



Dominique Crozat

Scène, musique et espaces hyper réels

Avertissement

Le contenu de ce site relève de la législation française sur la propriété intellectuelle et est la propriété exclusive de l'éditeur.

Les œuvres figurant sur ce site peuvent être consultées et reproduites sur un support papier ou numérique sous réserve qu'elles soient strictement réservées à un usage soit personnel, soit scientifique ou pédagogique excluant toute exploitation commerciale. La reproduction devra obligatoirement mentionner l'éditeur, le nom de la revue, l'auteur et la référence du document.

Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

revues.org

Revues.org est un portail de revues en sciences humaines et sociales développé par le Cléo, Centre pour l'édition électronique ouverte (CNRS, EHESS, UP, UAPV).

Référence électronique

Dominique Crozat, « Scène, musique et espaces hyper réels », *Géocarrefour* [En ligne], Vol. 83/1 | 2008, mis en ligne le 31 mars 2011, consulté le 11 octobre 2012. URL : <http://geocarrefour.revues.org/5383>

Éditeur : Association des amis de la Revue de Géographie de Lyon

<http://geocarrefour.revues.org>

<http://www.revues.org>

Document accessible en ligne sur : <http://geocarrefour.revues.org/5383>

Ce document est le fac-similé de l'édition papier.

© Géocarrefour

Dominique CROZAT

UMR 5045 / FRE 3027
Mutation des Territoires en
Europe
Université Montpellier 3 Paul
Valéry

Scène, musique et espaces hyper réels

MOTS CLÉS

Fête, Scène, musique, hyper
réalité, identité,
performativité, ségrégation

KEY WORDS

Festive events, scene,
popular music, hyper reality,
identities, performativity,
segregation

RÉSUMÉ

Depuis une génération, nos sociétés construisent massivement des espaces qui, modifiant le rapport traditionnel à la représentation, ne sont plus que représentation car, affranchis du réel qui leur donnait origine, ils deviennent autonomes et performant¹ dans la réalisation d'espaces bien réels, images véridiques d'espaces qui n'existent pas. En définissant cette mutation comme un processus de simplification de l'expérience naturelle directe, remplacée par une expérience spécifique et simulée, on bascule dans le glissement de la symbolisation et l'abstraction vers des icônes dont le sens est reconstruit et des situations simulées. Cela débouche sur la mise en lumière de relations de pouvoir cachées entre un petit nombre de personnes capables d'initier ce monde hyper réel et une masse de spectateurs qui en consomment les images réelles. Comme les paysages de films ou de romans policiers, la musique populaire est un vecteur majeur de cette hyper réalisation du monde. Elle véhicule des récits, met en spectacle des modes de vie, des attitudes, langages et modèles sociaux qui construisent une réalité évidente aux populations concernées, bien au-delà des publics passionnés par les musiques en question. A travers le scénario de la mise en spectacle d'une scène scandée par ses événements festifs, elle construit un modèle de cité dont les enjeux (obsessions identitaire et sécuritaire dans un monde marchandisé où les jeux d'échelle deviennent flous), sont évoqués à travers quelques cas.

ABSTRACT

Hyper reality has been a major social process over recent decades, technologically and symbolically mediating the contemporary experience of spaces: it is a form of post-modern domestication of reality, building a more authentic reality. This transformation might be defined as the simplification of the natural, direct experience to produce one that is specific and simulated: this involves a shift from symbolisation and abstraction to the creation of icons and simulated features. It is also the reality of hidden power relations between a small number of people capable of initiating a world of hyper reality and any consumers or spectators. With movies, tourism and leisure, popular music is at the centre of this process, using narrative, presentations of everyday life and social models to build a clear reality and thus an obvious identity for the people involved. By performing the show of a 'scene', emphasised by festive events, music is building a model of the post-modern city.

CONSTRUIRE DE NOUVEAUX MONDES

Comme l'ensemble des sciences humaines et sociales, la géographie est confrontée à la difficulté à appréhender la mutation qu'a entraînée la concomitance entre l'extension planétaire de la société de consommation et le passage à une mise en spectacle et médiatisation généralisée que certains résumant par l'idée que la médiaculture s'est substituée à la culture (Maigret et Macé, 2005). Cette évolution est accélérée par la capacité croissante à la mobilité, entendue comme aptitude à se projeter dans des univers variés (Urry, 2005), sans nécessairement translocation physique. Par ailleurs, nos disciplines accordent une importance accrue à l'action ou aux pratiques entendues comme discours, expression d'une identité, d'un affect ou d'un désir.

J'emprunte à Baudrillard (1981) le concept d'hyper réel pour décrire la disposition de nos sociétés à construire des images *véridiques* d'espaces qui n'existent pas. On entend en effet par hyper-réalisation un processus de métaphorisation performatif qui, à partir de représentations médiatisées, réorganise les systèmes socio-spatiaux, sans tenir compte des conditions originelles de production de ces représentations. Ce processus culturel est sécuritaire et réactionnaire et peut apparaître comme une régression politique (Crozat, 2008) ; cet efficace instrument de contrôle des populations redéfinit,

formate les imaginaires au moyen d'images simples : le réchauffement global, le risque terroriste, le SRAS, les modèles de vie véhiculés par la télé réalité ou les identités ségréguées construites par le pouvoir avec l'aide des télévisions (Crozat et Raibaud, 2008). Dans la logique d'une utopie en cours de réalisation, se développe l'idée d'une perfection du dessin et d'une totalisation du monde présenté (Davis, 1991, p. 244). Cela n'empêche pas ce remodelage du monde à travers celui des sens de continuer à affirmer le caractère décalé de sa dimension utopique originelle, malgré son extrême intégration à ce processus (la fête, le rock ou Internet par exemple).

Ce monde hyper réalisé se substitue au réel original car il est plus satisfaisant, conçu pour être médiatisé et fait l'objet d'un marketing permanent : le citoyen, l'acteur ou l'amateur apprend à désirer ces produits devient client/consommateur et les préfère à des originaux qui demandent un effort pour les apprécier. Les loisirs et la culture sont très concernés par cette redéfinition simultanée du consommateur et du produit qu'on lui vend. L'art contemporain définit, construit les espaces hyper réels et est vecteur de diffusion. Sa dimension majeure, particulièrement pour la musique, tient dans sa médiatisation, co-substantielle au processus de création : les médiacultures (Maigret et Macé, 2005) se sont substituées à la culture, ce qui perturbe la

1 - Performer : accomplir un acte de langage ; capacité d'une représentation à agir le réel. Cf. L. Mondada (2003).

construction des identités. La musique contribue à construire quatre registres de l'hyper réel : à travers la scène, elle bouscule les échelles et relie global et local ; elle participe de l'obsession identitaire ; elle permet de construire des univers sécurisés (*risks free environments* ; Spring, 2004), dans un monde marchandisé. Prise individuellement, chacune de ces caractéristiques n'est pas hyper réelle ; c'est la conjonction de l'ensemble qui produit le système d'hyper réalisation.

