



**HAL**  
open science

## A la recherche de la découverte musicale. Une exploration du "régime exploratoire"

Jean-Samuel Beuscart, Dominique Pasquier

### ► To cite this version:

Jean-Samuel Beuscart, Dominique Pasquier. A la recherche de la découverte musicale. Une exploration du "régime exploratoire". Explorations numériques. Hommages aux travaux de Nicolas Auray, pp.15-28, 2017, 978-2-35671-479-4. halshs-03587495

**HAL Id: halshs-03587495**

**<https://shs.hal.science/halshs-03587495>**

Submitted on 21 Dec 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Dominique Pasquier (coord.), *Explorations numériques. Hommages aux travaux de Nicolas Auray*,  
Paris : Presses des Mines, collection i<sup>3</sup>, 2017.

© Presses des MINES – TRANSVALOR, 2017  
60, boulevard Saint-Michel  
75272 Paris Cedex 06  
France

[presses@mines-paristech.fr](mailto:presses@mines-paristech.fr)  
[www.pressesdesmines.com](http://www.pressesdesmines.com)

ISBN : 978-2-35671-479-4

Les illustrations appartiennent aux auteurs sauf mention contraire.

Dépôt légal 2017

Achevé d'imprimer en 2017 (Paris)

Tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation et d'exécution réservés pour tous les pays.

— |

| —

# Explorations numériques

Homages aux travaux de Nicolas Auray

— |

| —

Collection i<sup>3</sup>

Dirigée par Maya Bacache-Beauvallet et Cécile Méadel

L'Institut Interdisciplinaire de l'Innovation (i<sup>3</sup>) est un pôle d'enseignement et de recherche en sciences économiques et sociales de Mines ParisTech et Télécom ParisTech. Il rassemble des chercheurs en sciences économiques, gestion, sociologie, sciences de l'information et de la communication, ergonomie qui abordent les mêmes objets d'analyse avec une approche pluridisciplinaire. La collection est destinée à faire connaître ces travaux et à les diffuser auprès d'un public large.

Dans la même collection

Winston J. Maxwell, *Smart(er) Internet Regulation Through Cost-Benefit Analysis*.

Préface Oliver Bomsel

Florence Audier, Maya Bacache-Beauvallet et Éric Mathias, *Diversifier le recrutement public*.

Préface Vincent-Arnaud Chappe

Eva Boxenbaum, Brice Laurent et Annalivia

Lacoste (dir.), *Nouvelles énergies pour la ville du futur* Préface Fabian Muniesa. Postface

Valérie Fernandez

Olivier Fournout, *Héros. Le leadership dans l'entreprise et sur les écrans*. Préface Thierry

Weil. Postface Godefroy Beauvallet

Matthieu Glachant (dir.), Marie-Laure Thibault, Laurent Faucheux, *Recharger les*

*véhicules électriques et hybrides*.

Dominique Pasquier, Valérie Beaudouin et Tomas Legon. «Moi je lui donne 5/5». *La*

*critique amateur en ligne*. Préface Alexandre

Mallard

Valérie Fernandez, Laurent Gille, Thomas Houy. *Les Technologies numériques de santé*.

Préface de Michel Nakhla

Cécile Méadel, Francesca Musiani. *Abécédaire des architectures structurées*

Antonio A. Casilli et Paola Tubaro *Le phénomène «pro ana»*.

