



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



FULL SCORE BULLETIN No I

[RÉ]ENGAGER LE PUBLIC

POP, JAZZ ET « ME »

**DEVELOPPER LA DIVERSITE ET LES IDENTITES
PARMI LES ARTISTES ET LES PUBLICS**

*Élaboré suite à la réunion de la Plateforme Pop & Jazz,
Valencia, 13-14 février 2015*

Avertissement

Ce projet est soutenu par la Commission européenne. Ce rapport reflète uniquement les vues de ses auteurs et la Commission ne peut être tenue pour responsable de l'utilisation de l'information qu'il contient.

Sommaire

Avant-propos : [Ré]engager le public	2
Introduction au Bulletin de la PJP Valencia de 2015	4
Groupe de travail PJP 2014 - 2015	5
I. SÉANCES PLÉNIÈRES	6
Séance plénière I – Discours d’ouverture par Danilo Pérez.....	6
Quelques réflexions sur la diversité, suite au discours d’ouverture et au concert de présentation....	8
Séance plénière II – Table ronde.....	10
II. LES DÉBATS DU WORLD CAFE.....	16
Diversité, identité et développement du public hors des sentiers battus –débat avec Muhammad Mughrabi	16
Entretien avec Merlijn Twaalfhoven au World Café	18
Débat sur l’identité au World Café	23
Débat sur le public au World Café	25
III. SÉANCES BAR CAMP	28
Les femmes dans le jazz	28
La formation des professeurs dans l’enseignement de la Pop et du Jazz.....	31
Les différences dans l’éducation des (futurs) musiciens de jazz et de pop	35
IV. IDÉES ET OPINIONS.....	37
Diversité et identités parmi les artistes et les publics – Entretiens avec les intervenants et les participants	37
La musique improvisée en live et les publics – réflexion personnelle.....	42
Question et réponse – quelle pourrait être la contribution de la musique populaire au débat actuel sur le développement du public ?.....	45
VoCon : première réunion officielle.....	48
Différents points de vue sur le développement du public.....	52

Avant-propos : [Ré]engager le public

par Jeremy Cox, directeur général de l'AEC

L'Association Européenne des Conservatoires, Académies de Musique et Musikhochschulen (AEC) est ravie de lancer ce premier bulletin présentant l'étude consacrée aux divers aspects du développement et de la participation du public, réalisée dans le cadre de sa Plateforme Pop & Jazz (PJP) et prévue sur une durée de trois ans. Le développement du public est un problème majeur dans notre société, reconnu par l'Union européenne dans son nouveau programme culturel « Europe créative ». Ce programme vise à aider :

... les artistes/professionnels de la culture européens et leurs œuvres à toucher autant de monde que possible en Europe et à élargir l'accès aux œuvres culturelles aux groupes sous-représentés. Il vise aussi à aider les organisations culturelles à s'adapter à la nécessité d'adopter des approches nouvelles et innovantes de l'audience à la fois pour la maintenir, en créer de nouvelles, la diversifier, et notamment atteindre les actuelles « non-audiences », ainsi que pour améliorer l'expérience des publics actuels et futures et approfondir la relation avec eux-ci.¹

En 2014, la PJP avait déjà choisi « Le public » comme thème de sa réunion annuelle. Elle reprend aujourd'hui le sujet dont elle développe les diverses ramifications au fil de trois réunions thématiquement reliées, avec le soutien du programme « Europe créative » qui finance le nouveau grand projet de l'AEC : FULL SCORE. La PJP est le forum idéal pour réaliser ce travail. En 2014, Simon Purcell, membre du groupe de travail de la PJP, écrivait :

Qu'il s'agisse de créer de nouvelles relations avec les auditeurs, ou de renouveler, réparer ou rétablir l'intérêt au sein de communautés qui, selon l'expression de Peter Renshaw, sont « perdues pour la musique » : sans implication profonde et sans générer la curiosité et la confiance envers le rituel musical, certaines formes d'art musical sont menacées d'extinction [...] ou, au mieux, elles feront l'objet d'une sauvegarde d'intérêt historique au sein d'établissements et d'institutions souvent perçues comme étant maintenues en vie artificiellement par des subventions et en marge des besoins de la société au sens large.

Créateurs de musique, les musiciens des univers jazz et pop ont un rôle essentiel à jouer. Il est probable que leur capacité à créer de la musique en contexte, doublée d'une grande faculté d'adaptation, donnera aux musiciens la meilleure chance d'initier ce regain de confiance par le biais d'un art

¹ Guidelines for 'Creative Europe' programme: Support to European Networks, EAC/S16/2013, Annex 2 – Audience Development

pratiqué dans des langages courants plutôt que par la promotion d'un canon abstrait, ou à partir d'une position de supériorité.²

Le thème de la première des trois réunions de la PJP : « Développer la diversité et les Identités parmi les artistes et les publics » implique, entre autres, de repenser la relation entre ces deux groupes. Le modèle fournisseur/destinataire s'avère de plus en plus inadéquat pour rendre compte du dynamisme de l'évolution culturelle et technologique de notre monde de production et de consommation de musique.

L'intitulé général de la réunion de 2015, « **Jazz, Pop and ME** » [« ME » faisant référence aussi bien au « moi » qu'à l'enseignement musical, en anglais : *Music Education* - NdT] peut aussi se comprendre comme un reflet du besoin des jeunes artistes émergents - en d'autres termes, nos étudiants - de trouver leur voi(e)x et survivre dans la mondialisation du monde musical. C'est aussi un appel à nous questionner, en tant qu'artistes et enseignants : Qui sommes-nous ? Comment faire de la diversité un facteur d'identité ? Quant au « ME » qui est au centre de chacune de nos identités musicales en tant qu'individus ou enseignants, dans quelle mesure continuons-nous, nous aussi, à nous développer en tant que publics de la musique d'autrui ?

Ce dernier point est crucial. En amont de la réunion, les orateurs invités furent appelés à partager leurs idées sous forme d'exposés ou de brefs essais. Dans une réflexion approfondie, Muhammad Mughrabi déclare : « *L'artiste est aussi le public.* » (cf Chapitre IV de ce bulletin). Cette déclaration trouve un écho dans une idée exprimée par de nombreux intervenants, à savoir que pour aller à l'écoute des publics, nous devons concurremment fouiller en nous-mêmes pour trouver notre identité authentique. Les grands artistes établissent peut-être instinctivement le lien entre ces deux processus. Mais les acteurs de l'enseignement musical supérieur doivent l'examiner de près lorsqu'ils élaborent leurs programmes. Dans une certaine mesure, c'est un domaine dans lequel certaines modalités de l'enseignement de la pop et du jazz sont des exemples pour la communauté des conservatoires - et au-delà, pour l'objectif de développer les publics en Europe et au-delà de ses frontières.

Dans ce bulletin, vous trouverez un compte-rendu détaillé de la réunion de la PJP et des réflexions des membres du Groupe de travail PJP sur la thématique choisie. L'AEC leur sait gré de l'immense travail fourni et de leur engagement au service de l'avancement de la Pop et du Jazz dans les conservatoires ; de leur vision et de l'énergie consacrée à promouvoir un rôle plus important pour la PJP en dynamisant la manière dont l'enseignement en conservatoire dans son ensemble répond aux besoins culturels du 21^e siècle ; enfin, dernier point mais non des moindres, l'AEC apprécie leur adhésion enthousiaste à la thématique du développement du public qui sera le fil conducteur majeur des réunions de la PJP de 2015 à 2017.

² Dossier de la réunion PJP de Trieste, février 2014

Introduction au Bulletin de la PJP Valencia de 2015

Par le Groupe de travail PJP

Les articles de ce bulletin rassemblent l'information issue des séances plénières et des réunions de travail en petits groupes de la Conférence PJP de l'AEC qui s'est tenue à Valencia en 2015, ainsi que des réflexions sur ses thématiques majeures : la diversité et l'identité des artistes et des publics.

L'enseignement du jazz et de la pop est relativement nouveau dans le secteur du conservatoire. En conséquence, les praticiens sont encore en phase de conception de termes de référence et vocabulaires auxquels relier leur pratique *au-delà de leurs institutions hôtes*, en particulier en termes de stratégies d'enseignement et d'apprentissage ; de cultures artistiques, institutionnelles, sociales et politiques locales ; de rapports avec les publics et les genres ; de programmes qui présentent des cours de pop/jazz et des valeurs philosophiques et expressives qui les motivent, ou représentent un conflit potentiel avec des perspectives historiques.

Par comparaison, les domaines académiques et professionnels plus traditionnels disposent de réseaux déjà bien établis où l'on examine et diffuse régulièrement la recherche, l'innovation et les modèles de bonne pratique. Des réseaux de recherche au niveau supérieur existent pour l'interprétation et l'éducation musicales mais le jazz et la musique populaire n'y contribuent que rarement et généralement dans des cadres conçus pour la musique classique ou les voies obscures de la musicologie.

Depuis la formation de la PJP³ en 2003, l'AEC a rempli une fonction cruciale en fournissant aux enseignants de jazz et de pop des occasions de se retrouver régulièrement et de développer un discours selon des modalités *ressenties* comme congruentes pour leurs formes d'expression artistique⁴. Les musiciens de jazz et de pop adhèrent moins aux formats académiques traditionnels dont ils sont souvent peu familiers. En conséquence, les réunions favorisent les méthodes participatives d'engagement au détriment des présentations basées sur la transmission, donnant ainsi aux délégués des occasions de contribuer à l'échange intellectuel *dans le moment présent*, comme il sied à leurs formes d'expression artistique (réunions de type *Bar-Camp*, *Bee-Hive* et *World Café*)⁵.

³ Créée en 2003, la PJP a tenu sa première réunion au Conservatoire de musique rythmique de Copenhague en 2004. Après une deuxième rencontre à Barcelone en 2005, la Plateforme se retrouva à nouveau à Copenhague en 2007. Depuis, ses réunions annuelles ont lieu dans diverses institutions européennes dont les programmes proposent du jazz et /ou de la pop.

⁴ Spécifiques à l'enseignement de la pop et du jazz, les réunions annuelles de la PJP facilitent actuellement la formation de réseaux professionnels et intercollégiaux au sein de ces genres immédiats. Plus récemment, les réunions ont commencé à refléter une perception grandissante que les approches pédagogiques du jazz de la pop, au lieu d'emprunter aux paradigmes traditionnels de l'enseignement en conservatoire, ont leurs propres leçons innovantes à contribuer à la communauté élargie des conservatoires.

⁵ *Bar-Camp* : rencontre participative combinant la proposition de divers thèmes, choisis par vote, et un débat sur les thèmes ayant réuni le plus grand nombre de voix. *Bee-Hive* : litt. « ruche », espace collaboratif au sein d'un contexte plénier, établissant un thème général mais demandant aux participants d'en débattre deux par deux dans un temps limité. *World Café* : assigne des sujets à chaque table et les participants choisissent la table – et le débat – auxquels ils souhaitent s'associer. Le

La présentation des résultats des conférences académiques est généralement formalisée. Dans ce bulletin, le style de reportage va de l'anecdotique au polémique et comprend même des réactions aux séances World Café sous forme d'images plutôt que de texte. L'objectif n'était pas de commander des rapports académiques mais de saisir l'esprit et les intentions de la réunion en général et de ses participants, et de montrer la diversité des voix et des écoutes. Alors qu'un document signé d'un seul auteur ou une collection d'articles universitaires aurait certainement présenté un débat plus unifié dans un style plus uniforme, la diversité des points de vue et des styles de présentation est en adéquation avec le phénomène d'un groupe émergent de penseurs sur la musique et la pédagogie, évoluant ensemble au fil de leurs efforts pour forger les termes de référence les plus utiles pour leur but collectif.

Notre Groupe de travail PJP représente un éventail de nationalités, de points de vue et de styles rédactionnels. Nous espérons que, parmi la diversité des contributions réunies dans ce bulletin, chaque lecteur trouvera de quoi l'interpeller, le provoquer ou l'inspirer.

Groupe de travail PJP 2014 - 2015

Stefan Heckel - président
Kunstuniversität Graz (KUG), Graz

Erling Aksdal
Université norvégienne des Sciences et de la Technologie, Trondheim

Simon Purcell
Trinity Laban Conservatoire of Music and Dance, Londres

Udo Dahmen
Popakademie Mannheim

Hannie van Veldhoven
HKU Utrechts Conservatorium

Lars Andersson
Academie de musique, Malmö

Maria Pia de Vito
Conservatorio Santa Cecilia, Rome

Linda Bloemhard
Codarts Rotterdam

Jeremy Cox
AEC, Bruxelles

Sara Primiterra
AEC, Bruxelles

but de chacun de ces modèles est de créer des manières plus spontanées et participatives de traiter les thèmes d'une conférence.

I. SÉANCES PLÉNIÈRES

Séance plénière I – Discours d'ouverture par Danilo Pérez

Un Jazz mondial : à la recherche de la diversité, de l'identité et du changement social par le biais de la musique et de ses publics - présentation et prestation musicale

Résumé par Jef Cox, stagiaire AEC

1. Introduction

Pour commencer, Danilo évoque sa jeunesse, parle de l'amour qu'il a toujours porté à la musique et de l'influence de son père sur son rapport à la musique.

2. Tout commence par une machine à laver

Danilo raconte une anecdote de son enfance pour illustrer son expérience du pouvoir de la musique. Pendant que le réparateur s'occupait de la machine à laver familiale, Danilo, alors âgé de 10 ans, et son père faisaient de la musique ensemble. À la fin de son intervention, non seulement le technicien déclina toute rémunération mais il voulut payer le père de Danilo pour sa prestation. L'idée centrale est que la musique peut changer les gens, ou les aider. Elle a le pouvoir de provoquer un changement dans l'être humain.

3. Le Panama et la musique

L'histoire de la machine à laver trouve ici une démonstration concrète. La musique a contribué à forger l'identité du Panama. Danilo présente une vidéo consacrée au Festival de jazz de Panama et au travail réalisé avec les jeunes par le biais de la musique. Danilo souligne que la musique peut éviter aux jeunes de s'enrôler dans des gangs, de tomber dans la criminalité, etc. Le jazz a aidé ces jeunes à réaliser leur potentiel, et d'évoluer d'une vie sans espoir jusqu'à l'obtention d'une bourse d'études. Tel est le message de Danilo aux responsables politiques. Les hommes politiques et les décideurs doivent comprendre que les musiciens ne sont pas *simplement* des musiciens. Faire de la musique ne se limite pas à jouer d'un instrument : la musique a le pouvoir de changer les identités, d'avoir un impact sur les réalités sociales. L'AEC et UNESCO doivent comprendre et mettre en évidence cette idée, en collaborant et en parlant d'une même voix.

4. La Fondation Danilo Pérez

Danilo poursuit et explique comment la fondation Danilo Perez (<http://fundaciondaniloperez.org/>) met en pratique cette idée de « variabilité sociale par le biais de la musique ». Une seconde vidéo souligne l'importance pour les musiciens de ne pas se contenter de jouer d'un instrument mais d'être eux-mêmes un « instrument de changement », et d'apporter leur contribution à leur environnement social. Là aussi, son message est que le processus musical permet aux individus de se changer eux-mêmes et de changer les autres, d'abandonner des attitudes négatives

face à la vie pour devenir des créatures capables d'apporter un nouvel espoir à la société.

5. Qui es-tu ?

Abordant directement la question de l'identité, Danilo raconte que Dizzy Gillespie, après l'avoir entendu improviser dans divers styles empruntés, lui demanda : « Qui es-tu ? ». La question eut un profond impact sur sa vie. À la recherche d'une réponse, il comprit que l'idée d'identité et de diversité aboutit à trouver les mêmes couleurs, plutôt que les différences. Le jazz est le point de rencontre de tous ces éléments.

6. Les «water chords »

Danilo conclut son discours sur son expérience avec Wayne Shorter qui l'incite vivement à intégrer des « accords liquides » (*water chords*) dans son jeu. Danilo ne comprend pas vraiment ce qu'il veut mais il travaille, cherche et s'exerce puis fait entendre le résultat. Wayne lui dit qu'il est en bonne voie, mais que « l'eau doit être absolument limpide ». Danilo part de l'anecdote pour expliquer que la musique dépasse la maîtrise de l'instrument. En fait, il s'agit de la maîtrise de toute son existence. Il faut jouer comme on se comporte et se comporter comme on voudrait que le monde se comporte. Une dernière vidéo montre Danilo en train de jouer avec Wayne dans un style tout en digression et en recherche. Il fait ensuite un exercice similaire avec le public et conseille aux participants de rapporter cette expérience chez eux et de commencer ainsi toutes leurs réunions.