Ces évolutions sont étudiés ici à partir de cas : deux scènes musicales (la musique *metal* à Montpellier, *free* à Cologne²) et un contexte moins bien défini selon ce modèle (les fêtes rap et hip hop en périphérie de Bordeaux) qui pose la question des identités ethniques et des ségrégations. La dimension *totale* de cette construction amène à interroger les finalités des univers sécurisés que produit aussi la musique. Enfin, est abordé la question de la très forte insertion de la musique dans l'économie et les évolutions qu'elle suscite.

LA SCÈNE : BOUSCULER LES ÉCHELLES POUR RELIER GLOBAL ET LOCAL

Depuis les années 1960, la musique populaire a systématisé les logiques de diffusion mises en place par le jazz. Elle s'envisage donc dans l'espace à deux niveaux d'échelles majeurs : le local et un horizon toujours global. Le groupe qui répète dans un garage a cette double ambition : la conquête de la scène locale est en permanence référée à des groupes, des réseaux et des modes qui sont globales. Ces deux dimensions interagissent avec des dimensions intermédiaires, en empruntant tous les raccourcis possibles, sans établir une hiérarchie fixée. Ce processus dynamique ne peut être appréhendé qu'à un instant donné et sera différent plus tard car il ne s'agit pas d'une structure définie ; parce qu'il réfère à des sujets en mouvement, il implique que l'acteur de la scène est en permanence dans tous les niveaux d'échelle et remet en cause à chaque instant la pertinence de la scène.

Dépendante d'une hiérarchisation immanente structurée, à l'origine de flux de nature et de direction définis, la notion de réseau peine à appréhender ces systèmes. Le rhizome (Deleuze et Guattari, 1980) prend en compte la capacité de l'individu à se projeter pour modifier ses représentations et la structure du monde. Cela suppose une incorporation qui déstabilise cet ensemble car le rôle central de l'individu ôte toute pertinence au modèle : nous ne fonctionnons plus avec des « *cet objet est ceci car il correspond/ ressemble au modèle de cela* » mais par analogies et approximations entre des objets qui ne sont pas de même nature mais créent un champ d'interrelations.

Dérivé de ces approches, le concept de scène (Dowd, Liddle et Nelson, 2004, p. 149-152) complète

les approches de Becker (1988) et Bourdieu (1992)³ : construites sur l'idée de l'immanence d'une identité sociale à laquelle le sujet doit s'adapter ou du moins composer, celles-ci se révèlent trop dépendantes de leur contexte technologico-historique et de l'idée de structurations relativement stables. Ce concept de scène articule les lieux, les comportements, les dispositifs et les moyens mis en place par les artistes, mais aussi la diversité des publics ou la multiplicité des rôles successifs de chacun de leurs acteurs : dans un tel système, l'artiste local est aussi, à différents moments, organisateur occasionnel ou régulier d'événements régionaux et spectateur de manifestations à des échelles différentes. Il construit et promeut des catégorisations différenciées, un système de valeurs, des normes, à travers la musique mais aussi les attitudes et les positionnements des acteurs dans chaque scène ; cela génère des expressions collectives telles que « *alternative* », « *underground* » ou « *indépendante* » afin de se distinguer de la « *masse* » (Yonnet, 1999 ; Bennett, 2004). Le concept de scène répond à la fluidité croissante induite par l'apparition de nouveaux genres musicaux, leur fragmentation/recomposition rapide, l'impact des technologies de l'information et de la communication (échanges) mais aussi des technologies de création musicale (*home studio*, échantillonnage par exemple) qui bouleversent les schémas d'organisation jusqu'alors très fordistes du domaine.

On peut retenir trois caractéristiques hyper réelles de la scène. Tout d'abord, le système s'origine dans un espace local mais sa capacité réticulaire poussée jusqu'au rhizome permet de transgresser les frontières de la localité pour établir des connexions *translocales* (Hodkinson, 2004), caractérisées par la mobilité physique des acteurs et l'utilisation conjointe du cyberspace : la scène *free* de Cologne est dans ces balancements permanents entre local et global (Adamek-Schyma, 2006). Ensuite, le système scène dépend du contexte de lieu et de l'interdépendance complexe de ses éléments ; si l'un d'eux disparaît ou évolue la structure d'arrangements mutuels est fragilisée puis menacée (Spring, 2004). À Montpellier, la scène *metal* locale dépend de la coopération entre le gérant de la salle du Rockstore où ont lieu la plupart des concerts à des conditions avantageuses et l'association Murmurement, organisatrice (Aussaguel, 2005). À Cologne, la professionnalisation suscite l'éparpillement hors du Quartier Belge et fragilise le système en supprimant un contexte de lieu fait de multiples petits arrangements permis par la proximité. Enfin, une scène locale est un contexte spatio-temporel : construit grâce à la passion qui anime ses acteurs, le concert prend un caractère événementiel. Au-delà de la diversification des programmations, la valorisation en événement par sa médiatisation le donne comme unique : ici, maintenant ou jamais, et l'intègre dans l'expérience personnelle des individus liés à cette scène ; c'est la raison pour laquelle il importe que

2 - Je relis et réinterprète au moyen de ce modèle de l'hyper réel, l'excellent article de B. Adamek-Schyma, 2006 ; cela me permet de conclure, à rebours de l'auteur, à la présence d'une scène à Cologne dans les années 1990.

3 - L'« interactionnisme symbolique » pour Becker (1988) et le concept de « champ » pour Bourdieu, en particulier les développements introduits dans *Les règles de l'art* (1992).

le champ des interactions de la scène soit réactivé régulièrement au moyen d'un événement attracteur : la fête.

Ainsi, en articulant les temporalités vécues et événementielles, l'inscription territoriale se structure par les stratégies que les acteurs mettent en place par le biais des réseaux socio-techniques et des éléments communicationnels, du niveau local au niveau global (Debruyne, 2001). C'est une mise en ordre selon les logiques spécifiques à la scène, construction d'un monde alternatif à tous les autres : le modèle du système de la scène *metal* montpelliéraine n'est pas généralisable mais adaptable, avec des invariants : c'est ainsi partout le public et les sponsors privés qui financent les concerts et les musiciens. Mais le monde *metal* toulousain ou marseillais (deux scènes proches, plus importantes et plus actives, mais à la structuration moins cohérente) est différent. Dans une construction réticulaire classique, le système global reste le même quel que soit le point d'où on s'y insère. À Cologne, en restant dans la même ville, le système se désagrège car ce monde perd sens : les entreprises de la ville deviennent résolument globales et sont un des points d'appui majeurs du système monde de la *free music*. Mais, avec cette évolution, la structuration locale a perdu de son intensité et la structure des arrangements qui la composaient s'est modifiée. Déséquilibrée, la scène *free* de Cologne périclité. Articulant le « *small is beautiful* », le local, et la relation au monde, la scène renvoie à l'idée de cette diversité fondatrice, l'idée que chacune de ces remises en ordre locales du monde réfère à un groupe spécifique, tout autant qu'à chaque individu, différente et aussi légitime que celle du voisin.

