

# **centre national de la musique**

## **Etude Expérience des concerts**

---

Analyse sémiologique avec Raphaël Lellouche

Séance du 24 décembre 2020

## Plan du rapport

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Spectacle musical et musique spectacularisée</b>                | <b>3</b>  |
| 1.1 Le spectacle musical, équilibre entre esthétique et émotion ..... | 4         |
| 1.2 Une spectacularisation des concerts .....                         | 7         |
| 1.3 Spectaculariser pour s'adapter aux progrès technologiques .....   | 14        |
| <b>2. Le live Streaming, un concept perfectible</b>                   | <b>16</b> |
| 2.1 Une intermédiation imparfaite .....                               | 17        |
| 2.2 Rendre virtuel une œuvre performative.....                        | 22        |
| <b>3. Le spectateur dans l'expérience musicale</b>                    | <b>23</b> |
| 3.1 Mieux voir grâce aux nouvelles configurations et aux écrans.....  | 24        |
| 3.2 Optimiser la qualité de l'attention .....                         | 27        |
| 3.2 Organiser l'après-spectacle.....                                  | 28        |
| 3.3 Gérer les aléas inhérents à un événement humain .....             | 29        |
| 3.4 S'adapter au yield management.....                                | 30        |

# **1. SPECTACLE MUSICAL ET MUSIQUE SPECTACULARISEE**

## 1.1 Le spectacle musical, équilibre entre esthétique et émotion

« Spectacle musical » : ce sont deux mots qui ne sont pas suffisants pour décrire l'ensemble de ce qui se passe en réalité. Ce que l'on donne à voir peut revêtir plusieurs formes (concerts, opéras, danses, théâtre musical...), et la dimension visuelle est tout aussi importante que la dimension auditive.

La première distinction se situe entre **la pure musique** où le spectateur est simplement face à des artistes ou des musiciens (chanteurs, orchestres classiques), et **les spectacles musicaux** où l'offre implique plusieurs sens, plusieurs dimensions et pas seulement la musique.

C'est tout ce qui concerne l'opéra, la danse, toutes les prestations où il y a une performance qui n'est pas uniquement musicale : **quand on va à l'opéra, on va voir sur scène un théâtre musical, un drame musical**, on assiste à une performance. Lors d'un spectacle de danse, on écoute de la musique, mais aussi on regarde une performance dansée où il y a une combinaison de performances (« tanztheater » en allemand, littéralement le théâtre de danse). Lorsque c'est un opéra dansé il y a des danseurs, des corps en mouvement, et l'intégration des performances physiques à la narration du drame. Dans les opéras de Wagner par exemple, il y a des danses intégrées.

Sans cette performance complète, ce n'est pas un spectacle musical ; le spectateur se rend simplement dans un lieu pour assister à la performance musicale de musiciens. Elle peut être agrémentée de mimiques, d'un jeu du chanteur principal mais c'est essentiellement un phénomène musical, ce n'est pas vraiment un spectacle.

De nos jours, la musique s'enrichit d'éléments visuels pour donner à **l'audience musicale** (on préférera ce terme à celui de spectateurs), un ensemble. Les jeux de lumière, les sons, les images donnent au concert un aspect fascinant et tous ces éléments s'articulant dans un show catégoriquement différent des spectacles musicaux classiques.

➔ **Il y a donc une première différence entre la musique « spectacularisée » (avec une mise en scène de spectacle) et un spectacle musical avec d'autres dimensions qui débordent du cadre musical.**

| <b>Spectacle musical</b><br>Opéra, ballet, théâtre   | <b>Musique « spectacularisée »</b><br>Concert   |
|--|---|
| Plusieurs dimensions : performance multiple, notion de drame musical   | Une seule dimension : performance musicale  |
| Les éléments scéniques (décor, costume, narration, danse) se distinguent de la performance musicale et sont essentiels à la prestation | Les éléments de scénographie (jeux de lumière, écrans) servent à mettre en valeur la performance musicale mais ne forment pas une performance artistique à part entière |

La deuxième distinction se trouve entre des spectacles musicaux où la performance est centrée, polarisée et même exclusive sur scène ; et les concerts où l'osmose entre les spectateurs et les artistes est beaucoup plus forte et dont le succès dépend de ce rapport participatif de la salle à la performance de la scène.

On a une sorte de **jeu d'émulation où l'artiste donne**. Plus il donne, plus les spectateurs ont le sentiment qu'il donne pour recevoir en échange une participation active, des encouragements, des applaudissements, des plébiscites, des rappels. **Une vie**

**participative se créé.** Des concepts d'ambiance, et des dimensions festives (participation de l'assistance à **l'évènement**) interviennent beaucoup plus dans le cadre des spectacles musicaux.

Il y a d'une part des spectacles plus proches de l'actualisation d'un programme, d'une partition ou d'un disque (l'artiste ne ferait que reprendre ses titres et ne créerait pas de chaleur et de participation). D'autre part, il y a des cas où **l'on est dans de l'évènementiel** (accidents, show). Le spectateur n'y va pas seulement pour écouter de la musique mais pour vivre un événement qui va lui rester en mémoire. Le public va alors donner autant qu'il peut, tout comme l'artiste. Le spectacle restera en mémoire parce qu'un événement est singulier. C'est l'évènement auquel il aura participé, **ce n'est pas une pure répétition mécanique** d'un programme artistique impersonnel.

L'émotion liée à la participation au spectacle et à l'ambiance générale est aussi forte que le plaisir esthétique reçu à l'écoute de la musique ou au plaisir de la représentation artistique. Évidemment il y a des degrés, mais il y a des pôles forts.

### Une opposition scène/salle plus marquée dans les spectacles classiques

Quand le spectateur se rend à l'**opéra**, il ne s'attend pas à être debout, à crier. **Il y a une différence entre la salle et la scène : la salle est plongée dans le noir et la scène est éclairée.** Les spectateurs sont assis à leur place et sont passifs, ils ne sont pas censés perturber la performance (ni sauter ou applaudir spontanément). Dans ce cadre-là, le spectateur jouit d'un plaisir esthétique, il n'y a pas de dimension émotionnelle.