7. Questions et réponses, débat animé par Brian Cole, Berklee Valencia

Les sept questions posées à l'issue du discours ont suscité diverses idées, dont :

- Le cœur bat à trois temps, dans la marche, par exemple. Il faut intérioriser ce rythme puis, en substance, commencer à exprimer ses sensations. La musique devient alors une plateforme narrative pour une (des) histoire(s).
- La musique est un outil universel, pas un langage universel (et j'ajouterais personnellement : pas une histoire universelle).
- Le jazz est un processus plutôt qu'un genre.
- Il faut accumuler beaucoup d'histoires dans sa vie, afin de pouvoir en parler quand on joue (autre parole de sagesse de Wayne Shorter).
- Votre public ne « captera » peut-être pas tout ce que vous faites, mais si vous suivez fidèlement votre route, il vous suivra fidèlement.

Quelques réflexions sur la diversité, suite au discours d'ouverture et au concert de présentation

par Erling Aksdal, membre du Groupe de travail PJP

Dans son discours d'ouverture de la réunion PJP de l'AEC à Valencia, le remarquable musicien qu'est Danilo Pérez nous a présenté de manière très personnelle et intéressante ses origines et sa formation à Panama, son profond attachement au rôle de la musique et de l'artiste dans la société et dans les communautés, et les valeurs et les pratiques du Berklee Global Jazz Institute dont il est le directeur artistique.

Sa présentation a donné un aperçu sensible de ses antécédents (il est le fils d'un musicien communautaire) et montré l'importance d'un éveil musical précoce. Une anecdote a révélé comment il avait réalisé lui-même son propre potentiel et comment, au lieu d'une tirer une gloire personnelle, il s'était concentré sur l'engagement communautaire auquel il sensibilise ses étudiants au Berklee Global Jazz Institute.

Le concept de jazz mondial - « Global Jazz » - est intéressant. Le fait que le jazz soit originellement un hybride, et qu'il s'agisse d'une méthode ou d'une attitude d'appréhension de la musique bien plus que d'un style, ouvre la voie à une compréhension très ouverte et inclusive de ses possibilités créatives et de sa diversité. Autre point, et non des moindres, le « Global Jazz » ouvre la porte aux publics du monde entier car il provoquera la reconnaissance d'éléments et de processus musicaux qui traversent les frontières et, dans nos sociétés modernes multiculturelles, croisent les diverses communautés culturelles qui composent une société.

J'aimerais problématiser quelques aspects du concept de « Global Jazz », aussi bien en général que sous sa forme particulière au Berklee Global Jazz Institute. Ma réflexion découle de mon expérience du concert de présentation et de la séance de questions qui a suivi le discours d'ouverture.

En bref, j'émettrais des doutes sur le degré de diversité des formats jazz du concert. Par ailleurs, il m'a semblé que la valeur de la diversité et des différences culturelles n'était pas parfaitement appréciée.

Il semble que la valeur sociale de la musique soit souvent perçue comme un outil de changement ou de développement social et sa valeur culturelle plutôt comme une question esthétique. Le « Global Jazz » semble estimer les contributions ethniques comme des ingrédients d'un discours jazz actuel plus que comme des discours signifiants en eux-mêmes. Le musicien est alors en danger d'adopter (sans le vouloir) un rôle néocolonial en volant ou en empruntant ces ingrédients pour les intégrer à des structures « nationales » bien établies, juste pour donner à ces dernières une touche exotique mais privant les publics de nombre de caractéristiques porteuses de sens et inhérentes à ces

sources. Dans ce cas, le processus de diversification initialement envisagé atteindrait l'effet contraire.

Souvent mal comprise, la valeur sociétale de la culture est perçue comme un ensemble d'actions préventives ou participatives très concrètes visant à éviter que les jeunes ne traînent dans la rue ou ne s'enrôle dans des groupes criminels, et à les aider à interagir de manière constructive, à l'instar des initiatives sportives participatives (ou El Sistema). Toutes ces actions sont utiles dans une perspective à court terme et axée sur le matériel. Toutefois, la valeur de la musique locale en tant que culture profonde est souvent oubliée. Idem pour la langue, banalisée alors qu'elle crée du sens et confère une identité de manière irremplaçable. Langue communautaire, la musique indigène a le pouvoir de créer une cohésion sociale bien plus importante à long terme que des activités - en elles-mêmes positives - qui semblent de plus en plus basées sur une musique plus universelle, voire banalisée. Dans notre monde « global », l'extinction des cultures concerne moins la disparition de certains traits caractéristiques que la dissolution, dans un formatage monoculturel, de structures porteuses de sens profond.

La question est bien plus complexe et dépasse le clivage « musique - outil » ou « musique - culture profonde ». La musique peut être les deux à la fois, et bien plus. Le point essentiel est le suivant : si nous valorisons la diversité, nous devrions trouver des manières de la préserver et la promouvoir dans nos initiatives inévitablement interculturelles. Ceci devrait être un impératif éthique pour le musicien à la recherche de collaborations au-delà des frontières ethniques, mais aussi une condition absolue pour tout programme institutionnel cherchant à encourager la diversité.

Le Berklee Global Jazz Institute contribue sans aucun doute à faire respecter et apprécier nombre de musiques, de musiciens et d'étudiants du monde entier. La partie la plus difficile dans l'élaboration de programmes pédagogiques reflétant cette appréciation est de reconnaître la valeur *culturelle* de propos musicaux au sein de ses contextes et pas seulement leur potentiel en tant que variables de paramètres musicaux.

Séance plénière II – Table ronde

Jazz, Pop et ME : relier les artistes et les publics

Panel :

Merlijn Twaalfhoven, compositeur, Pays-Bas

Muhammad Mughrabi, chanteur de R&B, Palestine

Scott Cohen, The Orchard, USA/Espagne

David Linx, chanteur de jazz, Belgique

Résumé par Jef Cox, stagiaire AEC

1. Merlijn et la diversité

Merlijn affirme que les arts et les étudiants en art se perdent dans la compétitivité. Au lieu de former un terrain de bataille compétitif, les arts devraient au contraire être le dernier refuge où sont permis l'échec et le doute, dans notre société impitoyablement concentrée sur la réussite. Muhammad en convient. David va plus loin et souligne la peur des étudiants de ne pas parvenir au sommet de la maîtrise instrumentale. Il fait un parallèle entre les étudiants en art et le sport automobile. En Formule 1, l'essentiel n'est pas de rester sur la piste. Il est plus important de savoir comment réagir en cas de sortie de piste. Tout peut arriver : là se trouvent les occasions de créativité et de diversité. C'est pour cette raison que les étudiants doivent se débarrasser de leur peur : un musicien doit oser le hors-piste.

2. « Histoire de moi-même »

Merlijn explique que nombre de musiciens sont englués dans leur « histoire de moi-même ». Scott acquiesce et développe le sujet, montrant l'évolution du narratif dans notre société globalisée et connectée, passant de la structure début-milieu-fin (c'est à dire le récit traditionnel dont « l'histoire de moi » est le paradigme) au puzzle (un collage, sans début ou fin fixes, dans lequel le « moi » est soit un concept fragmenté et multiple, soit totalement dissous).

3. Scott sur les sports et la musique

Scott compare les sports et les arts. Dans le sport, vous pouvez vous voir attribuer un certain classement hiérarchique. En art, c'est différent. En l'absence de l'équivalent d'un classement dont ils pourraient se prévaloir, les étudiants ont tendance à confondre leur compétence musicale/technique avec le niveau de succès commercial qu'ils ont atteint (ou pas).

4. Muhammad et le changement

Muhammad aime reprendre le message exprimé par Danilo Pérez dans son discours d'ouverture : l'objectif de la musique c'est le changement, le changement de l'environnement dans lequel nous vivons.

5. L'industrie musicale

David et Scott retracent l'évolution de l'industrie musicale depuis les années 1960. David tient à souligner que des artistes comme Bob Marley et John Lennon n'en avaient cure, ils faisaient *simplement* de la musique, alors que l'industrie musicale a tendance à forcer les artistes contemporains à se concentrer sur les ventes. Scott n'est pas d'accord : de nombreux jeunes artistes jouent de la musique pour le simple plaisir de faire de la musique. Toutefois, il ajoute que l'industrie musicale est beaucoup plus complexe aujourd'hui. Auparavant, la situation était plus simple (mais pas facile pour autant) : seules quelques plates-formes, principalement la radio et la presse, permettaient de toucher le public. Aujourd'hui, tout le monde peut être atteint, mais les plateformes se sont multipliées et diversifiées. Il est devenu nécessaire d'avoir une stratégie pour trouver ses publics.

6. La force des rêves

Merlijn évoque la force des rêves. Si Martin Luther King avait dit : « *J'ai un plan* », l'effet aurait été dissociateur. Les rêves unissent les individus qui partagent une même idée : ils leur donnent de l'espoir.

7. Questions et réponses, débat animé par Simon Purcell

Parmi les idées issues du débat avec le public :

- Ce qui compte, c'est de prendre plaisir à faire de la musique. (David)
- Muhammad explique que pour lui, faire une musique « américaine » (rap, hip-hop) en Palestine est devenu l'expression d'un sentiment profondément lié à la situation palestinienne (par le biais du contenu et de l'élément protestataire) et non un style « importé ».⁶

8. L'animatrice Hannie Van Veldhoven demande à chaque membre du panel de donner son avis au public en une phrase :

- Muhammad : il faut réfléchir au rôle fondamental de l'art dans la préparation de l'avenir.
- Scott : il faut adopter les nouvelles technologies comme point de départ d'une nouvelle réflexion et non chercher à y faire entrer l'ancien monde.
- David : nous devons marcher dans la lumière et rester dans la lumière.

⁶ Lire également le point IV « Pensées et Opinions » où Muhammad développe le sujet.

Résumés envoyés par les panélistes en amont de la réunion :

1. Merlijn Twaalfhoven

Il est faux de considérer la musique comme un langage universel. Avec la musique, vous pouvez exprimer des émotions intimes, fragiles et spécifiques à une culture. Au fur et à mesure qu'ils avancent vers l'excellence, les musiciens apprennent peut-être (consciemment ou non) à se garder de cette fragilité. À la place, ils maîtrisent des styles, des techniques et des astuces et adoptent une sorte d'universalité. La recherche se fait aboutissement.

Pour réintroduire l'aspect personnel et fragile, il faut combattre la compétitivité classique et donner aux musiciens un nouveau sentiment de sécurité. Il faut de la pratique et de l'expérience pour créer et préserver un espace personnel sûr. Je propose que la formation traditionnelle du jeune musicien se double d'un développement parallèle, dans lequel l'expression d'un parcours personnel serait fondamentale. Un musicien qui apprend très tôt à partager ses rêves, ses ambitions et ses idéaux sera plus à même de créer un espace vital d'inspiration autour de lui. Il sera relié aux autres, pas simplement en raison de son art, mais aussi par sa vision et sa personnalité.

2. Muhammad Mughrabi

Le premier public communauté : il lui est relié à sa culture doit respecter et règles pour et son public : par identité. L'identité signifie aussi un lien maintien de cette

Je pense qu'au bout du compte, les artistes doivent être authentiques et crédibles - ils doivent dire la vérité.

d'un artiste est sa est relié, il en fait partie, il et à ses traditions. L'artiste adopter un certain nombre de conserver l'équilibre entre lui exemple, posséder une est personnelle mais elle avec une culture et le identification à la culture. Il

ne faut pas perdre ce lien parce qu'un artiste sans une culture à laquelle se rattacher n'est pas un artiste authentique : il n'a ni originalité ni origines. À Jérusalem et en Palestine, par exemple, les artistes ont la responsabilité de participer à la lutte palestinienne et d'y rester fidèles pendant les pics du conflit et non pas simplement l'ignorer. Cela peut prendre de multiples formes : écrire une chanson, faire paraître une déclaration ou partager une information ou autre par les médias sociaux.

L'art, et le travail de l'artiste, se résument à deux choses : évasion et plaidoyer. Les artistes s'évadent dans leur travail, certains que leurs publics trouveront leur propre moyen d'évasion dans le travail de l'artiste, pourront s'y relier, y croire et faire l'expérience du partage en glorifiant ces sentiments et le plaisir du divertissement. Quant à « plaidoyer », ce n'est pas un mot anodin - le travail de l'artiste est une des formes de plaidoyer (surtout dans le cas des artistes palestiniens et de toutes les

Il est faux de considérer la musique comme un langage universel. Avec la musique, vous pouvez exprimer des émotions intimes, fragiles, spécifiques à une culture.

minorités en lutte). Il peut prendre la forme d'une manifestation contre quelque chose ou d'une déclaration et du partage d'une vision - en racontant la version de l'histoire telle que l'artiste la voit de son point de vue et de sa perspective. Il peut aussi être porteur d'un message qui nous conduit à changer, ou du moins à essayer de changer. Faire un plaidoyer, c'est comprendre à sa juste valeur le fait que les artistes ont un micro et une certaine influence sur leur public, et qu'ils offrent au public une perspective que celui-ci n'envisage peut-être pas.

Je pense qu'au bout du compte, les artistes doivent être authentiques et crédibles - ils doivent dire la vérité. Dans toute sa diversité, la société mondialisée qui est la nôtre - la révolution technologique, l'ère naissante des médias sociaux - change la donne pour les publics et pour la créativité des artistes. La musique a un bel avenir devant elle, surtout en raison de l'ouverture du public à l'écoute de *bonne nouvelle* musique. Cette génération peut vraiment avoir tous les genres de musique. Plus personne n'a de playlist exclusivement hip hop, plus personne ne fréquente uniquement les concerts de rock alternatif. Aujourd'hui vous pouvez entendre différents genres et styles produits par différents artistes du monde entier sur une seule playlist simultanément.

L'artiste est également public. Les artistes ne sont pas nés artistes : ils ont simplement découvert à un certain moment qu'ils étaient artistes et qu'ils avaient un public.

Les temps ont changé. Aujourd'hui, la musique passe aussi par les médias sociaux. L'évolution de l'industrie musicale donne beaucoup d'espoir à une nouvelle génération d'artistes ambitieux. Téléchargez une chanson sur YouTube : 5 minutes plus tard, elle sera écoutée à l'autre bout de la planète. La diffusion de la musique d'un artiste ne se limite plus à quelques pâtés de maison, une ville ou un état. Aujourd'hui, le public peut entendre des artistes du monde entier. C'est à l'artiste de faire en sorte que le public se souvienne (ou pas) de lui. Moi, par exemple, je n'oublierai jamais PSY, l'artiste coréen qui est entré dans l'Histoire avec la chanson Gangnam Style, vues 2 230 059 660 fois sur YouTube !

Les artistes doivent se diversifier sans pour autant perdre leur identité. Ils doivent comprendre qu'il n'est pas facile de capter l'attention du public et qu'il faut être créatif pour se distinguer et répondre aux attentes du public d'aujourd'hui tout en conservant l'équilibre entre être dans la tendance et rester vrai et authentique. Un artiste doit inventer, trouver de nouvelles manières de se présenter et de montrer son identité s'il veut sortir du lot mais il doit aussi être suffisamment singulier pour réussir dans ce champ ouvert de publics mondialisés, modernes et exigeants. L'identité d'un artiste est justement ce qui le rend spécial, ce qui crée un lien avec le public et fait que celui-ci retient son nom. La responsabilité de l'artiste est de continuer à communiquer avec son public et à le satisfaire afin de conserver cette relation.

L'artiste est également public. Les artistes ne sont pas *nés* artistes, ils ont simplement découvert à un certain moment qu'ils étaient artistes et qu'ils avaient un public. En tant qu'artistes, ils cherchent à élargir leur public. Artiste et public s'influencent

mutuellement. Nous sommes à la recherche de l'art véritable, de véritables artistes, quel que soit leur genre de musique. La diversification du paysage musical me semble donc bien engagée.

3. Scott Cohen

Malgré l'imperfection de l'analogie, je comparerais la musique au sport. Il y a d'énormes différences entre le football, le surf, le combat de sumo et le snooker. Tout est différent : les règles, les fans (souvent), la stratégie marketing, les compétences requises, les niveaux d'implication - des jeux d'enfants aux professionnels et, au niveau le plus haut, les quelques rares athlètes d'exception. Dans ce domaine sportif, ces distinctions sont très claires pour les athlètes comme pour les supporters. Ce n'est pas le cas en musique. L'art brouille cette distinction et crée du conflit. Par exemple, vous pouvez tout à fait être un grand artiste mais avoir des difficultés à obtenir un succès commercial et à atteindre le grand public. Voilà peut-être l'anomalie. Nous avons à notre disposition les moyens de créer et diffuser de la musique à un public mondial et ciblé. Mais les choses ont-elles changé ? Le monde attend-il quelque chose de nouveau, quelque chose de différent ?

