

**LA MUSIQUE ENREGISTRÉE FACE AUX ENJEUX DU NUMÉRIQUE :
DE LA TRANSFORMATION À L'HYBRIDATION**, Fabrice Guy ZIGANE,
Jacob Yarassoula YARABATIOULA (Université Joseph KI-ZERBO – B.-F)

jacob.yarabatioula@ujkz.bf

Resumé

Le numérique a projeté au-devant de la scène mondiale des multinationales issues du secteur des TIC. L'hégémonie des réseaux de téléphonie mobile et des GAFAM devient incontestable. La musique enregistrée n'est pas épargnée par les transformations numériques. L'on se demande alors si l'incursion du numérique dans l'univers des industries culturelles et créatives (ICC) présente une plus value aux acteurs de la musique enregistrée au Burkina Faso ou si son apport est plutôt négatif ? Afin de répondre à cette interrogation, la théorie des ICC est convoquée avec à la clé une approche socioéconomique s'inscrivant dans une économie politique critique de la culture. La méthode de recherche est basée sur une approche qualitative avec quelques données quantitatives pour les besoins de la démonstration. Les outils sont essentiellement la recherche documentaire, l'observation et l'enquête qualitative. Comme résultats, il faut retenir que même si le numérique a eu des effets négatifs la musique enregistrée, le problème ne se situe pas dans la nature du numérique mais plutôt dans la manière de l'appréhender. Il devient porteur de valeur lorsque ses enjeux sont maîtrisés et les transformations et logiques hybrides bien appréhendées et bien intégrées dans les stratégies d'acteurs.

Mots clés : Industries culturelles et créatives, musique enregistrée, transformation numérique, hybridation, stratégies d'acteurs

**RECORDED MUSIC FACING DIGITAL CHALLENGES: FROM
TRANSFORMATION TO HYBRIDIZATION**

Abstract

Digital technology has brought multinationals from the ICT sector to the forefront of the world scene. The hegemony of mobile telephone networks and GAFAM is becoming undeniable. Recorded music is not spared from digital transformations. One then wonders if the incursion of digital technology into the world of cultural and creative industries (CCI) offers added value to those involved in recorded music in Burkina Faso or if its contribution is rather negative? In order to answer such a question, the theory of CCIs is summoned with a socio-economic approach as part of a critical political economy of culture. The research method is based on a qualitative approach with some quantitative data for demonstration purposes. The tools are essentially documentary research, observation and qualitative inquiry. As results, it should be remembered that even if digital has had negative effects on recorded music, the problem is not in the nature of digital but rather in the way of apprehending it. It becomes a carrier of value when its

challenges are mastered and the transformations and hybrid logics well understood and well integrated into the strategies of actors.

Keywords: Cultural and creative industries, recorded music, digital transformation, hybridization, actor strategies.

Introduction

La musique enregistrée a connu plusieurs mutations au cours de son évolution. Trois (03) grandes phases peuvent caractériser ces mutations : la période artisanale, la période industrielle et la période numérique (N. Auray, 2011, pp. 61-67). Il est question ici de celles qui ont marquées le dernier tournant ; celui des technologies numériques. Le constat effectué est que l'avènement du numérique et surtout de internet a propulsé au-devant de la scène mondiale des multinationales issues du secteur de la technologie de l'information et de la communication. Les réseaux de téléphonie mobile et les géants du web, les GAFAM, marquent leur suprématie dans le secteur de l'économie numérique. Tous les champs des industries culturelles et créatives semblent touchés. Les maisons de disque qui dominaient jadis l'univers de la musique enregistrée se voient progressivement détrônées par les nouveaux acteurs issus du monde du numérique. L'univers du disque plonge dans la crise. Les pratiques changent. Les chaînes de valeur se reconfigurent. De nouvelles habitudes de consommation musicale se construisent. Le trafic échappe aux dispositions réglementaires. L'on peut alors s'interroger : l'incursion du numérique dans l'univers des industries culturelles et créatives a-t-elle apportée une plus value aux acteurs de la musique enregistrée au Burkina Faso ou bien son apport est-il plutôt négatif ? L'hypothèse face à cette question se formule en deux temps : d'une part, des effets pervers du numérique sont perceptibles sur les maillons de la chaîne de valeur de la musique enregistrée ; d'autre part, la plus-value que le numérique est en mesure d'apporter à la musique enregistrée reste corrélée à la compréhension et à la maîtrise que les acteurs ont des enjeux et logiques des transformations numériques. L'option dans cet article est de répondre à la problématique en faisant appel à des méthodes de la recherche-action. L'article se fonde sur la théorie des industries culturelles et créatives avec à la clé une approche socioéconomique s'inscrivant dans une économie politique critique de la culture (EPC). Cet article vise alors à comprendre les stratégies que les acteurs de la musique enregistrée déploient face aux transformations numériques. Dans cette optique, nous situerons tout d'abord les fondements théoriques et méthodologiques de l'étude. Nous indiquerons ensuite les enjeux du numérique pour la musique enregistrée en mettant l'accent sur les enjeux socioéconomiques et examinerons, pour finir, quelques transformations et logiques hybrides en construction au sein de ladite industrie sous l'impulsion du numérique.

1. Les fondements théoriques et méthodologiques de l'étude

Cette section sera consacrée d'une part à la présentation éléments théoriques qui sous-tendent cet article. D'autre part elle fera ressortir la méthodologie ayant permis d'atteindre les résultats finaux de l'étude.