Lors d'un **concert**, la **différence entre la scène et la salle est traversée par une dynamique, une énergie et une émotion.** La participation émotionnelle est beaucoup plus forte et est essentielle. On vient pour participer et pour vivre une dynamique émotionnelle d'échange entre la scène et la salle. Les spectateurs se rendent à une fête, ils viennent pour cette dynamique, pour crier, danser, chanter. Quand le chanteur demande au public de reprendre le refrain avec lui, c'est une requête, le degré minimum de participation. Les spectateurs reprennent les paroles et applaudissent au rythme de la musique.

| <b>Différence salle – scène :</b><br>salle plongée dans le noir, attention concentrée vers la scène | <b>Pas de distinction salle – scène :</b><br>tendance à une fusion entre les deux                                       |
|---|---|
| Audience passive, autorisée à intervenir à des moments précis : à la fin pour applaudir             | Participation active et permanente du public : jeu d'émulation entre l'artiste et le public qui se donnent mutuellement |
| L'artiste impose le silence et le respect   | L'artiste orchestre les musiciens mais aussi l'assemblée  |
| Plaisir esthétique, les sens sont silencieux  | Plaisir émotionnel, tous les sens sont en éveil   |
| Plus facile à retranscrire en streaming (peu d'aléas, de communion dans le public)                  | Plus difficile à retranscrire : le public se rend à une fête unique (avec des imprévus, des accidents, des surprises)   |

Ainsi, pour des concerts de musique classique, la séparation de la salle et de la scène est essentielle. Pour les autres spectacles, c'est une communion complète, maximale et

multisensorielle entre la scène et la salle. Si possible on recherche l'abolition de la distinction entre la salle et la scène.

→ Il y a une différence fondamentale entre un plaisir esthétique ou une participation active avec un partage émotionnel, qui dépend notamment du degré de distinction salle/scène.

### Les spectacles en extérieur réduisent la distinction scène/salle et fédèrent les spectateurs

En extérieur, les spectacles sont davantage associés à des rassemblements, de véritables événements. On peut avoir envie d'être tout près de la scène ou d'être simplement en périphérie pour boire, fumer, ou manger. Ce sont des conditions et des ambiances différentes. Les choses sont moins institutionnalisées. Il existe des événements participatifs collectifs, où l'artiste se trouve au centre de l'assemblée, il orchestre non seulement les musiciens mais aussi l'assemblée elle-même, c'est le principe des chœurs spontanés de l'Antiquité, où la **totalité de l'assemblée participe**. C'est particulièrement émouvant.

A l'intérieur du système architectural de la salle de spectacle, on a plus tendance à reproduire les schémas d'opposition scène-salle et à imposer aux participants des conditions d'écoute et/ou de silence. On distingue plusieurs différences :

- En extérieur, il est possible d'échanger, de consommer, boire ou fumer. Cela date de l'époque classique, la foule bavardait, et pouvait boire ou manger. Aujourd'hui, c'est seulement autorisé dans les festivals. Ce sont des éléments de liberté qui complètent la satisfaction et qui sont retirés aux spectateurs dans certains spectacles en intérieur.
- Mais en extérieur, il peut y avoir des perturbations, des violences peuvent éclater. Dans le rap et le hard rock, il y a des bousculades intentionnelles (pogos) qui ne sont pas censées se dégrader en violences graves et qui font partie du jeu. Il y a une sécurité. Il n'y a pas de liberté sans sécurité, pas de sécurité sans liberté.

→ Le spectacle en extérieur fait partie d'une fête, d'un événement plus large qui rassemble les spectateurs autour d'un même objectif de détente et de plaisir.

|                 |  |
|--|---|
| Distinction assez floue entre scène, spectateurs, et consommateurs                                 | Des spectateurs moins concentrés sur l'œuvre musicale proposée par l'artiste          |
| Moins institutionnalisé et plus libre : les spectateurs peuvent manger, boire, fumer, bavarder etc | Moins sécurisé : potentiels perturbateurs, violences (pogos en festivals)             |

## 1.2 Une spectacularisation des concerts

---

Dans le spectacle musical cet échange affectif et émotionnel est nécessaire, mais pour satisfaire et exciter l'audience, il a aussi besoin de monter en gamme, dans la dimension de la spectacularisation de la performance : la montée de la dimension spectacle visuel et d'excitation visuelle, contribue à la plénitude de la performance.

Auparavant, lors de spectacles de chant, l'orchestre était placé à l'arrière-plan, le chanteur était sur l'avant-scène et chantait simplement : c'était un type de spectacle relativement limité. Les membres de l'orchestre d'un concert de musique classique n'ont pas de costumes variés ou colorés, il y a peu de dimension de spectacle. Ils ne mettent pas avant leur personnage, mais leur instrument.

Lorsque les concerts rock se sont développés, la scène ne fût plus simplement le lieu où se trouvait l'orchestre et le chanteur, mais un lieu riche d'éléments visuels (tirés du drame musical, les costumes, la scénographie, les leitmotifs de Wagner qui annoncent les personnages.). **Chaque chanson est alors un véritable petit drame musical**, chaque chanteur arrive avec son look, sa gesticule, sa danse, et interagit avec ses musiciens.

L'exemple de Madonna est parlant. Elle théâtralise fréquemment ses prestations. Une interprétation live de sa chanson « Vogue » se déroule à la Cour de France où Madonna joue Marie Antoinette. L'histoire a un sens quasiment narratif, qui relève du drame musical. Sur scène il y a des costumes, des jeux de lumières, des projections de vidéos éventuellement, ainsi la performance purement musicale d'un artiste se transcende vers un spectacle avec la dimension spectacularisation de plus en plus importante et sophistiquée.



Madonna, Vogue, MTV Awards 1990  
<https://www.youtube.com/watch?v=ITaXtWWR16A>

L'artiste spectacularise sa performance musicale mais surtout anime visuellement la scène. **Le simple fait de chanter avec un orchestre derrière soi n'est plus assez fort pour mobiliser des foules qui cherchent un évènement émotionnel très fort.** Donc les jeux de lumières, couleurs, costumes, jeux électroniques, participent à cette création d'évènement.

Dans les années 1980, le groupe allemand Kraftwerk de musique électronique a réussi à immerger le spectateur dans une ambiance numérique via des voix synthétiques, à des

mouvements robotiques... Ils ont été parmi les premiers à traduire sur scène une ambiance globale par des sons et par des costumes. Les spectateurs venaient vivre un évènement bien particulier, tout autant sonore, visuel et émotionnel. Ils illustrent la manière dont les artistes ont pu enrichir d'un véritable **singularité** un spectacle musical.