Le rôle de l'artiste, au mieux, est de condenser et réfléchir comme un miroir ce que nous ressentons ou que nous aimerions tous ressentir.

4. David Linx

Au fil de plus de 35 ans de concerts, d'enregistrements, d'écriture, de composition et d'enseignement, j'ai toujours été confronté à la nécessité de me positionner clairement et au problème d'inculquer à d'autres jeunes artistes émergents l'importance de cette démarche, parallèlement à l'apprentissage de leur art. Il n'existe pas de formule magique sinon laisser du temps au temps ou, comme disent les musiciens, payer son dû.

Dans mon adolescence, j'ai vécu plusieurs années chez l'illustre batteur Kenny Clarke, à Paris, et chez le grand écrivain James Baldwin, à Saint-Paul-de-Vence et à New York. J'ai pu observé de près comment ces deux légendes qui changèrent le cours de l'histoire dans leurs domaines respectifs (et bien au-delà), cherchaient puis partageaient leur propre voix. À mon avis, l'identité d'un artiste, en général, est directement liée à son rôle d'observateur du monde qui l'entoure. Ce n'est qu'après avoir maîtrisé ce rôle que nous devenons des conteurs, des *storytellers* - ce qui est finalement le rôle de tout artiste, musicien, peintre, écrivain ou autre. Le rôle de l'artiste, au mieux, est de condenser et réfléchir comme un miroir ce que nous ressentons ou que nous aimerions tous ressentir. Nous devons établir un alphabet personnel et un nouveau vocabulaire, puis espérer que nous aurons une histoire à raconter, après tout.

Les obstacles que nous rencontrons sur la route de la vie doivent pousser tout artiste à leur faire face, à les affronter et les surmonter. Nous devons donc bâtir une relation

vraie et directe (si je puis employer ce mot) avec ce que nous pouvons appeler notre « art ». Je pense que beaucoup d'artistes savent que l'expérience n'est pas ce qui vous arrive mais la « manière » d'y faire face et de réagir à la vie et aux événements en général.

J'ai constaté, surtout ces dernières années, combien le rythme est le véritable élément qui relie la mélodie, l'harmonie et la pulsation ou tempo. C'est un élément sous-estimé, que nous apprenons ou enseignons comme exercice ou discipline de base parmi d'autres, mais en l'étudiant de diverses manières, j'ai remarqué que c'est bien *lui* l'élément qui dessine la personnalité et le positionnement véritables d'un artiste. C'est l'illustration du rythme cardiaque et du développement de tout ce qui est lié à ce que nous appelons le tempo. C'est la manière dont nous établissons le lien avec une mélodie, avec les autres et avec nous-mêmes. Cela nous aide à décider et à préciser ce que nous aimerions transmettre. Je pense même que l'utilisation correcte du rythme comme maître-pilier de la vie génère ce que d'aucuns appellent le « charisme ». Choisir implique de définir et de se (re)centrer, et ainsi à développer une vraie identité. La diversité découle d'une certaine tolérance envers la vie, envers son agitation et envers autrui. Mais une telle attitude n'est possible, à mon avis, que lorsqu'on accepte sa propre identité au jour le jour. C'est alors que le rôle d'un artiste peut devenir clair et, dans ces temps très sombres, essentiel - au-delà du succès et de la célébrité, au-delà des styles d'expression choisis.

II. LES DÉBATS DU WORLD CAFE

Diversité, identité et développement du public hors des sentiers battus – débat avec Muhammad Mughrabi

par Stefan Heckel, président du groupe de travail PJP

Rappeur, producteur et travailleur social, Muhammad Mughrabi vient du camp de réfugiés Shuafat à Jérusalem Est, en Palestine.

Orateur invité à la conférence PJP 2015, Muhammad Mughrabi a participé à une table ronde avec Merlijn Twalfhooven, Scott Cohen et David Linx. Rappeur et producteur palestinien, Muhammad travaille principalement via les médias sociaux en raison du manque de possibilités de radiodiffusion publique dans son pays. Parallèlement à ses activités de musicien, il est directeur artistique d'un centre pour enfants au camp de réfugiés Shuafat à Jérusalem Est. Cet environnement relativement sécurisé favorise l'expression créatrice de ces enfants qui grandissent dans des conditions politiques et sociales extrêmement difficiles.

Sur la recherche de son identité : entre Palestine et Israël, le clivage social est profond. Vous êtes soit israélien, soit palestinien. Dans un environnement aussi stéréotypé, il est difficile de trouver une voie personnelle et de développer une identité.

Les groupes d'intérêts communautaires sont très importants dans une société où, autrement, vous êtes entièrement livré à vous-même et où le système scolaire n'est pratiquement pas organisé.

La diversité musicale aide à développer une identité de musicien et d'artiste. Muhammad évoque son enfance et son premier contact avec la musique : « Tout ce qui était bon était sur ma playlist » et ajoute : « Les enfants ignorent ce qu'est l'identité - ils en ont une, c'est tout. »

Sur l'essor du rap et du Palestine, l'isolement et l'éclosion du rap en Mughrabi affirme que le Palestine vers l'an 2000. comme une sorte de

« Les enfants ignorent ce qu'est l'identité - ils en ont une, c'est tout. »

hip-hop arabes : en la répression ont favorisé langue arabe. Muhammad rap arabe est né en Le hip-hop peut être vu « CNN » musical ou de

centre d'information pour n'importe quelle partie du monde, tant il est relié à ce qui se passe dans la rue. Il témoigne aussi du principe démocratique de l'enseignement mutuel en terre d'Islam : « que chacun instruisse son voisin ». Le rap concerne la liberté d'expression. Les textes de Muhammad Mughrabi évoquent de manière très critique les nombreux problèmes liés à la crise que rencontre l'Islam.

Les médias sociaux sont extrêmement utiles pour la jeunesse d'un pays isolé. Ils sont souvent le seul moyen de contact avec le monde extérieur. En Palestine, tous les jeunes ont un Smartphone. L'accès à l'internet est totalement disponible et illimité. Les médias sociaux permettent de traverser les frontières imposées par les autorités locales. Mais en

Palestine, les médias sociaux ont un côté dangereux : le contrôle politique du flux d'information peut facilement envoyer ses auteurs et lecteurs en prison.

Sur l'influence du hip-hop américain/new-yorkais : Muhammad connaît les racines du hip-hop. Il en utilise le style mais le contenu est le sien.

Sur le développement du public : selon Muhammad Mughrabi, sa musique ne manque pas de public. Le rap est une des rares possibilités d'expression libre. Il se produit généralement devant de vastes foules.

Il semblerait que dans un espace géographiquement limité et isolé, dominé par un sentiment de répression, comme la Palestine, le rap soit très demandé et fasse office de forum d'échange social, en direct comme en virtuel.

À propos de son travail dans le centre pour enfants du camp de Shuafat : directeur artistique du centre, Muhammad Mughrabi travaille les *percussions faites de bric et de broc* et la *danse urbaine*. Il s'occupe plusieurs fois par semaines de groupes d'enfants. Le centre est surtout un lieu sécurisé pour les enfants qui seraient autrement - et souvent - seuls dans un environnement dangereux.

L'imprégnation artistique est aussi pour les enfants du centre le moyen d'établir un lien avec le monde. En Palestine, l'éducation artistique traditionnelle est entièrement liée au symbolisme national et ne laisse que peu ou pas d'espace à l'expression individuelle. Les Palestiniens ont très peur de perdre leur identité en tant que nation et tous leurs efforts tendent à préserver la tradition.

Muhammad Mughrabi se sert de l'art comme thérapie. Il a observé que les enfants commencent à se forger une opinion quand ils s'occupent d'art et de musique.

Quelques réflexions des autres intervenants en réaction aux propos de Muhammad :

Scott Cohen : « Il existe un vide (dans les sociétés, dans le monde, en politique) qu'il faut combler par la musique et avec l'aide des musiciens. »

David Linx : « Un véritable artiste est politique quand il est excellent. »

Danilo Pérez, pianiste de jazz récompensé par un Grammy et orateur principal de la PJP : « La musique est un outil de changement social. »

Entretien avec Merlijn Twaalfhoven au World Café

par Hannie van Veldhoven, membre du Groupe de travail PJP

Merlijn Twaalfhoven (né en 1976) était un des orateurs invités à la Conférence AEC-PJP de Valencia. Il a participé à une table ronde avec Scott Cohen, Muhammad Mughrabi, et David Linx. Il a ensuite pris place à une table du World Café pour en discuter plus en profondeur, en petit groupe.

Merlijn est un compositeur qui travaille dans les zones de conflit et les endroits atypiques. De son point de vue, la musique devrait toujours être en phase avec la société. Il recherche des collaborations musicales entre publics et musiciens, instaurant ainsi des dialogues interculturels. L'Unesco a récompensé son travail avec des musiciens, des enfants et un vaste public à Jérusalem, à Damas, en Cisjordanie et dans des camps de réfugiés en Jordanie et en Palestine, en le nommant « Jeune artiste pour le dialogue interculturel entre les mondes arabe et occidental » (2011).

Le pouvoir est à moi - nous - maintenant !

Assis à une table du world café, Merlijn explique sa position : pour lui, le concept « engager/relier » est plus pertinent que l'idée « musicien/public ». Il n'a jamais réalisé de CD, par exemple, parce que sa priorité, en tant qu'artiste, est l'activité du public, le lien direct et vivant. Il n'hésite pas à faire des déclarations fortes : « *N'allez pas dans les musées : les musées sont pour les morts. Artistes vivants : allez dans le monde !* »

Et encore : « *C'est un récit* (en référence au lien de Pour autant, il ne faudrait « moi » : « Vouloir faire la ce récit du moi, ce n'est affirme-t-il. Il veut de l'action : « *Le pouvoir, c'est moi - nous -maintenant !* »

« *Innover = extraire des éléments du programme ; retirer des éléments et faire de la place aux rêves !* »

du maintenant, pas du moi l'artiste avec la société). pas exclure totalement le paix au Moyen-Orient sans que de la politique »,

Le chauffeur de taxi

Pour lui, l'éducation traite de l'avenir ; chacun de nous devra trouver un créneau pour lui-même et cette quête commence dans l'immédiat. Merlijn illustre son idée par un exemple : si vous aimez conduire, vous pourriez devenir chauffeur de taxi. Mais peut-être vous lasserez-vous après quelque temps : donnez-vous donc un objectif ! Tous les étudiants devraient décrire leurs objectifs. « Parler de ses rêves est un art », dit-il. Reprenant la métaphore du chauffeur de taxi : « *Quand j'étais étudiant, j'adorais trouver des voies alternatives, pas seulement en musique classique mais aussi dans des cultures différentes. J'adorais étudier (je « conduisais mon taxi »), mais il n'y avait aucun lien avec le monde extérieur. Aujourd'hui, je demanderais à l'étudiant : « Tu aimes conduire. Très bien. Et quel est ton but ?* »

Osez rêver : soyez des voyageurs, pas des touristes

L'examen final d'un étudiant est le début de son « voyage » dans la vie musicale, mais la plupart du temps nous ne pouvons pas en suivre les résultats parce que les étudiants diplômés « sortent du système » [sauf si l'établissement a mis en œuvre un suivi des anciens élèves]. Les étudiants aiment être confrontés à de nombreuses nouvelles idées, mais il est important de les mettre en pratique - et pour cela il faut de l'espace. Merlijn ajoute au cours de la discussion : « Innover = extraire des éléments du programme ; retirer des éléments et faire de la place aux rêves ! » En mettant en œuvre ces rêves dans le programme (et pour cela, il faut faire de la place !), l'étudiant sera plus à même de décider du but de son voyage.

Surabondance d'info !

Merlijn trouve que les programmes des conservatoires, saturés de ce qu'il nomme des choses sans importance, créent une génération d'individus submergés d'information. Cela créera-t-il d'excellents étudiants ? Il ne le pense pas.

La question : « quel est votre but ? » est une question difficile pour les étudiants. Mais cette remise en question de la destination devrait faire partie des études, déclare Merlijn au cours du débat : « *Demandez-vous : où en suis-je dans mon voyage ? Quelle est ma position actuelle ?* »

Et l'étape suivante ?

Prenant l'exemple des études commerciales dans lesquelles un cours est à peine dispensé qu'il est déjà obsolète, Merlijn fait un parallèle avec les études en conservatoire qu'il voit comme la descente d'une rivière vers une chute. Tout est bien préparé mais après la falaise (c'est à dire une fois diplômé), la chute d'eau est bien là. Le désastre pour les étudiants, dit-il, est que dans la plupart des cas, l'examen final est le point culminant du parcours de l'étudiant. Arrive alors le trop célèbre « trou noir ». Il faudrait travailler un programme d'examen final tous les quinze jours, autrement on va droit à l'échec. Suivre divers projets, comme c'est le cas aujourd'hui dans les conservatoires, est à l'opposé de se concentrer sur un but.

Merlijn présente la méthode de la « mêlée » (terme emprunté au rugby) dont voici le principe : vous promettez à un « client » de réaliser quelque chose en 2 semaines et vous sprintez pour atteindre le but, en travaillant en équipe. De cette manière, il en ressort toujours quelque chose de nouveau, dit Merlijn. Vous concentrez votre travail sur un but au lieu de travailler simultanément sur plusieurs tâches. Merlijn est convaincu qu'il est ainsi possible d'éviter le trou noir dans lequel sombrent tant d'étudiants. En fait, vous réalisez un examen final tous les quinze jours. « *Si j'étais responsable d'un département pop/jazz, j'abolirai l'emploi du temps hebdomadaire.* ». De son point de vue, rien de plus dévastateur que d'accomplir en même temps de multiples tâches, en passant d'une séance programmée à une autre de manière aussi segmentée.

Construire un bateau et raconter l'horizon

Merlijn déclare redouter la messagerie électronique, l'internet etc. à cause de son envie de tout connaître. Tout est intéressant et passionnant, mais c'est trop. Nous devons apprendre à gérer cette profusion. Les jeunes qui font leurs devoirs avec l'internet, la radio, WhatsApp : les études sur le développement du cerveau humain montrent que celui-ci n'évolue pas assez vite pour que nous puissions gérer tout cela en même temps.

En guise de conclusion, Merlijn évoque son admiration pour Antoine de Saint-Exupéry (*Le Petit Prince*) et propose une autre approche de nos étudiants :

*Construisez un bateau
N'enseignez pas comment faire
Racontez une histoire sur l'horizon
Ils trouveront peut-être un avion.....*

Merlijn est actuellement engagé dans deux projets intéressants :

Cartes postales musicales

Ce projet s'attache à recueillir de brèves vidéos de mélodies, de chansons ou de poèmes créés par de jeunes musiciens des camps de réfugiés du Moyen-Orient. Ces « cartes postales musicales » sont adressées au projet pédagogique du New York Philharmonic où elles seront au cœur d'un processus créatif de composition et de création musicale. Les résultats seront exécutés par des musiciens professionnels qui donneront à ces compositions une interprétation d'excellence. La démarche de Merlijn s'articule ainsi :

« Aimeriez-vous travailler avec nous et créer des collaborations entre des étudiants de conservatoire et des enfants, dans la perspective d'une prestation qui présente ces nouvelles compositions ainsi que les cartes postales musicales des enfants des camps de réfugiés ?

Contactez-moi - je vous enverrai plus d'information ! »

Une Académie du partage - méthode d'idéalisme pratique

La méthode combine les dernières connaissances issues des domaines du management, du marketing et de la psychologie (comme la « mêlée ») pour en faire des outils pratiques, conçus pour les artistes et autres idéalistes pratiques.

L'accent mis sur le partage et la collaboration donne au participant une expérience directe du rapport entre l'idéalisme, une vision inspirante, l'écho auprès des sympathisants et les répercussions sur la communauté concernée.

La vision de Merlijn est exposée dans « Art in the world », disponible gratuitement sous forme de livre électronique :
http://issuu.com/merlijntwaalfhoven/docs/art_in_the_world#download

Comment créer de nouveaux publics en utilisant de nouveaux médias : implications et enjeux pour le secteur de l'enseignement musical supérieur – débat avec Scott Cohen

par Lars Andersson, membre du groupe de travail PJP

Compte-rendu du World Café avec Scott Cohen

Pour les établissements d'enseignement musical supérieur, l'implication est que nous devons aider nos étudiants à développer des connaissances et des compétences sur les nouveaux médias sociaux et leur utilisation en les intégrant à nos programmes. En notre qualité d'organisations, nous devons être en phase avec l'évolution de la société lorsqu'il s'agit de créer et de diffuser de la musique auprès des publics. Nous devons reconnaître notre nécessité d'évoluer et comprendre comment l'intérêt et l'attitude de nos publics futurs envers la musique et l'engagement culturel affecteront leur manière d'intégrer la musique à leur vie/de faire de la musique. Ceci signifie que nous devons ajuster et modifier nos programmes pour abolir certaines barrières qui, sinon, empêcheront nos étudiants de mener des carrières fructueuses dans la musique.