1.1. De la théorie des industries culturelles et créatives

Pour comprendre la notion d'industrie de la musique enregistrée, il est nécessaire au préalable de se familiariser avec celle d'industries culturelles et créatives. Aussi, afin de mieux cerner l'objet de cette étude, avons-nous eu recours à la théorie des industries culturelles. Le concept d'industrie culturelle (au singulier) fut employé, pour la première fois, par T. Adorno et M. Horkheimer (1947). Les deux auteurs ont fait usage dudit concept non pas dans son acception contemporaine, mais pour faire référence à « la culture de masse considérée comme l'effet pernicieux du processus d'industrialisation de la production culturelle » (J-G. Lacroix, 1986, p. 5). Mais, dès les années 70, le concept évoluera pour englober les trois principales filières que sont notamment le cinéma, la musique enregistrée et l'édition de livres. Autrement dit, « l'évolution du concept d'industrie culturelle vers le pluriel est un élargissement de la perspective au tournant des années 1970 » (J. Y. Yarabatioula, 2018, p. 51).

Ainsi l'expression industries culturelles au pluriel est désormais utilisée pour désigner la pluralité de secteurs économiques qui n'est plus perçue comme un paradigme nuisible à la valeur artistique des œuvres, mais plutôt comme un paradigme dont la valeur économique amène à centrer la problématique sur le processus de production. Les travaux, entre autres, de N. Garnham (2005), J-G. Lacroix (1990), G. Tremblay (1990), P. Flichy (1980), B. Miège (1998, 2004) et R. Zallo (1988), vont permettre la mise en place des éléments d'une théorie des industries culturelles. Faisant l'objet d'un très fort engouement sur la scène internationale au cours des deux (02) dernières décennies, les industries culturelles et créatives sont perçues comme des sources d'avantages compétitifs et comme plaques tournantes de l'économie et elles font l'objet de nombreuses réflexions.

Concernant le Burkina Faso, cela fait à peine plus d'une vingtaine d'années que le concept opère sur le territoire national et demande toujours à être traduit et plus encore à être expliqué pour « activer » la pensée et la volonté d'un réel développement du secteur des industries culturelles et créatives. Les industries culturelles et les industries créatives y ont quasiment la même et seule fonction ; la croissance socioéconomique. Pour ce qui est de la notion d'industries créatives, son apparition se situe dans les années 90 en faisant référence à la volonté des acteurs britanniques et des institutions en charge des politiques publiques de substituer cette notion à celle des industries culturelles (Philippe Bouquillion, 2012 : 240-245). Les industries créatives sont donc apparues à la faveur d'enjeux aussi bien politiques qu'économiques, avec un certain consensus autour du slogan de la « créativité ». « Légitimer la créativité devient ainsi intéressant pour attirer des

investisseurs » (E. Zida, 2018, p. 48). Cela permet de mettre les produits créatifs dans la sphère économique, au même titre que les autres produits du marché.

Parmi les principales filières des industries culturelles et créatives que sont, le livre et la presse, la musique enregistrée, le cinéma et l'audiovisuel, les jeux vidéo, la mode et le design, la musique enregistrée est celle qui s'inscrit au centre de la présente étude. La musique est une filière à deux branches distinctes. Il y a d'un côté la musique comme spectacle vivant et de l'autre la musique enregistrée. La musique enregistrée, objet de cet article, se définit comme « l'ensemble du système social, réglementaire, technique et économique qui met en rapport une offre musicale originale avec des consommateurs qui sont disposés à l'écouter » (M. Bourreau, 2007, p. 1).

Comme stipulé plus haut, la musique enregistrée a connu trois (03) grandes phases dans son évolution. Cette étude se focalise essentiellement sur la phase numérique qui, si l'on veut être rigoureux, a débuté depuis l'avènement du Compact Disc (CD). En effet, les transformations capitales sont plus récentes et sont liées à l'apparition de la distribution numérique légale ou illégale autour des années 90. Contrairement au CD, « la distribution numérique a en effet profondément remis en cause le modèle d'affaires traditionnel de l'industrie de la musique enregistrée » (N. Auray, 2011, p. 66).

1.2. Des notions de transformation numérique et d'hybridation

Là où l'anglais emploie le terme « digital » issu de la racine latine « digitus » qui signifie doigt, le français utilise le terme « numérique » qui se réfère à « numéris » (le nombre) pour désigner les nouvelles technologies (R. Rieffel, 2014, p. 28). Le terme « numérique » s'emploie à la fois comme adjectif et comme substantif. A l'origine, l'adjectif « numérique » relève du vocabulaire technique : il est associé au calcul, au nombre et renvoie à un mode automatisé du signal (le signal numérique par opposition au signal analogique). Mais avec les progrès de la technologie en informatique et dans le secteur des télécommunications, de l'audiovisuel et de la photographie, cet adjectif a connu un succès progressif et est « devenu un mot que l'on accole à toutes sortes de phénomènes ou d'idées (les technologies numériques, les supports numériques, la société numérique, la culture numérique, l'ère numérique) », selon R. Rieffel (2014, pp. 28-29). D'après lui (R. Rieffel, 2014, pp.28-29), le monde est passé par quatre étapes de transformations pour devenir numérique voire pour passer de l'analogique au numérique : d'abord, il y a eu la phase où l'information a été dissociée de son support ; ensuite, se sont ensuivis les progrès décisifs réalisés dans la fabrication des circuits électroniques, des logiciels et des systèmes de transmission qui ont permis de créer des machines à information très puissantes ; puis, est venu le développement de nouvelles sciences telles que l'informatique et le traitement du signal ; enfin, s'est accrue la richesse des applications due aux performances réalisées en matière d'innovation technologique et industrielle.