Kraftwerk, Wir Sind die Roboter  
<https://www.youtube.com/watch?v=5DBc5NpyEoo>

### Création d'un univers de marque autour de l'artiste

**Le spectacle en tant qu'évènement témoigne d'un univers propre à chaque artiste, mis en scène grâce à des marquages stylistiques uniques. Il y a certes un spectacle, mais plus encore une performance de marque.**

Les artistes créent un univers esthétique qui n'est plus uniquement musical. Au contraire, les mauvais artistes ne font qu'animer dans l'abstrait sans qu'il y ait une véritable singularité, une personnalité de leur performance.

#### **La notion de performativité**

En linguistique, le langage performatif est celui qui s'incarne dans une action (par exemple quand le Maire vous « déclare mari et femme »). Certains types de phrase ne sont pas des constats mais des performatifs, parce qu'ils créent la réalité qu'ils ne font apparemment que décrire d'après leur structure syntaxique. De manière plus générale, les actes de langage fabriquent de la réalité sociale distincte des réalités naturelles et physiques, sur lesquelles reposent les institutions. L'identité culturelle tout entière des individus est construite par la performativité : chaque individu, dans la société joue un rôle et « performe » des identités répondant à des suggestions sociales. La performativité associe un vécu individuel à un vécu collectif et social.

En l'occurrence, l'artiste propose à l'audience un univers de marque qu'il a façonné et travaillé et qu'il va livrer sur scène dans une interprétation unique. Le spectateur se rend à un concert pour performer la marque Madonna par exemple, il ne consomme pas simplement le spectacle mais s'implique véritablement, s'identifie à cet univers de marque de l'artiste.

## Le spectacle musical, cérémonie religieuse laïque

L'expérience du concert se distingue de l'expérience de l'écoute musicale par la présence de plusieurs éléments : la participation collective, l'émotion qui circule dans la salle, entre la salle et la scène, l'échange magique entre l'artiste et son public. Tous ces éléments relèvent d'une forme de religieux laïque : les spectacles musicaux intègrent une dimension d'excitation, d'enthousiasme de foi et de ferveur qui est de type religieux mais sans contenu religieux.

Mylène Farmer qui arrive sur scène à la manière de Dieu qui descendrait du ciel, c'est du **religieux sécularisé**. Elle paraît lumineuse, presque iconographique, dans ce nuage de lumière qui ressemble à l'auréole du Christ. Johnny Hallyday arrivait aussi d'en haut sur une espèce de grue.



Mylène Farmer, Concert 2019  
[https://www.youtube.com/watch?v=7M\\_NBW7zuJI](https://www.youtube.com/watch?v=7M_NBW7zuJI)



Johnny Hallyday, Stade de France, 1998  
<https://www.youtube.com/watch?v=Ks2IPNJD-6c&t=317s>

On suit ici le schème initial du Christ dans la Cène, qui est reproduit dans la messe : donner son corps et son sang, via le **concept de présence réelle**. La présence réelle est une doctrine de la théologie chrétienne selon laquelle Jésus-Christ est personnellement présent dans l'eucharistie, sous les apparences du pain et du vin. **L'artiste effectue presque un sacrifice**, il se donne dans toute sa force, sa puissance artistique. S'il ne se donne pas et se contente d'exécuter un programme (service minimum), ce n'est pas vivant. En revanche

l'évènement acquiert une certaine sacralité si l'artiste fait don de lui, et dès lors c'est l'ensemble du spectacle qui est parcouru par une énergie vivante irremplaçable.

**La présence réelle est un rapport charnel, de communion réelle des corps.** Il y a une **dimension de flow**, c'est-à-dire d'absorption totale d'une personne par son occupation. C'est un don unique et total.

Le public vit une fusion, une communion dans le plaisir, l'émotion, l'originalité de l'univers esthétique créé par le chanteur. Ce sentiment augmente lorsque l'artiste rehausse sa performance chantée de dimensions spectaculaires (mise en scène, jeux de lumière, éléments narratifs) qui excitent tous les sens du spectateur. **L'expérience est multi-sensorielle** (image, son, ambiance physique du collectif).

Au contraire, dans les spectateurs musicaux du type opéra ou concert classique, le spectateur est tenu de garder le silence de ses sens, seul le plaisir esthétique de la performance sur scène doit être éprouvé. La participation de l'audience n'est ni requise ni admise.

Il y a une **dimension de verticalité** : le public est à l'horizontal et l'artiste à la verticale. Des jeux de domination s'opèrent dès l'arrivée de la star charismatique.

### **Des jeux de rythme lumineux pour susciter de la fascination chez le spectateur**

Depuis l'Antiquité, la lumière et les feux d'artifices font partie de la tradition du spectacle. Il y a toujours eu des événements de type rituel comme le carnaval ou le feu d'artifice de Nice. A Versailles ou au Carnaval à Rio, il y avait également de la musique : cela fait partie du spectacle total. Quand les gens y vont ce n'est pas seulement pour assister à une œuvre d'art musicale mais pour être pris dans une communion festive et émotionnelle très forte, d'où l'intérêt de vivre l'évènement physiquement.



Fête donnée par Louis XIV pour célébrer la reconquête de la Franche-Comté, 1674

Le festival de musique électronique Tomorrowland a repris ces codes lumineux avec les nouveaux moyens techniques et offre un **spectacle visuel de lumière impressionnant**. **C'est le spectacle complet** dans la mesure où cette ambiance visuelle provoque émotion, fascination, éblouissement chez les spectateurs. Ces shows qui réalisent de colossaux

spectacles digitaux jouent sur la mise en rythme de la lumière d'une manière plus ou moins sophistiquée.



Le cinématographe, c'est l'écriture de la lumière, le cinéma abstrait c'était de l'esthétique, de la lumière en rythme et en mouvement. Les mises en scène très visuelles et abstraites reprennent des procédés du cinéma expérimental, cinéma d'avant-garde au début du XXème siècle. On ne suivait pas la structure hollywoodienne avec des personnages, mais celle des jeux de rythme lumineux. Le cinéaste d'avant-garde russe des années 1920 Dziga Vertov illustre ce choix-là par ses œuvres, à une époque où la machine fascinait. Lors de représentation de spectacle, où le rythme lumineux est en position centrale, les gens **participent à une excitation** du rythme de la musique, des images abstraites, géométriques.

