteur qui est en crise quel que soit le genre musical considéré (en 2003, le jazz représentait 3,5% du total des ventes).

Il est d'usage de déplorer le faible nombre de lieux où l'on peut écouter cette musique ainsi que la part réduite que lui accordent les médias. Pourtant, il n'y a jamais eu autant de musiciens de jazz qu'à l'heure actuelle, spécialement en Europe (on parle de 3000 musiciens pour la France, dont seulement 20% vivaient de leur musique).

On dénombre près de 200 lieux dédiés aux musiques actuelles. Certains sont labellisés SMAC (Scènes de Musiques Actuelles) et reçoivent des aides de l'Etat. Il y a généralement peu de jazz dans leur programmation. Le nombre de clubs de jazz reste à peu près constant. Les plus dynamiques se sont regroupés au sein de la Fédération des Scènes de Jazz et Musiques Improvisées, tandis que les écoles le faisaient au sein de la FNEIJMA<sup>4</sup>. Le secteur de l'enseignement étant sans aucun doute celui qui a connu le plus fort développement au cours de la dernière décennie, avec la mise en place des différents diplômes DE, CA.

Quant aux festivals, ils n'ont jamais été si nombreux qu'aujourd'hui (près de 400 recensés par l'IRMA). Les festivals relevant de la logique du « tourisme culturel » reçoivent principalement leurs aides financières des collectivités locales alors que les festivals de création (l'AFIJMA en regroupe une trentaine), reçoivent également des aides de l'Etat.

Les organismes professionnels et les sociétés civiles (ADAMI, CNV, FCM, SACEM, SPEDIDAM, ONDA) sont devenus des partenaires indispensables au soutien des démarches innovantes, à la création et au développement de nouveaux talents et apportent désormais des financements significatifs.

## LES PUBLICS DU JAZZ EN FRANCE

**L**es publics du jazz sont relativement peu connus. La plupart des études disponibles décrivent le comportement d'individus consommateurs, ayant, par définition, déjà manifesté un intérêt pour le jazz (nombre de sorties en concerts, nombre de disques achetés, etc.). Essentiellement quantitatives, elles permettent de connaître le profil socio professionnel, mais pas d'entrer dans l'intimité du rapport singulier que les individus entretiennent avec le jazz, c'est-à-dire d'obtenir les clés qui pourraient permettre de comprendre les raisons de leurs choix. Cette approche relève de l'analyse qualitative.

Ces études ne prennent évidemment pas en compte ce qu'il est convenu d'appeler « le non public », à savoir, la fraction de la population qui ignore ou rejette le jazz consciemment ou non et qui représentent 81% de la population.

De plus, le « jazz », en tant que catégorie, ne correspond pas à un champ d'étude homogène. Est-il légitime et pertinent de mélanger les amateurs de free pur et durs et les amateurs de dixieland ? Obéissent-ils aux mêmes motivations ?

À lire ces études, on remarquera sans surprise que le jazz touche de préférence les catégories sociales moyennes et supérieures, plutôt moyennement âgées et peu les ouvriers et les agriculteurs. On ne sera pas davantage surpris de constater que, concernant le rock, par exemple, les publics sont plus jeunes et comptent plus de scolaires et d'étudiants.

4. Fédération Nationale des Ecoles d'Influence Jazz et Musiques Actuelles

## **SYNTHÈSE DE L'ENQUÊTE « PRATIQUES CULTURELLES DES FRANÇAIS » CONDUITE EN 1997 PAR LE DÉPARTEMENT DES ÉTUDES ET DE LA PROSPECTIVE DU MINISTÈRE DE LA CULTURE ET RÉALISÉE PAR LA DMDTS.**

### **POIDS DU PUBLIC DES CONCERTS DE JAZZ**

- Un Français sur cinq (de 15 ans et plus) a fréquenté un concert de jazz au moins une fois dans sa vie.
- Le public occasionnel (1 concert par an) est estimé à 1,5 million de Français
- Le public régulier est constitué de plus de 800 000 Français (fréquentation de 3 concerts ou plus sur 12 mois).
- Néanmoins, le jazz reste avec l'opéra, une des formes de spectacle vivant les moins fréquentées : 81% des Français (âgés de 15 ans et plus) déclare n'avoir jamais fréquenté un concert de jazz de leur vie.

### **UN PUBLIC PLUTÔT ASSIDU**

Plus du quart du public des concerts de jazz a fréquenté trois concerts ou plus au cours des 12 derniers mois (un des taux d'assiduité les plus élevés avec le rock et la musique classique, le théâtre)

### **RAJEUNISSEMENT DU PUBLIC**

- Même si on ne remarque pas un taux de fréquentation élevé des 15-19 ans (à l'inverse du rock), le jazz (avec le rock et les autres « musiques actuelles ») est le spectacle qui réunit le plus de jeunes de 20-24 ans et 24-35 ans.
- Cependant, la tranche d'âge majoritaire dans le public est celle des 35-49 ans (1 spectateur sur 3). Cette sur-représentation concerne également l'opéra, la musique classique (et la danse, le cirque et dans une moindre mesure, le théâtre).
- Enfin, les concerts de jazz enregistrent une des proportions les plus faibles de public de 50 ans et plus.

### **UN PUBLIC ESSENTIELLEMENT MASCULIN**

47 % de femmes, alors qu'elle sont plus nombreuses que les hommes dans la population française.

### **UN PROFIL SOCIO DÉMOGRAPHIQUE TRÈS MARQUÉ**

- Comme pour l'opéra, on trouve dans le public du jazz beaucoup de cadres et professions intellectuelles supérieures : 28 % (ils ne représentent que 6 % de la population de 15 ans et plus).
- Professions intermédiaires et étudiants/scolaires sont également sur-représentés (mais moins que dans le rock).
- Sous représentation des ouvriers (à l'inverse du rock, et autres musiques actuelles et du cirque) mais dans des proportions moindres que dans d'autres spectacles.

### **FORTE CONCENTRATION SUR LES GRANDES AGGLOMÉRATIONS**

- Public urbain à 70% (villes de plus de 20 000 habitants)
- 60% du public est concentré dans les communes de plus de 100 000 habitants
- Sous représentation dans les communes rurales (meilleure pénétration du rock dans les communes de 20 000 habitants).

### **UN PUBLIC TRÈS OUVERT AUX AUTRES FORMES DE SPECTACLE**

Le public de jazz fréquente également les spectacles de théâtre, les concerts de rock, ou autres genres musiques actuelles et, dans une moindre mesure, la danse et l'opéra.

### **CONSOMMATION DOMESTIQUE DE MUSIQUE**

- Le public occasionnel des concerts de jazz déclare avoir des goûts très diversifiés : classique, jazz, rock, musiques du monde, et dans une moindre mesure, rap, opéra, musique de films, hard-rock. Il est beaucoup moins porté sur la chanson et la variété. Les musiques préférées les plus souvent citées sont le jazz, la musique classique et le rock.
- Pour le public régulier des concerts de jazz, le jazz est en tête des musiques écoutées. En deuxième, arrive le classique devant les musiques du monde, très souvent citées. Ce public écoute plus d'opéra mais aussi de rap et de hard rock que la moyenne des Français. Peu de chanson ou de variété en revanche. Préférence nette pour l'écoute de musique de jazz.



2.

LE TRAVAIL  
D'ACTION  
CULTURELLE  
DES  
FESTIVALS  
DU RESEAU

## LE POSITIONNEMENT DE L'AFIJMA

De même qu'il y a « jazz » et « jazz » (Norah Jones / Michel Portal!), il y a « festival » et « festival ». Lorsque la fête pure l'emporte sur l'exigence artistique et culturelle, règne l'Audimat. Les festivals de l'AFIJMA sont de ceux qui ont choisi une approche militante de la création jazz contemporaine et qui souhaitent la faire connaître au plus grand nombre. Leur position reste extrêmement fragile.

### A. DES CHOIX ESTHÉTIQUES

Il est d'usage de faire la distinction entre les musiques « sérieuses » et les autres, c'est-à-dire, entre la création artistique et le divertissement. Ce sont, bien évidemment, deux logiques différentes ; au lieu de les opposer frontalement, il convient de les considérer de manière dialectique. Pour beaucoup, « sérieux » va de pair avec refus du plaisir. Est-il impossible d'imaginer une musique à la fois exigeante et ludique (qu'en est-il de Mozart ?)

On peut opposer la « réitération » (la reproduction de modèles éprouvés, donc la marchandisation) à la « création » (production de nouvelles formes, hors de toute préoccupation de rentabilisation), et observer qu'une création réussie a vocation à être reproduite afin de toucher le plus grand nombre.

Dans un essai déjà ancien, Jacques Attali<sup>5</sup> montrait la manière dont la musique a construit sa relation avec le marché et le pouvoir et est devenue un élément essentiel de la société de consommation. Il opposait alors la répétition (génératrice d'aliénation) à la composition, processus auquel participe l'improvisation (n'en déplaise à Boulez), où « la musique porte réappropriation du temps et de l'espace ».

Le jazz, et c'est peut-être ce qui constitue sa grandeur et son originalité, s'est toujours frayé un chemin entre ces deux pôles, si l'on en croit l'expression célèbre censée le définir : « Le jazz est la plus savante des musiques populaires et la plus populaire des musiques savantes » ...

L'AFIJMA réunit des festivals qui ont fait le pari que la fête, donc le plaisir, n'était pas inconciliable avec l'intelligence.

5. Attali Jacques, *Bruits*, Paris, PUF, 1977.

### B. UN TRAVAIL DE FOND À L'ANNÉE

L'action des festivals de l'AFIJMA ne s'interrompt pas entre deux éditions. La manifestation elle-même constitue la vitrine d'un travail souterrain qui relève de la logique de l'action culturelle. Cette démarche, qui vise à renforcer et compléter leur activité de diffusion, constitue en quelque sorte un « commentaire » du concert.

La défense militante d'une expression musicale créative doit en effet se doubler d'une action militante et citoyenne auprès des publics. Le jazz est porteur de valeurs fortes que l'AFIJMA souhaite mieux faire connaître et partager afin de contribuer peut-être à une meilleure cohésion sociale.

L'enjeu réel est bien d'amener les publics, au-delà de la facilité, à s'intéresser aux formes artistiques qui questionnent le plus la réalité.

6. Urfalino Philippe, Friedberg Erhard, *le jeu du catalogue*, Paris, la Documentation française, 1984.

### C. ÉLARGIR LE PUBLIC ?

Peut-on augmenter le public du jazz et modifier sa composition socio-démographique afin de corriger les manques ou les faiblesses que les études mettent en évidence (voir ci-dessus) ?

Au delà du noyau dur des amateurs de jazz, comment créer un vaste rassemblement, qui soit, à la fois, trans-générationnel et reflet de la diversité de la société, et, surtout, ouvert, tolérant et curieux de la nouveauté ?

L'une des manières de construire l'offre est de réunir sur la même affiche la diversité des expressions du jazz depuis l'origine (blues, gospel, swing...). Il est possible d'y adjoindre, le cas échéant, des propositions musicales qui se situent aux frontières de cette esthétique (musiques du monde, musique contemporaine...), et d'explorer tous les « métissages » que le jazz peut entretenir avec les musiques populaires ou savantes. Ce procédé s'apparente au « jeu du catalogue »<sup>6</sup>. Les publics ne se croisent pas, mais se juxtaposent.

Au sein de ces différents segments de public, certaines personnes entretiennent une relation quasi exclusive avec le courant dont ils se réclament et s'opposent parfois violemment aux autres courants (le public du jazz traditionnel, celui du bop, de la « fusion », du funk, par exemple), par une sorte de réflexe tribal dont la vigueur est d'autant plus importante que la dimension militante est forte. De plus, on constate peu de porosité entre ces sous-groupes, et rarement d'effet d'entraînement des membres d'une « tribu » vers une autre, chacun restant, en quelque sorte, prisonnier de son esthétique favorite.

Cependant, la diversité et l'homogénéité apparentes de ces sous-ensembles les fait apparaître aux yeux de certains programmeurs comme des « niches » bien identifiées au sein d'un vaste marché aux contours flous. La tentation est forte de les juxtaposer au moment de construire une offre qu'ils veulent large.

La résultante en est souvent une ligne artistique hétérogène, voire hétéroclite, sans unité ni cohérence. Cette tactique, lorsqu'elle est employée, fonctionne au niveau « macro-économique », c'est-à-dire, sur les statistiques globales de fréquentation par effet cumulatif et non de croisement. Elle permet de « faire du chiffre », mais ne témoigne pas de la constitution d'un noyau de public ouvert à la diversité et à l'innovation.

Pour rendre un peu de cohérence à cette politique d'offre, il convient de la structurer afin de bâtir un véritable projet artistique.

Ainsi, par exemple, est-il possible de présenter les formes patrimoniales (blues, gospel, jazz traditionnel), avec la volonté de pointer les continuités ou les ruptures avec les formes contemporaines, ou le désir de mettre en évidence ce qui serait constitutif de la permanence d'un supposé « esprit

du jazz » dans une perspective diachronique.

Témoignant du mouvement d'universalisation de cette musique, on dénombre aujourd'hui quantité de « métissages » musicaux impliquant le jazz. L'adjectif « jazzy » sert un temps à désigner les musiques dans lesquelles avaient été incorporés certains éléments de la grammaire ou de la syntaxe du jazz : swing, effets vocaux ou instrumentaux, orchestrations. La variété internationale offre maints exemples de ce procédé, au point que, pour une large fraction du « grand public », le jazz se résume à une série de clichés de cette nature. Toutefois, cette « jazzification » de pans entiers du patrimoine musical mondial au moyen de gimmicks ne doit pas être confondue avec l'émergence de véritables expériences originales syncrétiques.

C'est pourquoi, dans la situation où le jazz côtoie d'autres esthétiques (musiques ethniques, contemporaines ou écrites, par exemple), il est préférable de privilégier les projets musicaux les plus aboutis c'est-à-dire, ceux qui, au-delà de la simple rencontre anecdotique, témoignent d'une réelle interpénétration mutuelle d'une esthétique sur l'autre, d'une sorte de fécondation mutuelle. La reconnaissance par l'auditeur non familier du jazz des codes spécifiques de l'esthétique qu'il connaît, l'amènera à une plus grande tolérance à l'égard du changement et de la nouveauté et donc au jazz, par effet d'hybridation.

Toutefois, ces tactiques ne résolvent pas le problème fondamental qui reste, in fine, d'amener l'auditeur à prendre des risques d'écoute et à affronter l'inconnu. Comment élargir le public pour la création ?

## D. DÉPASSER LA LOGIQUE CONSOMMATOIRE

La pratique de tarifs adaptés ainsi que la gratuité de certains concerts permettent dans une certaine mesure de faciliter l'accès aux concerts, en abolissant ou en réduisant la barrière économique. Toutefois, la gratuité seule ne suffit pas à inciter un public ayant une perception faussée ou négative du jazz à franchir le seuil des salles de concerts.

La gratuité évacue certes la dimension pécuniaire de l'échange mais pas la valeur temps. Consacrer une ou deux heures de son temps à un concert de jazz constitue un acte réfléchi, car ce temps passé ne peut être consacré à une autre activité, et, une fois dépensé, ne pourra jamais être récupéré, tandis que l'on ne sait jamais à combien s'élève son capital-temps.

L'équilibre économique des productions implique pour les festivals d'avoir des recettes de billetterie significatives. Cependant, l'acte d'achat d'une place de concert est davantage lié à ce que l'on connaît déjà et qui a été validé que le signe d'un intérêt pour la nouveauté ou qu'une prise de risque.

## E. SOUTENIR EN PRIORITÉ LA CRÉATION

Partant de ce constat, l'AFIJMA considère qu'il est prioritaire de consacrer les énergies et les moyens à la promotion des formes innovantes plutôt qu'aux formes reconnues. C'est principalement sur leur capacité à faire connaître et aimer les formes les plus créatives et non sur les critères purement quantitatifs que les festivals de l'AFIJMA désirent fonder la reconnaissance de leur travail.

## TYPOLOGIE DES ACTIONS

En plus des concerts, l'offre des festivals peut comporter :

- Animations
- Master-classes
- Expositions
- Rencontres avec le public / rencontres professionnelles
- Tables rondes / conférences / débats
- Actions spécifiques, souvent destinées à des publics captifs (interventions en milieu scolaire, en milieu hospitalier, en milieu carcéral, etc.).

Il est possible de distinguer trois degrés dans les modalités d'intervention :

1/ Le concert constitue le « premier degré » de l'offre. Il n'est assorti d'aucun commentaire, à moins d'un débat ou d'une rencontre avec les artistes. Chacun doit, seul, former son jugement sur ce qu'il a entendu et vécu. Ceci peut constituer une difficulté pour la grande fraction du public qui n'a pas de culture jazz préalable.

2/ Les conférences, expositions, animations constituent un deuxième degré. Elles établissent une forme de dialogue (direct ou indirect) entre les artistes et le public, proposent des clés de déchiffrement et se déroulent hors des lieux dédiés au concert.

3/ Le troisième degré est celui qui instaure une participation active du public : ateliers, stages ou master-classes. Ces actions s'adressent en général à des publics spécifiques (musiciens amateurs ou professionnels)

## LA DIMENSION TERRITORIALE

Les festivals souhaitent contribuer à la réduction des inégalités en matière d'accès à la création jazzistique. La démarche d'action culturelle qu'ils ont adoptée intègre la composante territoriale. Au moment de construire leurs actions, les festivals prennent en compte la manière dont est structuré le territoire, l'organisation des réseaux d'acteurs, la composition sociologique des populations, la nature du tissu économique.

Les inégalités peuvent être dues à l'éloignement des publics par rapport aux lieux dédiés à la culture (établissements culturels, lieux spécialisés, par exemple). C'est pourquoi de nombreux festivals organisent des cycles de concerts ou des actions diverses en milieu rural ou péri-urbain afin de se rapprocher de ces publics.

Mais cette notion d'éloignement fait également écho à divers aspects de ce qu'il est convenu d'appeler la « fracture sociale » telle la problématique des « quartiers ». Dans ce dernier cas, l'éloignement de certaines catégories du public est davantage lié au contexte socio-économique et symbolique dans lequel vivent ces populations qu'à la composante purement géographique évoquée plus haut. Afin de traiter ce problème, les festivals s'attachent à identifier les partenaires concernés sur leur territoire afin d'établir avec eux des collaborations. Ce sont aussi bien des institutions (établissements scolaires, établissements d'enseignement artistique, collectivités, services de l'Etat), que des associations, culturelles, socio culturelles ou toutes autres susceptibles de partager les mêmes objectifs.