La numérisation de l'information et l'utilisation d'algorithmes ont alors ouvert la porte à une très rapide augmentation de la puissance des machines. Elles

ont également conduit à une superposition d'innovations technologiques qui ont eu pour conséquence un bouleversement de notre façon de vivre et de travailler. Ce bouleversement est d'ailleurs exacerbé par la pandémie de la maladie à Coronavirus, la Covid-19, qui a amené le monde entier au confinement et au développement des logiques de télétravail.

La « Transformation » quant à elle, elle se perçoit comme l'action et l'effet de transformer, le passage d'un état à un autre. La notion est employée dans la présente étude dans le sens de transformation numérique. La transformation numérique, aussi appelé e-transformation, peut être définie comme le phénomène de mutation lié à l'essor du numérique de façon générale et d'Internet plus précisément. Cette notion de transformation vise à conceptualiser l'influence du numérique sur les organisations. La transformation numérique s'inscrit donc dans le contexte actuel comme un phénomène de grande ampleur lié pour une part à la dématérialisation de certaines activités et à l'évolution concomitante de la réalité économique, technologique, sociale et culturelle.

L'étape de transformation signifie que les usages numériques permettent intrinsèquement des innovations et des créativité dans un domaine particulier, plutôt que de simplement améliorer et soutenir les méthodes traditionnelles. Bien que l'impact de cette transformation sur les entreprises ait été profond, beaucoup ont du mal à réaliser le plein potentiel de ce que permet la numérisation avec des disparités géographiques significatives. Le processus de la numérisation a permis de transformer, changer et hybrider les modèles économiques existants, les modèles de consommation, les structures socio-économiques, les décisions politiques, juridiques, les modèles organisationnels et les barrières culturelles.

Le terme « hybridation » est dérivé du terme « hybride » qui vient du latin « ibrida ». « Ibrida » en latin se disait du produit du sanglier et de la truie ou plus généralement de tout individu de sang mêlé. L'hybridation, c'est l'action de rendre hybride. Ainsi, selon les Dictionnaires Le Robert (2010), l'hybridation est le « croisement entre deux variétés d'une même espèce, entre deux espèces ». Dans le présent travail, la notion d'hybridation est mise en rapport avec la pratiques et usages que le numérique suscite au sein des industries culturelles et créatives. Le croisement entre le numérique et l'analogique crée en effet des pratiques et usages hybrides qui traduisent la nécessité de reconsidérer non seulement la valeur de certains concepts mais également le statut et le rôle de certains acteurs au sein des industries culturelles.

1.3. Méthodologie

La méthode de recherche est basée essentiellement sur une approche qualitative et documentaire. Plutôt que de chercher les bonnes réponses, la recherche qualitative se préoccupe également de poser de bonnes questions. Réaliser une recherche qualitative est une manière d'observer la réalité sociale (L. Kohn et W. Christiaens, 2014, p. 69). Les outils employés sont essentiellement l'observation et l'enquête qualitative à travers les entretiens semi-directifs.

L'observation a porté sur tout ce qui est objet, action ou fait observable qui pouvait permettre une illustration des descriptions ou démonstrations de la recherche. Les transformations et hybridations ont été observées partout où cela pouvait se voir : du studio d'enregistrement à l'espace numérique des réseaux sociaux en passant par la rue, les espaces publics, pour ne citer que cela. L'observation sur internet a été celle qui a été le plus employé. Nous avons en effet observé les pages officiels de certains artistes sur la plateforme Facebook.

A travers une technique d'échantillonnage par boule de neige, l'enquête qualitative a servi à récolter l'avis de cinq (05) acteurs clés de la musique enregistrée au burkinabè, sur l'objet de cette étude. Il s'est agi d'interroger un chef d'entreprise, un producteur, un artiste, un chercheur, un manager d'artiste sur la perception qu'ils ont des transformations occasionnées par le numérique au sein de l'industrie de la musique enregistrée, sur les enjeux et les défis liés à ces transformations et sur les perspectives et les opportunités qui s'offrent aux acteurs de l'industrie musicale à cette heure où la donne est changée par le numérique.

L'analyse de contenus est celle qui a servi de technique d'analyse. Une synthèse de documents et l'usage des citations ont permis une exploitation du contenu naturel. En ce qui concerne le contenu provoqué, son traitement est passé par plusieurs phases. D'abord tous les entretiens effectués ont été retranscrits et dûment mis en forme. Ensuite, l'analyse par ligne encore appelée analyse « horizontale » a été utilisée pour l'exploitation des entretiens transcrits.

2. La musique enregistrée face aux enjeux du numérique

Cette section est consacrée à la présentation des résultats à proprement parler de la recherche. Elle se focalise dans un premier temps sur le fait que le numérique se révèle comme une opportunité de relance économique pour l'industrie de la musique et dans un second temps, elle permet d'identifier les transformations et logiques hybrides en construction.