#### **Le cinéma d'avant-garde : focus sur la forme et le mouvement**

Ce cinéma prit position, au cours de son histoire, contre les tabous sexuels, la société libérale, les guerres, puis contre le pouvoir des médias de masse et de la désinformation générée par des groupes sociaux ou financiers hégémoniques.

**La forme prend souvent le dessus sur le contenu**, à moins qu'elle ne se confonde avec lui, comme dans l'effacement du sujet chez les artistes dada ou dans l'investigation du médium opérée par les cinéastes structurels.

**C'est un cinéma « hérétique » qui veut, comme la musique, toucher l'intellect et les sens sans passer forcément par la narration**, la fiction ou la figuration, alors que, contrairement à la musique, sa définition académique n'autorise pas une telle démarche.



L'œil cinéma de Dziga Vertov

« Je suis l'œil-cinéma. Je suis un œil mécanique. Moi la machine, je vous montre le monde comme je suis seule à pouvoir le voir. À partir d'aujourd'hui et pour toujours, je me libère de l'immobilité humaine. **Je suis toujours en mouvement**, je m'approche d'objets et je m'en éloigne, je rampe sous eux, je les escalade, j'évolue à côté de la gueule d'un cheval galopant, je fonce à pleine vitesse dans la foule, je devance en courant des soldats qui attaquent, je me jette sur le dos, je me soulève en même temps que l'avion, je tombe et monte en même temps que des corps tombants et ascendants. (...) Cela est mon chemin pour créer une nouvelle perception du monde. C'est ainsi que je vous déchiffre à nouveau le monde qui vous est inconnu. »

Aujourd'hui, **les sets de DJs reprennent ce concept d'images abstraites et de jeux de lumière pour accompagner la musique électronique.**



David Guetta, Avicii Tribute Concert, 2019  
<https://www.youtube.com/watch?v=4CljcOzFlzI&t=1096s>

Dans les grands monochromes de l'art abstrait américain, il y a un phénomène d'absorption, on se sent entrer dans la couleur - **phénomène psychologique d'immersion** très fort. Dans le cadre du spectacle musical c'est encore plus fort car c'est lié à la musique : la réaction est émotionnelle.



Jackson Pollock, The Key, 1946

### 1.3 Spectaculariser pour s'adapter aux progrès technologiques

Il y a un **problème de renouvellement de générations**. Les baby-boomers continuent d'assister à des spectacles mais constituent l'essentiel des spectateurs. Les jeunes générations se rendent moins aux concerts, encore moins aux concerts de classique : ils sont seulement 2% à s'y rendre contre 6% de la population française.

C'est un problème fondamental lié à l'évolution des technologies et des médias sonores et audiovisuels. **Les générations plus jeunes sont habituées aux écrans**, aux médias technologiques c'est une autre culture que celle des baby-boomers. **La dimension physique est moins importante pour eux**. Ils trouvent leur satisfaction dans les nouveaux médias, ils n'ont pas besoin de se rendre à un concert sauf lorsqu'ils ont une idole mais c'est relativement rare, **ce n'est pas leur mode de réception**.

La structure de la réception a évolué. L'opéra a connu son heure de gloire au XIXème siècle avant de décliner. Au XXème siècle, on a commencé à enregistrer des pièces de théâtre et d'opéra pour les diffuser à la télévision. Or la télévision est un média intermédiaire et un spectacle n'est pas fait pour être enregistré mais pour être joué dans une salle. **Certes ces figures intermédiaires comme la télévision ont permis d'élargir l'audience des spectacles classiques** mais ils restent des spectacles classiques avec leurs propres règles. Aujourd'hui, les opéras tentent de s'adapter et d'intégrer les éléments esthétiques des médias contemporains.

De même, un concert en physique doit proposer la même qualité visuelle qu'un clip musical monté, élaboré esthétiquement. Sur scène, il faut offrir le même type d'expérience esthétique. Les jeunes qui ne retrouvent pas ces codes esthétiques ne sont pas intéressés car ils ont mieux sur leur écran.

**Les artistes jouent également avec des codes générationnels** pour toucher un public ciblé. Avec leur introduction animée, Bigflo et Oli reprennent les codes de la BD, des jeux vidéo et des mangas. Mais cette approche ne fonctionne pas forcément sur les générations plus âgées.



Bigflo et Oli, La Vraie Vie, 2018  
<https://www.youtube.com/watch?v=W7Uh1ycRFPM>

**L'enjeu de rajeunissement du public des spectacles musicaux se complique avec la crise de l'opéra.** Lorsque la forme opéra a été élaborée, il n'y avait pas d'autres médias : pour voir un opéra il fallait se rendre à l'opéra. Aujourd'hui, on peut avoir accès à l'opéra sans être physiquement dans la salle.

Plus généralement, l'accès à la musique s'est démocratisé: il est possible d'écouter de la musique sur une plateforme de streaming, sur YouTube mais aussi dans un film, une série, un magasin, à la radio, à la télévision... Les jeunes sont habitués à ces multiples moyens d'écoute et peuvent préférer écouter de la musique classique via ces médias plutôt que de dépenser une certaine somme pour assister à un concert de classique ou à un opéra.

**→ Quelles dimensions supplémentaires apporte la spécularisation des concerts ?**

- Tous les sens du spectateur sont stimulés, le concert va au-delà de la simple performance musicale : il s'agit de proposer un spectacle complet, un événement émotionnel fort ;
- La spectacularisation du concert permet de mettre en avant la personnalité singulière de l'artiste et son univers culturel de marque, la présence réelle de l'artiste s'en trouve renforcée ;
- Grâce aux nouveaux moyens de réception (NTIC) utilisés particulièrement par les jeunes générations, le concert reproduit l'esthétique des clips vidéo et intègre les nouveaux codes générationnels.