Scott Cohen, orateur invité à la conférence PJP 2015, a participé à un débat puis à une table ronde avec les délégués sur les manières de relier les artistes et les publics. Les premières questions soulevées à la table ronde étaient : **quel rôle joue l'identité d'un artiste aujourd'hui dans l'industrie de la musique ?** et : **que peuvent faire les établissements d'enseignement musical supérieur pour aider les étudiants à construire leur identité musicale dans les conservatoires ?**

Scott Cohen répond en comparant la musique et le sport.

- Il y a d'énormes différences entre le football, le surf, le combat de sumo et le snooker. Tout est différent : les règles, les fans (souvent), la stratégie marketing, les compétences requises, les niveaux d'implication - des enfants qui s'amuse aux professionnels et, au niveau le plus haut, les rares athlètes d'exception. Dans le domaine sportif, ces distinctions sont très claires pour les athlètes comme pour les supporters. Ce n'est pas le cas en musique. L'art brouille cette distinction et crée du conflit. Par exemple, vous pouvez tout à fait être un grand artiste mais avoir des difficultés à obtenir un succès commercial et à atteindre le grand public. Mais voilà peut-être l'anomalie. Nous avons à notre disposition les moyens de créer et diffuser de la musique à un public mondial et ciblé.
- Autre différence : dans le sport, vous pouvez vous voir attribuer un certain classement hiérarchique. En art, c'est différent. En l'absence de l'équivalent d'un classement sur lequel ils peuvent compter, les étudiants ont tendance à confondre leur compétence musicale/technique avec le niveau de succès commercial qu'ils ont atteint (ou pas).
- Scott poursuit et explique que de nombreux jeunes artistes jouent de la musique pour le simple plaisir de faire de la musique. Toutefois, il indique aussi que l'industrie musicale n'a cessé de se complexifier. Auparavant, les choses étaient plus simples (mais pas faciles pour autant) car seules quelques plates-formes (principalement la radio et la presse) permettaient d'atteindre le public. Aujourd'hui, tout le monde

peut être atteint, mais les plateformes se sont multipliées et diversifiées. Il est nécessaire d'avoir une stratégie pour trouver ses publics.

Quelles sont alors les stratégies nécessaires pour que les étudiants et les jeunes artistes puissent toucher un public ?

- Notre façon de raconter des histoires a changé. Elle s'apparente plus à un puzzle : vous pouvez prendre divers éléments et les mettre ensemble. Les médias sociaux fonctionnent ainsi. Vous pouvez partager et participer à l'information dans n'importe quel ordre. Il y a pléthore de gens qui font et produisent de la musique pour le plaisir. Faire de la musique et partager la musique est plus simple qu'avant mais il n'est pas forcément plus simple de toucher un public. Vous ne pouvez pas toucher les gens en les abordant avec quelque chose que vous voulez vendre sur les médias sociaux. Il faut donc créer des histoires intéressantes à propos de vous-mêmes ou du produit que vous souhaitez vendre. Il faut vendre le contexte, pas les produits. L'excellence de la musique n'est pas, et n'a jamais été, suffisante. Si, en tant qu'artiste, vous n'utilisez pas les nouveaux médias, vous devrez avoir quelqu'un pour s'occuper du volet commercial de votre « entreprise ».

Comment gérer le puzzle et utiliser les nouveaux médias pour toucher un public ?

- On considère les nouveaux médias comme une plateforme pour vendre un produit mais nous devons trouver une façon d'engager le dialogue avec les gens. Nous devons être prêts à prendre un risque, commercial et musical. Apprenez à utiliser les médias sociaux en ces termes. Qui regarderait en entier un clip de 7 minutes sur son téléphone portable ? S'il durait 30 secondes, vous le regarderiez peut-être, et vous auriez peut-être envie d'en savoir plus. Faites des clips courts. Concentrez-vous sur les micro-contenus : sortez vos productions peu à peu. Utilisez les nouveaux médias pour que les gens investissent une partie de leur temps sur vous. Pour générer des revenus, créez votre propre chaîne YouTube et postez vos contenus au moins 2 à 3 fois par semaine. Vous devrez faire de la pub. Chaque abonné à YouTube rapporte environ 1\$ par an. C'est le nombre d'abonnés et non le nombre de vue qui compte. Il vaut mieux vous créer un public hyper local par le biais de Facebook qu'avoir des milliers de « followers » aux quatre coins du monde. Les quatre plateformes les plus importantes pour vous aider à vous constituer votre public local sont : Facebook, YouTube, Twitter et Instagram.

Il est devenu plus facile de faire de la musique et de la partager, mais il n'est pas forcément plus facile de toucher un public.

YouTube
C'est le nombre
de vue qui
crée un public
Facebook
« followers »
Les quatre

Débat sur l'identité au World Café

Par Udo Dahmen, membre du Groupe de travail PJP

Dans le cadre du World Café, deux groupes réunissant chacun de 10 à 12 participants venus de Scandinavie, d'Italie, des Pays-Bas et d'Allemagne ont débattu de l'identité au cours de deux séances de 30 minutes.

L'identité peut se définir comme une caractéristique distinctive, ou un ensemble de caractéristiques appartenant à un sujet donné, ou partagé par les membres d'une catégorie sociale ou d'un groupe particulier.

Le psychologue Peter Weinreich (Université d'Ulster, R-U) définit l'identité d'une personne « comme l'intégralité de la perception de soi d'un individu, dans laquelle la manière dont on se perçoit dans le présent exprime la continuité entre la manière dont on se perçoit tel qu'on était dans le passé et celle dont on se perçoit comme on aspire à être dans l'avenir. » (Peter Weinreich, 1986).

Les participants conviennent d'employer le mot « identité » comme synonyme d'identité d'un musicien (pour les besoins du débat). Dans cette définition, elle est alors le composant essentiel du profil de l'artiste ou du groupe et elle vise à montrer le caractère unique d'un artiste donné par le biais de son attitude, ainsi que de certains codes utilisés - en d'autres termes, à construire une certaine image.

L'identité d'un(e) artiste se développe par la pratique, la connaissance, la compétence et sa personnalité (puissant ainsi dans la propre perception de soi de l'artiste). Les aspects personnels comprennent certaines attitudes envers la société, la politique, les arts, etc.

Être perçu comme authentique par le public est souvent la base d'une déclaration artistique en musique et peut donc s'avérer un élément moteur de la promotion de l'artiste et pour le public. Les stratégies utilisées peuvent constituer un « récit » d'aspects de la vie du musicien par le biais de la musique. La musique, la composition, les paroles, la conception sonore, les arrangements, la production, l'interprétation vocale et instrumentale ainsi que les compétences de l'ensemble : tout devrait refléter la personnalité de l'artiste. Cette déclaration personnelle devrait donner au public la possibilité de réagir au musicien. Quelques participants ont mentionné qu'un artiste devrait également être un individu socialement responsable - avec des valeurs spirituelles, authentique, humble, engagé et maître de son destin - et communiquer cette attitude à la société (par les médias sociaux, par exemple).

Nous avons aussi discuté de l'image des artistes (par exemple David Bowie, Madonna). Construire une image de marque peut jouer un rôle ici mais dépend du « numéro » en question, et n'est utile que dans certains genres.

Des genres musicaux différents nécessitent des compétences instrumentales spécifiques (par exemple la contrebasse dans le genre « métal »). Dans ce cas, l'acquisition de ces compétences peut contribuer à trouver et définir l'identité du musicien en question.

D'autre part, les artistes et les groupes utilisent des codes de communication non verbale par le biais de leur comportement dans les médias et sur scène. La prestation en direct est un élément important du rapport au public, à la fois parce qu'elle s'appuie sur certains codes et rituels et - « mystère de la communication » - par la musique elle-même (par exemple, Danilo Pérez comme animateur entre les musiciens et un public donné).

Le comportement « conforme à la marque » est aussi un facteur important qui comprend les codes vestimentaires, le contenu des déclarations, les modalités de communication, etc. Globalement, l'artiste ne devrait pas se limiter à un genre (se laisser enfermer dans le cadre d'un certain genre) mais évoluer et développer ses idées et ses capacités au-delà des limites du genre en question.

Débat sur le public au World Café

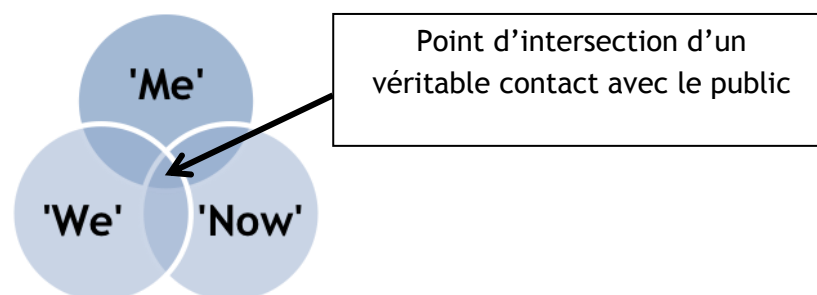
par Jeremy Cox, directeur général de l'AEC

Les deux groupes qui ont débattu de ce sujet ont parfois abordé les mêmes thèmes mais à certains moments, chacun a pris un chemin distinct. Dans l'ensemble, leurs réflexions peuvent être résumées sous la forme des conclusions suivantes :

- Nous devons encourager nos étudiants à être des *avocats* - défenseurs des intérêts non seulement de leur propre travail mais de la musique, des arts et de la culture en général.
- Les conservatoires n'ont pas tendance à mettre l'accent sur la réceptivité du public dans le cadre de leur formation : ils s'en approchent quand ils commencent à se concentrer sur l'employabilité, mais dans l'ensemble, le « public » est encore perçu comme une entité abstraite, indifférenciée et passive.
- Nous devrions considérer nos étudiants comme des « artistes professionnels » dès leur entrée au conservatoire, avec les prémices d'un public propre.
- L'ADN des établissements qui se spécialisent en Pop & Jazz est différent de celui des conservatoires classiques. Généralement plus récents et plus fragiles dans leur organisation, ils ont tendance à être plus que de simples éducateurs. Ils doivent être des participants créatifs dans le développement du public afin de survivre.
- Les prestations hors conservatoire devraient être intégrées dans le programme. Il est important de trouver des lieux publics prêts à coopérer avec le conservatoire. Un modèle à considérer est la prestation encadrée et supervisée d'étudiants en cycle « Bachelor » dans ces lieux publics. Les étudiants des cycles avancés se produiraient avec plus d'autonomie.
- Quand une génération d'étudiants a créé des liens avec des lieux publics, elle peut « passer le flambeau » à la promotion suivante, établissant ainsi une relation de continuité et de confiance avec les responsables de ces lieux.
- Un modèle intéressant est la formation d'un partenariat entre le conservatoire et des universités dotées de centres d'arts de la scène sur leur campus. Les étudiants du conservatoire contribuent à la programmation de ces centres et l'accès à ces scènes leur constitue un public de leur âge, susceptible de les suivre au fil du temps.
- En ce qui concerne les publics contemporains, nous devons nous considérer comme des co-apprenants de nos élèves : leur expérience les rend plus proches des souhaits des publics contemporains (et futurs).

*Dans l'ensemble, le
« public » est encore
perçu comme une entité
abstraite indifférenciée
et passive.*

- Les matériels et les modes d'utilisation en ligne signifient que toute prestation en direct doit être à la hauteur de la forte valeur de production que les « clients » peuvent avoir sur leurs téléphones, tablettes etc. En conséquence, les compétences de présentation et de communication prennent encore plus d'importance dans le programme d'études.
- Certains conservatoires les considèrent comme des « compétences d'entreprise ». D'autres les intègrent dans les aspects techniques et interprétatifs du domaine d'étude principal. Chaque établissement doit choisir comment les intégrer à son programme mais la connexion entre être un bon communicant et le package complet de compétences « entrepreneuriales » est quelque chose qui est de plus en plus souligné.
- Certains conservatoires collaborent avec les départements de gestion d'entreprise des universités. Les étudiants acquièrent les aptitudes nécessaires au « démarrage » d'entreprise (*start-up*) comme si, en tant qu'artistes free-lance, ils étaient en fait de petites entreprises. Dans certains cas se développent même des partenariats d'échange de connaissances avec des PME.
- D'autres établissements utilisent les synergies entre leurs propres programmes et favorisent les collaborations entre étudiants se spécialisant respectivement en exécution, production et compétences d'entreprise, chacun apportant la contribution de son domaine spécifique.
- Étant donnée la richesse de l'offre accessible en ligne, pourquoi les gens assistent-ils à des événements en direct, et pourquoi devrions-nous continuer à former nos étudiants aux compétences nécessaires pour ce genre d'événements ? Réponse : parce qu'il y a toujours quelque chose d'unique dans la *présence*. Pour prendre la pleine mesure d'une interprétation, « il faut la vivre ! »
- Pour reprendre la formule de Merlijn Twaalfhoven : « *Le pouvoir c'est moi - nous - maintenant !* » Un spectacle vivant est le lieu et le moment de la véritable fusion du « Moi », du « Nous » et de « Maintenant », là où le contact avec le public se fait sous sa forme la plus puissante :



III. SÉANCES BAR CAMP

Les femmes dans le jazz

par Hannie van Veldhoven, membre du Groupe de travail PJP

Pourquoi choisir ce sujet pour un Bar Camp ?

J'ai proposé ce thème parce que je voulais partager certaines de mes expériences au Pays-Bas avec celles d'autres pays d'Europe. Nous cherchons comment rendre notre conservatoire moins « blanc » et moins « masculin ».

Aux Pays-Bas, j'ai dirigé « Cette fille joue de la guitare ! ». Toutes les conclusions de cette étude sont claires : il n'y a absolument aucune preuve scientifique de l'inaptitude des filles/femmes à la musique jazz ou pop (les rares femmes dans ces domaines sont pour la plupart des chanteuses). Les raisons sociologiques de la sous-représentation féminine dans la pop et le jazz ne sont que des facteurs

C'est dans les écoles élémentaires et dans les écoles de musique qu'il faudrait commencer à travailler à casser les modèles de référence et arrêter d'orienter systématiquement les filles vers des études de chant et les garçons vers les percussions.

une recherche intitulée « Cette fille joue de la guitare ! ». Toutes les conclusions de cette étude sont claires : il n'y a absolument aucune preuve scientifique de l'inaptitude des filles/femmes à la musique jazz ou pop (les rares femmes dans ces domaines sont pour la plupart des chanteuses). Les raisons sociologiques de la sous-représentation féminine dans la pop et le jazz ne sont que des facteurs

Nous avons lancé la discussion au Bar Camp (où, soit dit en passant, il n'y avait que des participants masculins !)

Pourquoi cette question du genre a-t-elle été perçue jusqu'à présent comme non pertinente dans l'enseignement du jazz et de la pop ?

discussion au Bar Camp n'y avait que des participants masculins !

genre a-t-elle été perçue jusqu'à présent comme non pertinente dans l'enseignement du jazz et de la pop ?

Cette question en entraînait une seconde :

Pourquoi n'y avait-il pas de femmes à cette conférence, soit comme oratrices principales ou dans les débats ?

Voici quelques résultats de cette discussion. Ils reflètent notre débat et sont présentés dans un ordre aléatoire :

- Je pourrais trouver étrange d'amener une femme. Je dois vraiment être absolument sûr qu'il s'agit d'une super professionnelle, ou je ne suggérerais même pas l'idée. Il y a une différence entre mettre des hommes ou des femmes au premier plan, dans une communauté peuplée principalement d'hommes (paroles d'une femme).
- En Hollande et en Norvège, le sujet des femmes dans la musique a fait l'objet de nombreuses discussions pour arriver à la conclusion que la seule solution viable est d'instaurer des quotas. Le système a fonctionné dans le secteur de l'entreprise. Dans mon pays, la loi exige que les femmes représentent 40% des conseils d'administration.

Les objections aux quotas sont la diminution de la qualité, et le fait que les femmes penseraient qu'elles sont choisies uniquement parce qu'elles sont des femmes. Mais le problème de la qualité est sujet à caution. Les critères de qualité ne sont pas neutres et peuvent changer à la lumière de diverses considérations.