2.1. Le numérique, une opportunité de relance économique de la musique enregistrée

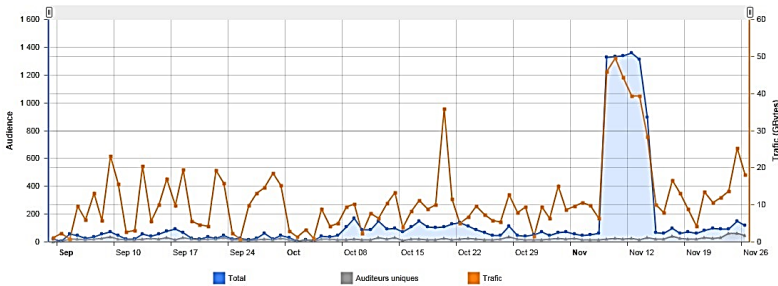
Le numérique ne doit pas être réduit à une simple technique, car il contribue à véhiculer des représentations fondamentalement différentes en fonction du secteur. Cela est dû au fait qu'il soit chargé d'affects, de passions. « Il est tantôt symbole d'espoirs, tantôt source d'appréhensions » (R. Rieffel, 2014, p. 30). Pour l'économie, le numérique est perçu comme une innovation concrète et gratifiante, tandis que pour la culture, il renvoie parfois à une image peu rassurante, voire inquiétante. Dans le secteur de la culture en effet, le numérique renvoie habituellement à l'anxiété ressentie face à une numérisation désordonnée des œuvres culturelles, notamment celles des industries culturelles et créatives, et à une perte irrévocable des repères traditionnels. Cela fait penser à la crainte initiale de T. Adorno et M. Horkheimer (1947) face aux effets de la culture de masse et à la standardisation des œuvres culturelles. La question du numérique doit être donc prise en compte dans les réflexions scientifiques actuelles, car il est non seulement

nécessaire de comprendre le phénomène, mais également il faut mesurer ses effets pour mieux l'appréhender et tirer profits de ses avantages.

D'ailleurs, le constat est sans appel : la culture numérique est désormais incontournable, aussi bien pour les organisations et institutions que pour les particuliers. Ne pas l'intégrer, c'est se mettre en marge du progrès (H. Oualidi, 2013, p. 19). Les enjeux sont énormes. Selon le Premier panorama mondial de l'économie de la culture et de la création (2015), le continent africain ne représente que 02% des revenus mondiaux en matière de musique. Les défis sont donc énormes pour faire asseoir une véritable industrie. Selon l'étude, sur 65 milliards de dollars engrangés par la musique en 2013 dans le monde, la part de l'Afrique et du Moyen Orient est de 2,9 milliards de dollars contre 23,7 milliards de dollars, 23,5 milliards de dollars, 16,3 milliards de dollars de façon respective pour l'Amérique du Nord, l'Europe et l'Asie Pacifique. Au regard de la part des autres continents, les enjeux économiques sont énormes pour l'Afrique et partant de là, pour le Burkina Faso. Sur ce coup, le numérique peut être une réelle opportunité pour faire évoluer les chiffres d'affaire pour le Burkina Faso et l'Afrique de façon globale. L'enjeu pour la recherche en Afrique et plus précisément au Burkina Faso, est la quasi inexistence de chiffres permettant de connaître la part réelle de chaque pays dans les revenus accumulés par la musique enregistrée annuellement.

La transformation numérique permet de rebattre les cartes en ce qui concerne l'économie de la musique enregistrée. Selon le rapport 2022 de la Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique (IFPI) sur la consommation musicale, l'Afrique subsaharienne a réalisé une bonne progression. Ses revenus liés à la consommation musicale ont augmenté de 9,6% en 2021 en grande partie grâce au streaming. C'est le moment plus que jamais pour des pays comme le Burkina Faso de se positionner en intégrant efficacement le numérique dans les habitudes de création, de production, de distribution, de diffusion, de promotion et de commercialisation de la musique. La plupart des études menées sur les industries culturelles et créatives au Burkina Faso révèlent que la pierre d'achoppement se trouve au niveau des maillons de diffusion et de distribution (J. Y. Yarabatioula, 2018, p. 48). La distribution numérique est à ce titre une des opportunités à saisir par les acteurs afin de nourrir davantage le dynamisme de la culture sur le plan économique. Le cas de la plateforme oloustream est un exemple pour le Burkina Faso. Oloustream est une entreprise multimédia qui propose au Burkina Faso, la première plateforme de streaming légal de contenus multimédias burkinabè. Elle offre aux entreprises culturelles des services sur mesure afin de répondre à leurs besoins de visibilité, de création d'audience et pour contribuer à l'atteinte de leurs objectifs marketing-vente. Selon des données de l'exercice de trente (30) jours pris aléatoirement entre le 21 juin 2017 et 26 novembre 2018 chez Oloustream. L'on constate un total de 12 764 spectateurs avec un temps de visionnement moyen qui s'élève à 14,09 minutes par spectateurs.

Figure 1 : Audience mensuel de la plateforme de Oloustream



Source : Archives de Oloustream, 2018

Les données financières recueillies auprès de la structure montrent que des plateformes créées au niveau national sont capables de s'imposer progressivement sur le marché national et sous régional du streaming musical. Mais comme le dit un adage, « la nature est horreur du vide ». Si les burkinabè ne disposent pas à temps de plateformes numériques capables de s'imposer sur son marché, il est certain que des acteurs viendront d'ailleurs s'emparer du marché.

2.2. De la transformation numérique à l'hybridation

Cette sous-section est consacrée à l'observation de quelques transformations engendrées par le numérique dans la chaîne des valeurs de la musique enregistrée et des logiques hybrides et d'intégration que les acteurs emploient pour en tirer profit.