# **2. LE LIVE STREAMING, UNE NOUVELLE INTERMEDIATION**

## 2.1 Une intermédiation imparfaite

---

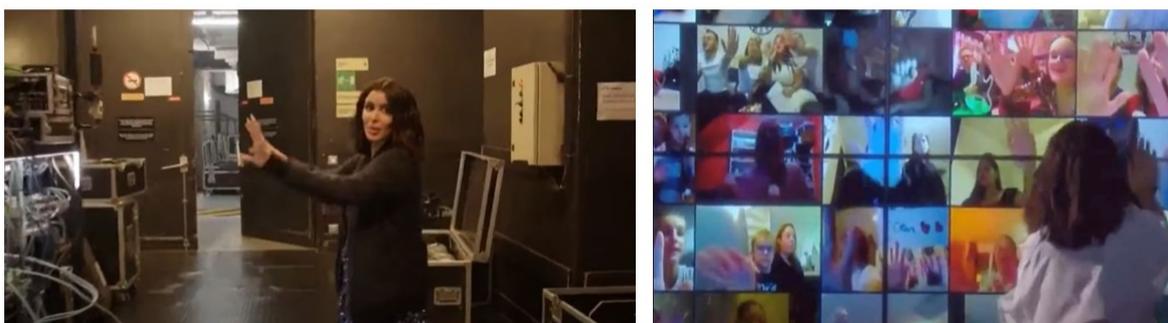
Le live streaming relève de **l'intermédiation**. C'est une généralisation du concept de médiation. La médiation culturelle est une forme particulière de médiation qui regroupe l'ensemble des actions visant à mettre en relation des gens, un public, des participants, avec une œuvre artistique. **Une salle est un lieu physique mais aussi un média**. Lorsque la présence physique est empêchée (par le COVID), il faut chercher des moyens de substituer une médiation par les écrans. La médiation du streaming repose sur différents outils techniques (écran de PC, de télévision, ou de cinéma ; enceintes etc). Certains artistes peuvent agrémenter leurs shows d'éléments visuels offerts par les écrans et exhiber à l'audience un spectacle où le décor réel et le décor virtuel s'imbriquent.

Plusieurs solutions peuvent s'offrir aux artistes pour continuer à exister alors même que les salles de spectacle sont fermées :

- **Un opéra ou un concert dans la salle sans public** et directement médié par l'écran pour les spectateurs.

Lors de son concert streaming à l'Olympia, la chanteuse Jenifer tente de rattraper les éléments spécifiques du physique, à savoir tout ce qui touche à la présence corporelle de l'artiste, sa réalité. Le fait qu'elle aille au-delà de la simple exécution de sa chanson rediffusée par un écran (elle parle, elle fait visiter sa loge, parcourt les lieux de sorte que le spectateur semble entrer dans les coulisses du spectacle avec elle), cela débouche sur un ensemble de médiation à travers l'écran qui **tente de produire des ersatz de ce qui fait le caractère charnel de la médiation physique**.

Elle interpelle des spectateurs qui communiquent avec elle via le chat pour donner le sentiment d'une proximité et de communication directe, comme avec un public physiquement présent. Jenifer a également une particularité : elle a été connue grâce à la Star Academy, elle existe elle-même à partir d'une émission télévisée. Dans la continuité de la promotion de son existence, elle peut se permettre une médiation par écran.



<https://www.youtube.com/watch?v=A7DNYsmVQCQ>

- **Un live intimiste** chez l'artiste, pour découvrir son environnement et son quotidien

Les médias sociaux permettent de retransmettre les aspects vivants et de faire participer le spectateur via des outils technologiques comme le chat. Contrairement aux concerts où l'on monte en gamme avec la spectacularisation au-delà du simple chant, **ici on monte en gamme en termes de présence de la personnalité et de la personne**. Cela permet de

réintégrer ce qui ressort de l'imprévisible du spectacle et recrée la sensation de quelque chose d'unique.

Dans le live streaming de Vanessa Paradis et M, le spectateur a le sentiment d'être privilégié, d'assister à un concert entre amis. On entre dans l'intimité de leur amitié : les deux artistes se racontent des histoires, Vanessa Paradis évoque comment elle a rencontré le musicien...



<https://www.youtube.com/watch?v=r8p7m35c8Tc>

L'autoportrait d'Angèle face caméra nous fait également pénétrer dans l'intimité de l'artiste. Comme beaucoup d'artistes pendant les confinements, la jeune femme a partagé à sa communauté des vidéos qu'on pourrait qualifier de récitals intimes, où elle se filme elle-même jouant du piano et chantant. Elle joue depuis chez elle, et non sur une scène anonyme c'est pourquoi l'intimité et la présencialité y sont d'autant plus fortes.

- **Un concert quotidien** sur les réseaux qui se transforme en rituel

Pendant le confinement l'auteur-compositeur-interprète Keren Ann a mis en place un rituel sur Instagram sous la forme de vidéos participatives où elle interagissait avec ses abonnés et répondait à leurs questions.

Cela relève de **la promotion de la personnalité à travers les médias**. Ce procédé est également utilisé par les Youtubeurs. Les artistes peuvent donner des rendez-vous personnels ce qui permet de maintenir le lien avec les fans et les spectateurs. **Le rituel est une façon d'être présent.**



De la même façon, Philosophie Magazine envoie chaque jour une newsletter avec un texte, c'est un rendez-vous quotidien qui entretient la relation avec la revue, elle présente les articles dans les derniers numéros.

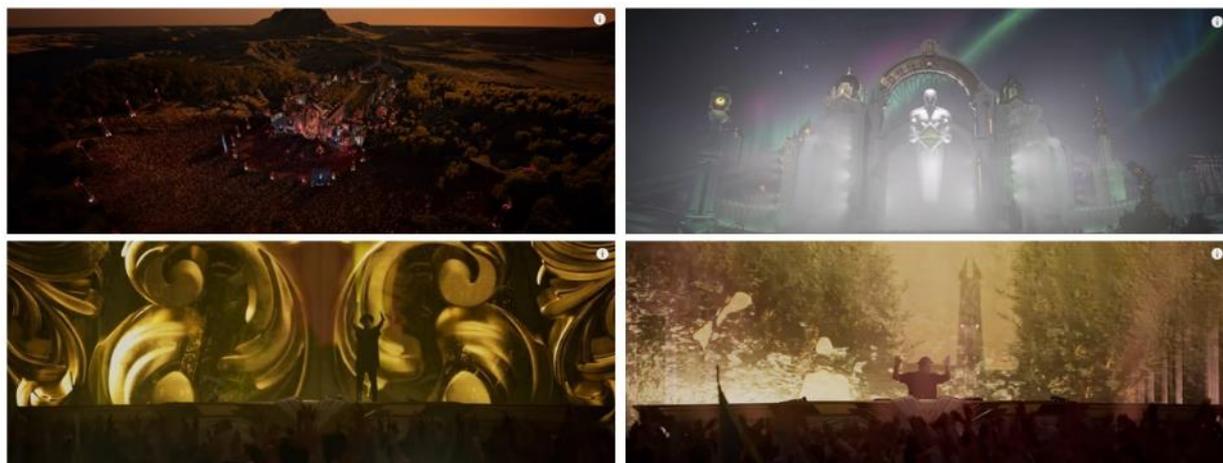
- **Un spectacle virtuel** pour entrer dans le monde imaginaire de l'artiste