Coordonné par Dominique Pasquier

# Explorations numériques

## Hommages aux travaux de Nicolas Auray





## Sommaire

PRÉFACE.....	9
--------------	---

*Jérôme Denis*

### I - LE RÉGIME EXPLORATOIRE

À LA RECHERCHE DE LA DÉCOUVERTE MUSICALE.....	15
---	----

*Jean-Samuel Beuscart*

AFFRONTER LE CHAOS AVEC CURIOSITÉ ET PANIQUE .....	29
--	----

*Fanny Georges*

S'EN REMETTRE AU HASARD.....	41
------------------------------	----

*Thomas Beauvisage*

LES CLÔTURES SOCIALES DE L'EXPLORATION CURIEUSE .....	61
---	----

*Dominique Pasquier*

### II - LES UNIVERS ILLIMITÉS DU NUMÉRIQUE

LE REGARD LIBRE .....	85
-----------------------	----

*Kevin Mellet*

LA CONSOMMATION EN RÉGIME D'ABONDANCE .....	101
---	-----

*Marc Bourreau, Michel Gensollen & François Moreau*

LA POLITIQUE CULTURELLE AU RISQUE DU NUMÉRIQUE.....	119
---	-----

*Maya Bacache-Beanvallet et Françoise Benhamou*

III - COLLECTIFS ET COMMUNAUTÉS

LES APPROPRIATIONS SOCIALES DE LA MÉMOIRE .....	135
<i>Valérie Beaudouin</i>	
LES ENFANTS DU NUMÉRIQUE, LE MÉRITE ET L'ÉCOLE DU CODE .....	155
<i>Emmanuel Kessous</i>	
COMMUNALISME INFORMATIONNEL.....	175
<i>Bernard Concin</i>	

IV - EXPLORATION ARTISTIQUE

LANCEURS D'HISTOIRES.....	193
<i>Olivier Fournout</i>	
ÉLÉGIE DOCUMENTAIRE POUR NICOLAS AURAY .....	239
<i>Isabelle Garron</i>	
RÉFÉRENCES .....	259
LES AUTEURS.....	275



# À la recherche de la découverte musicale

Une exploration du « régime exploratoire »

**Jean-Samuel Beuscart**

La « découverte musicale » est un motif important pour les sciences sociales qui s'intéressent à la musique. Elle est une des figures de la félicité de l'amateur, de la satisfaction du consommateur, de l'expérience culturelle réussie, de la diversité culturelle promue par les politiques ; dans tous les cas, il est admis que l'individu est enrichi par la rencontre d'œuvres nouvelles qui lui plaisent. La découverte musicale est aussi au cœur des préoccupations des acteurs du marché, puisqu'une grande partie des ventes se font sur des nouveautés, qu'il faut bien faire découvrir.

Pour autant, la découverte musicale échappe toujours un peu à l'analyse ; quel que soit le prisme qu'on utilise pour la saisir, elle semble toujours se passer un peu ailleurs. Les enquêtes par questionnaire interrogent les individus sur les sources de leurs découvertes, autorisant les choix multiples ; mais où se situe la « découverte » d'une chanson qu'on a entendue plusieurs fois à la radio et chez des amis ? Dans les entretiens, certains amateurs virtuoses sont capables de décrire leurs stratégies d'exploration systématique en quête de nouveauté ; mais pour de nombreux autres, il n'existe pas de moment spécifique de la découverte musicale, ni d'activité ordinaire identifiée comme telle ; les pauvres enquêtés peinent souvent devant l'insistance du sociologue qui cherche à savoir quand tel ou tel artiste a été « découvert ». L'univers numérique, en mêlant dans un même espace l'écoute des œuvres et la lecture des discours sur les œuvres, rend plus difficile encore l'identification d'une activité de découverte. Enfin, les données de marché et les traces numériques nous donnent des indices importants sur les pratiques d'écoutes de choses nouvelles, voire sur

les chemins qui y conduisent; mais ils ne voient pas les dispositions mentales qui y sont associés, et mêlent dans une même catégorie des états psychiques très différents.

Plusieurs des notions proposées par Nicolas Auray cherchent précisément à sortir des impensés portés par des notions comme celle de découverte musicale: notamment la «vigilance flottante», la «flânerie», «l'excitabilité non-régulée». Je propose ici une mise en œuvre exploratoire de ses concepts, pour montrer ce qu'ils apportent à l'analyse. Je suggère qu'ils permettent de mettre la focale sur la diversité des formes de naissance des attachements, qui est souvent reléguée en arrière-plan dans les analyses au profit de l'exégèse des attachements solidifiés (comme goûts ou comme passions). Pour ce faire, je passe en revue – de façon volontairement schématique – la façon dont la découverte musicale est conceptualisée par les deux principaux cadres conceptuels qui proposent une théorie de l'auditeur découvreur, à savoir la théorie économique du consommateur, et la sociologie des attachements; je détaille ensuite la façon dont les concepts de Nicolas Auray en adressent les manques; je discute pour finir les difficultés d'observation du régime d'engagement exploratoire qu'il décrit.