2.2.1. De la transformation...

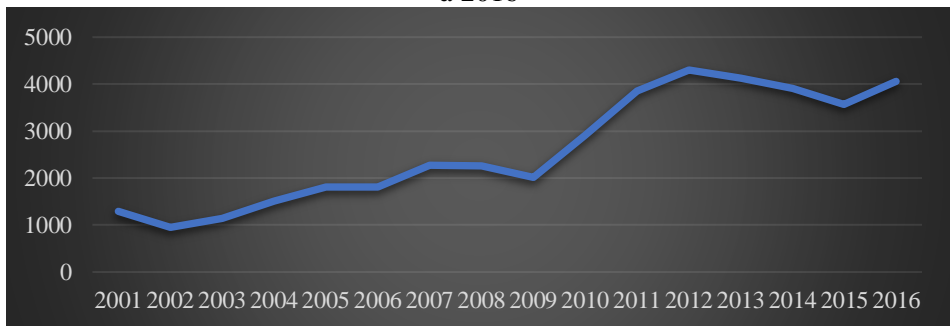
La musique enregistrée dans sa logique industrielle traditionnelle est très sélective. Cette sélectivité repose sur trois goulots d'étranglement qui sont la signature, l'exposition médiatique et la mise en place chez les détaillants. Ces trois situations contribuent à expliquer la structuration oligopolistique du marché du disque. La notion d'oligopole à franges est essentielle pour comprendre le fonctionnement de la filière du disque. lorsqu'on parle d'oligopole à franges, cela signifie qu'une partie minoritaire de la production, de l'édition et de la distribution, est assurée, depuis l'industrialisation de la musique enregistrée au début du XXe siècle, par des entreprises indépendantes (G. Guibert, 2016, p. 14). Il est donc à noter que c'est la stratégie d'intégration des Majors qui leur permet d'être en position de force face aux médias et aux indépendants.

Mais l'arrivée du numérique et surtout d'internet entraîne un bouleversement total de la donne : on assiste, entre autres, à une dématérialisation de la musique, à une reconfiguration de l'industrie musicale dont l'organisation passe d'une économie de biens industriels à une économie des services et à un

affaiblissement considérable des majors. Internet vient en effet supprimer les goulots d'étranglement et de nouveaux circuits se forment bouleversant ainsi la chaîne de valeur de la musique enregistrée. Des « filières raccourcies [s'organisent et] « court-circuitent un ou plusieurs intervenants traditionnels » (J-P. BENGHOZI, 2001, pp. 41-60). Les artistes ont désormais la possibilité d'aller directement en contact avec les consommateurs sans passer forcément par les maillons traditionnels de production, de distribution et de détaillants. Ceci est révélateur d'une prise de pouvoir de l'artiste sur les autres acteurs de la chaîne de l'industrie musicale.

Au niveau de la création, il y a une baisse des barrières à l'entrée, une montée en puissance de l'amateurisme et un bouleversement du processus d'apprentissage. La baisse des barrières à l'entrée se manifeste par une augmentation exponentielle du nombre d'œuvres musicales. Le graphique ci-dessous présente l'évolution croissante du nombre d'œuvres musicales déclarées au Bureau Burkinabè du Droit d'Auteur (BBDA). La quantité des œuvres créées entre l'année 2001 et 2016 est impressionnante. L'on dénombre plus de 40 000 œuvres musicales déclarées au cours de cette période. Avec les nouvelles technologies qui facilitent la création, l'importance numérique des œuvres a connu une très grande croissance. On constate, à partir de l'année 2010 que la courbe prend une allure croissante qui se poursuit jusqu'en 2012 avant de décroître légèrement pour de nouveau reprendre sa croissance à partir de 2016.

Figure 2 : Courbe de l'évolution des œuvres musicales déclarées au BBDA de 2001 à 2016



Source : Réalisé à partir de données recueillies auprès du Bureau burkinabè de droit d'auteur (BBDA, 2017)

Certaines personnes pensent que l'avènement des outils numériques a facilité la création tout en engendrant une baisse de la qualité de la musique tandis que d'autres pensent que les changements apportés par le numérique constituent une aubaine pour la pluralité de la création. Il s'agit là d'un débat fondamental qui nécessite d'être tranché à partir d'une recherche très approfondie sur la question. Avec le boom numérique, l'on observe une montée en puissance de l'amateurisme. Avec la Musique Assistée par Ordinateur (MAO), n'importe qui peut être créateur grâce aux logiciels et application disponibles sur internet.

Internet contribue à rendre la MAO plus accessible par l'intermédiaire, par exemple, des sites qui proposent des formations musicales en ligne, gratuites ou payantes. Avant le numérique, pour faire de la musique, il fallait passer par un orchestre pour apprendre à jouer à un instrument de musique avant de songer à s'enregistrer dans un studio. Mais avec l'ère du numérique, tout a changé. De nos jours, le premier pas dans la musique se fait dans un studio d'enregistrement parce que numérique a facilité la création musicale. Le chanteur et l'arrangeur sont capables de concevoir toute la musique sans l'appui d'un quelconque instrumentiste. Cela permet de comprendre que le numérique a réellement inversé les logiques en mettant non seulement en avant les pratiques d'amateurismes, mais également en transformant les logiques sur le plan de l'apprentissage. A l'ère du numérique, de nombreux artistes se font produire et une fois qu'ils ont du succès sur le marché, ils reviennent apprendre comment faire du live dans l'optique d'améliorer la qualité de leurs scènes.