Pour capter l'attention du spectateur lors d'un live streaming, l'artiste peut **introduire des éléments dangereux ou excitants qui déclenchent des émotions fortes chez le spectateur**, comme au cinéma. Pour son concert en live streaming Billie Eilish s'est mise en scène aux côtés une araignée géante, laquelle animait visuellement la chanson. Les êtres humains sont génétiquement programmés pour avoir peur des animaux phobiques comme les araignées ou les serpents, et lorsque l'on est immergés dans un espace avec un monstre gigantesque on a l'impression d'être à sa portée donc on réagit automatiquement par une émotion, que ce soit la peur ou du soulagement (puisque l'on est conscient que l'animal est fictif).



Billie Eilish, You should see me in a crown, 2020  
<https://www.youtube.com/watch?v=oxpAzIF4-M4&t=35s>

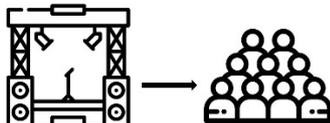
En outre, le festival Tomorrowland a créé un univers entièrement fictif pour offrir aux fidèles un événement malgré la crise sanitaire. Ces décors 3D permettent de plonger le spectateur dans un autre monde, qui prend la forme d'une île mystérieuse sur une autre planète.



Tomorrowland, Around the World, 2020  
<https://www.youtube.com/watch?v=nBBaHKQHxiU>

Toutes ces stratégies visent à tenter de **rendre présent soit l'ambiance du spectacle en salle soit la personnalité unique d'un artiste**. L'échange en direct avec les spectateurs renforce cette impression de spontanéité, de présencialité.

**Cela ne remplace pas la participation émotionnelle collective d'un public** dans son « Dasein » (être là en allemand) **ni le don charnel de l'artiste**, qui se donne corps et âme « ceci est mon corps, ceci est mon sang ». Ces éléments n'ont pas la même valeur sur écran : la présence réelle, la divinité, la personne charismatique ne se donne qu'en personne réelle. Néanmoins, ce concept peut plaire aux spectateurs attachés à la personnalité de l'artiste, qui s'intéressent à tous les éléments concrets de sa vie, sans pouvoir remplacer l'événementialité unique, physique et collective du concert.

|                         | Concert live  | Live streaming  |
|-------------------------|---|---|
| Moyen de reception      | Médiation physique<br> | Intermédiation<br> |
| Entre public et artiste | Osmose  | Intimité  |
| Spectateur              | Participation émotionnelle et collective  | Participation individuelle et privilégiée   |
| Artiste                 | Don charnel : corps et âme  | Proximité : personnalité, environnement, quotidien  |

## Le lieu de captation modifie la perception de l'événement

| Dans une salle de spectacle                 | Dans l'habitat de l'artiste   | Un spectacle virtuel                             |
|---|---|--|
| Semblant de réalité                         | Semblant de proximité   | Mélange de réalité et de virtualité              |
| Assister à une représentation normale       | Rentrer dans le quotidien de l'artiste  | Rentrer dans un univers imaginaire               |
| Donne des repères scéniques au spectateur   | Le spectateur découvre une nouvelle facette de l'artiste  | Propose au spectateur une plongée dans l'inconnu |
| Prestation possible en live et en streaming | Prestations possibles uniquement en streaming : l'artiste ne peut inviter le spectateur chez lui, ni créer un monde fictif lors d'un spectacle live |  |

→ l'interaction entre l'artiste et son public est pierre angulaire du spectacle, si ce n'est du métier d'artiste. Il s'agit pour l'artiste de faire ressentir le temps réel à une audience et de maintenir voire étendre une relation de proximité grâce à la technologie.

## 2.2 Rendre virtuel une œuvre performative

---

Il y a deux catégories d'œuvres d'art : les œuvres plastiques et les œuvres performatives.

**Une œuvre plastique est permanente, elle reste fixe.** Cela concerne la peinture, la sculpture, la céramique, l'architecture etc.

**Une œuvre performative n'existe qu'à partir du moment où elle est exécutée.** Cela concerne les spectacles vivants. Par exemple la réalité sonore de la musique ne peut pas être lue sur la partition, elle nécessite une actualisation par le son. Quand on ne peut pas actualiser la musique par une performance physique sur scène, il faut trouver des moyens substitutifs pour atteindre cette dimension performative et unique de l'exécution.

Il est plus compliqué de rendre présent l'œuvre à travers les médias. Il faut donc s'en rapprocher au maximum et une des stratégies possibles consiste, à travers le média en question, à accomplir la réalité d'une performance (avec le lot habituel d'éléments imprévisibles). Le spectateur saura distinguer cette production de la simple exécution d'un programme.

### Les captations au cinéma immergent le spectateur

Au cinéma, **la taille de l'écran donne une puissance amplifiée.** La présence de l'artiste et l'immersion sont plus fortes que sur un petit écran ou sur YouTube, ce sont deux notions qui rendent compte de ce que l'on cherche. Les imperfections sont aussi visibles et rendent le spectacle plus authentique malgré l'intermédiation de l'écran.

# **3. LE SPECTATEUR DANS L'EXPERIENCE MUSICALE**

### 3.1 Mieux voir grâce aux écrans et aux nouvelles configurations des salles

#### Les nouvelles salles classiques : désormais le public entoure la scène

Cette nouvelle tendance n'est pas une stratégie médiatique mais architecturale. L'étude Courtepaille, avait déjà montré qu'un face à face (ici entre la salle et la scène) n'est pas pareil qu'une structure circulaire. Avec les tables rondes, les formes rondes, la structure intérieure des Courtepaille suggèrent que les convives forment un groupe plus soudé, se retrouvent et construisent l'ébauche d'une **communauté**. L'architecture en rond exprime **l'idée de rassemblement** et de cohésion communautaire, comme dans les anciennes communautés primitives.

Wagner par exemple cachait l'orchestre dans la salle et celle-ci était plongée dans l'obscurité totale : seule la scène comptait. Désormais, les nouvelles configurations recréent une dimension participative maximum. **Placer les spectateurs tout autour de la scène, c'est leur permettre de se voir eux-mêmes et de se voir regarder.** Ils ne regardent plus simplement un spectacle, ils sont dans une situation spéculaire : le cercle c'est être en collectif.