- Il existe tant de normes. Nous avons travaillé sur « musique et genres » dans notre conservatoire. Nous avons fait une recherche sur le travail des ensembles à propos de l'équilibre entre les sexes : ce fut un choc révélateur pour les enseignants. Les membres des comités qui jugent les étudiants sont toujours des hommes. C'est un des points qui doivent changer.
- Les conservatoires sont en haut de l'échelle de l'apprentissage. À leur arrivée chez nous, les étudiants pratiquent déjà leur instrument depuis pas mal de temps. C'est dans les écoles élémentaires et les écoles de musique qu'il faut commencer à casser les modèles de référence qui orientent systématiquement les filles vers le chant et les garçons vers les percussions.
- Sur toutes les photographies utilisées au conservatoire, nous nous efforçons autant que possible de montrer des femmes instrumentistes. Les études montrent l'efficacité de la présentation de modèles de référence.
- Nous préparons un département pour les jeunes où nous encourageons les filles à venir explorer leur talent. Ce problème social est très profond et nécessite une action de discrimination positive
- Dans quels secteurs devons-nous concentrer nos efforts pour changer les choses ?
 - Les quotas d'admission
 - Les critères
 - La création de modèles de référence
 - La pédagogie : si nous voulons y parvenir, nous devons avoir un enseignement plus attrayant pour les femmes.
 - Le recrutement/marketing
 - Les campagnes de sensibilisation et d'information
- Nous devons trouver des modèles de référence dans les organisations et pas seulement nous concentrer sur les étudiantes mais aussi sur les professeures et sur les femmes occupant des fonctions de leadership. Par ailleurs, que pouvons-nous changer au quotidien ?
- Le discours est très important dans les questions de genres. Voici un exemple vécu dans mon établissement : une jeune fille (chanteuse) s'adressait aux membres de son groupe en ces termes : « Essayons cette chanson dans la tonalité masculine. » Elle voulait dire la tonalité originelle, jouée à l'origine par des musiciens, tous masculins ! Surveillez le langage utilisé et corrigez-le si nécessaire. Dire « les gars » pour parler d'un ensemble : les femmes ne s'identifient pas à ce terme générique. Elles ne sont pas des « gars ».
- Nous nous sommes efforcés consciemment d'aborder ce problème dans notre conservatoire et les résultats sont probants. La formation des professeurs est importante.
- Nous ignorons ce que serait l'équivalent féminin du «

- saxophoniste macho ». Je ne pense pas que le but soit d'avoir le même genre de rôle. Il faut casser ces modèles de référence.
- Il est très courant pour les filles de participer à des activités de loisirs *organisés* alors que les garçons vont de leur côté, jouent au football ou répètent avec des groupes dans leurs garages. Les activités organisées impliquent une certaine approche pédagogique. Dans le jazz, vous êtes généralement autodidacte. Nous ne formons pas le bon genre d'enseignants.
- Les identités se développent entre 10 et 18 ans : il est donc important d'encourager les filles de cette tranche d'âge à explorer tous les instruments, pas seulement la voix.
- Il ne faudrait pas encourager la compétitivité parce qu'elle fonctionne mal avec les filles.
- Que signifie la compétitivité (pour les garçons, pour les filles) ?
- Les historiens sont également sexistes : ils ne parlent tout simplement pas des femmes.

Appliquez ce que vous prêchez : pour la prochaine conférence PJP, il est certain que nous chercherons des femmes dans le jazz et la pop qui peuvent apporter leur contribution.

Et outre cette discussion : Lucy Green a élaboré un passionnant « Modèle de sens musical et d'expérience sexospécifiques » dont nous recommandons la lecture à toute personne intéressée par le sujet (et vous l'êtes, bien sûr) : *Music, Gender, Education* (1997), Université de Cambridge.

La formation des professeurs dans l'enseignement de la Pop et du Jazz

par Simon Purcell, membre du Groupe de travail PJP

Sujet : Discussion sur *La formation des professeurs dans l'enseignement de la pop et du jazz*.

Animée par Simon Purcell (Trinity Laban Conservatoire of Music and Dance)

1. Contexte

- Une douzaine de délégués venus des quatre coins d'Europe - Espagne, Italie, Danemark, Finlande, Norvège, France et R-U - participait à la séance.
- Le groupe représentait des perspectives institutionnelles très diverses, de l'émergence de nouveaux programmes en Italie aux dispositions établies de longue date en Scandinavie et au R-U, jusqu'à la position bien définie et novatrice du Conservatoire rythmique de Copenhague.

2. Discussion - Situation actuelle

D'un commun accord, tous les participants ont trouvé que concevoir la formation des enseignants comme un « perfectionnement de l'enseignant » était une *bonne idée*, bien que les expériences nationales caractérisent les besoins et les attentes, par exemple :

2.1 Les enseignants de nouveaux programmes :

- Semblent préoccupés par la nécessité d'établir une culture propice à l'enseignement et l'apprentissage du jazz.
- Malgré une progression sensible du secteur depuis une décennie, les programmes et les cultures opérationnelles conçus pour la musique classique continuent à freiner le développement de pratiques d'enseignement et d'apprentissage appropriées pour les musiques Jazz et Pop dans les programmes émergents.
- Il y a un fort désir de perfectionnement des enseignants mais au stade embryonnaire de l'établissement d'un cours, le personnel enseignant a besoin de réseautage interne entre collègues, pour le soutien et pour la formation d'une culture.

Curricular and operational cultures designed for classical music continue to make it hard to develop teaching and learning practices appropriate for Jazz and Pop music

2.2 Les programmes scandinaves

- Ont déclaré que la pédagogie est profondément intégrée à l'enseignement musical supérieur, entraînant une connaissance des pratiques éducatives fondamentales.
- Il en découle que les enseignants de jazz/pop de l'enseignement supérieur scandinave seraient intrinsèquement *préparés/formés* à enseigner, puisque la pédagogie est intégrée dans leur propre formation.
- Quoique la conversation ait été relativement informelle, elle renforçait l'impression que les enseignants scandinaves de jazz/pop sont familiers, et de manière cohérente, d'un discours et d'une réflexion pédagogiques clairs et précis.
- La vision du RMC dépasse le paradigme établi de l'enseignement Jazz/Pop, et accepte la notion du perfectionnement de l'enseignant comme une fonction intégrale de l'élaboration des programmes.

2.3 Le cas du Royaume-Uni

- En tant que seul participant du R-U, je ne saurais être représentatif. Toutefois, on peut dire sans se tromper que les conservatoires du R-U, d'une manière ou d'une autre, doivent appliquer une politique de perfectionnement du personnel.
- Bien que les musiciens de jazz du R-U aient rarement suivi des programmes formels de pédagogie (et certainement aucun programme spécifique aux domaines jazz/pop) dans le cadre de leur propre formation, les enseignants de jazz de mon établissement s'intéressent et participent à leur propre perfectionnement, d'une part en collaborant aux procédures institutionnelles et d'autre part, en analysant leur propre pratique.
- Au R-U, l'enseignement du jazz et, dans une moindre mesure, de la pop, est maintenant bien établi. Cependant, contrairement à ce qui se passe en Scandinavie, les praticiens sont nettement moins familiers du discours pédagogique, des cadres de pratique et surtout de la notion de perfectionnement des enseignants et de la pratique du réexamen continu des programmes.

3. Le perfectionnement des enseignants dans l'enseignement du Jazz et de la Pop

Tous les participants ont reconnu la nécessité d'un perfectionnement des enseignants de Jazz et de Pop. La discussion a porté sur les valeurs et les besoins qui orientent l'élaboration des programmes, plus que sur les subtilités de la pratique pédagogique :

3.1 Contenu :

Les participants ont convenu que :

- Le jazz et l'enseignement du jazz sont nés aux États-Unis, mais il est nécessaire de revoir la *relation* avec le canon éducatif. En particulier, il a été suggéré que la domination du *bebop* était disproportionnée et de ce fait, restrictive.

- Les choix institutionnels quant au contenu des programmes sont déterminés par des systèmes internes de valeurs et de perceptions des besoins, pour le compte des étudiants et des formes artistiques.
- Il est nécessaire que les cours (enseignants) de Jazz/Pop :
 - reconnaissent les *besoins* et les *buts* des étudiants ainsi que leur connaissance innée d'eux-mêmes,
 - apprécient « l'enjeu » de la diversification et ses conséquences sur le flux des formes artistiques,
 - s'intéressent à *l'élément moteur* qui a conduit un étudiant à s'inscrire au conservatoire et reconnaissent que ce profond élan « vocationnel » doit être nourri pendant toute la formation supérieure. Le terme de « profil artistique » a été suggéré, pour le distinguer d'un profil académique singulier,
 - comprennent l'impact direct du style d'enseignement sur l'apprentissage, comme le montrent les résultats de stratégies d'enseignement et d'apprentissage caractérisées par la *discussion* et la *souplesse*, par opposition à une *transmission de contenu* mal équilibrée et didactique,
 - intègrent ces principes dans le programme.

3.2 En termes de perfectionnement/formation des enseignants :

Le débat a porté sur les valeurs évoquées ci-dessus plutôt que sur le genre de perfectionnement qui serait le plus utile. Quoi qu'il en soit, il a été suggéré que :

- Le perfectionnement de l'enseignant devrait favoriser et développer son appréciation du *profil artistique* de l'étudiant.
- Les enseignants devraient chercher à adapter leurs stratégies d'enseignement et d'apprentissage aux besoins de chaque étudiant.
- Les pédagogies doivent être « intelligentes » et évolutives en périodes d'immenses fluctuations sociales et artistiques, afin de s'adapter fidèlement à la variante humaine.
- Les enseignants et les concepteurs de programmes d'études doivent être attentifs à la distinction entre les principes et valeurs d'un apprentissage centré sur l'étudiant et ceux des pédagogies basées sur la transmission, dans lesquelles l'acquisition de compétences prescrites reçoit des récompenses disproportionnées.
- Il y a de la place pour 2 types d'enseignants :
 - *Les habiles pédagogues*, capables de s'adapter mais dont le travail se fonde sur un savoir faire pédagogique solide et moderne. Il s'agit de professeurs spécialisés en même temps que d'interprètes.
 - Les spécialistes « *fous* », ces polyvalents spécifiques à l'enseignement musical (en particulier le secteur jazz/pop). Ces professeurs ont un rôle à jouer mais doivent adopter les principes fondamentaux d'un programme centré sur l'étudiant.

En conclusion, il se dégagait un consensus sur une reconnaissance générale des valeurs listées ci-dessus mais aussi sur le fait que la mise en œuvre d'une évolution des programmes d'études et de la pédagogie serait un long processus.

3.3 Interprétation de l'animateur de la discussion

- Toute discussion sur le perfectionnement de l'enseignant commence inévitablement par une mise en lumière des lacunes du programme par rapport aux valeurs philosophiques auxquelles on est attaché. En raison du temps imparti, il était difficile de progresser vers une discussion sur la manière dont les établissements pourraient développer le personnel pour réaliser le genre de valeurs adoptées, a fortiori par rapport aux cadres institutionnels.
- Il n'est donc pas surprenant que la discussion ait été définie comme modèle de commentaire carentiel, abordant *ce qui ne va pas* et non des suggestions concrètes pour aller de l'avant. Si le contexte de la discussion était de nature générale, avec un large éventail d'expériences dans des situations très diverses à travers l'Europe, elle était néanmoins assez représentative de la manière dont le secteur noue le dialogue sur la pédagogie et le perfectionnement des enseignants. Pour résumer, la connaissance des cadres éducatifs et de la recherche pédagogique est assez variable.
- Les informations semblent régulièrement suggérer un besoin :
 - de contextualiser les relations avec les connaissances et développer une appréciation mesurée des relations avec la tradition et l'innovation,
 - identifier une position pluraliste concernant les genres, plutôt qu'une approche *no-genre/beyond-genre* (pas de genre/au-delà du genre) notamment afin d'inclure les notions d'identités musicales et personnelles.
 - Il peut s'avérer utile pour l'AEC d'envisager la promotion de modèles de meilleure pratique de développement du personnel dans l'enseignement du jazz et de la pop, en particulier en ce qui concerne l'enseignement et l'apprentissage/la pédagogie. Viennent à l'esprit des modèles comme le mentorat, le co-mentorat, ainsi que des mécanismes formels de formation des enseignants comme l'observation des cours et une pratique réflexive triangulée.
 - Pour les mêmes raisons, il serait utile pour l'AEC de promouvoir l'engagement dans la recherche pédagogique dans les domaines Jazz et Pop.

Dernière remarque : l'insistance sur le modèle axé sur l'étudiant était louable mais peut-être exagérée. En effet, il n'y a pas eu d'occasion d'aborder l'idée des étudiants diplômés comme leaders artistiques/sociaux/éducatifs avec des responsabilités envers des groupes sociaux plus larges ou encore la question du rôle des musiciens professionnels ou des acteurs éducatifs plus âgés ou avec plus d'expérience en ces temps de changement continu.

Les différences dans l'éducation des (futurs) musiciens de jazz et de pop

Par Giel Dekkers, *The Real Band*

Au cours de la Plateforme Pop & Jazz de l'AEC à Berklee Valencia, j'ai eu le plaisir d'animer une séance « Bar Camp » sur les différences entre l'enseignement de la pop et du jazz. Lors de précédentes rencontres de la PJP, je m'étais rendu compte que les deux secteurs étaient souvent abordés comme un seul type d'enseignement. Je me suis donc intéressé à remettre en cause les similitudes et les différences entre les nombreux aspects de l'enseignement de la pop et du jazz. Ce « Bar Camp » a abordé la structure et le contenu des programmes, les compétences nécessaires du personnel enseignant et le lien entre les établissements d'enseignement et le secteur professionnel.

La diversité des horizons géographiques des participants : Pays-Bas, Italie, Espagne, Lettonie, Autriche, Belgique et Norvège, assurait un vaste éventail de points de vue sur le sujet. La discussion a rapidement bifurqué du questionnement abstrait - « Quelle est la définition de la musique populaire ? - vers des problèmes spécifiques plus concrets. Certaines thématiques, dont la nécessité d'inclure une formation à l'entrepreneuriat dans les programmes et le rapport des écoles de musique à l'industrie musicale, vues très divergents. La tension naturellement présente entre l'enseignement et l'industrie s'est avérée particulièrement pertinente dans la discussion sur l'enseignement de la musique pop.

Si plusieurs écoles de musique laissaient délibérément l'industrie hors de leurs programmes, d'autres établissements étaient convaincus de l'impossibilité d'enseigner la musique pop sans référence constante, d'une manière ou d'une autre, aux industries créatives. Leur vision déclarait que l'enseignement de la musique pop devrait, par définition, être orienté vers l'industrie : voilà la différence fondamentale entre l'enseignement de la pop et celui du jazz.

Plusieurs participants ont remis en question cette déclaration. Toutefois, la discussion qui a suivi a fait apparaître des points de vue partagés, en particulier lorsqu'il fut question des compétences nécessaires des étudiants : tous les participants convinrent du fait qu'il existe une différence entre les « compétences pop » et les « compétences jazz ». Un dialogue sur les différentes interprétations et définitions de ces deux types de compétences s'avéra un outil de travail efficace pour discuter de l'éducation musicale en général. L'examen plus détaillé de ces compétences conduisit tout naturellement à discuter de leurs méthodes d'enseignement en abordant, entre autres sujets, le rôle du

professeur, la structure du programme et la nécessité de passerelles avec d'autres genres et industries.

Manifestement, le Bar Camp n'a pas abouti à une définition claire et unanime de la différence entre l'enseignement de la pop et du jazz. Toutefois, le thème a passionné bon nombre de participants à la PJP, *intra* et *extra* Bar Camp. La volonté de discuter plus en détail pourrait de cette question pourrait ouvrir un dialogue pertinent pour les formateurs des deux domaines. La Plateforme Pop & Jazz de l'AEC me paraît le lieu idéal pour un tel dialogue. Espérons que le Bar Camp de Valencia a donné un premier aperçu du sujet et favorisera l'ouverture du débat en de futures occasions.

IV. IDÉES ET OPINIONS

Diversité et identités parmi les artistes et les publics – Entretiens avec les intervenants et les participants

par Jef Cox, stagiaire de l'AEC

Au cours de la Plateforme Pop et Jazz, plusieurs entretiens avec les intervenants et les participants ont permis de recueillir et de comparer les idées sur la diversité et les identités des artistes et des publics. Les mêmes questions ont été posées à toutes les personnes interrogées. Les réponses ont donné un aperçu de la perception par les artistes contemporains de la valeur ajoutée de la diversité et de l'éclatement des limites dans leur prestation artistique. Elles ont également souligné de nouvelles manières créatives et inhabituelles de toucher un plus large public. Choisis au hasard, les participants interrogés étaient confrontés aux mêmes questions. Leurs commentaires et leurs idées permettent de mieux comprendre comment les établissements d'enseignement musical supérieur abordent la diversification des genres, les identités et le développement du public, et comment ceci se reflète dans les programmes et les cours proposés aux étudiants.