Les festivals de l'AFIJMA sont attentifs à ce que les actions menées, le soient en complémentarité avec celles de leurs partenaires et ne viennent pas se substituer aux leurs. Ainsi des master-classes seront-elles organisées conjointement avec une école de musique, une école de jazz ou un conservatoire si l'une de ces structures est présente dans le maillage territorial. Ces collaborations font, la plupart du temps, l'objet de conventions.

Les festivals s'efforcent d'aider les musiciens (groupes et collectifs) présents sur leur territoire par des actions d'information et de formation mais aussi en faisant la promotion des projets les plus emblématiques et les plus dynamiques en direction des différents réseaux (régionaux, nationaux, européens).

L'AFIJMA a, pour vocation, le partage et la mutualisation des expériences. Ses membres peuvent proposer et trouver, au sein du réseau, de nouveaux outils et dispositifs qui leur permettront de mieux accomplir leur mission en matière d'action culturelle.



# 3. LES REPRESEN- TATIONS DU JAZZ

## LE « JAZZ » PRIS AU MOT

L'usage du mot « jazz » est délicat car sa lecture et son interprétation peuvent relever de l'anthropologie, de la sociologie, de l'histoire, de la musicologie, ou de la philosophie, voire de la fiction. Seule une approche pluridisciplinaire permet de révéler la réalité et la richesse de son contenu. C'est l'affaire des spécialistes.

**A**u niveau du grand public, hors de la communauté des amateurs, elle-même divisée en chapelles, la perception du jazz est façonnée par des représentations souvent simplistes, caricaturales, voire totalement, erronées. Les formes contemporaines du jazz sont, la plupart du temps, ignorées ou rejetées (les fantasmes concernant le « free-jazz », par exemple), et il arrive que les représentations que se fait le public de ces formes soient entièrement le produit des stratégies marketing de l'industrie musicale, qui peut faire prendre pour du jazz ce qui n'en est pas.

Nombre de représentations du jazz sont intrinsèquement liées à des facteurs historiques. La charge affective qui trouble la perception du jazz est associée à sa genèse et à l'origine même de ses fondateurs, la plupart issus de la communauté afro-américaine, et liée au contexte racial et esclavagiste qui régnait à l'époque.

Le jazz est le témoignage vivant du message de libération et du processus de construction d'une identité collective des noirs américains, message qui a immédiatement trouvé un écho auprès d'autres communautés, souvent des minorités (créoles, italiennes, juives) <sup>7</sup>.

Alors que sur sa terre natale, on le réduit à un simple folklore, et qu'il est majoritairement rangé dans la catégorie de « l'entertainment », c'est-à-dire du divertissement (ce qui est encore le cas aujourd'hui), dès les années 20, il va être pris au sérieux et reconnu par l'intelligentsia européenne comme forme d'art à part entière.

Les musiciens afro-américains les plus créatifs vont conserver une longueur d'avance jusque dans les années 70. Mais le message émancipatoire délivré par les pionniers et les continuateurs va très vite s'universaliser et générer des initiatives remarquables menées par une génération de musiciens innovants.

L'Europe qui avait initié le mouvement avec Django, dès les années 30, se retrouve à la pointe du mouvement aujourd'hui. L'AFIUMA a placé la valorisation de cette dynamique européenne au cœur de son projet.

Certains ont considéré que ce mouvement d'universalisation emmenait le jazz au-delà de ses codes culturels fondateurs et aboutissait à une perte des valeurs de la communauté noire américaine et qu'il s'agissait pour celle-ci d'opérer à un retour aux sources. Ainsi, au fil du temps, quelques-unes des plus grandes figures emblématiques du jazz, tels Miles Davis ou l'Art Ensemble of Chicago, ont-elles récusé cette étiquette et substitué au mot « jazz » trop réducteur l'expression « Great Black Music ».

Certains cercles « légitimistes », chez les anglo-saxons, mais aussi en Europe, souhaitent réserver l'appellation « jazz » à ses expressions afro-américaines (anciennes et actuelles) ou aux courants et artistes se réclamant expressément de cet héritage.

A partir des années 70, nombre de musiciens européens préférèrent employer le terme de « musiques improvisées » pour désigner la musique qu'ils pratiquaient. L'usage de l'expression « jazz et musiques improvisées » deviendra ainsi très vite quasiment obligatoire afin de ménager les différents sensibilités au sein de la famille du jazz. Force est de constater, toutefois, que la culture et l'inspiration de ceux qui pratiquent la « musique improvisée » proviennent pour l'essentiel du tronc commun du jazz et que ces musiciens ne trouvent à s'exprimer - à de rares exceptions près - que dans les circuits de diffusion du jazz.

7. Gumpłowicz Philippe, *Le roman du jazz*, Paris, Fayard, 1991.

## LE JAZZ DANS L'IMAGINAIRE SOCIAL

L'AFIJMA considère que le jazz est une forme artistique innovante et s'efforce d'en faire connaître et apprécier du plus large public possible les projets les plus représentatifs car cette démarche créative est porteuse de valeurs essentielles pour la société d'aujourd'hui.

**D**'une manière plus générale, une part importante du message de l'art reste toujours sa capacité à susciter le questionnement, la remise en cause de cadres ou de manières de représenter le réel. Mais, désormais, prime sa capacité à recréer du lien social et des espaces de solidarité, pas seulement dans le domaine social mais aussi économique, éthique ou géopolitique.

Dans le domaine musical, le jazz se situe au cœur de ces problématiques.

Cependant, au niveau du grand public, la perception du jazz, quand elle existe, est bien différente.

Pour le grand public, le mot « jazz », ne réfère à aucun objet précis, si ce n'est à quelques archétypes ou lieux communs (voir plus loin) ; il n'est toutefois généralement pas connoté négativement. Pour preuve, l'usage du mot et du concept par les publicitaires et le marketing : une automobile milieu de gamme chez Honda, un programme de services bancaires à la Société Générale ou un parfum chez Yves Saint Laurent, pour n'en citer que

trois, encore en service. Reste à interpréter le sens profond de cet usage, mais il ne réfère certainement pas à quelque chose qui dérange, déroute ou effraie.

Alors même que, paradoxalement, le jazz est une musique qui comporte un risque d'écoute, les publicitaires n'en retiennent que l'aspect lisse, folklorisé et aseptisé.

En témoigne également l'image de Wynton Marsalis dans la publicité pour l'IT-Pod d'Apple, symbole des nouvelles stratégies de marchandisation de la musique. Marsalis, figure parfaitement intégrée, conforme à l'image que l'on se fait du musicien de jazz, vedette du Lincoln Center à New-York, préserveur de l'Héritage et Bon Samaritain à la Nouvelle-Orléans dévastée, est intouchable (et talentueux !). Pour autant, il ne représente pas le jazz d'aujourd'hui à lui seul, et ne le prétend pas.

Il faudra accepter d'aller au-delà des clichés pour comprendre ce qu'il advient de l'esprit de cette musique et ses fondateurs et de son message dans la société d'aujourd'hui.

## LES CLICHES DU JAZZ

Chacun peut construire sa propre liste en puisant dans son environnement proche. On les trouve représentés dans la pub, des objets, des images, des romans, des BD, des films (le curieux cas du film-noir, invention européenne<sup>8</sup>) et dans le discours de l'homme de la rue.

**En voici une liste ouverte, dans le désordre et qui tient compte du degré d'immersion du sujet dans le folklore du jazz :**

*Le bleu nuit*

*Le contretemps (l'after-beat), le chabada*

*Certains instruments : la batterie, la trompette, la contrebasse, le sax, le washboard*

*La fumée du tabac, le whisky*

*La drogue (...)*

*Le musicien noir jouant de la trompette*

*Le big band*

*Le nœud papillon et les bretelles...*

**Et, pour les plus avancés :**

*La voix cassée d'Armstrong*

*Le sourire de Cab Calloway*

*Les joues de Dizzy Gillespie*

*La moustache de Django*

*Les bottines de Miles Davis*

*Les couvre-chefs de Lester Young et de Sun Ra*

*Les plumes de l'Art Ensemble of Chicago*

*La gueule de Chet Baker ou de Michel Petrucciani*

Les membres du groupe de réflexion ont été invités à livrer les images de leurs représentations personnelles du jazz. De manière fort logique, elles se démarquent sensiblement des clichés usuels. En voici un échantillon :

« *Les chemins buissonniers, l'école buissonnière*

*Une valise de musicien, un étui d'instrument bardé d'autocollants de festivals, un contenant qui ne peut tout contenir, une boîte qui déborde*

*Un tas d'instruments allant par exemple de la flûte en roseau, du hautbois aux saxophones, comme une fenêtre ouverte sur les sons du monde*

*Un tableau noir empli de notes, surchargé, surligné, graphé, sans éponge*

*Un mur de portraits de musiciens cosmopolites (et rebelles) inspirés, créateurs, héros, du bushman ou du joueur de Centrafrique à Marilyn Manson, en passant bien sûr par des jazzmen de toutes couleurs, un mur de portraits dont l'agencement est entrelardé de sources de lumières intermittentes, éblouissantes, faiblardes, directionnelles, phares automobiles, comme lampes de poche.*

*Une association de rythmes, un solo de batterie (même si ça me gave souvent), plutôt une confrontation de rythmes, aboutissant à une polyrythmie...<sup>9</sup> ».*

8. Voir les travaux de la sociologue Catherine Dutheil-Pessin (UPMF Grenoble)

9. Texte interne, Yann Causse, Festival Jazzèbre Perpignan (2004)



4.

LE JAZZ

CHEZ

LES JEUNES

Hormis quelques-uns des clichés figurants ci-dessus, l'enquête AFIJMA (voir annexe) a révélé une absence quasi totale de représentations du « jazz » (positives ou négatives) auprès des jeunes générations (12-25 ans), à quelques rares exceptions près.

Par ailleurs, les jeunes n'ont, dans leur majorité, pas conscience de ce que les musiques qu'ils écoutent ou pratiquent, doivent au jazz. Il est vrai, toutefois que, débusquer et pointer des réminiscences de la trompette d'Armstrong, du piano d'Earl Hines, de la voix de Billie Holliday, de la batterie de Sydney Catlett ou de la guitare de Charlie Christian dans les musiques qu'ils écoutent, ne suffirait pas à les amener automatiquement à vouloir approfondir leur connaissance du jazz ou à se convertir !

De même que sampler un riff sur un vieux vinyle et le remixer sur une base drum'n bass ne suffit pas pour fabriquer un nouvel avatar du jazz (et l'appeler « Nu-Jazz », par exemple).

## LES QUATRE MODALITES DE RECEPTION DE LA MUSIQUE

« La musique, c'est raconter une histoire avec des sons. »

L'enquête montre que les « jeunes » distinguent des temps d'écoute de la musique formant de véritables séquences « fonctionnelles ». Chacune d'elles correspond à une attente spécifique et répond à un besoin. Ils associent les musiques qu'ils écoutent à ce besoin fonctionnel. Le même sujet peut passer d'un stade à l'autre selon les besoins de son quotidien.

Au nombre de quatre, il est possible de décliner ces modalités de réception de la musique en les organisant en une gradation allant du plus passif au plus actif .

### 1. ENVIRONNEMENT SONORE / DECOR / FOND SONORE / AMBIANCE

Dans cette configuration, la nature même du propos musical a une importance quasiment nulle. La musique n'est que très peu évoquée et ne constitue qu'un bruit de fond. Sa fonction étant essentiellement décorative, on ne la perçoit presque pas, et reste de l'ordre du subliminal. On peut presque la définir « en creux », par son absence. C'est le degré 0 de la conscience. On ne constate à ce stade aucune émotion, aucune démarche de recherche. Il y a repli sur soi.

### 2. DETENTE / PLAISIR / PURIFICATION / DISTRACTION

Apparaît ici un premier degré de conscience. La musique que l'on écoute (toutefois encore de manière assez passive), commence à avoir une fonction : on lui reconnaît le pouvoir d'apporter plaisir, bien-être, voire de distraire. Sa présence est reconnue et sa fonction est vécue comme un élément positif mais ne fait pas l'objet d'une quête active. Elle appartient à l'environnement familier et n'est pas considérée comme un élément discordant mais pouvant créer un minimum de lien.

### 3. REFLEXION / MESSAGE / RECHERCHE DU SON

C'est le début de la phase active à proprement parler. Ce processus naît dans l'espace privé du sujet, là où s'organise sa future personnalité. On note l'apparition d'une démarche délibérée visant, certes, la satisfaction et le plaisir, mais surtout la naissance de l'attrait pour la découverte et le goût du risque. Avant tout, la musique devient porteuse de sens et délivre un message personnel et intime qui deviendra en quelque sorte une signature, un symbole d'identité.

### 4. PARTAGE / EXUTOIRE / « ECLATE » DU SON

À ce stade, la musique devient un facteur puissant de socialisation, un objet de partage et de réjouissance. La musique n'est plus seulement vécue par le sujet au travers de sa dimension individuelle et personnelle. La confrontation et l'échange deviennent des éléments indispensables au plaisir de l'écoute. C'est également la phase de la provocation et de la transgression.

Dans la majorité des cas, et hormis pour ceux qui en jouent, le jazz est considéré par les jeunes comme une musique non fonctionnelle. Il a pu l'être dans le passé, mais il ne l'est plus. Il est considéré comme « classique », ancien et dépassé.

L'enjeu est de faire que le jazz reprenne place dans le quotidien des jeunes, en fonction des valeurs qui sont les siennes, c'est à dire dans les séquences 3 et 4.

Ces quatre modalités d'entrée dans la musique, observées sur ces publics jeunes, peuvent, sans difficulté, être généralisées à l'ensemble des groupes sociaux et constituer une clé de compréhension de mécanismes d'appropriation de la musique par l'ensemble de la population.

## PARLER DU JAZZ

Dans un premier temps, une approche patrimoniale ne présente pas d'intérêt car, quelle que soit la référence historique, elle appartient au passé et est connotée négativement.

Par rapport à ceux qui sont sensibles à la « starification », le faible nombre de figures de cette nature existant aujourd'hui en jazz (et plus particulièrement dans le jazz le plus créatif), rend l'approche totalement illusoire et amènerait à céder aux pressions du marché, seul créateur de « stars ». Il faut rester « authentique ».

Il convient de désanctuariser le jazz : il est ce qu'il est, c'est-à-dire, à part, mais pas « à côté ». Plus que son histoire, c'est son côté matriciel qui fait sa force. Il n'est pas productif de chercher à illustrer cet aspect par des tentatives hybrides, ou des collages qui ne seraient pas validés par les jeunes eux-mêmes.

### 1. LES REFERENCES MUSICALES

#### - Repenser le discours sur le rythme

Les jeunes ont des difficultés à intégrer des figures ou des découpages rythmiques complexes comme en propose le jazz. Il faut travailler davantage sur le ressenti que sur la technique.

- **La musique doit leur parler comme un texte.** Il faut travailler sur leurs capacités d'abstraction afin d'amener la compréhension du jazz au niveau de celle qu'ils ont pour la chanson, quelle que soit leur « tribu ».

- **L'improvisation est vue comme un art techniquement difficile** et est systématiquement associée au texte (rap, slam)

### 2. OUTILS ET TECHNIQUES

Les nouvelles technologies ne doivent être utilisées que si elles sont de nature à fournir une réponse adéquate aux objectifs visés, jamais pour elles-mêmes.

Tout en fournissant des balises, il faut imaginer deux types de parcours initiatiques, guidé et auto-construit.



5.

LA

FORMATION

DU GOUT

POUR

LE JAZZ

## LE POSITIONNEMENT DE L'AFIJMA

L'analyse de la formation du « goût artistique » fait appel à un croisement de la psychologie et de la sociologie et fait apparaître des « catégories » au sein du public basées sur la construction de « profils-types », à l'image de ce qui se pratique dans le domaine du marketing. À la différence, cependant, que dans le secteur culturel, les critères discriminants sont beaucoup plus complexes.

### LE JAZZ, ADHÉSION ET REJET

Comme on l'a vu, l'une des missions que se sont assignés les festivals de l'AFIJMA est l'élargissement des publics du jazz ; pour cela, ils mettent en œuvre des actions et des dispositifs prioritairement destinés à ceux qui ne fréquentent pas habituellement les salles de spectacles. Pour être efficace, le contenu de ces actions et dispositifs doit tenir compte de la manière dont se forme le goût pour cette musique, et son inverse, le rejet. Tel était l'un des objectifs de l'étude effectuée par l'AFIJMA auprès des scolaires et dont les résultats ont été présentés plus haut.

Comme il en est avec quelque forme d'art que ce soit, chacun de nous entretient un rapport singulier avec la musique. Certains manifestent des goûts très éclectiques et pratiquent une sorte de zapping musical alors que d'autres entretiennent un rapport privilégié voire exclusif avec une esthétique, un artiste ou un style. L'éclectisme n'est toutefois pas contradictoire avec un tropisme marqué pour une forme d'expression spécifique. On peut « aimer toutes les musiques », c'est-à-dire avoir une oreille tolérante, et en même temps se reconnaître plus particulièrement dans l'une d'entre elles.

Mais, quelles sont les raisons pour lesquelles on préfère, par exemple, l'opéra aux musiques traditionnelles ou le rock au jazz ? Et, en jazz, pourquoi aime-t-on particulièrement le be-bop, le free ou la fusion, et pas le reste ?

Pourquoi rejette-t-on la musique contemporaine, le rap ou la chanson, rejet qui peut parfois s'exprimer de manière radicale, brutale ou violente, tant l'art touche à l'intime ?

Au chapitre des rejets, la sociologie s'est penchée sur le cas de l'art contemporain<sup>10</sup>, alors que pour l'adhésion, on a ausculté les publics de la danse contemporaine : on dispose par exemple d'une vaste étude qui pointe 7 types d'attentes de spectateurs : « ça passe », « c'est ça », « c'est expressif », « c'est beau », « c'est bien travaillé », « c'est féérique », « c'est intéressant »<sup>11</sup> ...

Ce travail n'a pas encore été fait pour le jazz.

Comment se comporte-t-on face à quelque chose de nouveau et qui surgit brusquement dans notre quotidien ? Sommes-nous prêts à adopter sans hésiter les nouveautés, que ce soit en matière de biens ou de services, ou d'art ?

Comment ces éléments nouveaux, donc étrangers à nos habitudes interagissent-ils avec l'existant ?

10. Heinrich Nathalie, *L'art contemporain exposé au rejet / Le Triple Jeu de l'art contemporain*, Paris, Editions de minuit, 1998.

11. Guy Jean Michel, *Les publics de la danse*, Paris, La Documentation Française, 1991.

### LES PRATIQUES DE CONFIRMATION

En premier lieu, parmi les comportements observés, notons la « pratique de confirmation » (par exemple, ce que l'on fait immédiatement en recevant la nouvelle édition de l'annuaire du téléphone, à savoir vérifier que son nom figure toujours à la bonne place ...). C'est une façon de se rassurer, sans doute, mais aussi, une manière de poser des repères afin de mieux pouvoir naviguer ensuite dans l'inconnu.