### Un consommateur hédoniste en demande de nouveautés

---

L'industrie musicale est une industrie de prototypes. Ses profits reposent essentiellement sur les productions récentes, les «nouveautés» produites dans l'année, que l'on oppose aux œuvres de «catalogue». En observant «le marché», soit l'agrégation des consommations, les acteurs de l'industrie sont fondés à penser que les auditeurs souhaitent découvrir des nouveautés, puisque c'est ce qu'ils achètent en majorité. Les données des ventes suggèrent l'existence d'un auditeur friand de nouveauté, amateur de découvertes.

La théorie micro-économique permet de mettre en forme cette figure du consommateur de musique comme découvreur; elle propose une explication

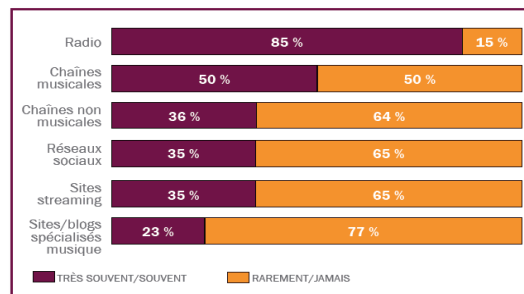
de son goût constaté (sur le marché) pour la nouveauté. L'amateur de musique y prend la forme d'un consommateur hédoniste, cherchant à maximiser son plaisir (Rosen, 1981). Ce plaisir dépend de l'adéquation de la musique écoutée avec ses goûts (ses préférences), mais aussi du renouvellement de cette musique : dans certains modèles, le plaisir tirée d'une écoute devient en effet décroissant après un certain nombre d'écoutes ; les biens musicaux sont qualifiés de « semi-durables » (Bianchi, 2002). Cette modélisation est conforme aux résultats d'études de psychologie expérimentale montrant que la satisfaction tirée de l'écoute d'un morceau de musique suit une courbe en U inversé avec le temps : les premières écoutes accroissent le plaisir qui en est retiré, ce que l'on interprète comme une appropriation du morceau, une progression dans l'expérience esthétique. La satisfaction musicale atteint ensuite un pic, puis décroît avec la répétition des écoutes, ce qui traduit la lassitude vis-à-vis du morceau (Hunter et Schellenberg, 2011). Le consommateur hédoniste doit donc, structurellement, s'alimenter en nouveautés pour maintenir son plaisir.

Pour satisfaire ce besoin de nouveauté, en situation d'information imparfaite, ce consommateur hédoniste doit s'appuyer sur des indices lui permettant de faire des économies de temps, de trouver des morceaux satisfaisants, de suffisamment bonne qualité et/ou suffisamment proches de ses goûts, sans pour autant dépenser trop de temps et d'énergie dans leur recherche. C'est pourquoi il s'appuie sur les signaux envoyés par les autres consommateurs, copie ses pairs et privilégie les articles qui ont déjà du succès (Adler, 1985 ; Bikchandani *et al.*, 1992) ; c'est pourquoi il suit les recommandations à sa portée, celles de la publicité qui assure la visibilité d'un nombre réduit de produits, parfois celle des critiques professionnels et amateurs. De nombreuses études empiriques vérifient que les œuvres nouvelles (donc encore inconnues) ont plus de chance d'être écoutées si elles ont été écoutées par de nombreux autres (Salganik *et al.*, 2006), si elles ont bénéficiées d'une promotion importante, si elles ont été mises en visibilité par les réseaux sociaux, si elles ont reçu des critiques. Au-delà de la première écoute, c'est l'attention même portée à une œuvre qui, d'après ces

travaux, est plus soutenue lorsque cette œuvre a été écoutée, signalée d'une manière ou d'une autre par les pairs (Berlin *et al.*, 2015).