La déclaration du chanteur de jazz belge **David Linx** à son agent témoigne du piège principal qui guette les artistes qui essaient de toucher un public plus vaste :

Faites connaître ma musique au plus vaste public possible. Mais je ne vais pas changer ma musique pour avoir un plus vaste public. C'est un puits sans fond. Si vous faites ça, il n'y a plus de limites et vous vous perdez vous-mêmes.

Trouver de nouveaux publics n'implique pas nécessairement que les artistes doivent changer leur musique. Pour **Scott Cohen**, de la société de distribution musicale The Orchard, les artistes n'ont pas à adapter leur art, mais plutôt à s'adapter à la manière de trouver les publics aujourd'hui : les artistes doivent être dans une recherche active de nouvelles voies de distribution musicale. À cet égard, les musiciens classiques et leurs homologues de jazz pourraient tirer des leçons de l'industrie de la pop. Scott identifie les enjeux suivants pour les étudiants en cours de formation et les récents diplômés :

Le volume de création de contenu dépasse de loin les possibilités de consommation.

Les artistes veulent trouver de nouveaux publics, mais les publics ne veulent pas forcément être trouvés. Tout le problème est là, parce que la vie est trop courte pour connaître tous les univers artistiques, toute la musique du monde. Les journées n'auront jamais que 24 heures. Il y a 30 millions de titres disponibles sur Spotify. Je ne peux pas écouter 30 millions de titres : il faudrait je ne sais combien de vies, combien de siècles. Sans compter que je pourrais vouloir réécouter un titre plusieurs fois. Premier problème, donc : tant de créations et pas assez de temps pour consommer cette création. Voilà la toute première donnée fondamentale qu'il nous faut bien accepter : le volume de création de

contenu dépasse de loin les possibilités de consommation. [...] Le problème est souvent que les artistes les plus accomplis en termes de maîtrise de leur instrument et de leurs compétences sont parfois ceux qui n'aiment pas se lancer dans la voie que prendrait un artiste pop. Ils peuvent même être très dédaigneux. Ils regardent dans une direction, par exemple Miley Cyrus et Justin Bieber et se moquent : « Oh, c'est de la pop » au lieu de se dire : « Voyons ce qu'ils font pour en tirer des leçons et à la place de la pop, essayons de faire passer par ce canal quelque chose qui a du sens. C'est très exactement la question : la musique classique et le jazz et les musiciens plus sérieux peuvent-ils utiliser les médias sociaux et autres outils disponibles de la même manière qu'un artiste pop ?

Non seulement les étudiants musiciens devraient apprendre à utiliser et comprendre les nouveaux canaux de distribution, mais il faudrait aussi les pousser à chercher eux-mêmes de nouvelles manières d'aborder les publics, déclare le compositeur hollandais **Merlijn Twaalfhoven**. Les jeunes artistes devraient provoquer les publics au lieu de se plier à leurs attentes. Il explique sa propre démarche dans ce sens :

[Aujourd'hui,] le parcours de l'auditeur est sans risque. Il fait les choix qui répondent exactement à ses envies. C'est une attitude consumériste. ... Si le musicien, ou tout autre artiste, peut partager une interrogation sur la société ou sur l'identité et établir un lien avec le public, s'ils peuvent vivre ce cheminement ensemble, alors la démarche a vraiment du sens, à mon avis. Mais si l'artiste se contente de donner une grande réponse au lieu de poser une question, le public dit « Ah ! Bien ». Peut-être même écouterait-il de nombreuses réponses mais il ne pourra pas vraiment changer ; cette démarche ne l'aide pas.

Pour offrir à des plus vastes publics une nouvelle expérience stimulante, Merlijn Twaalfhoven a également fait l'expérience de divers types de prestations, dans lesquelles il change délibérément les contextes traditionnels de consommation de la musique :

<i>Je pense que chaque style, chaque genre, entraîne un certain comportement du public, et ce comportement fait l'expérience - il définit l'expérience. Dans un concert de rock, mon expérience est de sauter et de bondir au milieu de la foule. Dans un concert classique, mon expérience est d'être assis et d'écouter en silence. Qu'arrive-t-il si vous sautez et bondissez de joie dans un concert de musique classique ? Je voulais savoir : j'ai donc essayé. L'expérience du public en a été totalement transformée. [...] Je voudrais vraiment transformer le contexte pour le contenu. [...] les yeux du public puissent pas voir ce qu'ils ne voient pas. Ils vivent une expérience très, très marquante d'un concert de musique</i>	<i>Qu'arrive-t-il si vous sautez et bondissez de joie dans un concert de musique classique ? Je voulais savoir : j'ai donc essayé. L'expérience du public en a été totalement transformée.</i>	<i>t-il si vous sautez joie dans un classique ? Je donc essayé. public en a été transformée. [...] Je faudrait vraiment contexte pour contenu. [...] les yeux du public puissent pas voir ce vivent une très marquante musique</i>
--	--	--

expérimentale, vous avez. J'ai parfois engagé des cuisiniers, utilisé des odeurs, juste pour créer des atmosphères différentes. Au-delà d'un concert, c'est une expérience totale. J'ai utilisé des lieux différents, des lieux architectoniques afin que le public ressente l'espace comme partie intégrante de l'expérience, et le son de cet espace auquel il se rattache.

Pour entrer en contact et influencer plus de gens, le chanteur palestinien de R&B **Muhammad Mughrabi** a sa propre « stratégie ». Pour lui, le mélange de différents genres, à condition de ne pas perdre son identité artistique, est la clé qui permet de toucher de nouveaux publics qui n'écouteront probablement pas un certain genre de musique en raison de leur contexte culturel :

L'influence de la culture que vous pouvez entendre dans ma musique est très nette dans les rythmes, dans la mélodie. Il est très important, pour qui veut être artiste, quelle que soit sa forme d'art, de réfléchir encore et encore à ce qu'il ajoute à cette forme d'art - quel que soit cet ajout. À mon avis, pour réussir à toucher plus de gens, la seule voie pour un artiste est d'essayer sans cesse d'ajouter un élément nouveau et de conserver son identité en la combinant avec cette forme d'art, afin de parvenir au caractère unique de ce qu'on fait. À mes yeux, un artiste sans identité n'est pas un artiste.

De par sa nature même, la musique de Muhammad Mughrabi est au carrefour des cultures. En tant qu'artiste, il trouve tout à fait normal de mélanger différentes traditions culturelles. Il explique comment cela se passe en pratique et souligne la valeur ajoutée de cette traversée des frontières entre les genres et les cultures. Malgré le fait que son code de transmission - le hip-hop, un style musical occidental - soit inhabituel dans le contexte dans lequel il travaille, il parvient à relier un vaste public palestinien à ses textes :

Tout artiste grandit dans une certaine culture dont l'influence sur sa vie sera une expérience personnelle, individuelle et unique. Cette influence sera manifeste dans son œuvre. L'exemple pourra sembler étrange mais en Palestine, la musique mainstream, la seule industrie musicale, le seul succès que vous pouvez avoir, c'est la musique de mariage. C'est curieux mais en Palestine c'est comme ça. J'aime cette musique, j'ai grandi avec et je l'ai toujours appréciée. Aussi j'essaie de développer ces mélodies et ces rythmes que je connais bien (comme beaucoup de gens) et de les mélanger de manière créative avec le hip hop. Ainsi mon hip hop reste connecté à ma culture et aux airs familiers de ma jeunesse. ... Quand j'ai commencé à faire du rap, tout le monde a pensé que j'allais copier la scène rap américaine, surtout son contenu. Mais quand nous avons commencé à sortir des disques et à faire des concerts, j'ai constaté avec surprise que des gens plus âgés assistaient aux concerts et respectaient cette forme de musique à cause de son contenu. Nous vivons au même endroit et nous sommes dans une situation où la protestation, la résistance non-violente et le plaidoyer pour la cause palestinienne sont très, très importants. Ce public se sentait très concerné parce que je racontais l'histoire d'un réfugié originaire de tel endroit, confronté à telle ou telle situation. Nous avons ce sentiment d'appartenance commune. Le public oubliait la forme de l'expression mais se rattachait au fond.

Danilo Pérez souscrit au point de vue de Muhammad Mughrabi et souligne l'importance de sensibiliser les étudiants à la valeur ajoutée de la traversée des genres dans leur prestation et dans leur création musicale :

Dans l'absolu, mon identité possède en fait cet élément transversal. Pour moi, le plus gratifiant n'est pas de se concentrer sur nos différences mais sur nos points communs en tant qu'êtres humains.

Comment les établissements d'enseignement musical supérieur peuvent-ils aider les étudiants à relever les défis du développement du public ? **Susanne Mesia** de l'université des sciences appliquées « Metropolia » de Helsinki, Finlande, insiste sur le fait qu'il est de leur responsabilité d'avertir les étudiants qu'après leur diplôme, ils devront trouver un public eux-mêmes :

En fait, je pense que eux-mêmes qui ont leur public. Notre vision en leur disant l'extérieur de monde à découvrir. Et prestation dont ils idée. D'une certaine

En fait, ce sont les étudiants eux-mêmes qui ont une idée étroite de leur public.

ce sont les étudiants une idée étroite de tâche est d'élargir cette qu'il existe à l'établissement tout un aussi des modalités de n'ont encore aucune manière, les étudiants

sont ... je n'aime pas le mot « étroits d'esprit », mais ils ne savent pas et ne veulent pas vraiment savoir. Nous devons les pousser. Par exemple, nombre de mes étudiants sont de futurs pédagogues qui s'imaginent qu'ils vont enseigner dans le cadre du cours instrumental individuel. Aussi je leur dis : « Pour beaucoup d'entre vous, ceci ne représentera pas plus de cinq heures par semaine. Vous devrez donc trouver autre chose. » Nous essayons d'élargir leur univers. En premier lieu, il faut connaître son public, savoir où il est et comment l'atteindre.

Lars Ohlsson, de l'Académie de musique et de théâtre de Göteborg, en Suède, explique comment les établissements peuvent intégrer des cours ou des projets dans leurs programmes afin que les étudiants puissent obtenir une expérience pratique du développement du public :

Ils se lancent sur le marché indépendant et ne peuvent pas imaginer qu'ils sont simplement des musiciens, qu'ils joueront peut-être à Stockholm le lundi mais à Göteborg le mardi etc. Non, ce n'est pas le cas. Il faut trouver, il faut s'occuper de son propre public. Il est important de ... en fait nous ne leur enseignons pas ça mais ils apprennent par l'action, pour ainsi dire. Par exemple, en février, nous disons aux étudiants : « Vous partez en tournée ». On en parle, on évoque leurs besoins. Ensuite, ils pensent que nous allons organiser les concerts et financer le bus pour les déplacements ! Non, nous sommes dans la vraie vie : nous vous sponsorisons sans un sou !

Les participants interrogés devaient aussi expliquer comment les établissements peuvent encourager les étudiants à faire des passerelles et mélanger les genres afin d'enrichir leur personnalité artistique. Peu d'entre eux, toutefois, pensaient que les établissements

devaient prendre un rôle actif dans le processus. Pour **Edward Partyka** de l'université de musique et des arts de la scène de Graz, en Autriche :

La grande diversité des origines géographiques des individus assure déjà le brassage de toutes leurs influences. Nous donnons à nos étudiants les meilleurs outils possibles : la technique, les fondamentaux, une conscience de la tradition - de sorte qu'ils aient les moyens de s'exprimer librement. De leur côté, ils apportent la créativité, la fantaisie, l'imagination. Et en raison de leurs origines différentes, comme je l'ai dit, une pollinisation croisée existe déjà. Par ailleurs, l'évolution de la société fait que les jeunes sont exposés très tôt à une multitude de styles et de genres musicaux différents. Pour moi, c'est un processus automatique qu'il n'est pas vraiment besoin d'encourager.

Jamill Sheriff du Leeds College of Music, au Royaume-Uni, partage cet avis :

J'ajouterai juste un point : il s'agit de créer un environnement que les étudiants considèrent comme un habitat naturel dans lequel se réunir et créer quelque chose de nouveau. Essayer coûte que coûte d'ajouter de la diversité dans le programme, c'est évoluer en terrain dangereux. Mais qui sait ? J'ai peut-être tort mais je pense que si vous pouvez trouver un espace dans lequel la collaboration entre étudiants se passe naturellement, il en naîtra quelque chose de très authentique.

Jaromir Honzak de l'Académie des arts de la scène de Prague, en République tchèque, souligne que les établissements devraient simplement inspirer, plutôt que pousser leurs élèves à intégrer différents styles et genres dans leur prestation :

Nous essayons de leur fournir toute l'information dont ils ont besoin : tous les aspects techniques, un langage musical, l'histoire, l'harmonie, etc. mais ceci ne doit être qu'un outil pour devenir eux-mêmes. Ils doivent devenir qui ils sont, et ils pourraient le faire en jouant une tout autre musique que le jazz. [...] Laissons-les devenir ce qu'ils souhaitent, et nous ne pouvons les aider qu'en leur donnant l'information musicale de base.

La musique improvisée en live et les publics – réflexion personnelle

par Stefan Heckel, Université des arts de la scène, Graz

Le jazz et les styles et genres contemporains qui lui sont associés ont en commun une qualité distincte : à divers niveaux, la musique est créée en direct devant un public. Ce qui est précomposé est transformé et modifié à chaque prestation. Dans une certaine mesure, ceci s'applique à toute prestation musicale y compris quand il s'agit de compositions entièrement écrites. Mais le volume d'imprévisibilité (positive) et le potentiel de changement sont accrus par un élément majeur : *l'improvisation*.

Je prends ici le terme d'improvisation dans un sens général d'acte de création musicale spontanée et sans notation détaillée, pratiqué dans un environnement interactif où l'écoute (l'oreille) se substitue en quelque sorte à la lecture (l'œil). Je n'aborde pas les genres spécifiques comme l'improvisation jazz ou ce qu'on appelle l'improvisation non-idiomatique (libre).

Comment un public perçoit-il ces événements live ? La présence d'un public influence-t-elle le déroulement d'une prestation (partiellement) improvisée et en conséquence enrichit l'expérience générale pour les auditeurs comme pour les interprètes ? Je citerai Derek Bailey (1930 - 2005), guitariste, improvisateur et auteur d'un livre sur l'improvisation :

La réactivité de l'improvisation à son environnement place la prestation dans la position d'être directement influencée par le public.⁷

Le compositeur et professeur britannique Richard Orton (1940 - 2013) écrit :

Pour un improvisateur, la qualité d'immédiateté concentre l'attention de manière extraordinaire et permet à la qualité d'être associée au terme de « courant de conscience » d'être canalisée dans l'expression musicale. Un public, témoin averti de ce processus, peut renforcer ce sens de l'événement et permettre une concentration encore plus grande.⁸

Existe-t-il un potentiel de développement d'un public, fondé sur l'expérience transformatrice inhérente à un tel événement ? Richard Orton brosse un tableau assez peu optimiste de l'attitude du public :

À l'heure actuelle, le public des concerts est largement conservateur. Il ne souhaite pas changer ses perceptions musicales mais plutôt reproduire une expérience esthétique déjà acceptée, pour confirmer ce qu'il connaît et apprécie déjà.⁹

⁷ Derek Bailey: *Improvisation. Its Nature and Practice in Music*, Da Capo Press 1992

⁸ Richard Orton: *From Improvisation to Composition*. In: *Companion to Contemporary Musical Thought*; Routledge 1992

⁹ Ibid.

En musique improvisée, la prestation sans beaucoup de matériel précomposé ou noté constitue l'acte même de composition en temps réel. On souhaite des surprises mais le risque d'échec est toujours présent. Un public averti attend des interprètes qu'ils créent de la bonne musique sur le champ ; il appréciera les passages brillants et acceptera les moments musicaux plus faibles. Reste une impression de mutation, perçue par les auditeurs et par les exécutants. Dans une certaine mesure, cet effet de mutation est réel dans toute prestation musicale, mais la musique improvisée accentue encore cette impression.