La majorité des pratiques de consommation culturelle ou de divertissement relève de cette logique, dans laquelle les formes reconnues socialement et les artistes repérés par les médias sont naturellement favorisés au détriment de la création et des formes innovantes.

Un exemple nous en est fourni par Paul Mc Cartney. Il y a quelques années, à l'occasion de sa venue à Paris avec sa formation, il donna une interview au journal *Le Monde*. Le journaliste lui fit remarquer que l'essentiel de son programme de concert était constitué de morceaux provenant du répertoire des Beatles, joués comme sur les disques. Il répondit qu'il aurait été passionnant de jouer de nouveaux arrangements, plus originaux, mais que ce n'était pas ce que désirait son public. Il ajouta que, pour lui, l'important était de donner à ce public ce qu'il était venu chercher, à savoir, des pièces connues qu'il pouvait aisément reconnaître.

Cette forme de conservatisme n'est pas l'apanage des amateurs de pop ; elle se retrouve dans toutes les esthétiques, des musiques traditionnelles aux musiques contemporaines (et au jazz ...).

Cette attitude ne doit pas être diabolisée. Elle ne fait que révéler l'une des modalités universelles du rapport qu'entretient chacun à la musique, et qui consiste à rechercher en premier lieu un univers familier et rassurant, avant la surprise et le dépaysement.

Ainsi, l'auditeur se construit-il un rapport singulier à la musique en fonction de son vécu, de son expérience, de références culturelles multiples qui contribuent à structurer sa personnalité. La « reconnaissance » fait naturellement partie du processus, de même que l'aspiration pour la nouveauté et le changement.

**L'acte d'appropriation d'un élément musical se fonde sur l'inventaire que fait intuitivement le sujet des éléments vécus positivement et négativement en fonction d'un moment précis de son parcours. C'est au terme d'une sorte de « procès intérieur » où l'ensemble des éléments est mis dans la balance, que s'opère son choix.**

## UNE APPROCHE DIDACTIQUE PAR L'USAGE

Une série de travaux de recherche réalisée en sociologie de l'usage<sup>12</sup> propose une voie d'approche de la relation qu'entretient l'utilisateur à un produit ou un service nouveaux. Il est possible de l'adapter au jazz, considérant que cette musique est à la fois intrinsèquement innovante et nouvelle pour celui ou celle qui s'y trouve confronté pour la première fois, afin de concevoir **une approche didactique de type nouveau**.

### 1) banalisation ▶◀ idéalisation

Le jazz ne doit pas être idéalisé. Ce qui est idéalisé apparaît moins accessible et moins à même d'être approché, donc intégré et assimilé dans le quotidien. L'idéalisation crée une forte attente chez les sujets, qui peut ne pas être totalement satisfaite et ainsi induire frustration et rejet.

A l'inverse de le banaliser, l'objectif est d'en faire une « chose » évidente, une partie intégrante du quotidien, presque une partie de soi, de son univers, tout en lui conservant un pouvoir de distinction. Il pourrait s'agir en quelque sorte, « d'élitisme pour tout le monde ».

Les ressorts de l'attitude de ceux qui vouent une sorte de culte à un musicien ou à un style musical relèvent de l'irrationnel et du passionnel ; il est illusoire d'attendre un transfert vers une autre domaine, donc vers le jazz.

### 2) hybridation ▶◀ substitution

Le jazz ne doit pas se positionner comme un substitut aux autres musiques dans les pratiques des usagers (cela serait par ailleurs totalement utopique, voire dangereux, et de toute façon impossible), mais s'intégrer, se mélanger, avec ce qu'ils écoutent habituellement afin d'apparaître comme un enrichissement.

Induire que la nouvelle pratique rend obsolète l'ancienne, qu'adopter le jazz implique pour le sujet de renoncer à écouter les autres musiques, fait écho au processus d'idéalisation, et confère une signification négative aux pratiques existantes et donc le rejet.

Inciter à l'hybridation, consiste, au contraire, à pointer les convergences entre les esthétiques afin de susciter ouverture et meilleure capacité de faire des choix.

### 3) actif ▶◀ passif

L'expérience montre que le rejet provient souvent du sentiment éprouvé par l'utilisateur d'avoir été contraint dans son choix, de ne pas avoir exercé son libre-arbitre. Il perçoit alors son identité comme étant passive, « un objet pour les autres ».

Il doit se sentir « sujet agissant ». En conséquence, l'objectif est de lui offrir, non pas un modèle à reprendre, mais des clés, des pistes, afin qu'il se construise son propre univers musical. Une musique, habituellement moins accessible, lui paraîtra désormais légitime, du fait même qu'il aura le sentiment d'exercer lui-même l'effort nécessaire pour qu'elle trouve place dans son quotidien.

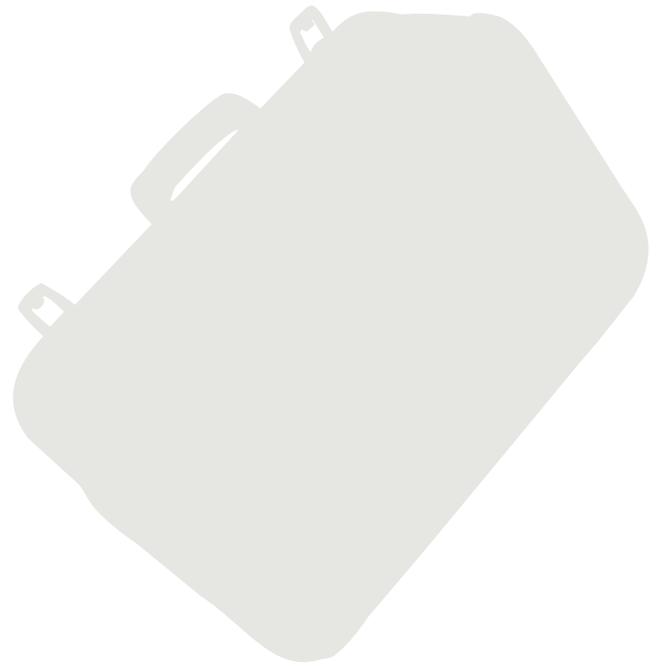
### 4) ouverture ▶◀ fermeture

Tout ce qui peut contribuer à fournir à l'utilisateur des éléments de construction d'une sociabilité satisfaisante doit être mis en avant. La sociabilité peut être restreinte, et néanmoins forte et satisfaisante, comme c'est le cas dans les différentes « tribus ». Il s'agit là, cependant, d'un univers clos, construit autour de rites d'appartenance qui, dans la plupart des cas, excluent avant d'inclure.

À l'inverse, il s'agit d'encourager l'ouverture à l'autre ; la fermeture étant l'obstacle le plus rédhibitoire à la construction d'un soi harmonieux. Le jazz n'est pas épargné par les attitudes et pratiques d'exclusion et de fermeture. Il est donc vital de proposer un modèle favorisant l'échange, la confrontation, l'évolution et l'enrichissement de sa propre culture.

12. Programme de recherche-développement CAUTIC Grenoble





6.

JAZZ,

MUSIQUE

DE CREATION

Il y a donc jazz et jazz ...

Lieu commun, certes, mais l'analyse du succès de Norah Jones peut-elle contribuer à faire comprendre et apprécier la musique d'Ornette Coleman ?

L'outil pédagogique permettant le travail d'action culturelle doit être adapté aux spécificités du jazz créatif contemporain. Quelles sont les caractéristiques de ce jazz-là ?

Beaucoup considèrent que le jazz est « la » musique du XX<sup>ème</sup> siècle par excellence. C'est une forme musicale « ouverte » qui se caractérise, notamment, par l'importance qu'elle accorde à l'improvisation, qui peut être totale.

Il s'agit, à la base, et depuis l'origine, d'une musique de création. Ainsi, dans un premier temps, il ne convient pas de parler de jazz, mais opposer musique de création à musique de répétition.

Il va sans dire que le jazz n'a échappé ni à la marchandisation, ni à la répétition (cf. l'étrange mode du « jazz new-orleans » qui ne correspond à aucune réalité historique). Il a cependant été et continue d'être une manière nouvelle de concevoir et développer un discours musical dont l'une des caractéristiques fondatrices est son côté « inachevé », puisque sans cesse remis en chantier par le musicien au point qu'il n'existera jamais de « version définitive » d'un thème (même si certaines d'entre elles touchent au sublime).

## CONTINUE ET RUPTURE

**D**ans le domaine musical, les moments de rupture majeurs (tels le dodécaphonisme, la musique « concrète » ou, en jazz, le « free ») ont très logiquement laissé au bord du chemin une bonne partie du grand public, tout en comblant une fraction minoritaire, ceux dont le moteur est précisément la recherche de la nouveauté.

Il a été montré que le besoin de repères est fondamental dans le processus psycho-cognitif à l'œuvre dans le rapport à l'art<sup>13</sup>. « L'oreille » humaine s'est construite lentement dans la continuité, chaque phase (monodie, hétérophonie primitive, polyphonie, Renaissance, période dite « classique », de Wagner à Debussy, Ravel / Bartok et au delà) puisant ses racines dans la précédente.

**Dans pratiquement toutes les musiques, il est possible de mettre en évidence des gradations entre les propositions entièrement fondées sur des éléments connus (donc reconnaissables et reconus) ou aisément identifiables (car simples et déjà familiers) et l'aventure absolue (comportant un maximum d'éléments de rupture).**

## LA MARGE D'INDETERMINATION

**L**e discours musical s'organise autour de règles du jeu écrites ou orales (l'absence de règles pouvant s'analyser comme étant une règle en soi). Cette règle façonne l'œuvre, organise le jeu des musiciens entre eux, et conditionne le rapport de ceux-ci avec le public.

Cependant, dans certaines formes musicales, la « règle du jeu » peut autoriser une part d'« indétermination ».

« Indétermination », doit être compris ici comme étant un processus de nature volontaire, où tout n'est pas déterminé par avance, par opposition à un processus qui reposerait entièrement sur le hasard et l'aléatoire. Ce choix d'aménager des espaces ouverts est celui d'un individu ou d'un groupe.

La marge d'indétermination peut être nulle, lorsque tout est prévu et réglé par avance (de manière caricaturale, une pièce écrite, jouée par un ordinateur par exemple<sup>14</sup>) ou maximale (la « free-music » ou improvisation libre, même si, dans ce cas précis, l'absence de règles explicites masque souvent des comportements stéréotypés et prévisibles).

Ainsi, dans le cas de Mc Cartney, il y a volonté explicite de réduire la marge d'indétermination en adoptant pour règle de jeu l'imitation absolue d'un modèle préexistant.

Il peut cependant subsister une part d'aléatoire, dans le jeu du ou des exécutants notamment la « qualité » technique de l'interprétation.

Les musiques « écrites » sont par nature contraintes par la partition ou ce qui en tient lieu et qui est censée exprimer la volonté suprême du compositeur. La tâche de l'interprète est d'en retrouver fidèlement l'esprit et la lettre et d'exécuter l'œuvre le mieux possible. Pour l'auditeur, il s'agira, (au-delà d'un premier contact fondateur), de jauger la qualité de cette interprétation par rapport à un idéal.

14. Bien qu'en septembre 1985, André Hodeir, Philippe Gautron et David Wessel (IRCAM « Actualité de la recherche ») évoquent une simulation de l'improvisation sur ordinateur laquelle « si elle n'aboutit pas encore à une improvisation réaliste, (...) est toutefois acceptable, les auteurs de la recherche étant eux-mêmes tout à fait incapables de prévoir la partition générée. ».

13. Chailley Jacques, *Expliquer l'harmonie*, Paris, L'Harmattan / Rencontres, 1967.

Il existe donc une marge d'incertitude, mais pas d'indétermination.

Certains compositeurs ont ménagé, dans le processus même de l'écriture, des plages de quasi-liberté (en baroque ou les « cadences » en classique et les systèmes ouverts en musique contemporaine). Il s'agit bien, là, en théorie, d'espaces d'indétermination. Dans la pratique, ceux-ci se sont réduits et ont très vite été abandonnés à la virtuosité de l'interprète qui pouvait exécuter une séquence personnelle mais figée, car, en fait, pratiquement préécrite<sup>15</sup>. En musique contemporaine, ce travail a très vite été confié à des musiciens ayant une pratique du jazz ou des musiques improvisées, ce qui montre les limites de l'exercice.

En quoi cette marge d'indétermination est-elle importante ?

Elle l'est, à la simple condition que le musicien ou l'auditeur en ressente le besoin.

L'aménagement d'un espace d'indétermination au sein d'un propos musical peut être vécu, selon Citton, comme générateur d'un « lieu d'espoir », un lieu où ne dominerait pas la crainte de la « fausse note ». Appliqué au jazz, il appelle une écoute participative et invite tout auditeur à se transformer en musicien. Poussée à l'extrême, dans une situation d'improvisation totale, « l'utopie jazz fait rayonner l'image d'un monde où l'impression appelle l'expression, où l'incomplétude fatale du donné s'affiche comme telle, pour engager chacun à la fois à y remédier et à se réjouir de tous les possibles qu'elle laisse ouverts ».

Dès son origine, le jazz s'est entre autres distingué des autres musiques par sa capacité à exploiter l'indétermination. Avant même la prise de parole du soliste, par King Oliver puis Louis Armstrong, cette dimension existait de fait dans les « collectifs » et dans la capacité des musiciens à modifier leur discours par des embellissements ou variations personnels (usage déjà ancien en classique). La pratique du chœur où chaque soliste viendra prendre son tour de parole (évidemment restreint dans les grandes formations), permettra néanmoins de révéler le génie des Parker, Coltrane ou Miles.

La contrainte harmonique, celle des carrures et des tempi, n'empêchera nullement cet espace de prospérer et de fournir aux musiciens de jazz ainsi qu'aux amateurs le cadre de moments d'émotion uniques.

Le « free jazz » ira même plus loin en permettant de s'affranchir de la plupart des codes formels et autorisera le recours à d'autres moyens d'expression, moins conventionnels (cris, bruits, etc.).

Le jazz est une forme d'expression musicale dans laquelle la marge d'indétermination occupe un rôle fondamental.

Comment ouvrir des espaces d'indétermination en jazz ?

Les musiciens de jazz peuvent les investir grâce à l'improvisation, mais aussi, aux manipulations rythmiques, au travail sur les formes et au jeu sur les timbres et sur les dynamiques.

15. Pour plus de détails, voir le livre majeur de Derek Bailey, *L'Improvisation* (Editions Outre Mesure - Paris 1999) P. 35 et seq

16. Citton Yves, *L'utopie jazz entre gratuité et liberté* in Multitudes N°16, 2004.

17. op. cit.

18. Bergerot Franck, *Le jazz dans tous ses états*, Paris, Larousse, 2001.

## LE RAPPORT AU TEMPS

### A. LE JAZZ, EXPRESSION DU SENS DU QUOTIDIEN ?

Si l'on admet que l'une des caractéristiques essentielles du jazz est sa forme délibérément inachevée, il est possible de dire qu'il permet à ceux qui le pratiquent et l'écoutent de vivre en dehors de tout absolu. Ici, quotidien s'oppose à absolu, c'est-à-dire à tout ce qui relève de la transcendance, l'œuvre inscrite dans le marbre pour l'éternité, par exemple. Le musicien de jazz, en complicité avec celui qui l'écoute, ne craint pas la fausse note, car celle-ci n'existe pas (tout du moins pas dans l'improvisation).

Il est commun de dire qu'il n'existe jamais de version définitive d'un morceau de jazz. La pratique des « standards » consiste à utiliser des formes appartenant au fonds culturel commun tant des musiciens que des auditeurs et de les remettre sans cesse en question. Le musicien peut ainsi, à chaque relecture d'un standard, partir d'un cadre plus ou moins lâche et en partie connu de ses auditeurs et réécrire une page de son histoire selon son vécu du moment.

Le jazz est une musique qui permet de s'affranchir des contraintes du temps long et d'imaginer « un monde débarrassé de l'exigence d'un sens » (Yves Citton). Il est vécu comme un espace des possibles où chacun existe dans sa singularité, avec ses forces et ses faiblesses, mais avec la possibilité de réaliser demain ce qui n'a pas été possible aujourd'hui, en tenant compte du quotidien et non par référence à l'absolu. C'est un lieu d'espoir.

Par ailleurs, produit non fini, il est difficile à reproduire et offre une grande résistance au marché. « Le jazz fait l'objet d'une demande que l'offre n'a pas pour fonction de satisfaire, mais d'outrepasser et de relancer » (Yves Citton<sup>17</sup>).

### B. SE LIBERER DU METRONOME ?

Mais, le temps, c'est la pulsation et d'abord, celle, élémentaire et fondatrice, du cœur. Le rythme est la manière dont chacun s'en empare pour en subdiviser le flot et marquer des repères. Le jazz a permis et imposé une manière différente de percevoir la marche du temps et de canaliser l'énergie.

Baptisé swing (« It don't mean a thing ... »), ce balancement a trop vite été réduit à cette pulsion ternaire si difficile à intégrer par ceux dont la culture était par trop « classique », la figure rythmique fondatrice qu'est le « chabada ». Celle-ci constitue une des innovations majeures apportées par le jazz, au point d'en être la quasi signature, mais elle est devenue presque caricaturale.

Toutefois, la notion de swing recouvre aujourd'hui une réalité bien plus large. Comme l'écrit Franck Bergerot<sup>18</sup> : « Les jazzmen ont su appliquer le swing non seulement à la mesure à quatre temps, mais aussi aux différents langages rythmiques qu'ils croisèrent au cours de l'histoire, de la clave latine aux martèlements du rock. Les descendants actuels des premiers jazzmen appliquent aujourd'hui la notion de swing plus largement encore, flottant librement sur les nouveaux matériaux qu'ils font leurs comme leurs aînés flottèrent sur les barres de mesure des standards. Du swing, il reste aujourd'hui cette façon de vivre le temps, cette précision du geste et cette joie du corps transformant le tempo en élan pur. Il reste aussi cette faculté de dire « je » face au temps métronomique... ».

## L'OUVERTURE AUX CULTURES DU MONDE

### A. LE MÉTISSAGE

De sa rencontre fondatrice avec l'Afrique et l'Europe à sa fusion avec la techno, en passant par les Caraïbes, l'Inde, la soul revisitée, le rap, « d'allers-retours dans sa mémoire à un futur inscrit dans son passé » (Pierre Le Queau), le jazz a emprunté de nombreux chemins de traverse. On retrouve la problématique propre au métissage, référence / influence, assimilation / appropriation.