Au niveau de la production, l'on peut noter qu'avec la disparition de la cassette (qui était le modèle d'investissement de Seydoni productions), et avec la crise du disque, l'ère du numérique laisse percevoir depuis les années 2010 une émergence et même une prédominance des home studios. Avec les nouvelles technologies, le monopole d'enregistrement technique des œuvres s'est effondré. Seydoni Productions a quitté la scène de la production. Aujourd'hui, avec les homes studios, se faire enregistrer est devenu relativement plus facile. Avec le développement de matériel d'une nouvelle génération de matériels sonores de qualité et le développement des home studios les artistes accèdent plus facilement à l'autoproduction musicale. Cela permet à certains artistes installés sur des marchés de niche de redistribuer et commercialiser directement à l'échelle mondiale, voire de réaliser l'édition de leur musique quand les filières de production traditionnelle leur est inaccessible. (P-J. Benghozi, 2001, p. 17). Le numérique vient donc donner un souffle nouveau à des acteurs qui étaient peu visibles sur le marché de la musique enregistrée.

Ainsi, l'une des conséquences du numérique est que les artistes tentent de tout faire eux-mêmes, depuis la production de l'album jusqu'aux concerts, en passant par les actions de communication. Ce choix de production reflète avant tout une volonté de marquer son indépendance face aux grandes maisons : rendu possible par le développement de l'informatique grand public, ce type de production connaît un véritable essor ces dernières années. Mais il convient de souligner que le Do It Yourself (DIY) existait déjà avant l'avènement d'Internet. « C'est un slogan du mouvement punk apparu dans les années 1970 signifiant : on est contre l'establishment, les valeurs établies, les labels et on privilégie l'expression brute et spontanée » (V. Berger, 2012, p. 26). Le Do It Yourself engendre d'autres formes de défis liés au manque d'accompagnement. Ainsi, un artiste qui décide d'emprunter le chemin de l'autoproduction est amené à faire appel à des compétences de producteurs. S'il n'a pas ces compétences, il pourrait donc être appelé à s'entourer de personnes possédant ces compétences et l'expérience nécessaire ou à avoir recours à une formation qualifiante.

Le numérique a donc fait chuter la production de la musique. Le numérique a fait disparaître des maillons de la chaîne. On se retrouve dans une dynamique de recomposition. En prenant en charge l'intégralité de la chaîne de production, les musiciens tentent d'inventer une nouvelle conception de la relation entre les artistes et le public, sans aucune forme d'intermédiaire. Plus qu'une simple forme de communication, le DIY permet un contrôle presque total sur la production finale. Ceci peut aussi bien être analysé d'un point de vue positif, la production finale étant plus personnelle qu'une production industrielle. On peut le voir aussi d'un point de vue négatif, puisque cette production est par nature même une production non-professionnelle, terme ayant tendance à avoir une connotation négative.

En ce qui concerne la réception de la musique (ou consommation musicale) l'on observe, avec l'explosion des réseaux sociaux et des plateformes numériques, une apparition de nouveaux usages facilités par un niveau de connectivité très élevé. Le piratage, le téléchargement légal, le streaming, sont entre autres des nouveaux usages qui font évoluer les modèles économiques des industries culturelles de façon général et de la musique enregistrée de façon spécifique. Certaines plateformes exploitent les données de leurs usagers pour déterminer leurs futures productions. Ainsi, dans une économie de réseaux ou la puissance des plateformes est liée au nombre d'utilisateurs, l'utilisateur est au centre du dispositif ; à la fois consommateur, prescripteur, producteur, rendant les frontières floues entre usagers, abonnés, acheteurs. Dans le cas spécifique du Burkina, les difficultés de promotion font en sorte que les artistes préfèrent eux-mêmes partager leur musique à travers Internet, mais aussi à par Bluetooth. Cela a rendu l'accès à la musique beaucoup plus facile. On n'est plus obligé d'acheter un CD pour écouter de la musique. Les supports ont changé. Le téléphone est devenu un support, la clé USB est devenue un support. Les lecteurs cassette et CD ont même presque disparu du marché. La seule alternative était la clé USB comme support de vente de la musique. Quelques musiciens ont essayé, mais c'est très difficile parce que lorsqu'une personne achète une clé, il peut partager le contenu à son entourage sans être inquiété. Cela révèle clairement l'évidence que la rentabilité de la musique sur support est devenue caduque avec l'avènement du numérique. L'artiste ne doit plus compter sur ces fans comme exclusivement des consommateurs. Il doit être créatif en matière de stratégies incluant le numérique afin de faire de ses fans de réellement associés. Avec le numérique, le fan recouvre un statut hybride qui fait de lui un élément central dans la construction de la carrière de l'artiste musicien.