**La radio est le canal incontournable pour la découverte de nouveautés**

Comment découvrez-vous de nouveaux titres ?



Source hyperworld

**Fig 1:** Les canaux de la découverte musicale (SNEP, 2016)

La vision des chercheurs et professionnels du marketing est en ligne avec cette figure du consommateur hédoniste qui se lasse peu à peu des œuvres. Leur travail consiste à produire des œuvres susceptibles de plaire au public, et à les «faire découvrir» au moyen de stratégies marketing pertinentes. La découverte repose ainsi sur les «canaux» utilisés par les professionnels du marché pour apporter aux consommateurs les œuvres nouvelles: radio, télévision, presse spécialisée, blogs, vidéo en ligne, réseaux sociaux, buzz, etc. Les publications professionnelles, telles que le rapport annuel du SNEP<sup>1</sup> en France, sont structurées autour de ces grands éléments: le marché (les achats réalisés), la production française (les nouvelles œuvres proposées), les canaux marketing (avec un focus sur la radio et la télévision, historiquement cruciales pour l'industrie), les succès de l'année (issus de la rencontre entre le marché et les œuvres nouvelles). Parallèlement, les enquêtes s'efforcent de comprendre sur quel canal s'appuient principalement les différents types de consommateurs.

1 Syndicat National de l'édition phonographique; <http://www.snepmusique.com>.

La figure du consommateur de musique développée par la micro-économie et le marketing a le mérite de proposer une compréhension explicite de la découverte de musique. En partant du marché, elle centre la description de l'amateur sur sa surface, sur ses interactions avec l'extérieur, sur ses réactions aux sollicitations du marketing. Le consommateur est décrit comme actif, en demande de nouveautés et effectuant des recherches pour s'approvisionner. En situation d'information imparfaite, il s'en remet aux canaux travaillés par l'industrie pour se fournir. La figure ainsi dessinée laisse en revanche en arrière-plan tout le reste de l'activité de l'amateur, sa profondeur : l'écoute des œuvres déjà connues, l'évolution des goûts, l'approfondissement des plaisirs, etc. Elle propose un compte rendu des flux entrants des œuvres écoutées par le consommateur, laissant dans l'ombre le destin de ces attachements une fois qu'ils ont été créés.

### Une sociologie des attachements centrée sur les goûts établis

La découverte musicale est restée pendant longtemps à l'écart du programme de recherche de la sociologie de la culture. La sociologie des goûts inspirée de Bourdieu est centrée sur la mise en relation des propriétés des individus et de celle des œuvres ; on s'intéresse alors peu à la figure de la découverte musicale, étant donné que les œuvres sont considérées avant tout sous l'angle des propriétés qui permettent de les catégoriser. Nouvelles ou anciennes, connues ou non des auditeurs avant leur écoute, les œuvres sont ramenées à une propriété permettant de les comparer entre elles, leur genre musical le plus souvent.

La sociologie de l'attachement, développée par Antoine Hennion en opposition explicite à la sociologie des goûts d'inspiration Bourdieusienne, place au contraire en son centre la construction des liens entre l'auditeur et l'œuvre. Refusant de réduire les individus à leurs goûts, et les œuvres à leur genre musical, elle décide de mettre l'accent sur l'activité de l'amateur, sur son plaisir, sur ses capacités à construire des liens de félicité avec les œuvres

musicales. Les travaux fondateurs de l'attachement racontent comment les amateurs construisent leurs rapports aux œuvres, les transforment en se les appropriant. Ils décrivent les façons dont ils rangent leurs disques, apprennent à entendre des différences d'interprétation entre des versions d'une même œuvre classique, différencient les types de plaisir que procurent les œuvres plus ou moins exigeantes, soignent l'acoustique de leur chaîne Hi-Fi, s'aménagent des créneaux temporels pour écouter de la musique, etc. (Hennion, Gomart, 1999; Hennion, 2004).