En terme de développement du public, il ne semble pas totalement impossible de promouvoir ces qualités des musiques improvisées live et de les « vendre » à un plus vaste public appartenant ou non aux groupes d'experts ci-dessus mentionnés. Un argument clé pourrait être que l'improvisation est en rapport étroit avec la vie personnelle de chacun. Comme l'écrit le compositeur et théoricien américain Frederic Rzewski :

Parce qu'elle ressemble à la vraie vie du quotidien en raison de son caractère précaire et imprévisible, l'improvisation contient une incontournable composante de réalisme à laquelle beaucoup de gens peuvent s'identifier immédiatement, même si le langage musical leur est étranger.¹⁰

Du point de vue du public, la musique est souvent une affaire très personnelle. Beaucoup de gens aspirent à une expression musicale dans laquelle ils puissent se reconnaître à un moment donné de leur vie, certains comme auditeurs passifs ou actifs, d'autres comme interprètes professionnels ou amateurs, chercheurs etc. Certaines personnes seront comblées par la découverte d'un format (style, groupe, cadre) qui leur conviendra toute leur vie. D'autres trouveront dans la quête de nouveaux sons un élément essentiel de leur épanouissement personnel en tant qu'êtres humains. La musique improvisée ou partiellement improvisée semble avoir la capacité d'attirer des publics à l'esprit ouvert mais n'ayant jamais été exposés auparavant à cette impression musicale. Une promotion et une publicité appropriées pour ce genre de concerts seraient peut-être une clé du succès, comme pourraient l'être une présentation soignée de quelques éléments d'orientation du public par les interprètes.

Évidemment, cette question devient politique dès qu'on examine plus à fond le marché, la distribution et la promotion d'une musique qui refuse de répondre aux attentes.

Mihaly Csikszentmihaly, psychologue américain et auteur de « FLOW: The Psychology Of Optimal Experience » écrit :

L'étape la plus importante d'une émancipation des contrôles sociaux est la capacité de trouver des récompenses dans les événements de chaque instant. Si quelqu'un apprend à apprécier et trouver du sens dans le flux constant des expériences, dans le processus même de la vie, le fardeau des contrôles sociaux

¹⁰ Frederic Rzewski: In: Audio Culture. Readings in Modern Music, Continuum 2004

*tombera automatiquement de ses épaules. [...] Ce n'est pas d'entendre qui améliore la vie, c'est d'écouter.*¹¹

Les professeurs et les dirigeants de l'enseignement musical supérieur chargés de répondre aux besoins des futurs musiciens professionnels ont une responsabilité majeure dans le développement des nouveaux publics. Les interprètes, tous genres musicaux confondus, peuvent tirer profit de la compréhension de la mécanique et des effets de l'improvisation musicale, et ceci aura un impact sur leur public. Supposons que toute la musique du monde soit un « gros gâteau » : n'oublions pas que le plus gros morceau a toujours eu l'improvisation comme ingrédient naturel. *On The Edge*, documentaire réalisé en 1992 par la chaîne britannique Channel 4, est un magnifique témoignage de l'improvisation dans la musique indienne, dans le flamenco, chez les organistes d'église et dans d'autres styles. Je suis convaincu qu'une implication accrue dans l'enseignement et l'apprentissage de l'improvisation dans tous les genres, et à tous les niveaux y compris l'EMS, aiderait à développer de nouveaux publics.

¹¹ Mihaly Csikszentmihaly: *Flow. The Psychology Of Optimal Experience*; Harper Perennial, New York 1990

Question et réponse – quelle pourrait être la contribution de la musique populaire au débat actuel sur le développement du public ?

par Dr. Harald Huber, professeur de théorie et d'histoire de la musique populaire à l'Université de musique et des arts de la scène de Vienne

Je participe aux conférences PJP depuis leur création, en 2005, et j'ai été particulièrement attiré par le thème de la dernière rencontre, à Valencia : « Développer la diversité et les identités parmi les artistes et les publics ». Je remercie le groupe de travail de me donner l'occasion d'ajouter quelques réflexions sur le sujet.

D'un côté, l'approche actuelle de la théorie et de l'histoire de la musique populaire est liée à des genres musicaux comme la pop, le rock, le jazz, la world, la dance, le hip-hop etc.. De l'autre, elle met en évidence le mot « popularité » sous tous ses aspects. Elle s'occupe de nombreux types d'expression musicale répandus sur toute la planète, au-delà de la musique classique ou traditionnelle - indépendamment du volume de leurs publics - et soulève des questions sur les facteurs appropriés à la création de vastes publics régionaux ou internationaux.

Dans l'histoire de la musique populaire, la liste est longue d'exemples montrant comment l'interrelation entre musique, textes, personnage, présentation, promotion et contexte social a créé le phénomène d'identification par de vastes publics. Cette identification peut se rapporter à un morceau de musique (une chanson, un titre à danser, etc.), un interprète (une voix, une image, etc.) ou une production (un album, un concert, un film, etc.). L'histoire montre aussi que le rapport entre les œuvres et les publics dépend, d'une part, de facteurs musicaux, comme le principe de « question et réponse » des genres afro-américains, qui ouvre la prestation et invite les auditeurs à participer. D'autre part, nous pouvons voir que différents types de média, comme les partitions imprimées, les enregistrements, les fichiers son et les programmes radiophoniques et télévisuels ou les plateformes internet, donnent accès aux œuvres et aux possibilités de publicité et de promotion.

Nous devons donc considérer deux types de publics : les « **publics immédiats** », « composés d'individus qui sont des sujets face à face » avec un orateur ou un interprète, et les « **publics par médiation** », qui « consomment des textes » ou des œuvres musicales par le biais de la télévision, la radio, et l'Internet, c'est à dire des médiums qui séparent l'interprète et le public. Les modalités et le degré de « **participation du public** »¹² sont un autre aspect important de ces deux types de publics.

Les modalités de la participation du public seront emblématiques de chaque « univers stylistique » musical (le terme inclut tous les cadres artistiques et sociaux d'un genre). En musique classique, par exemple, la participation du public immédiat se traduit par la position assise, une écoute attentive, une lecture éventuelle des notes de programme et des applaudissements à des moments particuliers en cours et à la fin de la prestation (« le rituel du concert »). Dans le jazz, il est permis d'applaudir après des solos improvisés,

¹² Wikipedia, l'encyclopédie libre : article "Audience" (en anglais)

parfois même de manger, de boire et de danser pendant la prestation. En musique trad. et world, tout est possible, de la participation à un rite ethnique dont la musique est une des composantes à l'écoute attentive d'une prestation sur scène. Dans l'univers de la dance électronique (et du hip-hop), il n'est généralement pas possible de s'asseoir : le public est censé danser et bouger pendant le spectacle. Dans le rock et la pop, le public est invité à frapper dans ses mains, chanter et danser jusqu'à des formes extrêmes d'action physique comme le « stage diving », c'est à dire le plongeon depuis la scène dans la foule. Enfin, *last but not least*, en musique populaire folklorique (« schlager ») on s'attend à la participation physique du public sur la piste de danse, ainsi que manger, boire et chanter, etc. (« rite d'animation »).

Le comportement commun aux publics par médiation est de choisir parmi une variété d'offres de programmes (« communication unidirectionnelle »). Mais les nouvelles technologies (« le virage numérique ») ont ouvert de nombreuses possibilités de participation et d'interaction du public : diffusion ou streaming d'événements en direct mais aussi utilisation d'enregistrements ou de fichiers son pour danser et utilisation de toutes les possibilités de l'internet pour communiquer et créer par « mash up » de nouvelles œuvres audiovisuelles à partir de matériel préformé. Ainsi, la participation du public est passée aujourd'hui à un autre niveau.

Le développement du public - selon la définition du Conseil des arts d'Angleterre (Arts Council of England) :

*[...] décrit l'activité entreprise spécifiquement pour répondre aux besoins des publics existants et potentiels et pour aider les organisations artistiques [et culturelles] à développer des relations suivies avec les publics. Ceci peut comprendre des aspects de marketing, de commande, de programmation, d'éducation, de suivi du client et de distribution.*¹³

Les nouvelles technologies (« le virage numérique ») ont ouvert de nombreuses possibilités de participation et d'interaction du public.

Depuis le début, dans les années 1970, et jusqu'à aujourd'hui, l'approche s'est toujours efforcée d'être inclusive et de trouver des publics en dehors du courant majoritaire, c'est à dire des « nouveaux publics » ou des « publics issus de groupes socialement exclus ».

En réaction aux statistiques qui montrent une tendance à la baisse de la participation culturelle en Europe de 2007 à 2013, le Parlement et le Conseil européens ont décidé d'inscrire le « développement du public » dans le Programme « Europe créative » de 2014 à 2020. Les objectifs et les stratégies de ce document officiel soutiennent - comme stipulé à l'article 4(b) - non seulement des mesures « pour atteindre des publics nouveaux et élargis ... en mettant l'accent sur les enfants, les jeunes, les personnes handicapées et sous-représentées » mais elles suggèrent aussi indirectement de s'inspirer des modèles performants de promotion et de gestion de l'univers de la musique populaire. Ces « stratégies de crossover » s'observent principalement dans le domaine de la musique classique (par ex. la présentation d'ensembles classiques dans des clubs avec des jeux de lumières et des visuels, des clips vidéo pour des airs classiques, des jeux interactifs sur ordinateur avec des contenus pédagogiques, etc.). Tant que ces stratégies respectent les

¹³ Wikipédia, l'encyclopédie libre : Audience Development (en anglais)

comportements culturels dans les domaines stylistiques de la musique populaire, de tels échanges peuvent s'avérer parfaitement fructueux.

Quelles conséquences pour les programmes d'enseignement musical en Europe ?

Le rapport entre l'identité artistique et les besoins des publics en matière de musique et d'offres d'identification devrait être un point important pour les étudiants de l'enseignement musical supérieur.

Les étudiants devraient :

- être informés sur le sujet du « développement du public » et se familiariser avec des modèles de bonne pratique ;
- avoir la possibilité de développer leurs propres projets artistiques et intégrer leurs présentations publiques (concerts, clips etc.) dans le programme d'études ;
- essayer différents modèles pour entrer en contact avec de nouveaux publics et concevoir des événements permettant de faire des expériences dans différents contextes sociaux ;
- développer et réaliser des projets crossover en commençant dans les établissements pop et jazz, en coopération avec d'autres unités internes ou externes à l'établissement.

L'université de musique et des arts de la scène de Vienne a élaboré en 2014/15 un nouveau programme de Master « Art & Pop », combiné avec des compétences pédagogiques. Ce programme s'efforce de tenir compte de toutes ces suggestions. Voilà sans aucun doute un résultat de la participation aux rencontres de la Plateforme PJP de l'AEC.

Sources :

<http://en.wikipedia.org/wiki/Audience>

http://en.wikipedia.org/wiki/Audience_development

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2013:347:0221:0237:EN:PDF>

http://www.emc-imc.org/events/share-and-learn-audience-development/documentation/Audience_development_and_special_actions_presentation_held_by_Karel_Bartak

VoCon : première réunion officielle

par Maria Pia De Vito (membre du groupe de travail PJP), Annemarie Maas et Anders Ørsager

13/14 février 2015, Berklee College of Music, Valencia, Espagne

Qu'est-ce que VoCon ? : Né à l'initiative de Maria Pia De Vito (Conservatorio di Santa Cecilia, Rome), Anders Ørsager (Conservatoire de musique rythmique, Copenhague) et Annemarie Maas (Utrechts Conservatorium (HKU), Utrecht) et présenté pour la première fois lors d'une rencontre préliminaire à Trieste (rencontre PJP 2014), le projet VoCon est une plateforme pour les professeurs de chant de jazz/pop des Académies et Conservatoires membres de l'AEC. Créé dans le but d'échanger les bonnes pratiques, les résultats de recherches, et débattre de méthodologies, etc., VoCon entend être une communauté d'apprentissage.

La rencontre de cette année à Valencia a réuni 14 participants :

- Sidsel Endresen, Norges Musikkhøgskole, Oslo, Norvège
- Gun-Britt Gustafsson, Kungliga Musikhögskolan, Stockholm, Suède
- Ingela Hellsten, Académie de musique et d'art dramatique (HSM) Göteborg, Suède
- Helle Henning, Syddansk Musikkonservatorium Odense (ODNC), Danemark
- Sirje Medell, University of Viljandi Culture Academy, Viljandi, Estonie
- Susanna Mesia, Université Metropolia, Helsinki, Finlande
- Ken Norris, Hochschule für Musik und Theater, Hambourg, Allemagne
- Brian Zalmijn, Codarts, Rotterdam, Pays-Bas
- Carla Marcotulli, Conservatorio di Musica "Licinio Refice", Frosinone, Italie
- Lilian Jensen, Universitetet i Tromsø, Tromsø, Norvège
- Jenny Robson, Académie Sibelius (Uniarts) Helsinki, Finlande
- Anders Ørsager, Conservatoire de musique rythmique, Copenhague, Danemark
- Annemarie Maas, Utrechts Conservatorium (HKU), Utrecht, Pays-Bas
- David Linx, Conservatoire de Bruxelles, Belgique

Absents excusés :

- Maria Pia de Vito, Accademia Nazionale di Santa Cecilia, Rome, Italie
- Bebiane Bøje, Département Jazz de l'Académie royale de musique d'Aarhus, Danemark.
- Hilde Norbakke, Université de Agder, Christiansand

Après une brève introduction du concept de « VoCon » par Anders Ørsager et Annemarie Maas, un tour de table a permis à tous les participants de se présenter et de présenter

brièvement leur établissement, leur système d'enseignement et leur rôle dans les différents départements. Quelques exemples :

- À la Haute école de musique d'Oslo (Oslo Musikkhøgskole), l'étudiant peut choisir entre des études de pédagogie ou d'interprétation. Sidsel travaille au département « interprétation » dans lequel l'improvisation, très présente, est au programme des étudiants de jazz et de classique depuis 1994. Le département dispose d'une moyenne de 4 combos.
- Le Conservatoire royal (Kungliga Musikhögskolan) de Stockholm propose différentes matières comme l'écriture pour les auteurs-compositeurs-interprètes, le jazz, la pop, et des cours de technique. L'établissement admet chaque année de 2 à 4 étudiants chanteurs sur un effectif total de 30 à 40 étudiants. Le programme est intitulé « jazz », mais ne se limite pas strictement à cette matière.
- À l'Académie de musique et d'art dramatique de Göteborg, le département dans lequel travaille Ingela Hellsten est basé sur un « programme d'improvisation ». Chaque année sont admis 8 étudiants qui travaillent principalement en ensembles. Il existe aussi un programme pédagogique.
- Le Conservatoire d'Odense, au Danemark, accepte environ dix étudiants chaque année. Les étudiants sont orientés jazz et auteurs-compositeurs.
- L'université de Tromsø dispose d'un département classique et d'un département pop/jazz. Tous deux travaillent avec un professeur spécialisé en improvisation. (Marit S. Lillian enseigne la technique). Sur 10 nouveaux étudiants admis chaque année, 2 ou 3 sont des chanteurs.
- Le Conservatorio de Frosinone a un département classique et un département pop/jazz. Carla enseigne la technique de jazz. Chaque année sont admis 5 étudiants (environ). L'improvisation et la création de musique sont un objectif majeur.
- À Viljandi, le jazz, le folk et la pédagogie sont les principales matières. Chaque année sont admis 9 étudiants.
- À la Hochschule für Musik und Theater de Hambourg, le département s'intitule « jazz et musique associée ». Il existe aussi un département classique et les interactions entre les départements sont nombreuses. Chaque année sont admis 5 chanteurs.
- Le RMC de Copenhague accueille environ 25 étudiants par an, dont 2 à 4 chanteurs. Le système pédagogique se base sur le « pourquoi » et non le « comment » (*pourquoi faites-vous ce que vous faites?* plutôt que *comment faites-vous?*). L'objectif artistique est large. Les étudiants sont appelés musiciens et non « chanteurs », « guitaristes » etc.
- L'Académie Sibelius d'Helsinki possède un département jazz autonome.
- À Codarts, les départements jazz, pop, world music et classique sont très portés sur les croisements (*crossover*) musicaux. Le développement artistique est fondamental. Les questions : « Qui êtes-vous? Où voulez-vous aller? » sont essentielles. L'authenticité est un objectif important.
- Au département jazz & pop du Conservatoire d'Utrecht, les étudiants sont des « interprètes, créateurs et communicateurs ». Pour devenir « la meilleure version de

vous-même » en tant que chanteur, il est important d'être un instrumentiste bien formé. Tous les étudiants suivent également le programme pédagogique. Le Conservatoire faisant partie de la HKU (beaux arts, technologie musicale, théâtre, arts et économie), les cours interdisciplinaires prennent de plus en plus d'importance.