Philharmonie de Paris

Le philosophe Alain Badiou qui a écrit sur le théâtre et souligne dans la dernière scène de Parsifal de Wagner que tous les chevaliers sont autour du Graal et forment un cercle. Ce cercle signifie **une cérémonialité vivante, participative**, plus que la différence scène/salle instituée par la salle de théâtre classique italienne. Ce dispositif architectural circulaire fait partie du renforcement de l'échange et de la specularité.



Parsifal de Wagner, représentation au Met de New York, 2006

Autrefois, dans les comédies de Molière ou de Racine, les aristocrates avaient leurs sièges sur scène, ainsi les spectateurs voyaient d'autres spectateurs sur scène. **Il y a une dimension spéculaire en miroir**, en plus du spectacle objectivé. C'était à l'époque un privilège, tout le monde ne pouvait pas être au plus près de la représentation. Mais ceux qui avaient le droit d'être sur scène pouvaient aussi perturber le spectacle s'ils n'étaient pas contents.

Ayant cet héritage en tête, la réussite d'un spectacle ne dépend pas uniquement de ce que font les acteurs et les musiciens, cela dépend également des réactions du public. Les spectateurs du premier plan actualisent cette dimension spéculaire. Dans le contexte contemporain encore, il y a une différence de prix et de proximité qui crée une émulation : si le spectacle est de qualité, on a tendance à accepter de payer plus cher pour être plus près.

### **Les écrans géants permettent de voir l'artiste depuis n'importe quel emplacement**

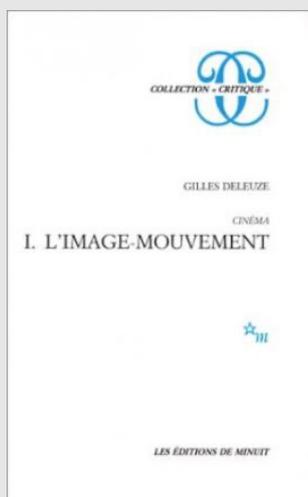
C'est l'avantage de la technique cinématographique. Le cinéma a renforcé les conditions de vision. **L'invention du gros plan** a permis aux spectateurs de voir les expressions des acteurs et la succession des plans permet de voir, à la fois les déplacements du personnage sur des plans éloignés, et aussi ses expressions sur des plans rapprochés.

#### **Le gros plan selon Gilles Deleuze**

Pour le philosophe français, le gros plan ne doit pas être interprété en termes de fixation sur un objet partiel, mais au contraire comme une sorte d'élévation à l'idéalité intemporelle : « il l'abstrait de toutes coordonnées spatio-temporelles, c'est-à-dire il l'élève à l'état d'**entité** ». Le gros plan n'est pas un grossissement. Citant Roger Leenhardt il écrit que « le gros plan fait ressembler tous les visages : il ne met pas l'accent sur l'individuation, au contraire il universalise les traits du visage. ».

Deleuze emploie les catégories de l'image-mouvement en rapport avec le cadrage qui exprime, entre autres, la signification propre à chaque échelle de plan et pour chaque état de chose exprimé par l'image-mouvement. Il alloue à chaque type d'images son échelle de plan caractéristique qui le distingue des autres : le plan d'ensemble pour l'image-

perception, le plan moyen pour l'image-action et le gros plan pour l'**image-affection**. Cette échelle de plan qu'est le gros plan, serait désormais **révélatrice de détails** et pourrait contenir un rapport affectif avec le mouvement.



Cette technique est très intéressante pour un spectacle musical avec une réalité multiple : **l'expression du visage de l'artiste en gros plan accroît la dimension émotionnelle.**

Deux choix sont ensuite possibles : soit on se rapproche de la technique cinématographique du gros plan, un zoom monté avec d'autres séquences, soit on reste sur un zoom statique qui apporte moins au spectacle.

→ **Les apports du numérique ainsi que les nouvelles configurations des salles de spectacles ont contribué à l'évolution du rapport entre la salle et la scène. L'expérience du spectacle en est modifiée.**

## 3.2 Optimiser la qualité de l'attention

---

Plusieurs possibilités s'offrent au spectateur parmi laquelle lire au préalable le support textuel de l'œuvre représentée (programme pour un opéra ou pièce écrite pour du théâtre). Pour ce qui est de la musique, **il n'y a pas de suspens donc si le spectateur connaît auparavant les paroles, il n'y a pas de risque d'être « spoilé »**, ce n'est pas comme connaître la fin d'un film.

Il peut être bien de traduire un texte quand il est en langue étrangère (on a le plaisir de mieux comprendre) mais quand il y a une narration on perd le plaisir de la surprise, de l'attente, l'angoisse et le suspense.

### **Interdire l'usage des téléphones va à l'encontre de la dimension spéculaire du spectacle vivant**

Ce sont aux artistes de décider. On ne peut pas empêcher les gens de filmer s'ils en ont envie, cela fait partie de la dimension spéculaire. **On ne voit pas seulement le spectacle mais aussi les gens qui assistent au spectacle**, on participe d'autant plus à l'évènement qu'on voit les fans qui filment et qui crient. Si on interdit l'usage des téléphones, c'est la stratégie classique de l'opposition scène-salle de Wagner, où l'on réduit le spectateur au silence et à la passivité.

Les gens qui filment ont besoin d'un souvenir personnalisé. On ne peut pas leur interdire de vouloir enregistrer un moment où pour eux se déroule quelque chose de significatif. Interdire aux gens de construire leur propre souvenir pour leur fournir à la place une vidéo post-concert qui n'est pas conforme à leurs émotions, **c'est en contradiction avec l'esprit d'un spectacle vivant**.

On peut aussi donner quelques règles à l'entrée mais prescrire des politiques radicales d'interdiction c'est antithétique de la participation.