« Le métissage n'est pas une valeur, c'est un fait. Ce n'est pas l'exception, c'est la règle. Dans une société ouverte, toute musique est le fruit d'un métissage. « Ne pleure pas Jeannette » a été un chant grégorien, un air d'opéra-comique, avant de nous faire marcher au pas, en short et en pataugas. La bourrée nous est arrivée par les Boulgres, c'est-à-dire les Bulgares. Ici aussi, et c'est tant mieux, toute « pureté » est introuvable, la musique n'est jamais chimiquement pure ». (Philippe Gumplowicz)

Ce processus de métissage à maturation lente (selon l'expression de Gilbert Rouget) permet, au final, d'obtenir une entité autonome, le jazz, dans laquelle il est vain et spécieux de chercher ce qui provient de l'héritage africain ou de la tradition européenne, voire de toute autre culture.

Les rencontres musicales fécondes sont celles dans lesquelles on constate des modifications de part et d'autre et non unilatéralement. L'échec du processus est patent lorsque, comme souvent entre les musiques traditionnelles et le jazz, seuls les musiciens de jazz sont en capacité de s'adapter. Dans ce cas, on peut parler de simple juxtaposition.

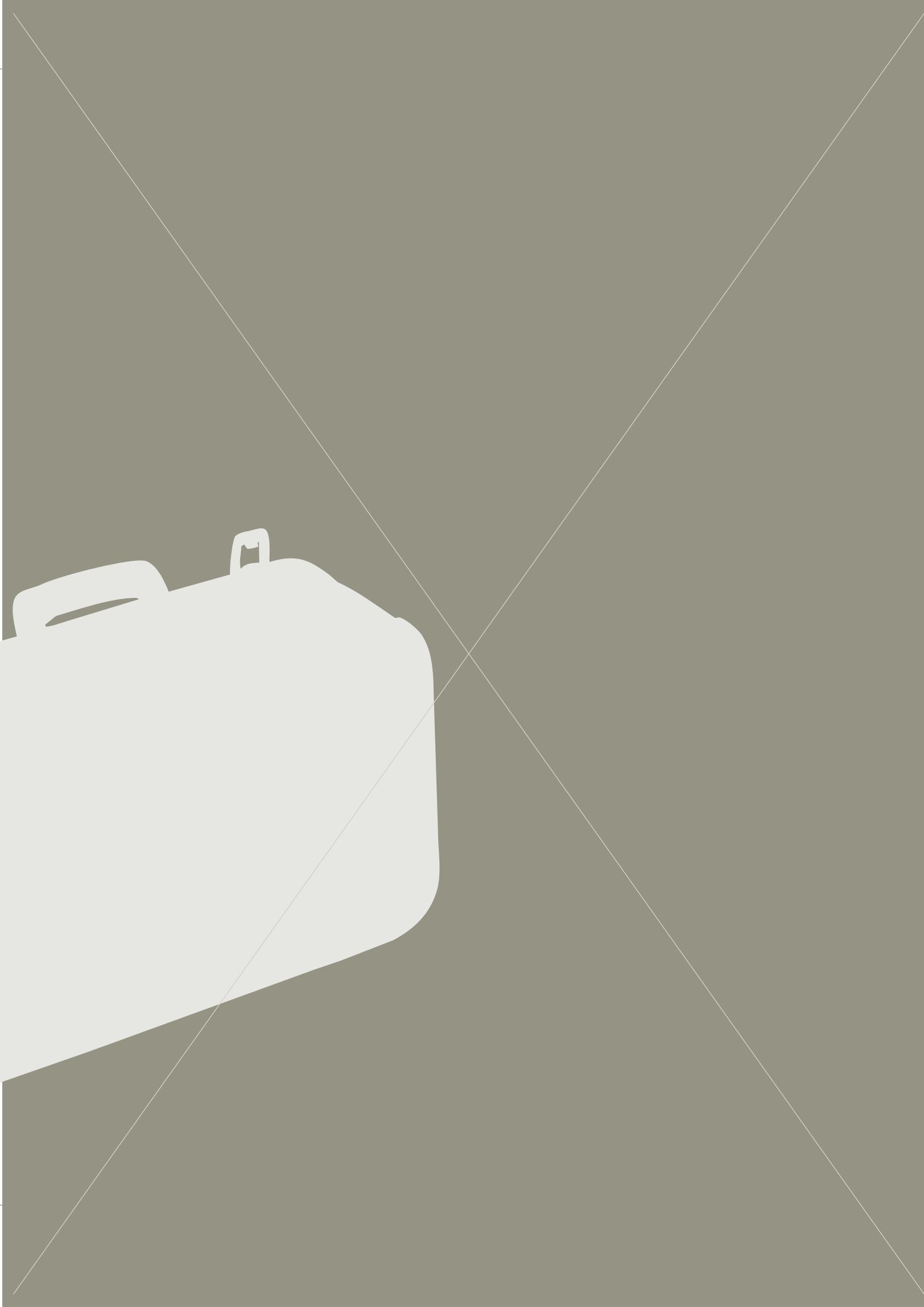
Comme le rappelle Franck Bergerot, « on oublie parfois que, dès les origines, le jazz tira sa sève de racines innombrables et dispersées et qu'il assimila tout au long de son existence une multitude d'essences empruntées aux espèces les plus variées ».

On peut citer l'exemple de la bossa nova, dont les « inventeurs » (Jobim) reconnurent immédiatement la dette qu'ils avaient vis-à-vis du jazz, et qui permit à la musique populaire brésilienne de devenir beaucoup plus qu'un folklore. En retour, le jazz trouva dans la bossa nova un formidable renouvellement de son inspiration ainsi qu'un nouveau souffle rythmique.

## **B. UNE CONSCIENCE SOCIALE**

Le jazz s'est construit à partir de la prise de conscience de la domination d'une culture sur une autre dans un mouvement de libération et de construction d'une identité. Ce processus a connu des épisodes extrêmes au fil du XXème siècle, culminant peut-être, dans les années 70, avec le mouvement Free Jazz / Black Power. Toutefois, quelle que soit l'époque, et sans en appeler aux extrêmes, cette musique conserve encore aujourd'hui toute sa capacité à refléter la réalité sociale et à la retranscrire dans le langage de l'art, et ce, avec la même force qu'au début du siècle dernier.

Par la liberté qu'il implique, le jazz conserve son pouvoir subversif. Il se remet constamment en cause, remet en question ses formes et ses modèles sans prendre le marché comme référence. Il induit un rapport plus égalitaire entre le public et les artistes car « il donne une image idéale du faire ensemble » et propose une conception de la société où « les agencements collectifs laissent chacun aussi libre que possible de construire et d'exprimer sa singularité ». (Citton)



# 7. IMAGINER DES DISPOSITIFS NOUVEAUX

En juillet 2001, le groupe de réflexion chargé d'imaginer de nouveaux dispositifs d'action émet la proposition de travailler sur le concept d'une exposition d'un genre nouveau, une exposition qui « ne représentera pas une vitrine du jazz ni ne retracera l'historique de cette musique, ne cherchera pas non plus à convaincre les visiteurs d'une quelconque démarche, mais s'attachera à montrer la manière avec laquelle on vit la musique, aujourd'hui ».

Pour ce faire, le groupe de réflexion s'assure la collaboration de professionnels, d'enseignants et de chercheurs.

## OBJECTIFS GENERAUX

L'idée, à travers ce projet d'exposition est d'aller au-delà des présentations traditionnelles de la musique. Il ne s'agit ni de faire découvrir des instruments de musique (instruments d'une époque particulière, d'un espace géographique particulier, d'un style de musique...), ni de faire découvrir des musiciens, compositeurs, chanteurs, stars... (objets et photos, instruments de musique sur lesquels ils ont joué, partitions, pochettes d'albums, affiches de concerts, correspondance, présentation du contexte historique et politique de création, analyse même des messages que fait passer le compositeur et des apports à la musique ...), ni enfin, et c'est peut-être ce qui est le plus difficile à éviter, le plus difficile à défendre, de faire découvrir un style de musique.

L'exposition ne serait pas une exposition sur le jazz car elle ne convaincrat personne qui ne soit déjà convaincu, et encore moins les jeunes.

Dès lors, le but n'est pas de donner une pure image du jazz, mais de le banaliser, de lui donner une présence dans le quotidien, dans l'univers personnel de chacun. Il ne s'agit pas de le substituer aux musiques écoutées et appréciées par les visiteurs, mais plutôt qu'il s'y intègre, du moins que les visiteurs prennent mieux conscience des liens du jazz avec la musique qu'ils aiment. Il faudrait qu'en sortant de l'exposition, ils s'interrogent sur la musique qu'ils écoutent, sur leurs choix musicaux. L'objectif n'est donc pas d'offrir un modèle à reprendre, mais des clés, des pistes, pour se construire un univers musical où la musique habituellement moins accessible trouverait aisément sa place, du fait d'un effort de recherche, d'une action.

L'enjeu est de faire prendre conscience de ce qu'est la musique, de sa place dans la vie de ceux qui la font et de ceux qui l'écoutent. Le projet est au final d'instaurer un dialogue autour des esthétiques, des musiques liées par une même histoire, de développer le savoir, donner les clés de compréhension. L'exposition doit provoquer une capacité d'ouverture.

Ces objectifs ne peuvent pas être atteints par une exposition traditionnelle, pédagogique, sérieuse ou ludique. Il faut trouver un style différent d'exposition.

L'exposition, parce qu'elle vient des arts plastiques et visuels, n'est pas, a priori, le média le plus apte à commémorer la musique. En effet, elle n'est pas un objet à trois dimensions, mais un objet sonore s'inscrivant dans la durée. Il est alors nécessaire d'entamer une réflexion sur la forme et le contenu. Ceci passe nécessairement par la visite et l'analyse d'autres expositions consacrées à la musique (voir annexe).

Assez vite, les membres du groupe optent pour un projet inspiré de ce qui

avait été fait lors de l'exposition « Pom pom pom pom » à Neuchâtel. Cette exposition (voir annexe 2) était composée de neuf alvéoles invitant à voir la musique, de l'intime à la transe, suivant un parcours dans différentes pièces. Chaque alvéole traitait d'un thème particulier, présenté sous un intitulé explicite (« le seuil du silence », « l'essence du plein », « alignez », « couvrez », « liquidation totale »...), accompagné de textes explicatifs. Pour la première fois, le son était présent dans une exposition du Musée d'ethnographie de Neuchâtel. Au total, l'espace était animé par neuf points sonores prolongeant les thématiques. Le but affiché était « d'éveiller le regard appelé à suivre le cheminement d'une énigme au moyen d'un souvenir sonore ».

L'exposition « Pom pom pom pom » semblait répondre à l'analyse faite à la suite de l'enquête, qui montrait que la musique n'est pas écoutée de la même façon tout au long de la journée, et selon les lieux où elle s'écoute. Elle n'a pas la même fonction selon les conditions de son écoute.

L'idée est alors apparue d'instituer au sein de l'exposition des espaces recréant une ambiance particulière d'écoute, le projet partant d'un concept assez simple « On aurait trois espaces (intimes, partage, imaginaire) séparés par des « portes » puis une sortie explicite. Dès cette première ébauche, le projet est assez concret pour que chaque espace soit associé à un concept précis.

## « SONS DESSUS DESSOUS » : PROJET D'EXPOSITION

Le projet part du constat qu'il existe une relation forte chez les jeunes entre les musiques auxquelles ils adhèrent et qu'ils écoutent et leur environnement quotidien, au point que ces musiques en viennent à répondre à un véritable besoin, par ailleurs, largement partagé par toutes les générations (décor sonore, détente, message, partage).

Ainsi, le visiteur traversera-t-il différents espaces appartenant à la sphère domestique de la maison. Les quatre espaces (cuisine, salon, chambre et garage) mettront en scène des manières spécifiques d'appréhender et de vivre les sons et la musique. Différents objets visuels et sonores y seront montrés et scénarisés dans le but de provoquer des interrogations, de susciter des questionnements, de bousculer des habitudes, tout en distrayant et en informant.

Le projet s'écarte des cadres classiques d'exposition sur le jazz sans pour autant se dispenser d'utiliser ces outils d'information et de plaisir.

Quatre totems thématiques autour du métissage, de l'individualité, de la liberté et du rythme/temps présenteront sur plusieurs étages des dialogues d'objets, parfois en opposition.

Grâce aux six bornes d'écoute et de téléchargement de musique, d'extraits sonores, les visiteurs auront la possibilité à la sortie de l'exposition de s'immerger dans le jazz et les musiques improvisées.

## **A. LE PREMIER BLOC / LA PREMIERE SALLE (COMPOSEE DE QUATRE ESPACES ET UNE FRESQUE)**

Le sas d'entrée : il invitera le visiteur à commettre un acte symbolique, qui sera une manière de lui suggérer d'abandonner ses préjugés et d'ouvrir son esprit. Le visiteur peut être amené à piétiner une image, une icône, un texte ... Ce passage doit réellement être marqué.

Entre le sas d'entrée et le lieu d'exposition sera suspendu une tenture/rideau noir. L'objectif est de créer un effet de surprise, de masquer l'exposition et d'inciter les visiteurs à axer leur regard sur le « tapis d'idole » qu'ils sont en train de piétiner.

Le sas de sortie : la sortie amènera le visiteur à commettre un acte, franchir une étape.

### **1er espace : la cuisine**

Le premier espace sera matérialisé par une ambiance dans laquelle la musique tient une importance quasi nulle. C'est le degré zéro de la musique. Les choses présentes doivent solliciter les sens, mais au degré zéro. Tous les éléments inhérents à la cuisine (nourriture, son, décor, couleurs,...) seront insipides, fades, sans saveurs, neutres et sans aspérités. Ces éléments feront de la cuisine un environnement neutre. Paradoxalement, l'univers du goût par excellence se retrouve réellement sans saveur.

Aliments : boissons incolores, purée, « épices fades », incolores, soupes de tapioca, ...

Décor : cartes postales sur le frigo, couleurs des murs fades, calendrier des postes, photographie de chanteurs désuets...

Mobilier : il être neutre / blanc : frigo, lave-linge, table, nappe, radio, placard...

Sons : de puissance faible, bruit d'un frigo, d'une goutte d'eau, radio qui diffuse une musique minimaliste ou des murmures

Odeur : présence d'objets désodorisants. Neutraliser tout ce qui fait appel aux sens.

### **2ème espace : le salon**

Le salon est l'espace où l'on parvient à une gradation supérieure dans l'importance accordée à la musique. C'est le premier univers où le visiteur commence à réfléchir. La musique endosse une fonction légèrement plus roborative. Cela reste quand même le lieu du consensus mou, douillet, où la famille se retrouve.

Mobilier : canapé, fauteuil, portemanteau, téléviseur, bibliothèque, discothèque

Diffusion d'images : images muettes en zapping sur le téléviseur (jeux télévisés, émissions grand public, séries télévisées, télé réalité, jingle de début de pub, documentaire sur les animaux...). Les images diffusées

n'auront aucun lien avec les sons diffusés dans l'espace. Il faudra envisager un montage vidéo.

Objets et ambiance : on y développe une ambiance lounge, new age, une atmosphère agréable. Le salon inspire tout ce qui a trait à la détente, la relaxation et ne portant pas de message. Le salon contiendra des anachronismes, tenant compte des codes et symboles de toutes les générations, une ambiance intemporelle. Des cd cohabitent avec les vinyles et les K7 audio, les minidisks. Il faut collecter des objets connotant la musique et le plaisir de l'écoute.

### **3ème espace : la chambre**

La chambre à coucher, lieu privilégié, comme nous l'a appris l'enquête, pour l'appropriation par le jeune, des valeurs qu'il estime lui correspondre. C'est le lieu de l'écoute intime. La chambre doit être composite et rassembler les codes de tous les styles. Chacun devant trouver des objets ou signes forts le ramenant à ses codes, ses styles. C'est aussi dans cet espace que se développe l'esprit de liberté, de révolte, de détente, d'introspection, d'intimité. Ici, la musique est un moyen de s'affirmer, c'est là qu'elle porte un message. La chambre est l'illustration de cette affirmation de la différence. On va donc la caricaturer en forçant les traits.

Éléments visuels : présence de graphes, nombreux posters sur les murs en tenant compte de toutes les époques représentées et en dialogue musique/politique de liberté/sports, des cd vinyles porteurs de messages, zapping sur l'ordinateur avec des images, clips, jouets et objets d'adolescents de toute époque et de toute la catégorie d'âges.

Les codes présents sont aussi ceux des adultes d'aujourd'hui – jeunes d'autrefois. De plus, la chambre du jeune reste volontairement en désordre.

Les images n'auront là non plus, pas de lien avec la diffusion des sons.

Mobilier : lit, espace vêtement, commode, chaussures, bureau, ordinateur ...

### **4ème : le garage**

Le quatrième espace, lieu majeur de socialisation au sein du groupe électif est le sous-sol de l'immeuble voire le garage. Peu à peu abandonné par les adultes et reconquis et aménagé par le jeune. C'est le lieu de l'écoute bruyante, des premières transgressions. Où se construit la place de chacun au sein du groupe social qui lui correspond. Le garage est présent pour pouvoir signifier le partage. Cela pourrait être un local de répétition. Le garage est le lieu de la danse en groupe, la transe, le partage.

Musique : techno, jazz, free, rock ...

Visuel : graffitis, images de concerts, intemporels. Vidéo en zapping muet sur une des faces de la pièce : des musiques live et surtout des images de foule.

Objets et mobiliers : il s'agit de trouver des objets qui symbolisent le partage. Pour imager le garage, il serait possible de le présenter simplement par un objet tel une roue de vélo, des briques, ou encore un bidon d'essence. Peuvent également être présents, des objets ayant trait à la musique ensemble : platine, cendriers pleins, instruments, amplis ...

Des questions d'ordre plus technique sont alors abordées : durée de la visite, adaptabilité d'un festival à l'autre, éclairage, montage et diffusion d'images, sonorisation, transport et stockage, matériaux, mise en scène, modes de circulation, conformité aux normes de sécurité, circulation de la visite .

## Le parcours iconographique / la fresque

Une iconographie rassemblera les clichés du jazz dans les couloirs de l'exposition. Cette fresque ne regroupera pas les éléments par thématique ou de façon chronologique, ni didactique. Elle ne suivra pas une évolution particulière, mais comportera des dialogues dans le cadre d'associations parfois incongrues. Elle aura un rôle décoratif.

## B. LE DEUXIEME BLOC / LA DEUXIEME SALLE (BORNES ET TOTEMS)

Les bornes : les visiteurs pourront écouter et télécharger des éléments musicaux. Pour ce faire, il faudra envisager un dispositif avec des ordinateurs qui comprendront une présélection de morceaux dont on aura déterminé la durée et le nombre. Ils offriront la possibilité de télécharger des MP3.