Cette individualisation co-substantielle à la scène est bien sûr reliée à des dimensions identitaires.

L'OBSESSION IDENTITAIRE

La remise en ordre du monde spécifique à chaque individu, entrelacée et en résonance avec celle des autres membres de la scène induit le partage d'une identité commune générée par des discours et attitudes, des codes de reconnaissance qui se déploient dans un espace clos où la musique est centrale et à l'abri du regard de la société englobante (Lee et Peterson, 2004). Tout en étant repérable, l'individu reste anonyme dans la masse et se projette dans un univers hyper-réel totalement construit ; la musique, la danse, les drogues accentuent les interactions et l'identité tribale et/ou religieuse qui en découle (Fontaine et Fontana, 1996 ; Lee et Peterson, 2004 ; Hampartzoomian, 2005). Mais, alors que l'identité est habituellement réduite à sa dimension locale (enracinement), ces constructions sont reliées au global : le modèle identitaire du rock est londonien ou nord-américain. Ce parcours l'emmène jusqu'à la mythique Éthiopie des *rastafarai* depuis l'à peine moins mythique et toute aussi hyper réelle Jamaïque des icônes véhiculées par le reggae.

Le local n'a donc pas disparu mais il réfère à une identité à incarner, *délocalisable* partout ; Thrift (1996) propose de lier performativité et pratiques (« *non-representational theory* » ou « *theory of practices* »). Les représentations deviennent des présentations, manifestations performatives d'un savoir social en usage, mises en spectacle des manifestations d'une identité du quotidien : les pratiquants des bals folks ne jouent pas ; ils sont *intimement authentiques* (Revill, 2004). Au festival de Mirande (Theulé, 2004), la musique *country* devient manière d'être ; sa pratique raconte l'être profond des individus et des lieux et suscite une mise en capacité selon Wittgenstein (Chauviré, 2004, p. 43-44). Les nombreux spectateurs qui arrivent en tenue de cow-boy ne viennent pas à un bal costumé ; ils sont réellement des cow-boys pendant deux jours. D'ailleurs, lorsqu'on interroge les organisateurs, ceux-ci affirment vouloir produire « une culture », entendue comme un *habitus* substrat de l'expérience vécue. Dans le concert *metal* ou *country*, les spectateurs jouent leur propre sujet au travers de situations relationnelles référées aux codes spécifiques des lieux ; la réinterprétation de ces codes situe avec précision et actualité dans un monde en mouvement. Ces pratiques constituent pour les spectateurs/acteurs leur sens du réel ; ils sont une pensée en action ; la diversité des discours/pratiques qu'y apportent les sujets donne aux lieux une identité⁴ et y produit une *urbanité flexible* (Augustin et Latouche, 1998). À un premier niveau, il faut entendre cette expression dans le sens que lui donnent ses auteurs : l'adaptation des lieux par les acteurs publics, par exemple, la capacité à produire des univers variés avec une salle polyvalente du type Zénith. Mais on peut l'élargir car cela vise aussi les identités multiples que le sujet se construit : il n'est pas en permanence danseur *country* ou musicien *metal* ; ses identités varient au cours de la journée ou de la vie et, comme dans le jeu vidéo *Second Life*, l'individu possède la liberté de choisir une identité hyper réelle plus satisfaisante.

Au-delà de cette identité d'appartenance (Goffman, 1979), la forte capacité performative de ce discours identitaire peut se transformer en identité d'assignation à laquelle se conforment les individus (Becker, 1963). Dans la périphérie nord-est de Bordeaux, comme dans d'autres villes, les acteurs publics diffusent au moyen de concerts et de fêtes (Rap, hip-hop) une culture ethnique médiatisée et construisent ethniquement des jeunes nés en France et de culture française (Crozet et Raibaud, 2008). Ces événements sont organisés par les collectivités territoriales ou des associations qu'elles subventionnent. Sur la rive droite bordelaise, les financements publics sont en général issus du budget « culture » mais, dans la plupart des autres villes, ces spectacles font appel au budget « social ». La musique devient ainsi un moyen de traiter les problèmes posés par une jeunesse turbulente cantonnée dans ces quartiers d'habitat social afin de l'éloigner du centre-ville. Ce

4 - Mais, si « aller à Mirande » n'a pas le même sens (c'est-à-dire, au fond, ne vise pas la même ville), selon qu'on est fan de *country music* ou simple touriste, « aller à Saint-Dié » est tout aussi connoté pour les géographes : c'est le propre de tout festival de faire de vous un autre homme pendant quelques jours, totalement différent car investi par l'esprit du lieu, lequel est lui-même spécifique pendant l'événement mais fini par donner une personnalité propre à cet espace qui perdure dans une temporalité « normale » : c'est au fond la logique qu'exploite le marketing culturel.

contrôle politique déresponsabilise les populations concernées qui n'organisent rien par elles-mêmes.

Ces interventions à visée sécuritaires construisent une culture connotée de la « banlieue ». Fortement ethnique (on signale si, par exception, un groupe de « blancs » joue cette musique⁵), elle évite de poser la question sociale : le chômage et la pauvreté sont les caractéristiques réelles de ces populations coupées de leurs origines familiales et mal-à-l'aise comme français ; on leur offre donc une référence spécifique qui les enferme dans la différence ethniquement fondée. Ceux qui sortent du quartier grâce à la maîtrise de cette référence⁶, messagers de cette nouvelle culture, contribuent à leur retour au renforcement de cette identité ethnique. Lorsqu'ils jouent au centre ville, on insiste beaucoup sur leur biographie (origine ethnique comme géographie résidentielle). Dans un pays qui confond ethnique et national, cela les expulse de leur nationalité (en général française) pour leur offrir une identité hyper réelle ; selon les normes des clips de rap, les noirs, y compris antillais, mais aussi les populations blanches, d'origine arabe ou pas, deviennent des blacks... Ce modèle mondialisé stigmatisant construit des aliés à partir de jeunes en difficulté d'identification mais foncièrement français. Enfin, en Europe, le succès déjà ancien du rap français, plus politique que celui importé des USA, renforcé par le prestige des émeutes très médiatisées de 2005, construit un modèle complexe⁷ dont l'étude serait intéressante.