## 3.2 Organiser l'après-spectacle

---

### L'artiste jugé responsable de la réussite et de l'échec d'un spectacle

Derrière un spectacle il y a de multiples acteurs : l'artiste, le producteur, le régisseur, le directeur de salle... **Mais il semble normal d'incriminer l'artiste en cas lorsque le concert se passe mal car c'est lui que l'on vient voir, c'est la tête d'affiche, les spectateurs ne connaissent pas les autres corps de métier.** On attend de lui qu'il procure une certaine satisfaction que l'on est venu chercher, si le spectacle n'est pas à la hauteur c'est naturel de s'en prendre à l'artiste, il a une **responsabilité**. Il doit contrôler les conditions de sa propre médiation. C'est un problème de contrat entre l'artiste et la salle. La réception de son spectacle va entièrement dépendre de la totalité de sa contribution. Les conditions d'accès, de billetterie, l'état des toilettes sont autant d'éléments qui vont impacter l'échange avec ses spectateurs et peuvent entacher leur satisfaction.

### Permettre une discussion entre spectateurs

Pour calmer cette frustration de fin de concert, les spectateurs partagent souvent des photos et vidéos sur les réseaux sociaux. On peut aussi mettre les spectateurs en relation les uns avec les autres et organiser la discussion post spectacle. Comme après une séance cinéma, les gens ont souvent besoin d'échanger des opinions et aujourd'hui ça se fait par les réseaux sociaux. Par exemple lors des concerts de groupes de K-pop qui se représentent au Stade de France les spectateurs sont par groupes dans les alcôves et chacun connaît les coordonnées sociales des personnes autour de soi. Ainsi les spectateurs de telle loge ou de telle séance vont pouvoir poursuivre la discussion.

Pour organiser cette discussion, il faut laisser de la liberté aux spectateurs. **Il faut leur offrir la possibilité de discuter avec le reste du public mais ne pas les forcer** à donner leurs coordonnées. Il faut respecter l'intimité, le droit à l'anonymat, qui est la règle des réseaux sociaux.

→ **Il incombe à l'artiste de s'assurer que son public aura une bonne expérience du spectacle dans toutes les dimensions qui s'y rattachent. La réjouissance ou l'insatisfaction des spectateurs s'exprime de plus en plus sur les réseaux sociaux mais peut aussi faire l'objet d'une organisation visant à rapprocher les spectateurs.**

### 3.3 Gérer les aléas inhérents à un événement humain

---

Certains aléas sont de la responsabilité des organisateurs (l'artiste doit s'assurer de tous les éléments de sécurité et de confort) et d'autres ont un caractère événementiel. Si Madonna arrive en retard, c'est un élément événementiel, cela montre que ce n'est pas une pure exécution, et l'excitation peut monter avec l'attente. **Ces aléas sont ambigus (positifs dans certains cas, négatifs dans certains autres) mais ils font partie du spectacle. Les imprévus sont inhérents aux événements humains de ce type. Si les organisateurs le savent à l'avance, ils doivent informer le public mais quand ils ne se doutent pas, il n'est pas possible de prévenir.**

Aujourd'hui il existe des moyens d'informer les spectateurs des retards liés au commencement du spectacle, et de même que lorsqu'on prend un train, il faut pouvoir être informé si le retard est prévisible. Mais quand le retard n'est pas prévu à l'avance, cela fait partie des aléas d'un événement vivant. Les conditions d'organisation d'un spectacle vivant sont de cette sorte : l'imprévisible est intrinsèque au spectacle. Si on veut supprimer ces désagréments il n'y a qu'à proposer des programmes préenregistrés.

Les aléas sont nécessaires, on parle bien des « aléas du direct » pour la télévision. Cela ne doit pas excéder les normes, sinon il y a de l'agacement, de l'énervement, de la colère. Mais il faut respecter l'aléa, tout comme il faut respecter la liberté, mais jusqu' un certain point, tout cela dans le respect minimum du contrat entre l'artiste et le spectateur.

- **Il ne faut pas chercher à faire disparaître tout aléa : cela contredirait la dimension vivante, participative, émotionnelle et festive de l'événement. La balance entre l'excitation et l'agacement doit être bien jaugée.**

### 3.4 S'adapter au yield management

---

Il y a un autre aléa qui est celui du prix. Aujourd'hui les prix sont fixes or il existe un marché de revente de billets où le prix est décuplé. La présence d'un second marché illustre l'appétence d'une partie du public pour payer plus cher. **Le spectacle est aussi une marchandise avec une offre et une demande.** Si certaines personnes sont prévoyantes et paient moins cher leur billet, ça fait partie du jeu, les autres personnes n'ont qu'à s'y prendre à l'avance. Ça augmente l'attention : être attentif au prix oblige à attirer l'attention sur un spectacle pour l'avoir. Ça crée de l'émulation. On a ce phénomène avec les festivals qui proposent des early billets.

Le prix des places de spectacles vivants peut suivre la même tendance que les secteurs de l'hôtellerie et du transport : c'est ce qu'on appelle **le yield management**. Cette technique marketing et commerciale est basée sur une tarification et une offre flexibles qui est utilisée dans les services caractérisés par une forte présence de coûts fixes et par une certaine inertie des capacités proposées. Dans ce cadre, les prix les plus bas sont souvent proposés pour des réservations effectuées très en avance. On cherche à maximiser le chiffre d'affaires ou bien la marge générée, en jouant principalement sur les combinaisons de variables prix et de taux d'occupation à l'aide d'une politique de tarification différenciée et dynamique.

La fluctuation des prix en fonction de la demande, c'est le principe même du marché. Alors même que les artistes pourraient être favorables à ce type de système (yield management) car cela leur permettrait de gagner plus d'argent, beaucoup sont réticents car ne veulent pas être considérés comme une marchandise. Ce n'est pas gratifiant pour eux si l'on ne se presse pas pour leurs représentations. S'ils ne veulent rien savoir de la demande c'est peut-être que l'offre ne plaît pas.

Le problème de l'arnaque est un problème général, surtout sur Internet et avec la globalisation, à tous les niveaux, sur tous les marchés. Face aux abus de certains individus qui revendent des billets plus chers que le prix de vente, soit il y a une mafia monopoliste se développe et organise un marché de vente de places de spectacles à des prix exorbitants, et alors il faut réagir et employer des mesures policières restrictives. Si ce sont des spéculateurs en profitent, il faut légiférer.



12bis rue Desaix – 75015 Paris

Tél : 01.45.67.62.06

Site : [www.qualiquanti.com](http://www.qualiquanti.com)

Blogs : [www.marketingetudes.com](http://www.marketingetudes.com)

[www.brandcontent.fr](http://www.brandcontent.fr)

## Votre contact :

**Daniel BÔ**

PDG fondateur

01 45 67 62 06

[daniel.bo@qualiquanti.com](mailto:daniel.bo@qualiquanti.com)