Les totems : quatre totems, quatre étages par totem, une à trois saynètes par étage.

### Totem 1 : le métissage

Dialogue des cultures dans la musique. Rêves réciproques des noirs africains et noirs américains. Idée que le métissage n'est pas l'exception mais la règle. World music. Animaux chimériques, jazz, United Colors of Benetton. Sur un étage monter une discothèque avec des mélanges improbables : la discothèque improbable® : Petite musique de nuit, jouée par un steel band, Il était un petit navire joué par l'Orchestre symphonique de Shanghai, Joe le taxi repris par une japonaise ...

### Totem 2 : la liberté en contradiction avec la contrainte

Notion sociétale, sur les codes de société, le vivre ensemble, la règle commune. Le groupe de jazz est à l'image de la société, avec sa part d'incertitude, la liberté offerte aux individus.

L'organisation de la musique pour symboliser l'ordre : la partition, la baguette du chef d'orchestre, l'orchestre de fosse, symphonique, veste queue de pie, fanfare militaire, salle d'opéra vue en coupe. Il faudrait un élément perturbateur, un déviant au milieu de l'orchestre. Pourquoi pas un orchestre symphonique avec Jimi Hendrix en soliste ?

Utilisation des codes vestimentaires : qui deviennent eux-mêmes uniformes. L'uniformité face à la différence.

Une boîte d'œufs étiquetés de marques qui renvoient aux codes des tribus

Une tribu gothique ou rap face à une tribu maori

Matérialiser l'esclavage, l'asservissement, éléments sur l'apartheid, Mandela, Femi Kuti, Bob Marley

La libération des femmes (très caricaturées dans le jazz)

Il faut montrer que la musique écoutée par les jeunes traite de la révolution tout comme le fait le jazz. Montrer que la révolution les rapproche. Quels sont les éléments signifiant la contrainte et la liberté dans la musique qu'écoutent les jeunes ? L'uniformité est-elle une contrainte ?

### Totem 3 : Le temps, le rythme

Le rapport au temps et à la pulsation vitale : le cœur, le tempo, le réveil, l'horloge, la batterie, les percussions, le corps, le temps comme instrument fondamental, la pulsation originelle.

Le temps qui rythme le quotidien et donne le tempo à notre vie, le pas du cheval, du chameau comme les premiers symboles des rythmes des civilisations nomades.

Trouver toutes sortes de métronomes, des objets évoquant la pulsation cardiaque, des instruments de musique.

Trouver ce qui va à l'encontre du temps, du rythme.

### Totem 4 : Individu / collectif

La prise de parole de l'individu : le soliste, la voix qui s'affirme, le désir d'expression, la prise de parole, l'affirmation de soi, un mégaphone, un slameur, un cycliste qui s'échappe du peloton, le cygne noir, le vilain petit canard...

## CRITIQUES ET PROPOSITIONS : UN NOUVEAU PROJET VOIT LE JOUR...

### A. DES REGARDS CRITIQUES

Parvenu à ce stade, et afin de se confronter aux réalités concrètes de la réalisation du dispositif, le groupe sollicite un regard critique extérieur.

#### 1) Rencontre avec Sébastien Fenner, plasticien

Confronté au projet, Sébastien Fenner fait des critiques très concrètes (lourdeur visuelle et physique des cloisons, séparation des espaces par l'éclairage et la sonorisation, choix des objets en fonction de leur charge émotionnelle...) et propose un projet personnel. Mais l'approche et la méthodologie proposées ne sont pas adoptées par le groupe de travail qui se tourne alors vers une scénographe, Claire Dehove.

#### 2) Claire Dehove et Jean Baptiste Verguin, scénographes et plasticiens

Ils critiquent notamment le concept d'« acte symbolique » à commettre à l'entrée et sortie de l'exposition : « On marche sur les icônes, mais en quoi cela les désacralise-t-il ? » ou encore sur l'idée de créer un environnement neutre dans la cuisine : « Un agencement de produits et d'éléments « neutres » peut justement produire quelque chose d'extrêmement intéressant et riche. ».

Cependant ils ne se contentent pas de ces remarques, et proposent une esquisse d'exposition assez proche de la démarche initiale, mais assortie d'une réflexion critique sur la problématique générale. Afin d'éclairer le groupe de travail sur leur propre démarche, ils présentent également d'autres projets qu'ils ont monté et dans lesquels il s'agissait de recréer des ambiances de bureaux, de réfléchir sur la notion d'espace, de lieux socialisés, de lieux scéniques.

Le nouveau projet d'exposition est alors retravaillé par les membres du groupe afin de rétablir certains aspects de la problématique initiale auxquels ils étaient attachés et qui avaient sensiblement disparu.

## B. UN BUS JAZZ ?

Cependant, au terme de plusieurs allers-retours, il apparaît que le projet est infaisable sous la forme qui avait été imaginée. Claire Dehove et son équipe proposent alors une réécriture totale du projet, en lançant l'idée de la réaliser autour d'un bus.

Un bus peut être ouvert et accessible dans n'importe quel lieu, à n'importe quel moment et à n'importe qui. Le fait que l'exposition ne se focalise pas sur les scolaires permet d'enlever à l'exposition son caractère contraint. Les enfants peuvent venir avec leurs professeurs mais également seuls.

Cette proposition permet de régler plusieurs points soulevés dans les différentes critiques du projet initial : mobilité et intégration du projet dans chacun des festivals, décloisonnement de l'espace, ouverture à un public plus large. La visite du bus doit conduire, par la suite à mener le visiteur à retrouver l'exposition sur le net et se diriger vers le jazz – et vers d'autres sites dédiés.

### - Mobilité

Le bus est mobile et peut susciter la rencontre. Il conserve cette mobilité quel que soit le lieu – urbain ou rural – où il se trouve. Cependant, il n'est pas un simple transporteur de dispositifs techniques ni de salle de spectacle mal commode. Il doit conserver sa symbolique propre.

### - Intégration

Chaque festival organiserait un peu comme il l'entend, le pourtour du bus. Est abordée l'idée de l'effet miroir sur les fenêtres qui renvoient l'image de celui qui regarde, là où il se trouve. Cela crée une image animée non factice. On ne pourrait pas faire des fenêtres noires, blanches ou imitant les passagers à l'intérieur du bus. L'effet miroir tourné vers l'extérieur crée des formes animées. Par l'effet miroir, on rendrait presque le bus transparent. Toutefois, il faudrait que le bus aie une large surface vitrée, et que l'adhésif apposé soit d'assez bonne qualité pour renvoyer des images réalistes. Le festival d'accueil peut aussi mettre en place un lieu pour l'extension s'il le souhaite.

### - Passage initiatique

Le bus doit être, en quelque sorte, un passage initiatique vers le jazz. Cela, il faut qu'il y ait un acte symbolique à l'entrée, que le passage ait de la chair : d'où l'idée d'un film. Il y aurait une projection simple à l'intérieur du bus, avec filtrage des fenêtres afin de conserver une certaine obscurité. Le film durerait approximativement 10 minutes.

### Propositions et mises en garde :

- Filmer et mettre en parallèle un ou des narrateur(s) qui développeraient le discours, mais avec des codes connus des jeunes (par exemple ceux du rap et du slam, qui eux aussi tendent à improviser) avec une traduction

instrumentale et quelques figures emblématiques du jazz. Le film peut partir dans une tonalité de slam, s'en éloigner et y revenir – conserver l'esprit improvisation. Le narrateur est le fil conducteur du film. Il ne parle pas toujours et n'est pas toujours à l'écran. Il est comme un conteur

- Le message : faire attention à ce que les codes utilisés ne soient pas trop réalistes et rejetés par le jeune. Il faut également éviter l'aspect documentaire qui nous empêcherait tout écart. Attention aux clichés.

- Les images seront à créer mais peuvent également être constituées d'archives. Il faut donc que la commission exposition retranscrive tout ceci par écrit et élabore le scénario à partir des valeurs (le rythme, le temps, le contenu des totems, etc.) et des images et sons que cela peut interpeller.

- Le son : on peut faire du jazz avec tout, avec des bruits inattendus. Le jazz est protéiforme et permet d'aller dans plusieurs sens. Le son s'intégrera dans le film et alternera avec le(s) narrateur(s). Il ne sera pas extérieur au film.

La projection sur un seul écran est pratique, peu coûteuse et ne parasitera pas la déambulation dans le bus.

### - Public

La visite de l'exposition ne se ferait plus en groupes organisés, mais librement, comme cela se fait de manière générale dans les expositions. Toutefois, les visites en groupes scolaires sont bien évidemment envisageables et le médiateur aurait un rôle à jouer pour l'organisation des visites. D'autre part, il pourrait y avoir la possibilité de faire intervenir des musiciens de temps en temps, au gré des festivals

### - Le livret et le site

Puisqu'il est compliqué d'organiser un système offrant la possibilité aux jeunes de télécharger – ou non – de la musique (problème du support que les visiteurs n'auraient pas tous en leur possession), apparaît l'idée de concevoir un livret distribué aux visiteurs. Un site Internet dédié à l'exposition sera créé à partir duquel ils pourront choisir, écouter, voire télécharger de chez eux différents extraits musicaux parmi une présélection établie par l'Afijma. Le site pourrait également afficher l'exposition en virtuel, ainsi que le film projeté dans le bus.

Ainsi, tout ne sera pas dit dans le bus. Le livret et le site Internet offriront plus d'information, à consulter en dehors de l'exposition. Ces compléments d'exposition constituent une extension qui, de fait, ne sera pas à mettre en place dans des lieux supplémentaires que les festivals auraient dû trouver. Il faut toutefois être capable de transmettre l'envie aux jeunes de se rendre sur le site et de conserver le livret. Il faut qu'il y ait une unité graphique et de sens du début à la fin, quels que soient les outils (exposition, livret et site Internet).

### - Message porté par l'exposition

Montrer ce que le jazz a apporté et apporte encore aujourd'hui dans la pratique musicale et en quoi il exalte des dimensions que la musique n'avait pas. Le jazz a bien évidemment une notion historique, mais il s'agit davantage de démontrer ici, ce que cette pratique musicale apporte de différent et de complémentaire par rapport aux autres musiques sans les remplacer ni

de les diaboliser. Il s'agit également de rappeler que le jazz est un langage universel d'émancipation. Parler du jazz et des ses grandes figures sera possible sur le site Internet, avec une rubrique complémentaire et plus circonstanciée (bibliographie, discographie, iconographie, etc.).

### - Moyen de faire passer le message

L'enquête a révélé que les jeunes connaissent peu le jazz, ou bien n'en retiennent que les clichés. Recourir à ce qu'ils connaissent du jazz renverrait vers des impasses. Adopter une approche pédagogique didactique utilisant les fondamentaux peut engendrer le rejet. Il n'est donc pas évident d'aborder le jazz en y faisant allusion de manière directe sans que cela ne soit totalement exclu.

Les jeunes ne vont pas d'eux-mêmes vers le jazz. Le bus constituera en quelque sorte un truchement par lequel ils pourront y accéder – par le net, voire « live », grâce aux musiciens programmés dans le cadre du festival d'accueil.

Une grande part du travail restant à faire concerne donc à la fois le contenu du message : passage des totems au tamis, texte de présentation générale, rédaction du synopsis, idées principales pour le film, conception du dossier de l'exposition, présentation du budget et listing des postes, images correspondant au synopsis et aux idées générales, modélisation, des propositions graphiques, élaboration de la valise pédagogique,

### - Budget

Une première estimation du coût du projet s'élevait à 40 000 € et comportait l'achat du bus, de sa mobilité, du stockage, de son aménagement, du document vidéo, du livret, du site Internet, du travail graphique et sonore.

### EPILOGUE

**Il devient très vite évident que le projet du bus, en dépit de son côté séduisant, ne répond pas au problème du contenu du message porté par l'exposition et laisse ouverte la question des moyens à mettre en œuvre pour le faire passer.**

**En conséquence, le groupe décide de suspendre la réflexion et de reporter l'échéance d'une réalisation concrète du dispositif.**

# CONCLUSION

L'exposition n'a pas comme but d'enseigner ce qu'est le jazz, mais plutôt d'en faire découvrir l'existence et les liens porteurs de sens qu'elle peut entretenir avec une musique déjà connue par l'auditeur. L'exposition permettra surtout de comprendre qu'il est possible de pousser la réflexion plus loin pour découvrir par ses propres recherches la richesse de ces liens, et partant, la richesse de toutes les musiques, séparément et en tant que partie d'un même monde d'agencement des sons, des timbres, de rythmes.

Un choix difficile devait être fait pour réussir à faire passer le message, tout en gardant un contenu acceptable, correspondant aux valeurs fortes défendues par l'AFIJMA et qui fondent son existence. Pour parvenir à transmettre un tel message au moyen d'une exposition, il faut le dépouiller de tout ce qui gêne la compréhension et aller droit au but sans toutefois que la démarche ne soit sommaire. Se mettre d'accord sur un message à transmettre, puis le traduire de manière discursive pour enfin réussir à lui donner une cohérence spatiale.

À la nécessité de tenir un discours clair s'ajoutent les contraintes liées au mode propre à l'exposition : temps de visite limité, la quantité de contenu, cheminement du visiteur ...

La voie est étroite, entre désir d'être écouté et compris, et crainte de générer de nouveaux clichés, contre lesquels l'exposition se positionne, avec le risque de passer pour des donneurs de leçon.

Le groupe espère que la réflexion qui a accompagné ce travail de conception sera utile, non seulement dans la perspective d'une future exposition, mais aussi pour assister tous ceux qui souhaiteront mettre en œuvre des projets dans le domaine de l'action artistique et culturelle en contrepoint de leurs programmations régulières, afin de défendre le jazz innovant et la création musicale.





ANNEXE 1.  
L'ENQUETE  
DE L'AFIJMA

Le projet visait un double objectif :

- 1) Mieux comprendre le positionnement des jeunes vis-à-vis du jazz
  - 2) Élaborer un outil pédagogique visant à transmettre les valeurs artistiques et culturelles défendues par l'AFIJMA :
- Le jazz contemporain
  - L'innovation
  - L'éveil du sens critique
  - L'importance du spectacle vivant

## A - METHODOLOGIE

### 1. élaboration du questionnaire

Partant des activités extrascolaires des adolescents, le questionnaire, organisé « en entonnoir », a pour objectif de faire ressortir les positionnements, les pratiques, les valeurs et les goûts des jeunes en matière de loisirs, de culture, de spectacle, de musique et, finalement, de jazz. En partant des choix, des pratiques et des valeurs exprimés par les jeunes, il est susceptible de faire apparaître leur mode de fonctionnement individuel et collectif et de sonder leur imaginaire.

Deux entretiens tests ont fait l'objet d'une écoute collective supervisée par une équipe de sociologues<sup>19</sup>. Cette séance a permis de valider les conditions du déroulement de l'entretien.

### 2. Constitution de l'échantillon

Les entretiens ont été réalisés avec quatorze jeunes de douze à dix huit ans, tous collégiens ou lycéens : deux à Paris (entretiens tests), trois à Grenoble, deux à Leucate, deux à Perpignan, deux à Pantin et trois à Drancy.

L'échantillon a été constitué à partir des critères suivants :

- Âge
- Sexe
- Type d'enseignement
- Parcours scolaire
- CSP des parents
- Pratique artistique et/ou musicale

Enfin, quelques jeunes connaisseurs et amateurs de jazz ont été inclus dans l'étude ; il leur a été posé des questions plus précises par rapport aux objectifs de l'enquête.

### 3. Déroulement des entretiens

Lors de la prise de contact avec les adolescents et durant l'entretien, l'AFIJMA et le projet dans sa globalité n'ont pas été abordés. Les jeunes étaient simplement informés qu'il s'agissait d'une enquête sur les pratiques de loisirs, culturelles et musicales, dont l'objectif était d'en comprendre le fonctionnement, d'analyser les sensibilités et la façon de communiquer, de faire passer un message.

Les conditions de l'entretien étaient les suivantes :

- Un lieu calme
- Une discussion d'environ 40 minutes
- La plus grande neutralité possible de l'enquêteur ;
- L'enregistrement sur mini disc, pas de prise de notes ;
- Un CD offert en cadeau dans la plupart des cas.

Les entretiens étaient réalisés en situation de travail avec des moments de silence, de réflexion, et des relances, dans le souci d'obtenir une discussion guidée. Tous les questionnaires ont été passés par la même personne<sup>20</sup>.

### 4. Analyse

Une grille d'analyse a été élaborée à la suite de l'écoute des deux entretiens tests. Elle fonctionne sous forme de tableaux de synthèse à double entrée, chacun d'entre eux étudiant un comportement (la construction de soi, la recherche d'information, les goûts et la qualité, le rapport à la musique, l'ouverture) selon des critères ou « variables clés » explicités par les mots du jeune (ou leur traduction) et hiérarchisés du moins influent au plus influent.

A ce stade, deux typologies d'individus sont apparues :

- Des adolescents qui se construisent dans une démarche personnelle active. Ils sont qualifiés d'« actifs » ;
- Des adolescents qui se laissent guider dans leurs goûts et leurs pratiques. Ils sont qualifiés de « passifs ».

Il a été ensuite possible d'affiner la construction des profils en intégrant des facteurs de graduation des modes d'entrée tels que :

- La manière dont les jeunes interrogés construisent leur personnalité et les valeurs positives et négatives associées à ce processus de construction,
- Qui vont-ils suivre, pourquoi et comment,
- Le positionnement de chacun par rapport aux différents parcours culturels et de loisirs proposés, jusqu'où sont-ils prêts à aller,
- Les critères qu'ils associent à la qualité,
- L'environnement dans lesquels ils vivent,
- Leurs pratiques de consommation culturelle.

L'objectif global de la démarche est de mieux connaître le rapport des jeunes au jazz non pas en termes quantitatifs mais qualitatifs.

### 5. Synthèse

L'analyse sous forme de tableaux des cinq comportements précités est synthétisée et structurée selon deux grandes thématiques :

- La communication et l'information, bases de la construction des jeunes et de leur consommation culturelle ;
- Les champs de la culture ou les référents culturels et artistiques ainsi que les pratiques des adolescents.

Il s'agit pour chacun des thèmes, et dans un premier temps, de relever les consensus, c'est-à-dire, ce qui est commun à tous les adolescents enquêtés, puis de faire ressortir les divergences et les clivages et de les affiner en fonction des profils.