Ce cadre analytique est *a priori* propice à l'analyse de la découverte musicale, comme rencontre entre un amateur et une œuvre, comme construction progressive de liens nouveaux, attention à des «prises» offertes par les œuvres inconnues, transformation de l'auditeur au contact de musiques nouvelles ayant capté son attention. De fait, plusieurs pages de Hennion, Maisonneuve et Gomart (2000) sont consacrées à la radio comme écoute d'un flux permettant tout à la fois la reconnaissance et la découverte (pp. 226-230). Les auteurs esquissent en outre un programme de recherche sur le choix et la prescription, qui couvre les relations aux prescripteurs, aux critiques, et le comportement dans les magasins de disques (p. 234). Puisque «on choisit deux fois un disque, une fois pour l'acheter, une fois pour le passer» (p. 233), le programme de recherche sur les attachements musicaux doit décrire à la fois les médiations qui peuplent la scène marchande de la musique, et les routines matérielles et cognitives des amateurs lorsqu'ils mettent un disque sur la platine.

Dans les travaux néanmoins, force est de constater que les analyses issues de cette sociologie portent bien plus sur les attachements déjà construits, solides et fréquemment retravaillés, qui unissent les amateurs avec les œuvres qu'ils aiment. Les figures de prédilection sont le collectionneur de disques qui les réorganise régulièrement, l'amateur de classique ou de jazz explorant les versions et interprétations de ses œuvres préférées. La nouveauté décrite est plus souvent celle d'une version (re)découverte d'une œuvre classique déjà adorée que le tube récent diffusé par une radio. Quand il est question de

nouveauté, elle prend surtout la figure de l'exploration virtuose, de l'amateur éclairé explorant les recoins de son domaine, plutôt que de la découverte fortuite. Comme le note Nicolas Auray, cette exploration est «une catégorie de pensée qui définit l'activité aux yeux des acteurs» (p.40); elle ne peut être que consciente et vécue comme telle. Peut-être parce qu'elle privilégie la technique de l'entretien, la sociologie de l'attachement est aspirée par les attachements existants, solides et déjà construits de l'amateur, orientée vers ses goûts établis et ses pratiques solidifiées. Bien qu'elle les ait inscrits dans son programme de recherche, elle dit peu de choses sur la naissance des attachements, sur les pré-attachements, les attachements ratés; sur les coups d'œil aux œuvres, les reniflements, les atouchements sans lendemain entre un amateur et des œuvres qui ne font pas partie de son «harem», pour reprendre une image utilisée par Hennion. Elle ne dit rien non plus, symétriquement, des techniques de détachement, de fermeture, des tactiques des amateurs mises en place pour éviter d'être sollicités par des nouveautés.

Alors que la figure du consommateur est contenue toute entière dans sa surface, dans son rapport au marché et aux dispositifs du marketing, l'amateur de la sociologie des attachements est dessiné à partir de ses goûts solidifiés, de son rapport aux œuvres qu'il s'est d'ores et déjà appropriées. La focale est mise sur la profondeur des goûts et des plaisirs, plutôt que sur la surface des écoutes distraites et des sollicitations nouvelles qui sont source de découverte. L'amateur dévoile son intérieur, la richesse et la profondeur de ses goûts et plaisirs, beaucoup moins la façon dont en surface il s'oriente dans le marché et les recommandations pour accepter et refuser les propositions musicales inconnues.

### Les apports du «régime exploratoire»

---

Dans son ouvrage, Nicolas Auray propose la description d'un régime d'engagement «exploratoire» qui vise à rendre compte, justement, de ce qui

se passe quand les attachements ne sont pas aussi stabilisés, quand ils sont peu travaillés, quand ils ne sont pas aussi sculptés réflexivement par les amateurs.