Cette ethnicité hyper-réelle est fondée sur des ailleurs disparates mais surtout américains (États-Unis, Brésil pour la capoeira). « *L'action culturelle menée dans les cités vient apporter un surplus d'identification à ces quartiers fragiles en les mettant en contact avec des artistes représentant l'expression culturelle des ghettos des grandes mégapoles. Les quartiers porteurs des signes et attributs de cet imaginaire hip-hop, sont reflétés comme tels par les médias qui couvrent ces manifestations culturelles : immeubles en ruine et grillages, population "de couleur", gamins vêtus de vêtements amples, casquettes de base-ball et baskets, musiciens rap...* » (Raibaud, 2001, p. 92). Ainsi une action publique généreuse destinée à corriger par la musique l'étiquetage identitaire de ces populations renforce la ségrégation qu'on prétendait atténuer en légitimant cette culture hyper réelle : la performativité du discours fonctionne totalement puisque ces populations s'approprient ce modèle avec enthousiasme et le diffusent en l'enrichissant.

RISK-FREE ENVIRONNEMENTS

Au-delà de ces interventions à visée sécuritaires, d'autres dimensions de la sécurisation sont mises en œuvre dans les concerts, particulièrement les rave parties dans les extrêmes périphéries urbaines conçus comme environnements sécurisés ou « *risk-free environment* » (Spring, 2004). Cette sécurisation permet de donner aux

individus le sentiment de vivre dans un univers utopique choisi. Elle structure profondément la fête contemporaine, provoquant par exemple un basculement complet des modes d'agrégation dans les bals depuis le bal public réputé socialement ouvert, en déclin, vers le repas dansant, en progression rapide surtout dans les périphéries urbaines (Crozat, 1998) : ce bal clos propose un modèle de société utopique et sélectionnée (et ainsi socialement très homogène) autour de leaders associatifs puissants dont l'aura concurrence souvent celle des élus politiques, de la même manière que les dirigeants de clubs sportifs. Ces espaces sont structurés par les organisateurs pour limiter des risques très contextualisés.

Ainsi, Spring démonte le contexte spatial et temporel spécifique de la scène *free* d'une ville moyenne du Midwest au pseudonyme de Ruston, dans l'orbite musicale de Détroit. Bâti sur une coopération dont la fin induit celle de la scène, ce cas souligne le rôle du *backstage* dans la création d'un environnement sans risque pour donner une impression de spontanéité. A l'origine, c'est un quartier industriel mal famé en cours de déclasserment (magasins vides, bars à motards, etc.), loin de la zone des sorties du samedi soir. Un restaurateur enraciné dans le quartier est soutenu par la population locale, inquiète de l'évolution. Il négocie avec l'environnement, entendu ici comme la police, la communauté locale, les pompiers et services d'hygiène, les autorités politiques locales car il suscite l'espoir de ramener une vie économique dans le quartier au moyen d'une amélioration du cadre et de son image et permettre une revalorisation foncière. Il obtient une aide financière et une indulgence généralisée pour les aspects illégaux de son activité à condition d'éviter le scandale, principal risque de dévaluation foncière.

Il développe durant les années 1990 un quartier de bars car il offre à sa clientèle d'adolescents des classes moyennes habitant la périphérie suburbaine de la ville un environnement sécurisé d'un autre risque : celui d'avoir des ennuis avec la police (non respect des limites d'âge de vente d'alcool, organisation du trafic de stupéfiants et garantie de sa qualité, rareté des contrôles routiers visant la consommation de drogue ou d'alcool). L'organisateur de l'environnement sécurisé prend en charge l'ensemble des contraintes attachées au lieu : « *ne pensez plus, comptez sur nous, jouissez* ». En même temps, moins contrôlé par les pompiers, il accueille un public dépassant la capacité des salles. Le *risk free environment* intéresse donc plusieurs groupes avec des définitions distinctes : le public, les organisateurs, les pouvoirs publics et chacun en escompte un bénéfice différent.

Dans les *rave parties* périurbaines, le *risk free environment* débute avec un jeu de piste : le lieu de la *teuf* reste secret pour éviter les filtrages policiers ; l'itinéraire d'accès est découvert

5 - À Lisbonne, la police, qui contrôle systématiquement l'identité des groupes qui regagnent le centre en fin de concert (barrages), affuble les blancs amateurs de ces musiques du sobriquet de « *bolicão* », du nom d'une friandise où une pâte de couleur claire entoure un cœur en chocolat.

6 - Ainsi, à Bordeaux, Hamid et Anthony de la compagnie de danse Révolution

7 - Je remercie Isabel Pato (Université de Lisbonne) et Tim Freytag (Université de Heidelberg) pour leurs remarques à ce sujet.

progressivement avec des informations codées sur un site Internet complété ensuite par des répondants téléphoniques. Sur place, les *dealers* sont connus d'un événement à l'autre. S'y ajoute le *testing* effectué par des ONG. Mais ces arrangements ambigus caractérisent aussi les concerts de musique : la double billetterie et les salles en surcapacité y sont fréquents.

La complexité de cette construction fait sa fragilité : si une des conditions disparaît, l'ensemble se délite rapidement. À Ruston, la structure d'arrangements mutuels est menacée quand certains acteurs cherchent à maximiser leur profit aux dépens des autres : sous payés, les *disc jockeys* attirés des clubs vont travailler dans des soirées privées. Les organisateurs de ces soirées exceptionnelles y contrôlent le commerce de la drogue, ce qui génère des problèmes avec les *dealers* institutionnalisés. Les horaires de ces soirées sont décalés et nuisent aux cafés et clubs. Cette fragilisation débouche sur la crise (« The Day the Music Died ») quand le fondateur/propriétaire de la scène refuse de supporter la campagne électorale de ses soutiens politiques. Cela génère des contrôles de police fréquents et inattendus alors qu'auparavant les patrons de bar étaient prévenus. Puis ils sont régulièrement annoncés par la presse, ce qui décourage la clientèle : avec la fin de l'environnement sécurisé, elle s'éparpille. On « retrouve » alors des infractions oubliées à l'époque de l'impunité ce qui provoque la fermeture de clubs secondaires. Débute ensuite un discours officiel dénonçant ce scandale, relayé par la presse locale, restée muette pendant plusieurs années, qui demande un « nettoyage ».