19. Programme de recherche-développement CAUTIC, UPMF Grenoble

20. Laurent Mouledous (permanent AFIJMA)

## B - COMMUNICATION ET INFORMATION : PRATIQUES ET TECHNIQUES

### 1. La communication

#### A) L'ÉCHANGE

La majorité des jeunes disent avoir besoin des autres pour échanger, se confier et se construire : « seul, on va pas loin ». La discussion sera plus libre et plus poussée entre adolescents : « on peut dire des trucs qu'on peut pas dire à sa famille ». Notons qu'Internet est cité comme un outil d'échanges, de discussions et de rencontres sous forme de forums, de chats ou via les e-mails.

Dans l'ensemble, les jeunes interrogés ont exprimé leur satisfaction de voir que l'on s'intéressait réellement à ce qu'ils pensent, d'avoir la possibilité de se confier sur leurs goûts et leurs envies.

Concernant la musique, bien que ressentant eux aussi cette nécessité d'échange, les adolescents qui manquent d'assurance et qui ont des goûts « à part » n'en discutent pas avec leurs camarades mais seulement avec le proche qui leur a fait découvrir ce style.

À l'inverse, les jeunes ayant un profil « actif » affichent une ouverture d'esprit, un besoin de discussion et de partage. « Chacun ses goûts, je ne me permets pas de juger ». La « tolérance », le « respect » sont les maîtres mots, peut-être parfois simplement pour se donner une image de personne mature et réfléchie. En effet, bien que ces adolescents aient besoin de confrontations d'opinions, le groupe de discussion devra être restreint et éviter de comprendre des personnes trop critiques, aux goûts trop éloignés, « gonfleurs » ou ayant un ton de donneur de leçons. Les jeunes à forte personnalité ont du mal à accepter qu'on les domine ou qu'on les oriente de façon trop directive : « susciter l'intérêt et laisser s'approprier la musique ». Pour bien paraître, les « actifs » veulent toujours avoir quelque chose à dire, avoir une réponse à apporter (notamment sur la question des lieux de diffusion du jazz, alors que manifestement ils n'en connaissent pas), s'engouffrant parfois dans des banalités : « le jazz... touche quand même vachement à l'universel ».

#### B) LA CONSTRUCTION DU DISCOURS

La plupart des jeunes interrogés s'embrouillent parfois dans leurs arguments et leurs connaissances, ils ont alors besoin de cadres pour les aider, voire de simples rappels. Un autre point lié à leur jeunesse est la récitation précise d'arguments, sans aucun recul ou jugement personnel.

Certains jeunes ont peur d'exposer directement leurs points de vue et se cachent derrière les préceptes de leurs aînés. Ainsi, ils reproduisent ce qu'on leur enseigne en l'adaptant à leur environnement, à leur génération : « le jazz c'est ce que les jeunes devaient écouter avant, comme Britney Spears maintenant : ça sera de la culture plus tard ».

Dans les discussions, certains adolescents en arrivent à mélanger leur propre expérience avec la vie de leur mentor. Les plus jeunes donnent souvent des réponses en deux temps. Ils récitent l'avis officiel et concret inculqué par les parents ou l'école puis révèlent peu à peu leurs goûts personnels, souvent idéalisés et parfois très éloignés : « aller à Harvard... pour être pilote de chasse ».

Certains des adolescents interrogés, aucun n'ayant des goûts personnels très affirmés, se placent dans une culture de type TV / zapping, marquée à la fois par la vitesse et l'avidité : « tout ce qui passe m'intéresse, je l'intègre ». Ils ne font preuve d'aucun recul ni analyse, et peuvent même laisser apparaître de fréquentes incohérences dans leurs propos, livrer des explications embrouillées et très idéalisées. Ils placent une confiance absolue dans les médias : « La radio des jeunes parle des bons films ».

Chez les adolescents au profil « actif », la motivation n'est pas toujours canalisée ou, à l'inverse, peut s'essouffler en raison du manque de moyens dont ils disposent pour atteindre leurs objectifs. Pour ces jeunes, les discussions et l'écoute des autres permettent de comprendre les enjeux et de se forger son propre point de vue, trouver ce qui leur correspond le mieux. On l'a vu, ces échanges ne devront toutefois pas être trop directifs. La critique officielle est perçue positivement quand elle valide les choix et les envies des jeunes « actifs ».

Pour les adolescents « passifs », c'est plutôt la notoriété de l'artiste, le nombre de disques vendus ou l'importance de ses concerts qui les rassurent sur la qualité de leurs goûts.

#### C) LES PROCESSUS D'APPROPRIATION

Les jeunes se construisent une identité collective fortement connotée à des styles musicaux. Influencées par le marketing, ces tribus indiquent au jeune la musique à écouter, les vêtements à porter, l'attitude à adopter, les loisirs à pratiquer, le guident dans sa consommation, rendant difficile toute ouverture culturelle : « je sais à l'avance que ça ne va pas me plaire ». La tribu donne également de la confiance à l'adolescent voire le met en valeur. Elle permet enfin de savoir qui est susceptible d'être un ami.

D'après les entretiens <sup>21</sup>, on peut identifier :

- Le groupe black music avec le rap, la r'n b, le funk (pour le funk, notamment sous forme de compilations mixées) ;
- Le groupe rock avec différents sous-groupes tels que le metal, le punk/hard core, le ska-core ;
- Le groupe musique jamaïcaine avec le reggae, le ska et parfois des musiques du monde et de la chanson ;
- Un peu de techno, très basique comme la machina ou liée à des tubes et des publicités.

Dans ces styles, les connaissances des jeunes ne vont pas beaucoup plus loin que ce que les maisons de disques et les médias grand public leur vendent.

La plupart des jeunes, quel que soit leur groupe d'appartenance, se disent touchés par la variété (ou chanson) française, car sensibles aux paroles.

Au-delà de la tribu, c'est souvent la première impression qui compte et peut rebuter définitivement un jeune : « Je ne fais pas d'efforts pour découvrir quand j'ai un a priori négatif ».

Dans le groupe « black music », les adolescents semblent souffrir de l'image que l'on donne du rap. Ils ne comprennent pas qu'une musique qui les touche soit massivement dénigrée et critiquée. Les jeunes qui adhèrent au message du rap, se sentent mis à l'écart, du fait de son rejet. Ils aimeraient qu'on les laisse s'exprimer : « On peut avoir les mêmes sensations, les mêmes émotions, les mêmes raisons à l'écoute de musiques très différentes ».

21. A noter l'absence d'un groupe « musique classique » lors des entretiens

On constate également que certains jeunes au profil « actif » ne veulent pas être associés à une tribu précise, tentent sciemment d'échapper à ce système en s'efforçant de rejeter toute catégorisation au profit d'une ouverture culturelle.

Les jeunes « passifs », au contraire, seront attachés à des références précises, à des cadres stricts, à des catégories bien identifiées.

## 2. L'information

### A) L'ACCROCHE

L'un des principaux vecteurs de découverte culturelle reste une personne de confiance qui peut amener les jeunes à se déplacer sur un concert ou se procurer le disque d'un artiste qui leur est encore inconnu (notamment dans une situation de gratuité).

Même si les jeunes avouent se confier plus librement à une personne de leur génération, la prescription provenant d'un adulte influent est souvent déterminante en matière d'éducation culturelle.

L'accroche par l'image se fait en fonction de l'impression générale qui se dégage : les jeunes seront attirés par une esthétique formatée, correspondant à leur style ou leur goût, mais aussi, comme en matière de sport, par l'intensité de la charge visuelle et symbolique.

Dans le contenu musical, les jeunes recherchent des éléments connus, des références proches (pas forcément musicales) auxquels se raccrocher pour entrer dans l'univers d'une musique et l'apprécier : « On écoute la musique car elle nous fait ressentir quelque chose de connu ».

La mélodie et le rythme soient les principales accroches, mais leur complexité est bannie des productions « jeunes ». Ceci peut être considéré comme étant un frein à l'ouverture musicale des adolescents : « Le jazz est complexe musicalement pour les jeunes qui n'écoutent que le chant ou la mélodie ».

Le texte, les mots, ont une place prépondérante dans l'intérêt que les adolescents vont manifester pour un morceau : « Il faut du texte, la musique ne me touchera pas autant ». Les jeunes n'intellectualisent pas leurs goûts : « Je ne sais pas pourquoi un titre m'attire, une sensation comme une belle fille croisée dans la rue ».

L'accroche pour s'intéresser à un artiste se fera souvent via un seul titre, entendu à la radio, chez un ami, acheté en single ou téléchargé sur Internet.

En outre, la pratique d'un art amènera un jeune à s'intéresser à un style qu'il ne connaît pas.

L'appréciation ou le rejet peuvent se fonder sur des considérations purement techniques, lesquelles constituent à leurs yeux des critères de jugement pertinents.

### B) LES OUTILS D'INFORMATION

Pour l'annonce d'un concert ou de la sortie d'un disque ainsi que pour découvrir un artiste, la plupart des adolescents préféreront un texte de longueur moyenne : qui ne dévoile pas tout et qui n'est pas trop long à lire mais qui intéresse et donne une idée précise et juste. Ils vont directement à la source de l'information via des médias rapides : Internet, le téléphone ou les agendas des journaux d'annonces.

Les jeunes se disent prêts à une longue lecture pour mieux connaître un musicien qu'ils apprécient. Pour la télévision, les sujets courts semblent être préférés aux longs reportages.

Dans l'ensemble de ces outils de communication, les jeunes lecteurs au profil « actif » recherchent un style personnel et une écriture soignée.

Le prêt de disques entre amis, le gravage et le téléchargement (qui relèvent de l'échange, un acte collectif) sont très répandus et constituent peut-être le principal moyen de découverte, avec les bornes d'écoute de la Fnac, pour les « actifs » (« pour se faire son propre avis ») ; les adolescents au profil « passif » sont plus influencés par la radio ou la télévision.

Notons que la plupart des jeunes n'achètent un disque que s'ils l'ont déjà entendu. Internet peut alors être vu comme un moyen d'accroche : les adolescents téléchargent un ou quelques titres puis achètent le disque si ces extraits leur plaisent.

### C) LE CAS D'INTERNET

L'utilisation d'Internet pour la recherche d'information est très répandue, notamment chez les garçons et les adolescents au profil « actif ». Les autres jeunes ont plus tendance à idéaliser Internet sans réellement ni régulièrement l'utiliser.

Les principaux attraits d'Internet sont la simplicité, la disponibilité, le côté « sympa », le multimedia, la fraîcheur des informations et l'assurance quasi certaine de trouver ce que l'on cherche. Les plus jeunes semblent d'ailleurs vouer une confiance totale aux informations qu'ils y trouvent (« C'est la base, il y a tout ») alors que les plus âgés et les jeunes « actifs » les jugent peu fiables, préférant visiter les sites officiels des artistes, des maisons de disques ou de diffuseurs.

Internet est vu comme un média fait par les jeunes pour les jeunes. Il est souvent utilisé comme un « meta magazine ».

L'association entre pratique d'Internet et ouverture d'esprit n'est pas évidente : on ne découvre pas sur Internet, mais on va y chercher ce que l'on connaît, car c'est pratique. Être un utilisateur fréquent d'Internet n'est donc pas forcément signe de curiosité, c'est un outil normal et banal pour cette génération qui ne semble pas en profiter pleinement : la multiplication des possibilités ne change pas leurs envies et comportements.

Néanmoins, Internet permet aux profils « actifs » de trouver des informations dans les domaines non ou insuffisamment couverts par les médias classiques. Leur recherche peut alors être plus active. Souvent attachés à la lecture et au support papier, ils privilégieront toutefois les journaux à l'Internet (ou imprimeront les pages web) sauf pour trouver rapidement un complément d'information simple, sur la date et le lieu d'un concert par exemple. Aussi bien pour Internet que pour un journal classique, ils se tournent alors de préférence vers un média local.

## D) LES LIEUX RESSOURCE

La plupart des jeunes interrogés ont un accès Internet à domicile et ne fréquentent que très peu les accès publics (CDI, médiathèque, web café).

Consulter Internet se fait le plus souvent seul.

Concernant la musique, tous les jeunes interrogés découvrent et s'approprient un disque (notamment les textes) par une écoute solitaire, la plupart du temps dans leur chambre et avec un casque : « J'écoute chez moi sur l'ordinateur, seule pour ressentir les choses et réfléchir ». Seuls les adolescents vivant en cités ou en milieu rural semblent manifester un intérêt marqué pour les équipements publics ressource de type médiathèque, foyer ou MJC : « À partir de dix-huit ans, on n'a plus accès au CDI et rien ne le remplace, les plus jeunes ramènent l'information aux grands ».

Ce sont des lieux qu'ils fréquentent et s'approprient si on les associe à des projets.

## C - LES CHAMPS DE LA CULTURE

### I. Culture et art

#### A) CONSTRUCTIONS CULTURELLES

Les références culturelles des jeunes interrogés sont très classiques, encore fortement influencées par l'éducation. Sur les questions relatives à la culture et à l'art, les réponses sont académiques, de la citation d'auteurs ou musiciens classiques à la valorisation des arts plastiques par rapport aux autres disciplines : « Selon la beauté, comment c'est fait, bien travaillé, joli, la musique peut-être un art... Ce qui est très rapide n'est pas de l'art ».

On trouve même une hiérarchisation des domaines et des publics de la culture chez les adolescents ayant une éducation classique et bourgeoise : « La culture regroupe des activités classées haut ». Les jeunes ne semblent donc pas faire entrer dans le champ de la culture, qui pour eux renvoie à des notions et des références anciennes, leurs pratiques actuelles telles que les sorties cinéma ou l'écoute de disques. « La culture c'est le musée, le théâtre », alors qu'ils fréquentent très peu ces lieux et rarement de leur propre initiative.

**On peut classer en trois catégories les définitions obtenues pour le mot culture :**

→ Une série de disciplines, de domaines : « La culture c'est une série de disciplines hiérarchisées ». Cette définition revient fréquemment, souvent de façon très directe, par l'énoncé d'une liste des disciplines.

→ Une référence à la curiosité et au savoir : « C'est s'intéresser et connaître », « la culture c'est l'enseignement, le savoir de base, l'école ». Cette dernière étant fréquemment citée.

→ Une définition humaniste et philosophique, formulée uniquement par les jeunes « actifs » : « C'est la civilisation, le niveau d'évolution dans nos activités, nos méthodes, le domaine intellectuel et matériel ». À noter que cette expression est celle d'un adolescent en marge du système scolaire, et qui, après des problèmes de délinquance et d'indiscipline, a été exclu de son lycée.

## B) ART ET ARTISTE

Comme dans le paragraphe précédent, la notion d'œuvre d'art renvoie très souvent à l'ancien, le classique, aux « grands artistes » : l'art c'est « Scapin, le Bourgeois Gentilhomme, Van Gogh, Rabelais, car assez ancien et ça exprime encore mieux les sensations ». Il n'y a pas nécessairement de rapport avec leur goût véritable : « Je n'aime pas toujours mais je préférerais aller voir du théâtre et des ballets classiques ».

Là encore, la représentation de l'art se fait majoritairement au travers des différentes disciplines, le dessin étant mis en avant : « L'art c'est le dessin, puis la danse, puis la musique ».

La composante émotionnelle face à l'art est toutefois présente chez les jeunes : « Faire réagir et laisser imaginer le reste », « La musique c'est faire partager une émotion, des sentiments », « On est porté vers une œuvre de qualité ».

On retrouve également l'idée qu'il existe un savoir-faire particulier dans le processus artistique : « L'artiste fait un beau travail, s'applique dans sa discipline » ; en musique, ils estiment que l'artiste « doit savoir ce qu'il fait ». Ainsi, sera-t-il considéré comme une personne cultivée et d'une intelligence supérieure, dont l'expérience bonifie le travail.

Opposant don et savoir faire, les jeunes dessinent fréquemment la figure de l'artiste « génial ou fou », différent des autres : « L'artiste est décalé par rapport aux gens dans sa façon de penser et de faire » ; vision qui n'est pas incompatible avec un art « technique, travaillé et serein ».

L'association entre qualité et quantité est fréquente. En règle générale, le fait que l'artiste soit connu, qu'il enregistre et vende des disques, qu'il plaise à un public, qu'il attire du monde en concert, constitue la preuve que ses œuvres sont de qualité.

On peut dresser la liste des autres qualificatifs associés à une œuvre artistique : la beauté, l'originalité, le coup de cœur, l'équilibre (notion exprimée par les musiciens).

À l'inverse d'une vision académique, la qualification d'artiste, notamment chez les jeunes de banlieues urbaines, peut s'appliquer à toute personne qui excelle dans sa discipline : « L'art n'est pas concret, c'est une idée abstraite qui peut s'appliquer partout et qu'ensuite on étiquette en disciplines ». L'artiste fait surgir ce qu'il a en lui par tous les moyens dont il dispose. C'est l'acte, le geste qui sont ici importants.

Les adolescents au profil « actif » seront les plus sensibles au message délivré par l'artiste : « L'artiste a un message qu'il fait passer par son œuvre ». La musique notamment est pour eux l'expression de « son truc » : « L'artiste est une personne qui se décrit, se définit, en faisant son art ; elle montre ce qu'elle a au fond ».

Peu, souvent parmi les plus âgés et ayant des parents liés au monde artistique ou de sensibilité de gauche, font la distinction entre démarche artistique et objectifs strictement commerciaux à court terme : « Pas qu'un tube mais un disque cohérent et personnel », « Aimer le disque un an après ».

La notion de création et de créateur est rarement exprimée. Lorsqu'elle l'est, c'est principalement par les jeunes musiciens qui soulignent la différence avec un interprète et l'interprétation.

## C) LA STARIFICATION

L'artiste fascine. Beaucoup d'adolescents ne font pas la distinction entre la personne privée et son image publique en tant qu'artiste. Certains se définissent et s'identifient même totalement aux artistes qui les fascinent. Nous retrouvons là l'idée de groupes constitutifs basés non plus sur les styles, mais directement sur les stars. On comprend alors que les sujets interrogés, à quelques exceptions près, semblent attirés par ce qu'ils perçoivent de l'investissement de l'artiste dans la société : « L'artiste donne tout... on voit l'artiste qui va crier, chanter, aller plus haut puis plus bas ». Les sensations, la passion et le travail doivent être parfaitement visibles, d'où la place essentielle du clip vidéo qui crée un lien entre l'émotion et l'image qui lui est associée : « Dans le clip, on voit bouger l'artiste, le clip définit la chanson, augmente son intérêt ».

La raison principale qui pousse la majorité des jeunes à assister principalement aux concerts d'artistes très connus ou dont ils sont vraiment fans est de voir physiquement l'idole et se sentir impliqués avec elle dans un événement. Les adolescents idéalisent une relation forte entre l'artiste et son public : « C'est obligé qu'il fasse des choses pour nous éblouir ». Ils estiment d'ailleurs pour la plupart que l'artiste crée une œuvre avec pour objectif principal de toucher le public : « L'œuvre est de qualité si elle plait aux gens pour lesquels elle a été inventée ; le public se sent concerné ».

