
Titre : **La médiation de la musique**

Sigle : MUL6265

Crédits : 3

Trimestre : Automne

Professeur responsable : Michel Duchesneau

Capacité d'accueil : 12

Description à l'annuaire (250 caractères max.)

Application d'outils contemporains de communication à la médiation du savoir musical dans un contexte de diffusion professionnelle de la musique. Analyse des besoins des ensembles musicaux, des lieux de diffusion et des organisations culturelles.

Objectifs du séminaire

- 1) Développer une connaissance des dynamiques contemporaines qui régissent les relations entre les publics et les musiciens.
- 2) Développer une connaissance des outils récents en matière de communication du savoir musical dans un contexte de diffusion professionnelle de la musique auprès de publics variés.
- 3) Développer une capacité d'analyse des besoins des ensembles musicaux, des lieux de diffusion ou de toute autre organisation en matière de médiation de la musique
- 4) Développer une capacité à concevoir et réaliser des outils de médiation de la musique (cahier pédagogique, cycle de conférences, ateliers, animations, capsules audio-visuelles, etc.)

Sujets abordés

- Courte histoire de la médiation de la musique
- Quelques idées sur la réception musicale
- Les acteurs de la médiation : des artistes aux publics
- Les «bonnes» pratiques de la médiation de la musique
- Les publics récepteurs
- Quoi dire sur la musique ?
- Comment parler de musique en fonction des publics
- Politique culturelle et médiation artistique
- Médiation de la musique comme action de développement des publics (du milieu musical québécois)

Formule pédagogique

Cours mixtes : exposés magistraux des professeurs et participation des étudiants avec résumés de textes et exposés. Le séminaire est principalement destiné aux étudiants ayant un baccalauréat en musique (toute discipline confondue) ou en science humaine (avec une formation en musique), mais il peut aussi accueillir des professionnels du milieu culturel ayant une formation musicale adéquate. Les étudiants y développeront une connaissance approfondie des théories, des méthodes et des outils de médiation de la musique selon des approches sociologiques, communicationnelles et musicologiques. La présentation des outils de la médiation de la musique se fera par des études de cas et/ou avec des invités (professionnels du milieu ou chercheurs dans le domaine).

Travaux et évaluations

- | | |
|---|-----|
| - Présence et participation en classe
(participation aux comptes rendus des lectures recommandées dans le plan de cours) | 10% |
| - Résumé de lecture ou des conférences d'une journée d'étude | 20% |
| - Exposé oral | 20% |
| - Un travail de session
(outil de médiation de la musique – avec une mise en contexte de sa réalisation) | 50% |

Les travaux seront de nature théorique (lectures et comptes rendus) et de nature pratique (développement d'un outil de médiation de la musique basé sur la théorie appliquée à un exemple choisi par l'étudiant : série de notes de programmes avec variantes en fonction des publics cibles; cahier pédagogique pour une œuvre du répertoire ou contemporaine; etc.)