Cette fragilité limite la durée d'existence de ces scènes : ici l'apogée dure quatre ans, comme à Cologne. De même, en France, un changement de majorité départementale ou régionale provoque une forte mortalité parmi les festivals locaux tandis qu'on voit alors éclore et se développer une nouvelle génération de festivals soutenus par la nouvelle majorité ; seuls les plus institutionnalisés, échappant à ces configurations, survivent, avec des longévités exceptionnelles (Garat, 2005).

UN MONDE MARCHANDISÉ

Musiciens et organisateurs sont des agents économiques avisés. Même si leurs stratégies personnelles sont désintéressées, ils sont en permanence à la recherche de moyens. Le rapprochement de l'art et des loisirs, qui participe de la médiatisation, renforce cette dimension économique. L'intégration dans l'économie distingue la musique populaire et le cinéma des autres arts ; un enrichissement important y est co-substantiel au succès.

Aussi, aujourd'hui, tout organisateur amateur d'un festival local est capable de préparer un dossier solide de demande de financement régional ou départemental. Le succès économique de la scène *free* de Cologne, *in fine* à l'origine de son

affaiblissement, est la conséquence d'efforts permanents pour donner une cohérence globale à une entreprise valorisant collectivement des initiatives individuelles. Dans ce sens, la scène se rapproche d'un système productif local, un *cluster* ; la confusion est totale s'il s'agit d'une activité économique culturelle créatrice aux confins de l'art telle la Silicon Alley New Yorkaise (Grondeau, 2006).

Par ailleurs, les interrelations nouées entre économie et musique ont modifié son système de production et sa symbolique. Dans les petites scènes locales, la professionnalisation est une labellisation de qualité. Partout, s'accroissent l'industrialisation, la standardisation et la reproductibilité qui garantissent une efficacité économique et offrent aussi aux individus des repères dans le contexte d'une culture construite comme événement permanent. Devenue « ingénierie festive », la gestion des événements propose en toutes circonstances une série de modèles où l'argument musical devient prétexte. Leur succès s'appuie sur des ouvrages de management, des *cursus* de formation professionnels orientés vers les « métiers de l'art et de la culture » ; la SACEM propose des « kits » destinés aux musiciens qui désirent devenir professionnels. Le développement des écoles de musique et la mise à disposition de structures d'aide (salles de répétition, studios, management) dans le cadre de politiques publiques d'aide à la musique, visant en particulier les « musiques amplifiées » renforcent cette standardisation professionnelle (Raibaud, 2001). Mais des structures privées telle YesHighTech à Saint-Etienne, une entreprise proposant des services plus développés que ceux offerts par les structures publiques (studios de répétition et d'enregistrement, accès à un réseau d'associations et petits producteurs liés et parfois hébergés par l'entreprise, professionnalisation par l'embauche de certains musiciens comme techniciens intermittents, accès à un réseau de salles de spectacles municipales gérées par l'entreprise), se développent : une dizaine de cas similaires de micro-scènes locales d'origine plus ou moins privative sont recensés en France.

LA MUSIQUE POUR DÉFINIR DES TYPOLOGIES COMPORTEMENTALES, UN STYLE

Beaucoup d'initiatives sont commerciales : à Lille, une frontière avec la Belgique est réinventée par l'installation d'un complexe de discothèques structuré autour de la musique autant que les des comportements : la musique *free* est installée à proximité d'Ypres, tandis que les homosexuels sont plutôt localisés à Peruwelz. Le sud de la nationale n° 50 (fig. 1) est tout public tandis qu'au nord, les établissements à caractère sexuel dominant. Ces discothèques sont un cube de béton et de tôle entouré d'un vaste parking au milieu des champs. À l'intérieur, la Bush à Esquelmes annonce cinq salles (et cinq types de musique) avec huit bars sur 3000 m² susceptibles

d'accueillir 5000 personnes ! L'industrialisation de la fête est ouverture vers l'espace-monde à travers la standardisation de la musique, de la décoration et de l'animation (*gogo dancers, drag queens*). Les cafés musicaux proposent un autre modèle international : la rusticité de la décoration doit évoquer un « esprit rock ». Garantie d'une fête véritable, « Aller en Belgique » recrée une frontière hyper réelle marquée par une norme spatiale internationale balisée par l'usage de l'anglais pour définir types de musique et identités. La frontière devient « un vaste théâtre de circulation matérielle et idéologique qui est profondément répétitif, citationnel et mimétique » (Price, 2000). En France, rue Masséna, l'autre district festif majeur (fig. 2) aligne les bars irlandais, écossais ou brésiliens pour développer « l'identité festive de Lille » (Ville de Lille, PLA Tourisme, 1999), couplé avec un sous-district de restaurants chinois « authentiques »... Dans le contexte de ces districts festifs, le choix de musiques précisément définies mais toujours internationales est d'abord un élément décoratif, destiné à donner une couleur et identifier les clientèles de la fête : mais d'une métropole à l'autre, la clientèle doit pouvoir y retrouver son style ; cela génère une forte homogénéisation dans toute l'Europe (Gwiazdzinski, 2005) ; bien que de taille plus réduite, la rue Oberkampf à Paris (Fleury, 2005) ressemble à la rue Masséna à Lille ; mais on retrouve des similitudes dans les quartiers spécialisés de beaucoup d'autres villes européennes.

Ces modèles identitaires importés performent au-delà des espaces initiaux : la diffusion des *street games* ou *City stades*, dans des aires de jeu grillagées qui reproduisent celles qui apparaissent dans les clip musicaux et publicitaires (Nike) mettant en scène l'inner city dégradée des métropoles nord-américaines, suit celle des clips de rap jusque hors des périphéries ségréguées des villes européennes. Logiques identitaires et commercialisation s'entrechoquent : dans le clip vidéo, les allusions à une identité formatée sont vecteurs d'une tolérance, voire d'un encouragement à des comportements sexistes marqués (Raibaud, 2006). Ainsi, la médiatisation permanente ne se limite pas à l'accès aux outils techniques de communication afin de favoriser leur diffusion : dans la musique, la médiatisation est d'abord une posture individuelle et identitaire : une projection de soi en tant que...