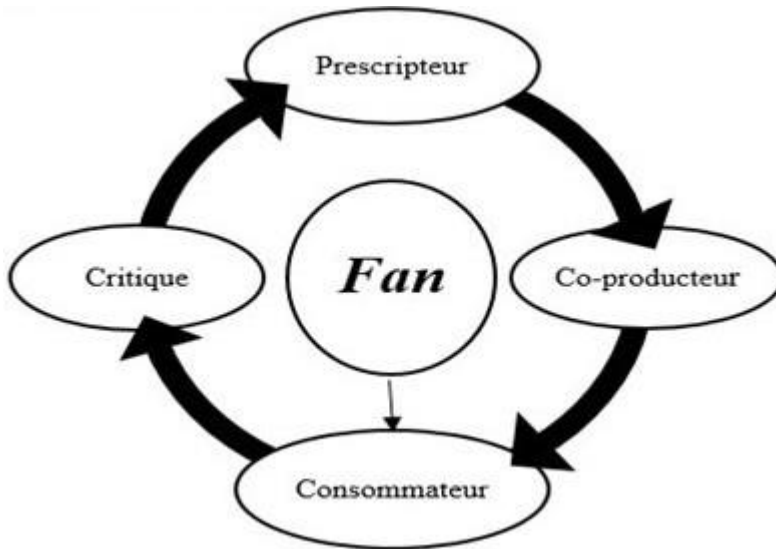
2.2.2 ...à l'hybridation

Dans le présent travail, la notion d'hybridation est mise en rapport avec la pratiques et usages que le numérique suscite au sein des industries culturelles et créatives. Le croisement entre le numérique et l'analogique crée en effet des pratiques et usages hybrides qui traduisent la nécessité de reconsidérer non seulement la valeur de certains concepts mais également le statut et le rôle de certains acteurs au sein des industries culturelles. Nous partons du principe que les « hybridations » ne sont pas à détacher des transformations. Certaines

transformations aboutissent à la création de logiques hybrides qui nécessitent parfois des appellations nouvelles par contraction de deux termes ou par l'association de deux termes pour traduire la nouvelle réalité. « La nouvelle notion résulte de la contraction de deux catégories initialement distinctes qui, une fois fusionnées, sont censées exprimer l'hybridation des pratiques mieux que ne le ferait chacune des deux catégories initiales prises séparément » (M. Zilio, 2012, p. 4). Dans leur approche, Geoffroy Patriarche et Marie Dufrasne illustrent cela avec l'exemple des programmes télévisuels qui suscitent de plus en plus l'intervention du téléspectateur, non seulement dans la production des contenus (interactivité à distance, participation sur les plateaux de télévision, production de vidéos par des amateurs), mais également dans la programmation des contenus, où l'on peut parler d'« autoprogrammation » en se référant à l'exemple de la vidéo à la demande (G. Patriarche et M. Dufrasne, 2014, pp. 201-202). Ces tendances, du point de vue des deux auteurs, participent à l'émergence d'une nouvelle figure du téléspectateur : le « téléspect-acteur ». En rhétorique des figures, c'est ce que l'on appelle « mots-valises ». Loin de constituer une rubrique conceptuelle dans la présente étude, les mots-valises permettent néanmoins de donner sens, voir un nom à certaines transformations des pratiques télévisuelles, et dans notre cas, à certaines transformations de l'industrie de la musique enregistrée sous les effets du numérique, en termes de brouillage des frontières entre les rôles.

Mais la notion d'hybridité ne se limite pas seulement à ces logiques ambivalentes, elle touche également à la multiplicité des usages d'un même objet. Par exemple, le smartphone ou téléphone intelligent peut servir à la fois à écouter de la musique, à diffuser de la musique, à distribuer ou à promouvoir de la musique et même, dans certains cas à enregistrer et à mixer une chanson. Il y a également l'hybridation des statuts acteurs et celle des modèles économiques. Ainsi, Tout-numérique ne s'est pas imposé (F. Mairesse, 2015, p. 225). Les logiques numériques s'hybrident avec les logiques classiques. Par exemple, le fan n'est plus que consommateur de musique. Il est à la fois consommateur, prescripteur, producteur, critique, pour ne citer que cela.

Figure 3 : Cycle des pratiques du fan



Sources : G. F. Zigané, 2022, p. 64

Le schéma ci-dessus retrace le cycle des pratiques du fan sur lesquels les artistes et les entreprises musicales peuvent compter pour bâtir leur succès. Dans leur relation au consommateur, ces derniers peuvent rechercher et maintenir le cycle. D'abord il faut amener le fan à « goûter au produit », voire à le consommer. Ensuite, il faut s'arranger à ce qu'il formule des critiques, puis à prescrire le produit à d'autres potentiels consommateurs qui pourront être engagés dans le même processus. Enfin, le défi sera de l'amener à coproduire les œuvres futures de l'artiste.

Conclusion

L'avènement du numérique a occasionné des transformations profondes dans l'industrie de la musique. L'évolution des formats consacre progressivement la dématérialisation de la musique enregistrée. Le format MP3 s'impose et le smartphone devient l'outil privilégié d'écoute musicale. Sur le plan socioéconomique, de nouvelles logiques de création musicale, de production, de diffusion, de distribution et de consommation apparaissent avec des conséquences sur les formes d'intermédiation entre l'œuvre et l'artiste. Ces transformations présentent de nouveaux enjeux et de nouveaux défis qui nécessitent des stratégies numériques de la part des acteurs de la filière. Certaines transformations aboutissent à des formes d'hybridation. Par exemple, le fan devient un acteur au statut hybride avec qui l'artiste doit composer pour une stratégie gagnante. En plus, les méthodes de la période analogique n'ont pas entièrement disparu. Elles s'hybrident avec les nouveaux modèles dans un écosystème en perpétuel évolution. Au-delà de ses effets pervers, il est quasi-impossible de nos jours d'imaginer un quelconque secteur porteur d'économie, comme celui de la musique enregistrée, sans le numérique.