Cette starification opère également chez les adolescents amateurs de jazz qui ont tendance à sanctifier le style et ses représentants. Ils ne citent que les « grands » noms historiques et ne connaissent quasiment aucun artiste contemporain, même si ils les ont vus et appréciés en concert. Lorsqu'il n'est pas reconnu en fonction de son importance dans l'histoire de la musique, le musicien de jazz est reconnu en fonction de la qualité technique de ses solos et improvisations. Ce jugement rejoint l'importance accordée par les jeunes aux rappeurs improvisateurs.

## D) LE POSITIONNEMENT ETHIQUE DE L'AFIJMA

Les festivals adhérents de l'AFIJMA se définissent par rapport à des principes forts exprimés dans la charte de l'association (voir annexe) :

- Priorité aux formes contemporaines du jazz
- Soutien à la création
- Soutien aux groupes émergents
- Attention particulière portée aux musiciens européens
- Recherche de nouveaux publics
- Liberté et indépendance de programmation
- Action citoyenne au niveau des territoires
- Action de coopération internationale

Les constats sur la culture et l'art exposés dans les chapitres précédents sont de nature à remettre en question la manière dont est menée l'action artistique et culturelle telle que définie par les festivals de l'AFIJMA.

Sans travail spécifique, les choix esthétiques et idéologiques défendus au sein du réseau risquent ne pas trouver d'écho auprès des adolescents interrogés, notamment les profils « passifs ». Là où les jeunes se raccrochent à des éléments concrets, quantitatifs et des certitudes, l'AFIJMA privilégie le questionnement, le doute, la capacité de se remettre en cause et la recherche de sens.

Il est compréhensible et légitime que la réflexion des membres de l'AFIJMA sur l'art et la culture soit plus avancée que celle des adolescents. Toutefois, il paraît indispensable de prendre en compte ce clivage fondamental.

## 2. Les pratiques culturelles

### A) LE SPECTACLE

Les sorties culturelles classiques, au théâtre ou au musée par exemple, se font exclusivement sur proposition des parents ou de l'école. De même, les connaissances sur le jazz correspondent aux disques que possèdent les parents. De leur propre initiative, les jeunes sortent principalement au cinéma. Les plus âgés commencent à fréquenter les concerts, notamment dans des festivals ou des salles de grande taille, bien que certains adolescents tiennent un discours plutôt favorable aux petits lieux et aux ambiances intimes. Notons que le Médiateur à Perpignan, d'une capacité de 800 places, est considéré comme une petite salle.

Les jeunes ne seront attirés que par des concerts de groupes qu'ils connaissent déjà et en priorité par des artistes ayant une forte notoriété : « Je préfère le disque au concert pour un artiste de moindre importance ». « Le principal, c'est d'être avec les amis » : les concerts renvoient à une idée de fête, d'amusement, « délirant », « joyeux ». Les adolescents y recherchent avant tout une bonne ambiance et un bon esprit. Ils idéalisent un rapport simple entre jeunes et une complicité avec l'artiste.

Au-delà de la musique, l'attrait peut se faire par le spectacle global : « Si c'est un concert instrumental, les à-côtés (la danse, le show), peuvent rattraper le manque de voix ». Ainsi plusieurs jeunes se sont déclarés très intéressés par les spectacles mélangeant sports de glisse, musique et danse.

Que ce soit grâce aux rapports humains ou au spectacle, les jeunes ont envie de vivre un moment particulier : « On est au cœur de l'action »

Les jeunes « passifs » idéalisent les gros concerts comme des lieux de rencontre et de discussion où ils vont se faire des nouveaux amis : « S'ils sont à ce spectacle, c'est que l'on a les mêmes goûts ».

Le festival est vu par certains des jeunes interrogés comme un endroit idéal où l'on peut venir pour un artiste et, pris par une double ambiance, humaine et artistique, découvrir et apprécier des musiciens inconnus. Les jeunes « passifs », bien qu'ayant apprécié des expériences de concert ou de festival, sont moins enthousiastes que les « actifs » à l'idée d'assister à ce type de manifestations. Ces derniers estiment que sur un gros événement, le grand nombre d'artistes leur permettra de découvrir un maximum de groupes. Le festival en plein air permet une écoute libre, « la possibilité de bouger selon ses goûts, de se poser à l'écart, de revenir dans la foule ».

La découverte d'un artiste en concert peut être une motivation d'achat de disque.

Par rapport au disque, les jeunes « actifs » recherchent une certaine authenticité dans les concerts. Ils estiment également que l'artiste donnera plus sur scène que ce qu'il a donné en studio : « Un effort de communication qui les pousse à donner tout ce qu'ils ont, bien plus que dans un studio ».

Il est intéressant de noter qu'un duo issu du jazz, même s'il n'est pas identifié comme tel par les jeunes<sup>22</sup>, cumule les attentes des adolescents : « J'écoute peu leurs disques mais ne rate aucun concert, ça n'a rien à voir : du monde, de l'ambiance, des énormes enceintes, je vois les artistes, ils communiquent avec le public, improvisent, utilisent des gadgets, créent une émulation plus intéressante que toute seule dans sa chambre ».

## B) PLACE DE LA MUSIQUE DANS LEUR VIE

Au lycée, le temps scolaire est très chargé, entraînant une sélection et une réduction des activités de loisirs. La musique a néanmoins une place particulière dans la vie des jeunes : elle « suit le rythme de la journée », les adolescents vivent en musique. On comprend alors que la plupart des jeunes interrogés ont une approche fonctionnelle de la musique et que leurs choix se font selon leur état d'esprit ou leur activité : « Une musique est de qualité si elle me fait ressentir ce que je veux en l'écoutant ».

On peut identifier quatre fonctions :

- Un exutoire : « détend, déstresse », « se vider, purifier l'esprit », « expulser » ; aussi bien avec des musiques calmes (R'n B, chanson, variété, classique) que violentes (rock, métal, techno)
- Une ambiance : « mise en condition, motivation », « se distraire », « en lisant un magazine », « pendant que je fais mes devoirs ». La musique est alors un simple habillage, un décor et selon l'activité, on retrouve des musiques de fête (funk, ska) ou des musiques plus calmes
- La sociabilisation : « s'éclater, chanter, danser, il se passe un truc entre nous » ; et la transmission d'un message par la chanson à texte, la variété et le rap français
- La musique sublime le quotidien, « quand on est content » par exemple.

Certains adolescents ont une écoute musicale plus discriminante : ceux qui pratiquent la musique relèveront les qualités techniques ou harmoniques, les jeunes du groupe « black music » écouteront du rap américain « pour le son ».

Avec le cinéma, la musique est de très loin l'art le plus consommé par les adolescents.

Comme il a été établi plus haut, les mots et le rythme sont les éléments auxquels ils s'attachent en priorité : « Le texte plus le punch ». La musique est un facteur créateur d'énergie et le chant permet à l'artiste de s'exprimer : « Nous, on n'aime que le boum-boum qui accroche bien ». Les thèmes privilégiés au niveau des textes sont très classiques : « l'amour, la haine ».

Dans cet intérêt pour la musique, les notions d'actualité et de passé sont floues car les jeunes ont un rapport à la temporalité et à l'histoire très court : le vieux rap est daté au milieu des années 90, Eminem est déjà considéré comme un ancien.

## C) JAZZ

Il convient de relativiser les réponses obtenues (notamment la rareté des rejets du jazz clairement exprimés) par l'aspect intimidant de l'entretien, l'envie de « bien » répondre, voire de faire plaisir à l'intervieweur : « Le jazz est une musique comprise et respectée par le plus grand nombre ».

Unaniment exprimée (quel que soit le profil du jeune, sa culture, sa pratique musicale, son entourage...), l'image du jazz est une ambiance, le cliché cinématographique d'un noir en costume jouant d'un instrument « classique » (trompette, piano, saxo, cuivres) dans un sombre club enfumé aux Etats Unis (certainement à New York). Le jazz, tel que les adolescents se le représentent, est majoritairement vu comme une musique instrumentale.

Pour les jeunes musicalement plus cultivés, le jazz a une certaine cote et renvoie une image de « force tranquille », sérénité, maturité, expressivité, authenticité, ouverture, privilégiant « le fond sur la forme », transmettant un message. Ainsi, les profils « actifs » adhéreront au sens avant même d'adhérer à la musique. Les musiciens de formation classique y voient

également plus de liberté. Là encore, ce sont des stéréotypes fréquents dans le milieu de la musique.

Les jeunes ont souvent du mal à aller plus loin dans leurs explications : « C'est limité dans la diversité tout en restant infini dans la création ».

Rares sont ceux qui ont une vague idée de l'histoire du jazz, même pour ceux qui en jouent.

Le jazz est rarement dénigré : « J'aime tout ce que j'entends en jazz, c'est une musique de qualité », « rien à jeter », « une bonne ambiance ». La majorité des jeunes néanmoins s'en désintéressent, ils le trouvent ringard et dépassé, qui « n'accroche pas » car trop lent, pas assez rythmé, mou, « on peut pas s'éclater ».

Une minorité le rejette totalement, parfois à la simple lecture du mot. Ainsi quelques jeunes, tous « actifs », se sont dits a priori fortement réfractaires au jazz et ne feront aucun effort pour s'y intéresser. Ils évacuent immédiatement cette musique car elle n'est pas considérée comme pouvant leur plaire : « Je préfère même pas écouter, c'est nul, je m'en vais, je met un autre CD, c'est nul ».

Les jeunes sentent toutefois, sans forcément le comprendre ou l'expliquer, qu'il existe un lien fort entre les musiques qu'ils écoutent actuellement (rap, r'n b, funk, ...) et le jazz. Ainsi, certains pensent qu'en cherchant bien, il doit y avoir un jazz plus moderne, mais leur génération ne le connaît pas : « Les jeunes ne cherchent pas mais il se peut qu'il existe du jazz plus actuel ».

Les musiques improvisées, lorsqu'elles évoquent quelque chose, renvoient très fréquemment au rap : « Le rap, c'est de l'improvisation sur le texte », « L'impro c'est un kiff ». L'improvisation a alors plus particulièrement un intérêt si elle ne s'éloigne pas trop du morceau, si elle conserve une rythmique proche, et si elle permet de faire monter l'ambiance, en concert notamment. Improviser « correctement » confère un grand respect et montre au public que l'artiste a travaillé pour le surprendre : « Ça fait plaisir, c'est un mec bien qui fait des efforts ». Certains jeunes amateurs de rap font une bonne analyse de ce qu'est l'improvisation et de ce qu'elle implique : « C'est du travail, ça n'arrive pas comme ça : le texte, la musique, le rythme, il faut se mettre dedans » ; ils ne savent tout simplement pas qu'il s'agit de l'une des caractéristiques principales du jazz.

Les percussions (djembé) et les musiques tribales sont parfois associées de l'improvisation.

Le ska peut également constituer pour certains une voie d'approche vers le jazz.

Les mélanges jazz et électro, rap ou rock sont connus des jeunes via les médias généralistes. Ils semblent y adhérer si le résultat est proche de ce qu'ils écoutent par ailleurs avec une simple touche d'exotisme et d'originalité.

### Musiciens cités :

Ella Fitzgerald, Miles Davis, Ceux qui Marchent Debout, John Coltrane, Buckshot, Django Reinhardt (et les musiques manouches), Duke Ellington, Louis Armstrong, James Brown, Bumcello, Herbie Hancock, Thelonious Monk, Charlie Parker, Sonny Rollins, Art Blakey, Charles Mingus, Wynton Marsalis, Henri Salvador, Sidney Bechet, Nat King Cole, Sylvain Luc, Manu Dibango, Steve Coleman, reprises de Brassens en jazz.

### Lieux cités :

Paris Jazz Festival, Marciac, Jazz à Vienne, Jazzèbre (entretien dans les locaux de l'association et chez un particulier, une affiche du festival au mur), Juan les Pins, des émissions TV, la Coupole à Paris, des clubs à la Nouvelle Orléans, des îles vers Cuba, les Etats Unis, New York.





ANNEXE 2.  
DES  
EXEMPLES  
D'EXPOSITION

## A - L'ODYSSEE DU JAZZ

L'exposition est composée de 25 panneaux, accrochés les uns à côtés des autres, en toute symétrie. Au centre de l'espace d'exposition, d'autres panneaux sont installés, ce qui permet de couper l'espace et de créer ainsi un cheminement autour des panneaux centraux.

Tous les panneaux sont composés de la même façon, sur un style de jazz particulier : un large texte explicatif et une reproduction photographique ou deux illustrant le texte.

Il s'agit donc presque d'un cours chronologique sur l'histoire du jazz, à lire sur des panneaux. Rien d'autre n'est apparemment proposé dans l'espace : ni objets, ni musique, ni possibilité pour le visiteur d'être actif et réactif face à ce qu'il voit. Le parcours de visite est largement orienté par l'ordre chronologique d'accroche des panneaux. Rien toutefois n'empêche les visiteurs de visiter cet espace en déambulant, mais rien ne l'y pousse non plus, au contraire.

### Remarques générales

Il s'agit là d'un très bon exemple d'exposition très riche en contenu (l'histoire du jazz présentée en une salle !), mais dont la présentation pose problème.

### ACTIVITE / CONTENU

Même si exposer n'est pas donner à voir la vérité absolue sur un sujet, mais une vérité orientée par le message que veulent transmettre les concepteurs, les informations fournies dans cette exposition sont historiquement justes, présentées par un professionnel reconnu et spécialiste de l'histoire du jazz.

Cependant, les textes sont longs et détaillés, décourageant le visiteur, qui, soit en bon amateur de jazz connaîtra déjà tous ces courants, soit en simple visiteur de l'espace se lassera de passer d'un panneau à l'autre, se perdant dans les multiples courants du jazz que rien d'autre que des mots ne permet d'appréhender. En outre, ne faire que lire debout des panneaux, composés uniquement de textes et de photos n'est pas très attirant. Aucun objet n'est exposé, pas une musique n'est proposée aux oreilles du visiteur qui ne peut qu'imaginer la musique dont les panneaux lui parlent.

Une exposition uniquement constituée de textes sur panneaux devient vite ennuyeuse. Il est difficile de se concentrer assez longtemps pour lire, comprendre, et intégrer les informations écrites. Leur associer, par exemple, des instruments, des partitions, ou des façons d'écrire la musique par des

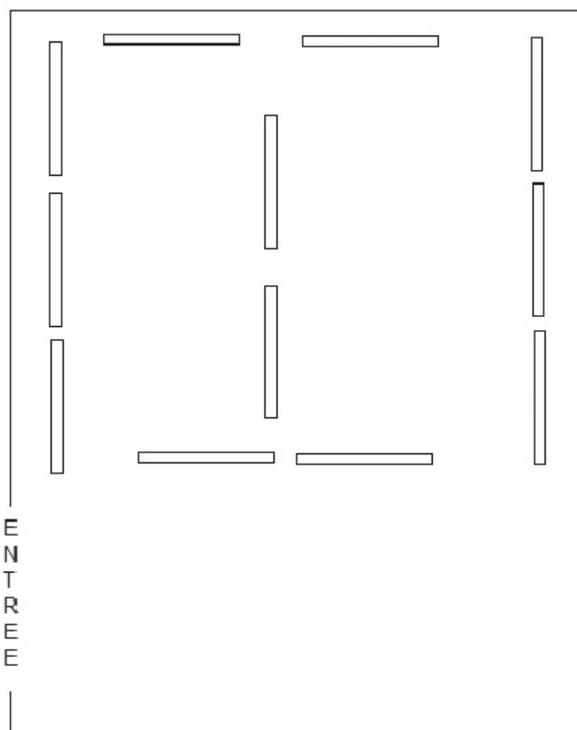


Schéma de l'espace d'exposition : 25 panneaux dans une salle aveugle

musiciens qui ne connaissent pas le solfège, ou le refusent peut susciter un intérêt accru. De même, présenter ce qui fait l'ambiance et l'imaginaire du monde du jazz : pochette d'album, « une » de journaux, affiches de concerts,...

Enfin le mieux est de pouvoir diffuser la musique, d'autant qu'ici différents courants sont présentés.

Un site internet dédié pourrait proposer au visiteur de continuer, prolonger ou reprendre la visite.

## ESTHETIQUE

L'esthétique générale du panneau est d'autant plus importante qu'elle peut permettre de restituer une ambiance, ici celle du jazz, qui est forcément très différente de celle d'autres musiques. Une exposition sur le jazz se distingue d'une exposition sur la musique classique, non seulement par les informations présentées, mais aussi par l'atmosphère qui règne dans l'espace d'exposition.

## « ODYSSEE DU JAZZ »

**Nöel Balen. - Chanson vivante, 1993.**

**Exposition de 25 affiches. 1 m x 0,70.**

**Tout public** 10 mètres linéaires - **Réalisation** : Dazibao 75012 PARIS

### Composition :

- |                                     |                        |
|-------------------------------------|------------------------|
| 1/L'Odyssée du Jazz (présentation)  | 13/Les Grands solistes |
| 2/Les Racines                       | 14/Be Bop              |
| 3/Négro Spiritual...                | 15/ Be Bop (suite)     |
| 4/Et Gospel                         | 16/Cool 17/Hard-Bop    |
| 5/Blues                             | 18/Les Inclassables    |
| 6/Blues (suite)                     | 19/Free Jazz           |
| 7/ Ragtime, Stride et Boogie-Woogie | 20/Free Jazz (suite)   |
| 8/New Orléans                       | 21/Fusion              |
| 9/New Orléans (suite)               | 22/Fusion (suite)      |
| 10/Swing                            | 23/Jazz universel      |
| 11/ Swing (suite)                   | 24/Néo-Bop - M'Base    |
| 12/ Swing (suite)                   | 25/ Rhythm'n Blues     |

## PUBLIC

Réfléchir en terme de « public-cible » est être une bonne solution (pour les jeunes, pour les petits, pour les connaisseurs), mais il est dommage de priver une partie de la population de l'accès à une exposition sous prétexte que ces personnes ne font pas partie de la « cible ». Il convient de réaliser une exposition accessible à tous, y compris aux plus jeunes.

## CHEMINEMENT / TEMPS D'EXPOSITION

L'exposition propose un ordre de visite contraint : message chronologique, évolution d'une musique par opposition, généralisation ou caricature d'une autre.... Elle peut devenir incompréhensible si elle n'est pas visitée dans l'ordre voulu, parce que les liens et les logiques sont alors perdus. Tout ce qui est présenté se vaut, et c'est l'ensemble qui forme le message, aussi bien les valeurs défendues dans une musique que les différents instruments qui la caractérisent.