D'un côté, Nicolas Auray positionne son travail comme une critique explicite de la théorie des attachements; s'il en partage le souci pragmatique de rendre compte de l'action et de l'engagement des auditeurs vis-à-vis des objets, il considère qu'elle donne beaucoup trop de poids à la réflexivité et aux discours des amateurs, au point de risquer d'en être réduit à se faire le héraut de leur virtuosité. Cette sociologie des attachements, par souci de souligner les compétences des amateurs, en vient à s'intéresser aux auditeurs ultra-compétents, aux compétences très réflexives, aux amateurs très éclairés, et occulte tout à la fois les compétences banales et les formes d'inégalité d'accès à la virtuosité.

De l'autre côté, les concepts de Nicolas Auray viennent combler les défauts de perspective de la sociologie de l'attachement; ils en suggèrent une version moins enchantée, moins héroïque, plus universelle. En particulier, la notion de régime exploratoire vise précisément à rendre descriptible ce qui précède les attachements, les contacts avec les œuvres pour lesquelles les liens sont encore très ténus, incertains. Il s'agit de rendre compte de l'état d'esprit qui permet de rencontrer des œuvres nouvelles et d'en éviter de nombreuses autres, qui ouvre la possibilité de nouveaux attachements sans les rechercher frénétiquement.

Le régime exploratoire est défini comme une forme de «disponibilité curieuse» qui articule deux formes de rapport au monde: la «vigilance flottante» et «l'excitabilité non régulée de son état». De la première, Nicolas Auray rappelle qu'elle est une forme d'attention qui émerge au tournant du XX<sup>e</sup> siècle, comme le montrent les analyses de Simmel. La vigilance flottante est caractéristique des habitants des grandes villes, de leur capacité à être attentif à leur environnement sans s'engager dans l'interaction. Elle est une compétence de «défocalisation», d'attention non-focalisée à l'environnement. Mais cette attention flottante n'est pas pour autant erratique: elle reste guidée,



pour reprendre la jolie expression de Nicolas Auray, par «le maintien de la vigilance sur la visée d'un bienfait ultérieur et d'une cohérence de la personne» (p.30). Comment mieux décrire l'attitude de l'amateur de musique par rapport à un flux de radio, une navigation internet, un fond sonore, un générique de film, une musique d'ambiance? L'attention flottante est celle d'une écoute la plupart du temps «défocalisée», aux frontières de la conscience, en tâche de fond dirait-on en informatique, mais susceptible de se focaliser (un peu, beaucoup) si elle saisit une prise intéressante; prise qui n'est pas saisie au hasard, mais guidée par un souci de cohérence de la personne, en fonction de ses goûts et de l'image qu'elle s'en fait.

La seconde caractéristique, «l'excitabilité non régulée», vient préciser – peut-être redoubler – la définition des dispositions du corps par rapport aux sollicitations de l'environnement dans ce régime exploratoire. Sans être engagé, le corps reste excitable, d'une étanchéité imparfaite aux sollicitations. Il est susceptible d'être mobilisé par une mélodie, une rythmique, un son, bien que principalement engagé dans une autre activité (faire ses courses au supermarché, lire des articles sur internet, conduire, regarder la télévision). Non régulée, cette excitabilité doit l'être pour autoriser l'émotion, la surprise, pour ouvrir la possibilité d'être étonné ou accaparé par une musique. Auray retrouve ici les remarques de Hennion *et al.* (2000) sur le fait que l'amateur doit apprendre à laisser aller, à s'abandonner, à abandonner le contrôle pour arriver à ses fins. La découverte musicale, comme le plaisir des amateurs, réclame une posture d'équilibre entre l'ouverture et le contrôle, l'abandon et la méthode.