Le numérique a apporté quelque chose de positif à la musique enregistrée en baissant les barrières et en donnant la liberté aux artistes de choisir entre l'autoproduction et la signature dans un label. Cependant il a contribué à la disparition de certains acteurs de la production musicale au Burkina Faso, qui n'ont pas su effectuer une réorientation stratégique qui leur aurait permis de tirer profit des opportunités offertes par les nouvelles technologies. On peut donc attester que la réponse est mitigée. Le numérique « est tantôt symbole d'espoirs, tantôt source d'appréhensions. » (R. Rieffel, 2014, p. 30). Mais l'étude nous a permis de comprendre que si les enjeux du numérique sont maîtrisés, il est plus porteur de valeur pour la musique enregistrée. Les hypothèses énoncées dans l'introduction du présent article sont donc validées. Le problème ne se situe donc pas dans la nature du numérique mais plutôt dans la manière de l'appréhender. Les effets pervers du numérique perceptibles sur les maillons de la chaîne de valeur de la musique enregistrée peuvent être résorbés grâce à la compréhension et à la maîtrise que les acteurs ont des enjeux et logiques des transformations numériques. C'est pourquoi il est nécessaire que des recherches soient orientées sur les industries culturelles de façon générale dans leurs rapports avec le numérique. L'une des pistes à explorer est celle pouvant aboutir à une réponse à la question liée à l'effet du numérique sur la qualité des œuvres culturelles. En plus, pour revenir à l'inquiétude de Adorno et Horkheimer (1947) face à l'effet des cultures de masse, il serait salutaire de chercher à comprendre ce que le numérique apporte à la capacité des industries culturelles à contribuer à la transformation sociale spécifiquement au Burkina et plus globalement à l'Afrique.

Références bibliographiques

- AURAY Nicolas, 2011, *Culture numérique : regards sur les industries créatives*, Paris, Le Manuscrit.
- BENGHOZI Pierre-Jean, PARIS Thomas, 2001, « L'industrie de la musique à l'âge Internet », *Gestion 2000*, 2(Numéro spécial "e-business & management"), 41-60.
- BERGER Virgine, 2012, *Musique et stratégies numériques : Marketing, promotion, monétisation, et mobilité*, Paris, IRMA.
- BOUQUILLION Philippe, 2012, *Creative economy, creative industries : des notions à traduire*, Paris, Presses universitaires de Vincennes.
- CISAC (Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs), 2015, *Un monde très culturel : Premier panorama mondial de l'économie de la culture et de la création*.
- KOHN Laurence, CHRISTIAENS Wendy, « Les méthodes de recherches qualitatives dans la recherche en soins de santé : apports et croyances », *Reflets et perspectives de la vie économique*, 2014/4 (Tome LIII), 67-82.
- FLICHY Patrice, 1980, *Les industries de l'imaginaire : pour une analyse économique des médias*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- GUIBERT Gêrôme, REBILLARD Franck, ROCHELANDET Fabrice, 2016, *Médias, culture et numérique : approches socioéconomiques*, Paris, Armand Colin.

Fabrice Guy ZIGANE, Jacob Yarassoula YARABATIOULA, La musique enregistrée face aux enjeux du numérique : de la transformation à l'hybridation, revue *Échanges*, n° 021, décembre 2023

HORKHEIMER Max, ADORNO W. Theodor, 1947, *La dialectique de la raison*, Paris, Gallimard.

LACROIX Jean-Guy, 1986, « Pour une théorie des industries culturelles », *Cahiers de recherche sociologique*, 4 (2), 5–18.

LACROIX Jean-Guy, 1990, *La condition d'artiste : une injustice*, Montréal, VLB.

MAIRESSE François, ROCHELANDET Fabrice, 2015, *Economie des arts et de la culture*, Paris, Armand Colin.

MIEGE Bernard, TREMBLAY Gaëtan, 1998, « Introduction, théories sociales de la communication et théories communicationnelles de la société », *Loisir et société*, 21(01), 11-25.

MIEGE Bernard, 2004, « L'économie politique de la communication ». *Hermès*, 1(38), 46-54.

OUALIDI Habib, 2013, *Les outils du marketing digital : 10 clés pour maîtriser le web marketing*, Paris, Eyrolles.

PATRIARCHE Geoffroy, DUFRASNE Marie, 2014, « Penser la diversité des pratiques médiatiques. Le réseau comme catégorie conceptuelle pour la recherche sur les audiences et les publics », *Réseaux*, 5(187), 195-232.

RIEFFEL Rémy, 2014, *Révolution numérique, révolution culturelle ?* Paris, Gallimard.

YARABATIOULA Yarassoula Jacob, 2018, Industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs, Thèse de Doctorat, Grenoble, Université Grenoble Alpes.

ZALLO Ramon, 1988, *Economia de la comunicacion y la cultura*, Madrid, Akal/Comunicacion.

ZIDA Raguidsida Emile, 2018, *Les industries culturelles dans les pays francophones d'Afrique subsaharienne : cas du Burkina Faso*, Thèse de Doctorat, Grenoble, Université Grenoble Alpes.

ZIGANE Guy Fabrice, 2022, *L'industrie de la musique enregistrée au Burkina Faso : transformations, hybridations et résistances à l'ère du numérique*, Mémoire de Master, Ouagadougou, Université Joseph Ki-Zerbo.

ZILIO Marion, 2012, « Une traversée hybride en régime numérique. Enjeux et travers contemporain. », *Litter@ Incognita* [En ligne], Toulouse, Université Toulouse Jean Jaurès, n°4 « L'hybride à l'épreuve des regards croisés », consulté le 05 septembre 2023. URL: <https://blogs.univ-tlse2.fr/littera-incognita-2/2018/01/09/la-ville-contemp...ite-au-generique/>.

BOURREAU Marc « Musique enregistrée et numérique : quels scénarios d'évolution de la filière ? », *Culture prospective* [En ligne]. URL : <http://books.openedition.org/deps/852>.