Présentations faites, nous avons abordé les principaux points d'intérêt :

Il s'est immédiatement dégagé un désir de communiquer et de partager l'information et les bonnes pratiques, d'apprendre les uns des autres de manière approfondie et de développer un dialogue constant entre nous. Les pays du Nord ont déjà adopté l'examen croisé par les pairs (*peer reviewing*) et l'attitude « d'ami critique ». La pratique est moins évidente dans les pays du Sud ou les pays « nouveaux venus » dans l'enseignement du Jazz et de la Pop dans les conservatoires. Par ailleurs, la palette de nos formations musicales, en tant que chanteurs et enseignants, est très variée : certains d'entre nous ont reçu une formation de musicien, d'autres sont autodidactes ou de formation classique, ou formés comme interprètes de « musique moderne ». Tout naturellement, nous avons discuté de techniques vocales, des différentes cultures vocales et de la richesse que représente cette diversité, mais aussi des problèmes générés par les similitudes et les différences des langages musicaux que nous enseignons. Il est de plus en plus clair que nos étudiants ne créent pas ou ne ressentent pas de frontières entre différents types de musique.

Par ailleurs, la thématique générale : « Enseigner le Jazz et/ou la Pop » a suscité beaucoup de réflexions sur la complexité à laquelle sont confrontés les enseignants et les établissements. À l'évidence, l'extrême diversité de notre champ de travail actuel ne cesse de croître. Il est de plus en plus clair que nos étudiants ne créent pas ou ne ressentent pas de frontières entre différents types de musique.

Quelles implications pour la suite ? Il y a tant de choses dont nous devons être conscients pour donner à nos étudiants un apprentissage dynamique de langues, d'improvisation, d'écriture de chansons, tout en les aidant à développer leur instrument vocal, leur musicalité, et leur propre univers musical. Nous sommes tombés d'accord sur l'importance du mot « educare » : « ex-ducere », littéralement « conduire hors », c'est à dire un enseignement qui cherche à faire exprimer une connaissance cachée en soi. Il faut d'abord écouter, commencer par ce que l'étudiant porte en lui, au lieu de le charger d'information.

Devant un programme d'une telle densité, il nous fallait manifestement plus de temps pour développer nos discussions et commencer à élaborer des plans. Nous avons décidé d'utiliser le « Bar Camp » du lendemain. Le 14 février, nous nous sommes retrouvés à la Cantina du Palau de les Arts, sur le thème : Quel avenir souhaitons-nous pour VoCon ?

Les résultats furent les suivants :

Notre objectif principal est de prendre l'habitude de considérer l'enseignement (vocal) comme un tout, de devenir une communauté d'apprentissage qui développe le sens et la compréhension par l'action. Pour ce faire, nous devons nous réunir sur une plus grande échelle : peut-être déjà en 2016, en ajoutant une journée à la rencontre PJP de l'AEC à

Codarts, à Rotterdam. Par la suite, nous pourrions travailler en petits groupes de membres de VoCon, et nous recevoir mutuellement dans nos établissements, mais nous devrions aussi organiser un futur Séminaire dans un de nos établissements et « pratiquer ce que nous prêchons », essayer de nouvelles formes de travail, montrer de manière pratique comment nous enseignons.

Nous commencerons par le partage d'information, d'articles (méthodologiques, etc.) sur la Toile. Pour l'instant, nous avons ouvert une page de groupe privé Facebook, mais nous devons trouver un meilleur environnement « web ». Dans l'intervalle, chacun de nous invitera plus d'enseignants et de collègues de nos départements aux futures rencontres.

La réunion a suscité nombre de réactions et commentaires enthousiastes par email. Nous attendons avec impatience la prochaine réunion !

Maria Pia De Vito, (Conservatorio di Santa Cecilia, Rome),

Annemarie Maas (Utrechts Conservatorium (HKU), Utrecht)

Anders Ørsager (Conservatoire de musique rythmique, Copenhague)

Différents points de vue sur le développement du public

Réflexions inspirées par l'atelier du Conseil européen de la musique : Share and Learn - Audience Development (*Partager et apprendre - atelier pour le développement du public*) - à Varsovie, les 24 et 25 mars 2015, peu après la PJP)

Par Sara Primiterra, Responsable Événements de l'AEC

Le Conseil européen de la musique a organisé un atelier sous le titre « Share and Learn - Audience Development » à Varsovie les 24 et 25 mars 2015, en collaboration avec le Conseil polonais de la musique et avec la participation de nombreux représentants du secteur musical, principalement du volet économie/production mais aussi du côté éducatif.

Chris Denton, grand professionnel de la commercialisation et de l'image de marque culturelles au R-U, a présenté le développement du public du point de vue du marketing, et offert sa perspective de représentant de l'industrie de la musique. Il a déclaré qu'avant de se concentrer sur le développement du public, les acteurs culturels et créatifs doivent mettre au net leur propre identité, en termes de mission - vision et valeurs. Il a dressé une liste de mots-clés à garder à l'esprit dans le cadre d'une stratégie de développement du public :

- ✓ Acquisition
- ✓ Maintien
- ✓ Fréquence
- ✓ Cross Over
- ✓ Confiance
- ✓ Engagement
- ✓ Loyauté
- ✓ Amour

Il affirme que, pour les entreprises ou les salles, le directeur artistique est le premier responsable du développement du public. Il a souligné l'importance de la collecte de données afin de réaliser une analyse comportementale du public d'aujourd'hui et l'utilité de collaborer avec d'autres organisations pour recueillir des données et fixer des objectifs. Pour Chris, les publics se divisent en plusieurs catégories et se caractérisent par différentes « barrières », d'où la nécessité de les aborder de manières différentes. Publics nouveaux/anciens et programmes nouveaux/anciens peuvent se combiner dans une matrice afin de créer une stratégie de développement du public.



Enfin, Chris a conseillé de ne pas créer de barrières en apposant des étiquettes comme « programmes difficiles » (pour le répertoire de musique contemporaine, par exemple) : cette façon de penser ajoute des barrières qui n'existent pas vraiment.

Karel Bartak, responsable de l'unité Culture à la Commission européenne, a présenté la perspective politique sur le sujet. Il a montré des données sur le recul de la participation culturelle dans tous les domaines autres que le cinéma (Eurobarometer). Les raisons du recul sont :

- Manque d'éducation
- Crise financière (le facteur est probablement plus important que ce qui est déclaré)
- Manque d'intérêt/de temps

Puisque le Programme Culturel n'affiche que 20% de taux de réussite, Karel conseille aux acteurs culturels d'adresser les demandes de financements des projets « développement du public » auprès de programmes mieux dotés, comme Erasmus+, en tirant parti du fort lien entre l'enseignement et la culture et de l'importance de l'enseignement dans le développement du public. À l'instar de Chris Denton, Karel encourage la collecte de données (dans ce cas précis, dans la perspective de demandes de projets européens). Déjà, les candidats de Creative Europe doivent quantifier la portée de leurs projets, en fournissant des chiffres et des données pour montrer une stratégie concrète.



La journée s'est poursuivie avec un exemple pratique de développement du public par le biais de l'atelier musical « Je crée donc je suis », réalisé avec la participation active d'élèves du primaire et soutenu par le Bureau de la culture de Varsovie. Les enfants, qui n'avaient jamais participé à un atelier de musique auparavant, furent mis en présence d'un quatuor qui interpréta d'abord le Canon de Pachelbel puis une pièce de musique contemporaine. Les enfants devaient ensuite donner

leurs impressions sur la musique et des « conseils » pour des « améliorations ». Enfin, on leur fournit de petits instruments de percussion et l'animateur de l'atelier les guida dans une interaction avec les musiciens, prenant ainsi part à l'exécution. L'atelier fut un véritable succès et montra comment susciter un intérêt pour la musique et parvenir à une interaction des élèves du primaire pendant ce type d'expérience d'une prestation musicale.

Sigrun Seavarsdottir Griffiths (Islande), musicienne et responsable de programmes, et *Filipe Sousa* (Portugal), musicien et responsable d'atelier, ont présenté les principes et pratiques fondamentaux en usage à la Guildhall School of Music and Drama de Londres. Leur témoignage fut suivi d'un atelier interactif, abordant ainsi le thème du développement du public sous l'angle pédagogique. Ils ont présenté un programme très intéressant appelé *Barbican Guildhall Creative Learning Programme* visant à éduquer les jeunes artistes et les jeunes publics par le biais d'expériences artistiques créatives et participatives qui engagent des gens de tous âges et de tous horizons socio-économiques. Ce programme a touché plus de 40 000 personnes en 2013-14, et développé des relations d'apprentissage durables avec 6000 autres participants. Ses deux programmes d'études

(un Master en Leadership et un Bachelor en interprétation et entreprises créatives) visent à soutenir la formation et le perfectionnement d'artistes exceptionnels et socialement engagés, capables d'élargir le dialogue avec les publics et/ou diriger des travaux dans un cadre communautaire. Le raisonnement à l'origine de ce programme est que les diplômés des conservatoires n'auront pas « un seul emploi » mais devront créer de nouvelles façons de travailler dans des contextes très divers. Le mot « engagement » est au cœur des projets et des ateliers du programme et fait naître un « sens de l'accomplissement » chez les personnes concernées.

La présentation a été suivie d'une démonstration pratique d'un atelier Creative Learning impliquant les participants.

Ces derniers ont eu l'occasion de débattre du sujet « développement du public » selon 4 perspectives différentes :

- 1) Table de Till Skoruppa : la perspective sociale
- 2) Table de Chris Denton : la perspective marketing/industrie
- 3) Table de Ian Smith : la perspective politique
- 4) Table de Filipe Sousa : la perspective pédagogique

À la table de la Perspective sociale se posait la question : « Comment améliorer l'accès à la culture ? » La réponse implique une réflexion sur (entre autres) la programmation et la demande du public face à l'intégrité artistique. Il a été dit que le rôle des acteurs culturels est de « faire sortir la culture, pour la rendre plus facile à trouver. » Il est important de « donner le choix » : sans choix, impossible de développer sa réceptivité musicale.

La tribune internationale des compositeurs de l'IMC a été citée en exemple de plateforme d'échange et de diffusion de musique contemporaine.

Une autre question soulevée était : « Y a-t-il une limite à l'accès ? ». Il a été souligné que le fait d'avoir des publics spécifiques pour certains genres de musique est peut-être un meilleur arrangement.

Parmi les autres points soulevés :

- Nous devons faire face à la concurrence des « écrans » (TV, internet, etc.)
- Est-ce toujours bon de faciliter l'accès ? À l'ère numérique, où tout un chacun peut se présenter comme artiste, faut-il filtrer le contenu culturel ?
- La diversité démographique de la société moderne est un défi.

La table de la Perspective de l'industrie a orienté sa réflexion sur le thème : « Pour quelles raisons le développement du public pourrait-il être un échec ? » Parmi les réponses avancées :

- Pas de plans à long terme
- Public d'un seul soir
- Sous-évaluation de notre travail par les instances supérieures

- Concurrence d'autres biens culturels
- Crise financière
- Manque de formation

Les participants, principalement des représentants de salles de concerts et d'agences de production, ont fait remarquer que les musiciens devraient se sentir plus proches du public. Souvent les musiciens ne pensent pas du tout à leur public : ils ont été formés ainsi et il est difficile de leur faire comprendre l'importance de la relation avec le public. En bref, **les représentants de l'industrie ont le sentiment que très souvent, le problème vient de la formation des musiciens.**

Enfin, il a été souligné qu'un « bon » public devrait refléter la diversité de la ville où se situe le lieu de la prestation.

La table de la Perspective politique s'est penchée sur la question : « Qui est responsable des politiques concernant l'accès/la participation du public ? »

Il est souligné que la politique récompense souvent les résultats à court terme au mépris des stratégies et des résultats à long terme, et que cette approche a une incidence sur les financements et l'accès à la culture.

Pour sauvegarder une indépendance artistique, les voies à explorer à l'avenir sont la recherche d'investisseurs privés et la diversification des financements.

Cette même discussion a évoqué l'importance de la formation des musiciens, en particulier le fait que **nous devons former managers et musiciens à être des modèles de référence en terme de participation du public.**

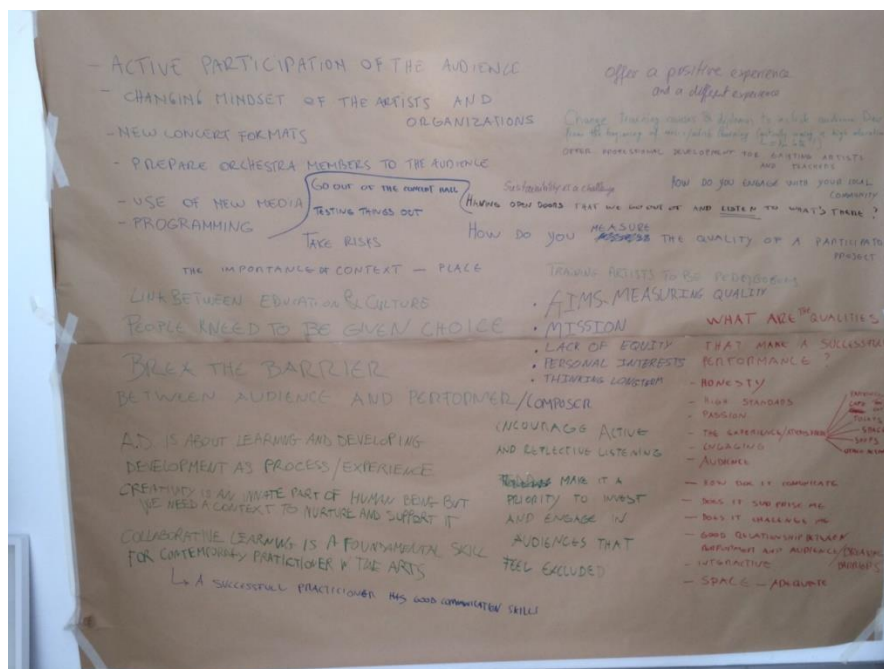
**Nous devrions
changer les
enseignements et les
diplômes musicaux
afin d'y inclure une
formation au
développement du
public DÈS LE DÉBUT.**

Enfin, il a été souligné que **nous devons fournir des statistiques et des chiffres aux politiciens** afin de justifier nos demandes de financements du secteur. Les statistiques n'existant pas, **nous sommes les organes auxquels incombe le devoir de les fournir.**

La table de la Perspective pédagogique a fait ressortir le lien important entre le développement du public et la formation musicale spécialisée/généraliste. En particulier :

- **Nécessité de développer de nouveaux formats de concerts afin d'abolir la barrière entre public et interprète.**
- Le public devrait être actif : il faut encourager l'écoute active et réflexive.
- Un changement d'état d'esprit est nécessaire parmi les artistes et les organisations.
- Nécessité d'impliquer les nouveaux média dans le processus.
- Nécessité d'une réflexion sur les qualités qui font le succès d'une prestation afin d'élaborer notre action.

- Le développement du public concerne l'apprentissage et le développement : **le développement est un processus/une expérience**. La créativité est innée chez l'être humain : elle n'a besoin que d'un contexte pour l'entretenir et la soutenir.
- Notre priorité devrait être de nous investir et de nous engager auprès de ces publics qui se sentent exclus.
- Nous devrions changer les enseignements et les diplômes afin d'y inclure une formation au développement du public **DÈS LE DÉBUT**, placer le public au centre des préoccupations et offrir aux musiciens professionnels et aux enseignants une formation au développement du public : les musiciens devraient être préparés à faire face à un public nouveau et diversifié.
- L'apprentissage collaboratif et la capacité de communiquer sont des compétences fondamentales pour le praticien contemporain de l'art musical.



La dernière séance fit un bilan des 4 discussions et de nouveaux points surgissent :

- Dans le développement du public, nous devrions transmettre la notion de continuité, c'est à dire éliminer les notions de division des genres.
- Nous devrions former les artistes et publics à ÉCOUTER (la musique, les besoins)
- Nous pourrions segmenter le public pour développer différents niveaux et avoir une plus grande diversité.
- L'enseignement musical est au cœur du problème.
- L'enseignement affecte les décideurs.
- Le « Public » est aussi un public en ligne.
- Les seniors représentent un public important et grandissant (remarque de Karel Bartak)

Conclusions :

L'AEC a engrangé beaucoup d'informations et de points de réflexion au cours des présentations et discussions de cet atelier du CEM. En particulier, les points soulevés par les représentants de l'industrie musicale et du secteur de l'enseignement, concernant la nécessité d'inclure dans les programmes d'études une formation au développement du public, seront étudiés de manière approfondie non seulement dans le cadre de la réflexion sur le développement du public mais aussi dans la perspective de la contribution de l'AEC au Programme européen pour la musique du CEM.