Dans ce processus d'hyper réalisation, tout n'est pas inquiétant : la médiatisation du concert et son fonctionnement économique (faire vivre l'association) permet d'échapper au quotidien, de « voyager », même si la scène de *country music* en question est basée sur internet (Lee et Peterson, 2004). La musique est une usine à rêves dépassant l'histoire qui la sous-tend. Depuis l'essor du rock, elle s'est projetée dans des espaces relus et reconstruits, parfois physiquement : « ainsi depuis le Nashville des musiciens, la country music suscite à Mirande la reconfiguration de l'industrie du loisir autour du cheval » (Theullé, 2004). De

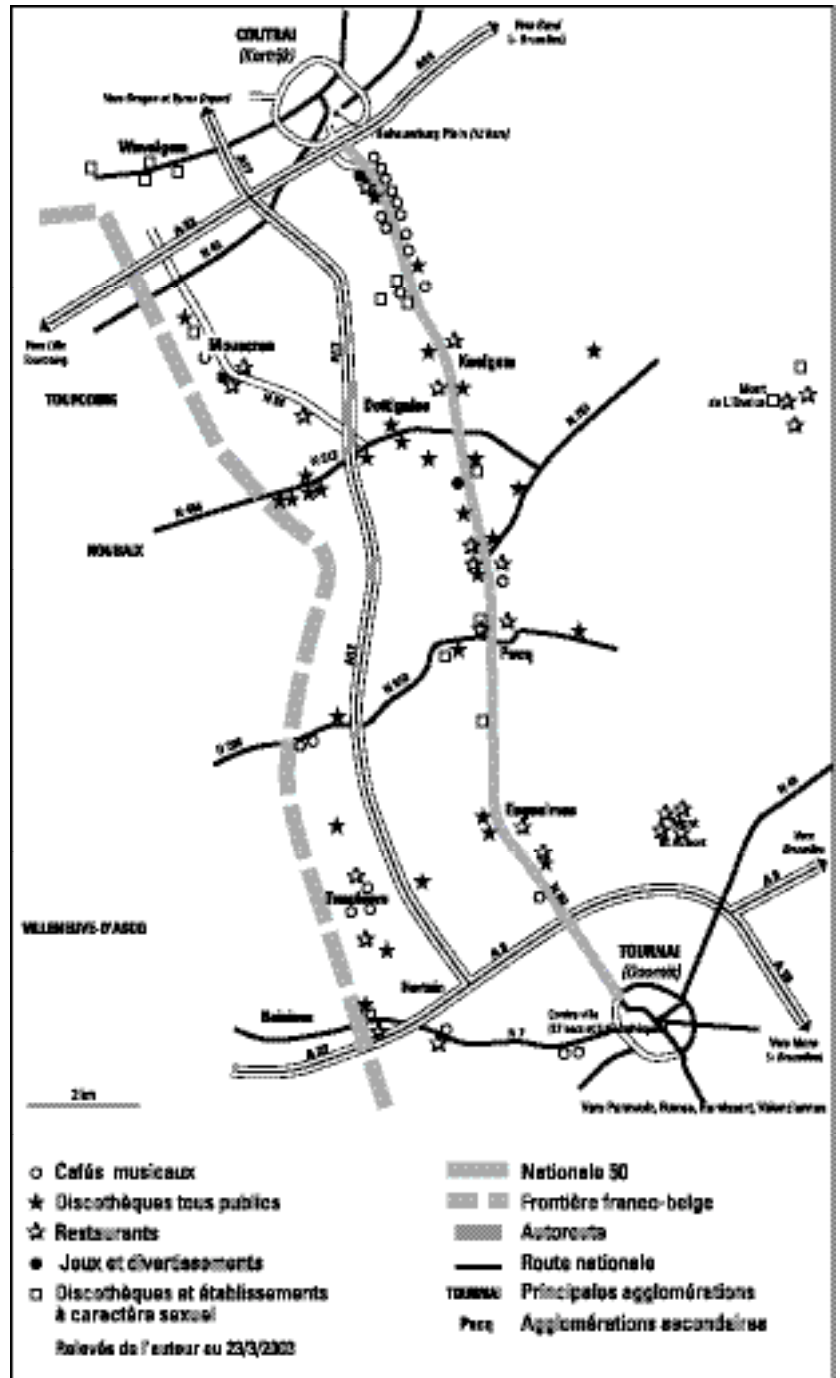


Figure 1 : Le complexe festif de la frontière lilloise
Source: Crozat, 2000, actualisée

même, dans les années 1990, le micro centre de la *beatlemania* de Liverpool avait la capacité de cacher la misère du quartier de St Matthew. Comme la reconstruction hyper réelle de Hollywood, devenu City Walk au milieu des taudis (Davis, 2006, p. 85), le voyage est rarement gratuit : les relectures et repositionnements de l'image, réécritures des lieux dans des identités esthétisées (Fortuna, 1999, p. 56), citations fugaces et artificialisées posent la question du recul de la culture, disneyfiée (Eco, 1986), disneylandisée