Toutefois, il est rare que le visiteur fasse ce qu'on a imaginé pour lui. Les visiteurs ont des façons très diverses de visiter, de prendre possession d'une exposition, d'aller à la rencontre de l'information qu'on leur propose.



## B - LES EXPOSITIONS DE LA CITE DE LA MUSIQUE

Les expositions présentées à la Cité de la Musique à Paris semblent répondre à toutes les critiques faites dans les paragraphes précédents, et intégrer toutes les propositions.

### **Présentation de l'exposition MPB, Musique Populaire Brésilienne, à la Cité de la Musique, du 17 mars au 26 juin 2005**

Dominique Dreyfus, commissaire de l'exposition a expliqué quels étaient ses objectifs pour cette exposition<sup>23</sup> : raconter et faire comprendre une musique qui s'est intégrée très vite à la vie des Français, avec une analyse géographique, historique, politique, sociale, mais aussi musicale, puisque qu'on parle de rythme, d'instruments, et de racines musicales à trouver dans la musique brésilienne.

Matériellement, l'exposition est composée d'une vingtaine de « documents graphiques », d'une dizaine de « documents écrits », d'une soixantaine de photos.

## SCÉNOGRAPHIE

L'exposition se compose de cinq salles thématiques. Le visiteur est invité à suivre l'histoire de la musique populaire brésilienne, de ses origines à ses prolongements les plus actuels, à inscrire ces rythmes de fête, de colère ou d'exil dans le quotidien du peuple brésilien. Un peuple métis, indien, blanc, noir, dont la musique exprime l'identité.



*Vue de l'exposition, © Cité de la musique - Photo : A. Cazard*

Cette exposition donne la part belle à l'œil de la caméra. Telles les pièces d'un puzzle en construction depuis la fin du XIXe siècle, des extraits de films, de documentaires, de reportages, de clips, d'émissions télévisées s'organisent dans l'espace pour reconstituer un récit intitulé « MPB, Musique populaire brésilienne ».

23. Interview à lire à l'adresse <http://www.fluctuat.net/2443-MPB-Trois-questions-a-Dominique>

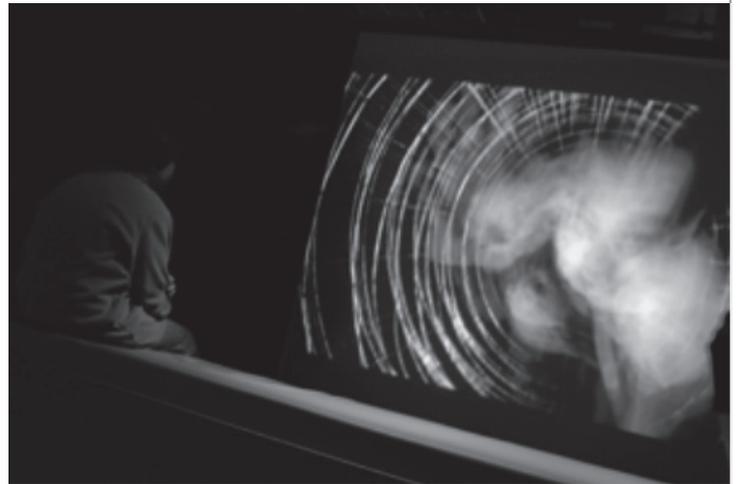


Vue de l'exposition, © Cité de la musique - Photo : A. Cazard

Parce que le photographe peut recommencer indéfiniment la même prise, qu'on peut la reproduire et s'amuser de ces reproductions, la photo crée du rythme. Voilà qui convient au sujet, lorsqu'on sait que la musique a inspiré, dès la fin du XIXe siècle, grands photographes ou simples anonymes, dont les clichés ponctuent le récit. Mouvement et son, la musique a ses traces écrites : partitions, manuscrits, pochettes de disques, affiches de concerts, coupures de presse étaient, comme des notes de bas de pages, le déroulement de l'exposé.



Vue de l'exposition, © Cité de la musique - Photo : A. Cazard



Vue de l'exposition, © Cité de la musique - Photo : A. Cazard

Œuvre parmi les œuvres exposées, il y a la musique, qu'on peut regarder les yeux fermés, tout au long du trajet. Élément ludique autant qu'informatif. Un parcours musical diffusé par des audioguides individuels accompagne le visiteur. Il propose un panorama des multiples visages sonores du Brésil : des chants grégoriens aux envolées lyriques de Milton Nascimento, des batucues des anciens esclaves aux baterias des écoles de samba, de l'atmosphère intimiste de la bossa-nova à l'exubérance du tropicalisme de Caetano Veloso, Gilberto Gil et Gal Costa ou encore les expériences électroniques de Marcelo D2 ou de Chico Science.

## REMARQUES SUR L'EXPOSITION MPB : MUSIQUE POPULAIRE BRÉSILIENNE

MPB répond aux exigences d'une très bonne exposition sur la musique. Un contenu riche : analyse géographique, forts liens avec l'histoire politique du pays, recherches dans l'analyse musicale. La diversité des supports contre la lassitude qui se ressent parfois dans les expositions. Remarquons également les détails : une attention particulière portée aux ambiances régnant dans les espaces (couleurs, polices de caractère, traduction des paroles,...). Enfin, de nombreux événements ont accompagné et enrichi cette exposition qui entrait dans le cadre de l'année du Brésil en France : concerts, conférences, rencontres, visites guidées ont été proposés au public tout au long de l'ouverture de l'exposition à la Cité de la Musique.

La principale critique à cette exposition pourrait être qu'elle propose un parcours très didactique, linéaire, chronologique au visiteur. Tout est fait pour que l'exposition soit visitée dans un ordre précis.

MPB peut être l'occasion d'entamer une réflexion sur la diffusion de la musique au sein d'une exposition qui en fait son thème principal. Le recours aux seuls objets, quels qu'ils soient, n'est pas satisfaisant, il faut nécessairement passer par l'écoute, et que cela pose problème dans une exposition.

Soit la musique est en fond sonore, différente à fur et à mesure que l'exposition avance, mais finalement diffuse. Elle reste alors assez extérieure à l'exposition, peut même passer inaperçue tant on a aujourd'hui l'habitude des musiques de fond, présentes partout et à tout moment. Ce type de diffusion de musique paraît presque inutilisable dans une exposition puisqu'on ne pourra pas lui accorder suffisamment d'attention et qu'il n'y a pas vraiment de moment qui lui soit dédié.

L'autre alternative est l'utilisation de casques audio ou audio guides. Soit accessibles dans le parcours de l'exposition par des bornes d'écoute, soit distribués au début de l'exposition.

Si des bornes sont installées, les avantages sont réels : la musique est réellement intégrée à l'exposition, avec un moment très précis, spatialisé, pendant lequel on peut écouter la musique dont on nous parle. Par contre, cette technique ne permet qu'à un nombre restreint de visiteurs (rarement plus de deux simultanément) d'accéder immédiatement à la musique expliquée à ce point de l'exposition.

Avec des casques audio, le fait qu'un visiteur écoute une musique n'empêche nullement que dix autres en fassent autant au même instant. Par contre, cela implique des visites très individualisées, du début à la fin de l'exposition. Le visiteur est dans son monde, dans son exposition et les échanges entre visiteurs sont rendus presque impossibles. Avec des audio guides, les échanges entre visiteurs sont plus faciles. Néanmoins, ces casques sont souvent synonymes de visites guidées, le sens de ce que l'on voit étant donc sur-expliqué, attirant l'attention sur certains points pour en ignorer d'autres et créer ainsi une hiérarchie entre les informations présentées dans l'exposition. Le casque empêche finalement le visiteur d'être actif. Il se retrouve dans la position confortable mais peu créative, de l'écouter.

La question de la diffusion de la musique se pose donc réellement dans une exposition. La diffusion de musique peut également se faire par la vidéo, clip, concerts filmés.

Une autre possibilité est de faire venir des musiciens qui jouent cette musique. Partant d'une idée intéressante, ces concerts impliquent toutefois généralement que les visiteurs reviennent sur les lieux de l'exposition au moment du concert. Cela reste quand même le plus beau moyen de faire entrer le visiteur dans la musique présentée.

## C. POM POM POM POM : UNE INVITATION A VOIR LA MUSIQUE

La politique défendue par le MEN (Neuchâtel) est séduisante parce qu'elle permet de faire appel à l'intelligence, aux émotions, aux expériences personnelles du visiteur. Le message ne s'impose pas, ne propose pas une vérité absolue, qui serait encore inconnue du visiteur, mais s'intègre aux connaissances personnelles de chacun pour lui proposer de continuer son chemin réflexif particulier, d'entamer même une réflexion nouvelle sur ses habitudes et ses valeurs, sa vision et sa compréhension du monde.

Lors d'une rencontre avec les conservateurs du Musée d'Ethnographie de Neuchâtel, les membres du groupe de travail de l'AFIJMA ont pu reprendre ces principes et se donner une vision plus concrète du projet et des objectifs d'exposition.

La base de travail était « Pom, pom, pom, pom », exposition présentée en 1997/1998 au MEN :

« Avec l'exposition Pom, pom, pom, pom, le Musée d'ethnographie de Neuchâtel présente une réflexion sur la bande-son de notre époque et les activités qui s'y rapportent.

Libre d'associer à sa guise les textes, les objets, les sons et les images qui lui sont présentés, le visiteur est amené à s'interroger sur la manière dont la musique intervient pour influencer sa vision du monde.

L'exposition investit tout d'abord l'espace du «je», l'expérience intérieure et la dimension cérémonielle. Elle évoque ensuite l'espace du «nous», des rencontres et des affirmations sociales. Elle aborde finalement l'espace du «ils», l'importance de la musique dans les rapports de force qui structurent les sociétés contemporaines. »[MEN]

« L'exposition du MEN ne cherche pas à mettre en image la musique telle qu'elle est – ou a été – pensée, conçue, composée. Elle donne en revanche à voir la musique telle qu'elle est utilisée, perçue, consommée dans les diverses sociétés humaines. Fidèle à sa démarche «ethnographique», et privilégiant l'effet de surprise, elle fonctionne essentiellement sur la base de la confrontation, volontiers abrupte, entre les symboles de diverses cultures et diverses époques. Le masque de Michael Jackson côtoie ceux de sorciers africains ou des masques de carnaval, le buste de Beethoven se retrouve avec des lunettes en plastique sur le nez.»<sup>25</sup>

Il devient alors possible de reprendre les idées de l'AFIJMA à travers le prisme des principes d'exposition défendus et présentés au MEN.

L'idée de bousculer les idées des visiteurs, de les déranger, c'est leur faire prendre conscience de ce qu'est leur musique par rapport au jazz, ou l'inverse. Mais également de montrer en quoi ils sont contraints dans leurs choix et leurs goûts par le contexte dans lequel ils vivent. Pour cela il faut réussir à susciter chez eux des interrogations, mais également des colères et des envies. Passer par les sentiments autant que par l'esprit.

### LES PRINCIPES DÉFENDUS PAR LE MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE DE NEUCHÂTEL<sup>24</sup>

Exposer, c'est troubler l'harmonie.

Exposer, c'est déranger le visiteur dans son confort intellectuel.

Exposer, c'est susciter des émotions, des colères, des envies d'en savoir plus.

Exposer, c'est construire un discours spécifique au musée, faits d'objets, de textes et d'iconographies

Exposer, c'est mettre les objets au service d'un propos théorique, d'un discours ou d'une histoire et non l'inverse

Exposer, c'est suggérer l'essentiel à travers la distance critique, marquée d'humour, d'ironie et de dérision

Exposer, c'est lutter contre les idées reçues, les stéréotypes et la bêtise

Exposer, c'est vivre intensément une expérience collective

Le MEN contribue à l'essor des musées ouverts sur le quotidien. Largement reconnues comme novatrices, stimulantes, dérangeantes, voire même provocatrices, ses expositions proposent aux visiteurs une réflexion originale autour d'une thématique étroitement liée à l'actualité et mise en perspective par le regard à la fois impliqué et éloigné de l'ethnologie. Elles font intervenir indifféremment l'ici et l'ailleurs, le prestigieux et le banal, l'artisanal et l'industriel comme autant de signes d'une réalité complexe et culturellement orientée.

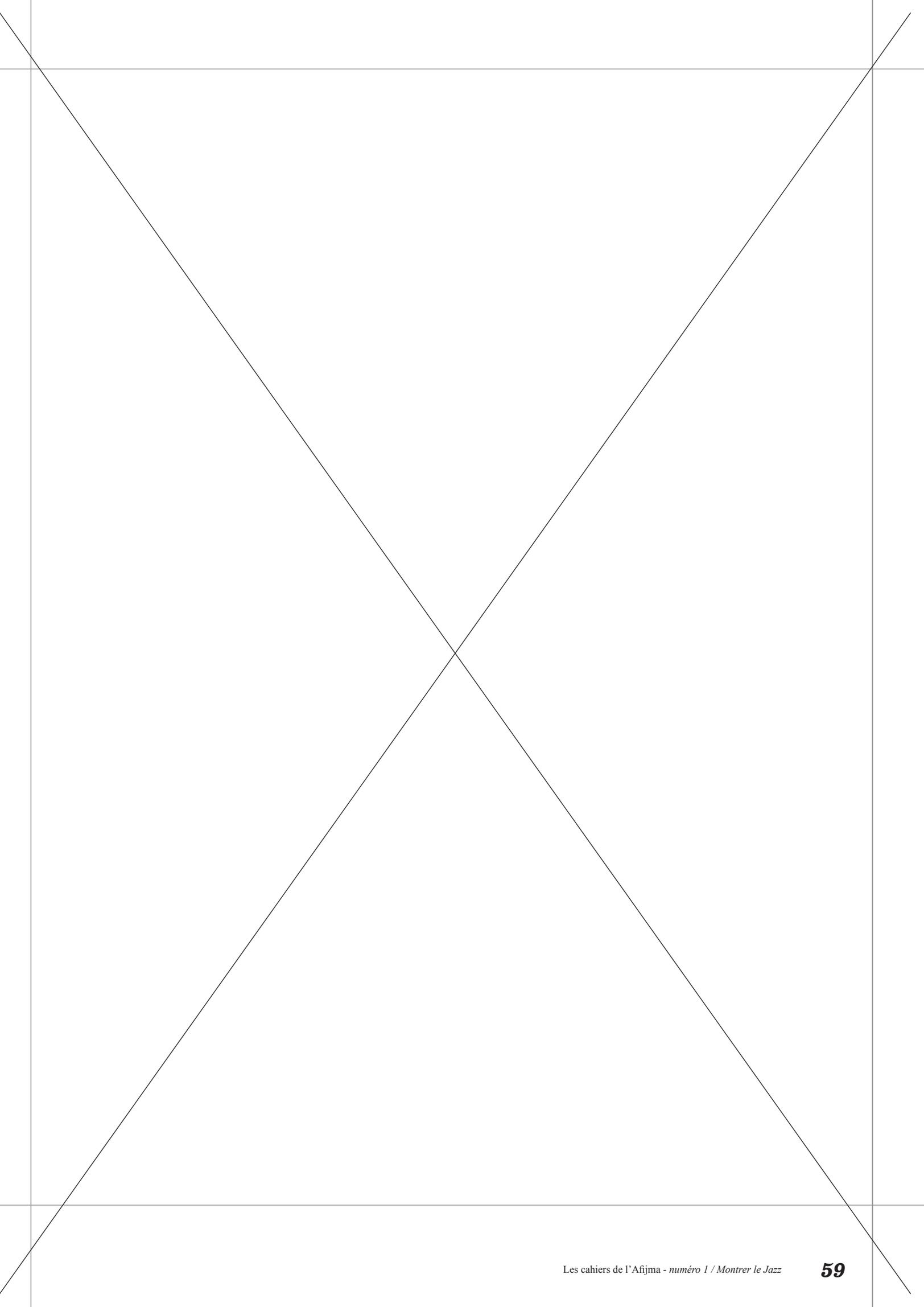
Dans un tel cadre, les objets ne sont pas exposés pour eux-mêmes mais parce qu'ils s'insèrent dans un discours, parce qu'ils deviennent les arguments d'une histoire qui met en perspective d'une ou l'autre de leurs caractéristiques, que celles-ci soient esthétiques, fonctionnelles ou symboliques. Qualifiée parfois de critique ou de déstabilisatrice, une telle démarche vise à permettre aux visiteurs de relativiser leurs perceptions, de déconstruire leurs savoirs et d'interroger leurs certitudes afin de les amener à repenser leur réalité.

Jacques Hainard et Marc-Olivier Gonseth

<sup>25</sup> Dominique Rosset, *L'Hebdo*, Lausanne, 3 juillet 1997

<sup>24</sup>. Toutes les références au MEN, présentation, articles de presse... se retrouvent sur [www.men.ch](http://www.men.ch)





## L'AFIJMA

Créée en 1993, l'**Association des Festivals Innovants en Jazz et Musiques Actuelles (AFIJMA)** regroupe 28 festivals de jazz et musiques improvisées, répartis en France dans une quinzaine de régions. Tous s'attachent à **défendre une programmation innovante** dans le cadre de projets culturels affirmés et citoyens de diffusion et de création : développement des publics, actions dans les quartiers et en milieu rural, création de nouveaux répertoires, résidences, actions pédagogiques multiples ...

Acteurs essentiels de la diffusion et de la production du jazz en France, les festivals du réseau souhaitent **contribuer à la structuration du secteur** par le biais de projets qu'ils mènent au niveau national (*Jazz migration*, diffusion et promotion de formations émergentes) et européen (aide à la circulation des artistes et / ou des programmateurs).

## LES CAHIERS DE L'AFIJMA

L'AFIJMA est autant un réseau d'acteurs qu'un lieu de production intellectuelle. Prendre du recul, analyser, rencontrer, débattre, **révéler le sens qui sous-tend le travail de terrain**, tels sont les objectifs de ce premier numéro des *Cahiers de l'AFIJMA*.

## MONTREZ LE JAZZ

« Lorsqu'il n'existe pas, il faut créer le désir de jazz ». Comment provoquer une rencontre féconde et durable entre « le monde du jazz » et de nouveaux publics ? Comment « montrer le jazz », l'exposer, le faire (se) découvrir ?

L'AFIJMA mène depuis de nombreuses années des actions visant à faire découvrir le jazz à un public toujours plus large. Cependant, force est de reconnaître la difficulté d'un tel exercice.

Le numéro 1 des *Cahiers de l'AFIJMA* est ainsi l'occasion **d'identifier des approches nouvelles** particulièrement en direction des jeunes, de construire de nouveaux outils à destination du public, **d'approfondir la problématique de l'action culturelle** en l'ouvrant à de nouvelles perspectives.

Armand Meignan, président, et  
Jacques Panisset, vice-président.

L'AFIJMA reçoit le soutien de :