Bibliographie sélective

- ADORNO, Theodor, *Introduction à la sociologie de la musique*, traduit de l'allemand par Vincent Barras et Carlo Russi, Genève : Contrechamps, 1994.
- ALBARELLO, Armand, *Pratique et méthodes de recherche en sciences sociales*, Paris, Armand Colin, 1995.
- ATKINSON, Will, « The context and genesis of musical tastes: Omnivorousness debunked, Bourdieu buttressed » *Poetics*, 2011, 39 (3), 169-86.
- BECKER, Howard S., *Les mondes de l'art*, Paris : Flammarion, 1988.
- BELLAVANCE, Guy, Myrtille VALEX, and Michel RATTÉ, « Le goût des autres : une analyse des répertoires culturels de nouvelles élites omnivores » *Sociologie et sociétés*, 2004, vol. 36, n° 11, 27-57.
- CHAUMIER, Serge et MAIRESSE, François, *La médiation culturelle*, Paris, Armand Colin, 2013.
- COLBERT, François, Suzanne BILODEAU, Johanne BRUNET, Jacques NANTEL et Dennis RICH, *Le marketing des arts et de la culture*, Montréal: Gaëtan Morin, 2007.
- COULANGEON, Philippe, « Pratiques et écoutes musicales », *La musique. Une industrie, des pratiques*, Paris, La Documentation française, 2008, p. 17-34.
- DENORA, Tia, *Music in Everyday Life*, Cambridge : University of Cambridge Press, 2000.
- DONNAT, Olivier, « Pratiques culturelles, 1973-2008 », *Études, politiques publiques et régulations*, Vol. 7, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.
- DONNAT, Olivier et TOLILA, Paul (dir.), *Le(s) public(s) de la culture*, Paris, Presses de Sciences Po., 2003.
- ESQUENAZI, Jean-Pierre, *Sociologie des publics*, Paris, La Découverte, 2003.
- FLANAGAN, Robert J. *The Perilous Life of Symphony Orchestras: Artistic Triumphs and Economic Challenges*. New Haven, Yale University Press, 2012, p. 40-62.
- GARON, Rosaire, « Conclusion », *Les pratiques culturelles au Québec en 2009*, dir. Rosaire Garon et Marie-Claude Lapointe, Québec: Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2011, p. 377-383.
- GOMART, Émilie, HENNION, Antoine et MAISONNEUVE, Sophie, *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris : La Documentation française, 2000.
- HENNION, Antoine, *La Passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Métailié, 1993.
- HENNION, Antoine, Sophie MAISONNEUVE et Émilie GOMART, *Figures de l'amateur. Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation française, 2000.
- HENNION, Antoine, « Les usagers de la musique. L'écoute des amateurs », *Circuit. Musiques contemporaines*, « Qui écoute ? 2 », dirigé par Nicolas Donin, vol. 14, n° 1, 2003, p. 19-31.
- HENNION, Antoine, « Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur », *Sociétés* vol. 85 n° 3, 2004, p. 9-24.
- HENNION, Antoine, « Pragmatics of taste », *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture*, Mark Jacobs and Nancy Hanrahan, ed., Oxford/Malden, Blackwell, 2004, p. 131-144.
- HERBERT, Gans, *Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste*, New York, Basic Books, 1974.
- HUQ, Rupa, *Beyond Subculture. Pop, Youth and Identity in a Postcolonial World*, London, Routledge, 2006.
- KAYAS, Lucie, *Musiques et jeune public. Écouter – interpreter – inventer*, Paris, Direction de la musique, de la danse, du théâtre et des spectacles, 2002.
- LAMIZET, Bernard, *La médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 1999.
- LAPOINTE, Marie-Claude, « L'écoute et la consommation de la musique », *Enquête sur les pratiques culturelles au Québec*, chapitre 2, dir. Rosaire Garon et Marie-Claude Lapointe, Québec: Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine, 2009, p. 41-66.
- LEGAULT, Caroline, « Les pratiques culturelles selon la génération des baby-boomers et des jeunes de 25 à 34 ans de 1979 à 2009 », *Survol*, Québec, Ministère de la culture, des communications et de la condition féminine, 2012.
- NÉGRIER, Emmanuel (dir.), *Les publics des festivals*, Éditions Michel Maule, France Festivals, Réseau en scènes Languedoc-Roussillon, 2010.
- PECQUEUX, Anthony et ROUEFF, Olivier (dir.), *Écologie sociale de l'oreille. Enquêtes sur l'expérience*
- PETERSON, Richard A., « Le passage à des goûts omnivores : notions, faits et perspectives », *Sociologie et sociétés*, « Goûts, pratiques et inégalités sociales : branchés et exclus », vol. 36, n° 1, 2004, p. 145-164.
- PETERSON, Richard A., « Problems in comparative research : the example of omnivorousness », *Poetics. Journal of Empirical Research on Literature, the Media and the Arts*, « Comparative Research on Cultural production and Consumption », vol. 33, n° 5-6, 2005, p. 257-282.

- PEDLER, Emmanuel, « Entendement musical et malentendu culturel : le concert comme lieu de confrontation symbolique », *Sociologie et sociétés* XXXVI/1, 2004, p. 127-144.
- PRONOVOST, Gilles, « Les enquêtes de participation culturelle : Une comparaison France-Québec-États-Unis », Québec, Observatoire québécois de la culture, 2012.
- RUBIS, Christian, *L'âge du public et du spectateur. Essai sur les dispositions esthétiques et politiques du public moderne*, Bruxelles, La lettre volée, 2007.
- RUBIS, Christian, *La Figure du spectateur*, Paris, Armand Colin, 2012.
- SEYS, Pascale (dir.), *ACCESS. Quels publics pour la musique classique ?*, Sprimont, Mardaga, 2003.
- SMALL, Christopher, *Musicking. The Meanings of Performing and Listening*, Hanover, Wesleyan University Press, 1998.
- SORLIN, Pierre, « Le mirage du public », *La revue d'histoire moderne et contemporaine*, vol. 39, janvier-mars 1992, p. 86-102.
- STRAW, William, « Systems of Articulation, Logics of Change. Communities and Scenes in Popular Music », *Cultural Studies*, vol. 5, n° 3, 1991, p. 368-388.
- TEPPER, Steven J., IVEY, Bill J., *Engaging Art: The Next Great Transformation of America's Cultural Life*. New York, Routledge, 2008
- THONON, Marie (dir.), *Médiatis et médiateurs*, MEI no 19, Paris, l'Harmattan, 2004.
- WEBER, Max, *Sociologie de la musique. Les fondements rationnels et sociaux de la musique (1924)*, Paris, Métailié, 1998.
- WEBER, William, *Music and the Middle Class. The Social Structure of Concert Life in London, Paris and Vienna between 1930 and 1848*, Aldershot Hants (England), Ashgate, 2004 (c1975).
- WICKE, Peter, *Rock Music. Culture, aesthetics and sociology*, translated by Rachel Fogg, Cambridge, Cambridge University Press, 1990 (c1987).