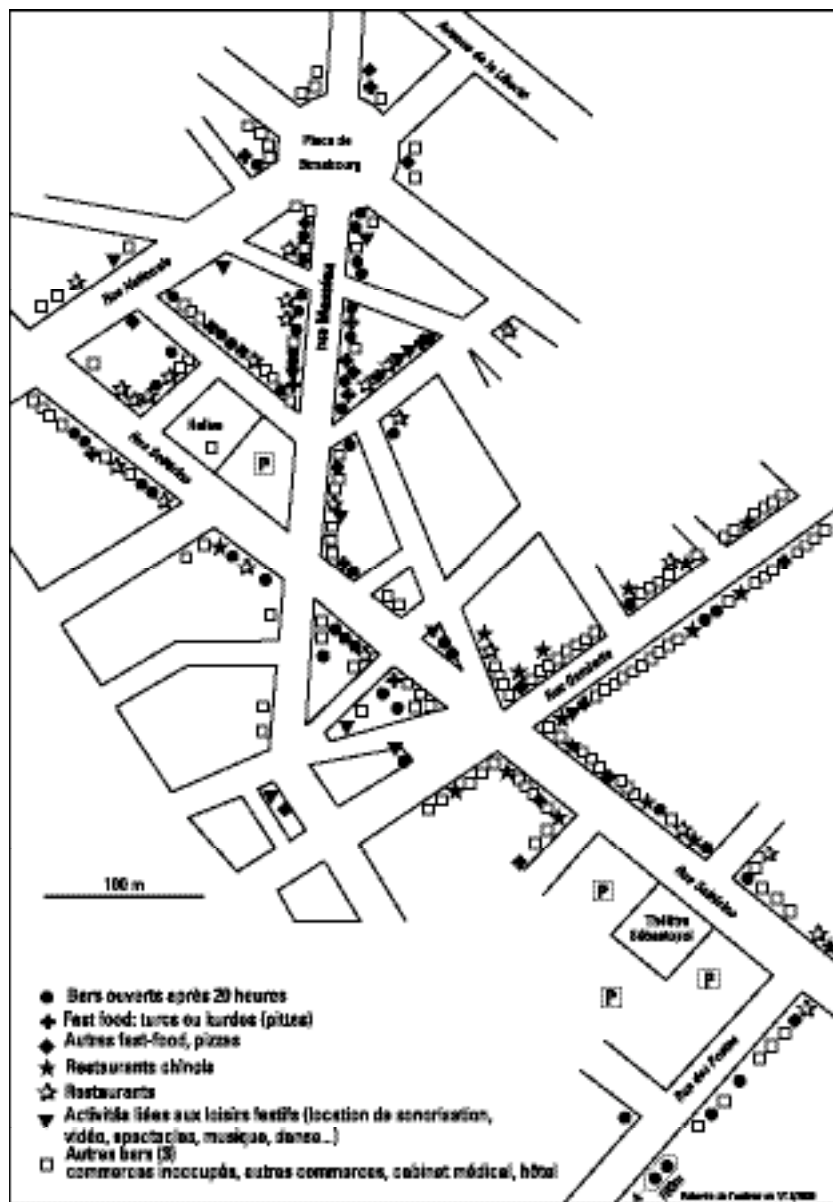


Figure 2 : La rue Masséna à Lille, Rue de la Soif

Source: Crozat, 2000, actualisée

(Brunel, 2006). Loin d'un retour aux débats stériles entre musiques savante et populaire, se pose donc la question de l'identité des individus et des groupes, fragilisée devant la capacité créatrice de ces puissances capables de générer des univers hyper réels : le développement récent à Dublin des bars dits irlandais sur un modèle international défini et sponsorisé par les brasseurs de bière a suscité une polémique où on leur reprochait de faire disparaître les véritables bars irlandais...

CONCLURE

Ainsi, la scène, en passant d'un système socio-spatial *total* à l'hyper réel, sous-tend une évolution majeure des sociétés. La déterritorialisation d'une activité artistique qui a la fonction de marquer la rencontre entre les lieux et les hommes pose

l'identité au cœur des questionnements induits par l'évolution contemporaine des modes de production et diffusion. La musique populaire contemporaine semble condamnée à la citation et incapable de générer du symbolique (Yonnet, 1999, p.158 et sq). Instrumentalisée à des fins commerciales ou sociales (ségrégation), la production des identités en hyper réel ne laisse plus à l'homme de possibilité d'individuation suffisante car les références auxquelles il se confronte sont jouées et surjouées *ad libitum* rendant aléatoire la rencontre et le fortuit (Stiegler, 2004) : un monde sans âme derrière le discours permanent référant à la fête. Ce ne sont pas les codages qui inquiètent ; ils ont toujours existé et fondent les sociétés ; le danger vient de la tendance à tout surjouer à partir de modèles, d'icônes, de simulacres. Les dispositifs qui véhiculent cette définition réduite des identités permettent une reproduction à l'identique un nombre infini de fois, qu'illustre bien l'offre de téléchargement illimité de morceaux seuls, rompant l'unité qui faisait du disque une œuvre. Mais cet ultime atome ne résiste pas non plus : l'échantillonnage, le remix ou le scratch pulvérisent l'unité du morceau.

Quant au concert, lieu de la fête constitutive, le gigantisme et l'ubiquité de la diffusion rendent équivalents tous les espaces, disqualifiant ceux qui sont réels : voici quelques années, un concert de Jean-Michel Jarre à Pékin a été retransmis simultanément à la moitié de la planète ; ce public télévisuel à l'origine du financement publicitaire de l'événement l'a regardé dans des conditions meilleures que le public d'une place Tien-An-Men quadrillée par la police et trop étroite pour bien envisager des effets lumineux pensés en fonction de caméras placées jusqu'à trois kilomètres de la scène. Dans ces spectacles, on n'utilise plus de projecteurs de scène mais des canons à lumière de DCA militaire. Dans les concerts, l'écran géant supprime le face à face avec l'artiste, espace de l'expérience personnelle et renforce la médiatisation.

Cette médiatisation instaure une confusion généralisée qui induit un sentiment de perte de repères spatiaux et culturels, une *désorientation* (Jameson, 1991 ; Williams, 1996), source d'une souffrance diffuse exploitée ensuite pour imposer une société du contrôle fondamentalement réactionnaire (Crozat, 2008) : entre souffrance née de la disparition de la dimension symbolique du monde et confusion identitaire, nous sommes « perdus dans l'espace » (Olalquiaga, 1992). Poussées vers l'illusion hyper réelle d'ancrages territoriaux factices, les foules de consommateurs/citoyens ne pensent plus la relation à l'Autre, l'organisation de l'espace et du temps du deuil ; cela menace la permanence de la *topolitique* (Derrida, 1996) : la possibilité de référer à la culture disparaît, insérée dans un éternel présent ; l'essence même du politique est en jeu : nos sens sont manipulés pour générer d'idéales expériences géographiques réalistes. *Orange*

mécanique est l'histoire de ce viol de la culture : « nous avons peur d'avoir peur » disait Annah Arendt dans un entretien télévisé ; le festif gentiment quadrillé par Guinness ou Macumba nie la fête en singeant sa prise de risque.