### Le régime d'engagement exploratoire est-il observable?

Nicolas Auray propose ainsi, à travers la notion de régime exploratoire, une brique manquante de l'appareil conceptuel de la sociologie de l'expérience culturelle. Il suggère une description de ce qui se passe autour des goûts solidifiés de l'amateur, de la façon dont les individus composent avec un environnement sonore surabondant, des dispositions d'esprit et du corps

qui permettent l'équilibre entre l'évitement des sollicitations et l'ouverture à la possibilité d'une émotion curieuse. Par rapport à la théorie des attachements, il met la focale sur ce qui se passe en surface plutôt que dans les profondeurs des goûts sédimentés. Par rapport à la sociologie classique du goût, il rend problématique la question du renouvellement des œuvres, casse la systémativité de la consommation du même (du même artiste, du même genre, du même goût stabilisé). Par rapport aux recherches en économie et en marketing, il affine considérablement la description de ce qui se passe en surface, en faisant de la découverte non pas le résultat d'une recherche explicite de nouveauté à travers des canaux, mais plutôt le fruit incertain des frottements entre une ouverture régulée à la découverte et la circulation permanente de musique.

Il reste que cette description fine de la découverte musicale est difficile à documenter empiriquement. Par définition, la sociologie n'observe pas directement les états de la conscience tels que la défocalisation ou l'excitabilité non-régulée. C'est à partir des récits des enquêtés, de l'observation de leurs pratiques ou des traces qu'elles laissent, que peuvent être reconstitués les mécanismes de la découverte musicale. Or, dans leurs entretiens avec les sociologues, les enquêtés développent plus volontiers les aspects les plus sédimentés de leurs goûts, à la fois parce qu'ils sont plus tangibles et parce qu'ils les jugent plus pertinents pour le sociologue venus les interroger sur les pratiques culturelles et leurs passions. Quand ils parlent de découverte, deux figures dominent : la rencontre fortuite avec une œuvre (le plus souvent par une médiation noble tel qu'un ami éclairé ou un concert, rarement *via* la radio) ; et les techniques d'exploration active, sur internet ou par la lecture de critiques. Dans la grande majorité de ces récits, l'attention est focalisée, par une discussion avec un ami, par une recherche explicite de nouveautés des amateurs experts. De même il est possible de suivre par l'observation les amateurs dans des navigations explicitement orientées vers la recherche de nouveautés, beaucoup moins dans leurs écoutes quotidiennes de fond, non

focalisées sur l'exploration mais susceptible de faire naître des attachements nouveaux.

Une enquête en cours très riche, conduite par Quentin Gilliotte<sup>2</sup> et portant sur les pratiques culturelles numériques et non-numériques, permet d'illustrer les modalités d'illustration empirique du régime exploratoire. Les enquêtés y sont interviewés longuement sur leurs découvertes et leurs pratiques d'exploration. Malgré la multiplication des angles de questionnement (les routines d'exploration, les exemples de découverte récente, le passage en revue des playlists ou discothèques, etc.), il n'est pas aisé d'identifier ce qui relèverait du régime exploratoire à partir des récits des enquêtés, d'avoir des témoignages d'une forme de défocalisation. Sans anticiper sur les résultats définitifs de l'enquête, il est permis d'y trouver des pistes de description du régime dessiné par Nicolas Auray. Les entretiens suggèrent plusieurs cas de figure.

Le premier motif, présent surtout chez les amateurs se disant très intéressés par la musique, est celui de l'exploration consciente, de la recherche active de nouveautés ; pour ceux-là, la découverte est une activité en soi, à laquelle on dédie des plages de temps, durant laquelle la recherche est une tâche de premier plan plutôt qu'une tâche de fond. La défocalisation est alors relative : certes, on ne sait pas ce qu'on cherche, mais on sait qu'on est en train de chercher. Ce sont des moments où l'on est « pro-actif », où l'on télécharge en suivant des associations de musiciens, en explorant des fiches wikipédia, en creusant des discographies ou des genres, en balayant des sources connues et suggérées. « Quand je cherche de la musique, je vais vraiment fouiner » : il s'agit d'une activité principale orientée vers la découverte. Elle peut être routinière ou impromptue (« j'ai reçu un lien, du coup j'ai passé une heure à explorer l'artiste »), mais elle focalise l'attention sur la recherche de nouveautés excitantes.

---

2 Quentin Gilliotte, « L'expérience des biens culturels en régime numérique », thèse de sociologie sous la direction de D. Pasquier et J.S. Beuscart, Telecom Paris Tech/Orange Labs.