BIBLIOGRAPHIE

- ADAMEK-SCHYMA B., 2006, Les géographes de la nouvelle musique électronique à Cologne : entre fluidité et fixité, *Géographie et cultures*, 59 (automne 2006), p. 105-126.
- AUGUSTIN J.-P., LATOUCHE, D., 1998, *Lieux culturels et contextes de villes*, Bordeaux, MSHA, 214 p.
- AUSSAGUEL, F., 2005, *La construction de la scène metal montpelliéraine : médiations spatiales, connexions translocales et virtuelles*, Université Montpellier 3, Mémoire de Master de géographie, 129 p.
- BAUDRILLARD J., 1981 (réed. 1995), *Simulacres et simulation*, Paris, Galilée, coll. Débats, 233 p.
- BECKER H., 1988, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 382 p.
- BECKER H.S., 1963, *Outsiders. Etude de la sociologie de la déviance*, Paris, ed. Métailé.
- BENNETT A., PETERSON R. A. (eds.), 2004, *Music Scenes. Local, Translocal and Virtual*, Nashville, Vanderbilt University Press, 264 p.
- BOURDIEU P., 1992, *Les règles de l'art*, Paris, Editions du Seuil, 480 p.
- BRUNEL S., 2006, *La planète disneylandisée. Chroniques d'un tour du monde*, Paris, ed. Sciences Humaines, 276 p.
- CROZAT D., 1998, *Géographie du bal en France. Diversité régionale. Production culturelle de l'espace local. Acteurs*, Thèse de doctorat, Université Lyon II Lumière, 600 p. <en ligne> <http://demeter.univ-lyon2.fr:8080/sdx/theses/lyon2/1998/dcrozat>
- CROZAT D., 2008 (à paraître), Violence en hyper réel, *Annales de géographie*, 18 p.
- CROZAT D., (à paraître), La construction de l'image ethnique par la fête à Bordeaux : du culturel au social ; folklore, affirmation identitaire et ségrégation, in CRENN C., KOTOB L. et GILLET J.-C. (dir.), *Le traitement de la différence dans le champ de l'animation professionnelle*, Paris, L'Harmattan.
- CROZAT D., RAIBAUD, Y. (2008) La construction de l'image ethnique par la fête à Bordeaux, in FOURNIER L., BERNIE-BOISSARD C., CROZAT D. (dir.), *La fête au présent. Mutations des fêtes dans le temps des loisirs*, L'Harmattan coll. Travaux du CUFRN, sous presse
- DAVIS M., 1997 (1^{ère} éd. 1990), *City of Quartz. Los Angeles, capitale du futur*, Paris, La Découverte, 393 p.
- DAVIS M., 2006 (1^{ère} éd. 1997), *Au-delà de Blade Runner. Los Angeles et l'imagination du désastre*, Paris, Allia, 154 p.
- DERRIDA J., 1996, *Echographies –de la télévision*, Paris, Galilée, 183 p.
- DOWD T., LIDDLE K., NELSON J., 2004, Music Festivals as Scenes: Examples from Serious Music, Womyn's Music, and SkatePunk, in BENNETT A. et PETERSON R. A. (ed.) *Music Scenes. Local, Translocal and Virtual*, Nashville, Vanderbilt University Press, p. 149-168.
- ECO U., 1985, *La Guerre du faux*, Paris, Grasset, Le Livre de Poche-biblio, coll. Essais, 382 p.
- FLEURY A., 2003, De la rue-faubourg à la rue « branchée » : Oberkampf ou l'émergence d'une centralité de loisirs à Paris, *L'Espace géographique*, n°2003-4, p. 235-252.
- FONTAINE A. et FONTANA C., 1996, *Raver*, Paris, Anthropos, 112 p.
- FORTUNA C., 1999, *Identidades, Percursos, Paisagens Culturais, Oeiras (Portugal)*, Celta ed., 148 p.
- GARAT I., 2005, La fête et le festival, éléments de promotion des espaces et représentation d'une société idéale, *Annales de Géographie*, n°643, 2-2005, p. 265-284.
- GOFFMAN E., 1979, *La Mise en scène de la vie quotidienne. 1, La Présentation de soi*, Paris, Editions de Minuit, 251 p.
- GRONDEAU A., 2006, *Les industries culturelles facteur d'innovation : l'exemple de New York et du cluster « Silicon Alley »*, communication au colloque L'économie culturelle et ses territoires, Toulouse, 21 et 22 septembre 2006.
- GWIAZDZINSKI L., 2005, *La nuit, dernière frontière de la ville*, Paris, Ed. de l'Aube, 245 p.
- HAMPARTZOUMIAN S., 2004, *Effervescence techno ou la communauté trans(e)cendantale*, Paris, L'Harmattan, 305 p.
- HODKINSON P., 2004, Translocal connections in a Goth scene, in BENNETT A. et PETERSON R. A. (ed.) *Music Scenes. Local, Translocal and Virtual*, Nashville, Vanderbilt University Press, p. 131-149.
- JAMESON F., 1991, *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Londres, Verso.

- LEE S., PETERSON R., 2004, Internet-based Virtual Music Scenes : The Case of P2 in Alt.Country Music, in BENNETT A. et PETERSON R. A. (ed.) *Music Scenes. Local, Translocal and Virtual*, Nashville, Vanderbilt University Press, p.187-204.
- MAIGRET E., MACÉ E. (dir.), 2005, *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*, Paris, Armand Colin, 186 p.
- MONDADA L., 2003, Entrée « Performativité », in LEVY J., LUSSAULT M. (dir.), *Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés*, Paris, Belin, p. 704.
- OLALQUIAGA C., 1992, *Megalopolis : contemporary cultural sensibilities*, Minneapolis (USA), University of Minnesota Press, 112 p.
- PRICE P., 2000, Inscribing the border, *Social and Cultural Geography*, vol. 1, n°1, p. 101-116.
- RAIBAUD Y., 2001, Enquête sur les musiques amplifiées, in AUGUSTIN, J.-P. (dir.) *Les territoires de l'art vivant. Les lieux et les acteurs comme éléments de l'offre culturelle en Aquitaine*, Rapport de recherches, Ministère de la Culture et de la Communication, p. 66-102.
- RAIBAUD Y., 2006, Cultures urbaines, cultures masculines ? in GILLET J.-C. et RAIBAUD Y. (dir.) *Mixité, parité, genre et métiers de l'animation ?* Paris, l'Harmattan, p. 139-156.
- RAIBAUD Y., 2008, *Les skates-parks : des lieux qui fabriquent l'identité masculine*, communication au colloque *Périphéries urbaines entre normes et innovations. Les villes du sud de l'Europe*, Bordeaux 11-14 juin 2008, en ligne <<http://www.adcs.cnrs.fr/peripheries>>, automne 2008
- REVILL G., 2004, Performing French folk music: dance, authenticity and nonrepresentational theory, *Cultural Geographies*, 1 April 2004, vol. 11, iss. 2, p. 199-209(11).
- RODAWAY P., 1994, *Sensuous geographies*, London, Routledge, 198 p.
- STIEGLER B., 2004, *De la misère symbolique. 1. L'époque industrielle*. Paris, Galilée, 195 p.
- THEULLE A., 2004, *Les manifestations culturelles, facteur de développement local ? : l'exemple du festival country de Mirande (Gers) et son incidence pour la communauté de communes du « Cœur d'Astarac en Gascogne »*, Université Montpellier 3, Mémoire de Maîtrise de Géographie et Aménagement, 117 p.
- THRIFT N., 1996, *Spatial formations*, Londres, Sages, 367 p.
- URRY J., 2005 (1^{ère} éd. 2000), *Sociologie des mobilités. Une nouvelle frontière pour la sociologie ?*, Paris, Armand Colin, 252 p. (trad. de 2000, *Sociology beyond societies*, London, Routledge).
- Ville de Lille, 1999, *Lille : le grand virage touristique. Un vrai regard sur le tourisme... un autre regard sur la ville*. Plan Local d'Action Tourisme (PLA Tourisme). Mairie de Lille, 194 p.
- WILLIAMS R., 1996, *The Politics of Modernism*, Ed. Tony Pinkney, London, Verso, 208 p.
- YONNET P., 1999, *Travail, loisirs. Temps libre et lien social*, Paris, Gallimard, 324 p.

Adresse de l'auteur :

UMR 5045/FRE 3027 Mutation
des Territoires en Europe
Université Montpellier 3 Paul
Valéry
E.mail :
dominique.crozat@univ-
montp3.fr
d.crozat@ades.cnrs.fr