Le second motif, symétrique, est celui de l'absence de découverte. Les personnes se décrivent alors comme centrées sur leurs goûts sédimentés, s'excusant souvent d'être ainsi fossilisées, d'avoir «décroché» ou de «ressasser». Ils naviguent dans leur univers existant, peu soucieux de renouvellement. Ce qu'ils décrivent éventuellement, ce sont les techniques de fermeture, de contrôle de l'environnement sonore : éviter les mauvaises radios, les playlists automatiques, les recommandations intempestives.

Enfin, de façon plus éparse, on peut trouver dans le matériau des entretiens des indices de ce que Nicolas Auray désigne par engagement exploratoire au sens le plus large du terme, notamment dans sa composante de défocalisation. La radio et la télévision en restent les principaux adjutants : au détour d'une émission sur France Inter, en regardant the Voice sur TF1, au milieu du flux écouté en travaillant ou en conduisant, «il y a un truc qui arrive et tac», «on essaye alors de retenir le nom». Le fait que ces médias classiques soient de grand pourvoyeurs de découvertes non-focalisées rejoint d'ailleurs le savoir pratique des industries culturelles, qui les privilégient encore souvent dans leurs stratégies marketing, pour susciter des découvertes non souhaitées. Un bon indice de ce régime exploratoire non-focalisé est la mention fréquente, par les interviewés, de notes, post-its, fichiers, carnets, etc., qui recueillent le produit de ces découvertes fortuites : l'existence du carnet témoigne en quelque sorte de la «visée d'un bienfait ultérieur», en même temps que du fait que la recherche n'est pas l'activité principale au moment de la découverte. L'autre motif est celui, assez proche, de la playlist YouTube mise en fond sonore, de la recommandation suivie par distraction, qui tout à coup propose une écoute intéressante et surprenante, qui attire l'attention ; le morceau peut alors, d'un clic, être archivée ou ajouté à une playlist personnelle. Ces formes de découvertes fortuites se rapprochent sans doute de la compréhension plus large de ce que désigne le régime exploratoire, une attention périphérique qui garde la visée d'un bienfait.

## Conclusion

---

L'ouvrage de Nicolas Auray développe un ensemble de concepts qui viennent enrichir le vocabulaire de la description sociologique. Ils déplacent la focale vers les états périphériques, incertains, furtifs ; ils s'efforcent de saisir l'émergence des faits sociaux dans le foisonnement des interactions d'un monde numérisé. La notion de régime d'engagement exploratoire permet ainsi de progresser dans la compréhension de la construction des écoutes et des goûts dans un univers d'abondance musicale. Elle affine considérablement la figure un peu sommaire du consommateur hédoniste de l'économie, en redistribuant l'agentivité, en suggérant des formes de rencontres avec les œuvres nouvelles qui ne reposent pas sur la recherche active de la part de l'auditeur. Elle déplace l'attention de la sociologie des attachements, en l'éloignant de la profondeur des goûts sédimentés de l'amateur et en proposant des outils de description des attachements incertains. Elle exige, en même temps, une inventivité méthodologique à même de documenter empiriquement les modalités et les effets de ce régime.

La réflexion de Nicolas Auray permet en particulier d'affiner les débats sociologiques autour des effets sociaux du numérique. On appréciera tout particulièrement le sens de la mesure et de l'équilibre induits par ses concepts, quand les débats sur les transformations numériques favorisent les optimismes naïfs ou les critiques totalisantes. Dans le cas de la musique, et plus généralement du rapport à la culture ou à l'information, une notion telle que l'engagement exploratoire constitue un opérateur efficace pour décrire finement l'éventail des formes d'attention au monde ; elle laisse ouverte au débat et à l'exploration empirique leur qualification, soit comme une extension des formes de virtuosité de l'amateur, soit comme une diminution de la durée et de la qualité de l'attention portée aux œuvres. Les concepts engagés dans la direction d'une sociologie attentive à restituer, le plus finement possible, les formes d'engagement des personnes, plutôt que de conclure trop rapidement à leur aliénation.

