

**CE QUE LES PUBLICS FONT AU JAZZ OU  
COMMENT LES PUBLICS PARTICIPENT A  
L'ÉMERGENCE DE RÉSEAUX**

**WHAT AUDIENCES DOES TO JAZZ OR  
HOW AUDIENCES PARTICIPATES IN THE  
EMERGENCE OF NETWORKS**

Mathieu Feryn, Université d'Avignon  
Equipe Culture et Communication  
[mathieu.feryn@gmail.com](mailto:mathieu.feryn@gmail.com)

Mots clés : Publics, engagements, émergence  
Keywords: Audiences, commitments, emergence

Axe 3 : Participations, consommations, engagements

# **CE QUE LES PUBLICS FONT AU JAZZ OU COMMENT LES PUBLICS PARTICIPENT A L'ÉMERGENCE DE RÉSEAUX**

## **WHAT AUDIENCES DOES TO JAZZ OR HOW AUDIENCES PARTICIPATES IN THE EMERGENCE OF NETWORKS**

Mathieu Feryn  
[mathieu.feryn@gmail.com](mailto:mathieu.feryn@gmail.com)

### **Introduction**

La prise en compte de la participation des publics dans le cadre de la stratégie de communication des institutions jazzistiques est une problématique récurrente en France et en Europe. À ce sujet, le déploiement de la loi NOTRe<sup>1</sup> a suscité des controverses renouvelées. Bien qu'au sein des institutions, la loi vise à encourager la prise de décision avec les publics, leurs engagements peuvent être perçus par les membres des institutions comme un frein au devenir de la création artistique. Les pratiques des publics et leurs interactions dans et en dehors des institutions posent des problèmes touchant à leurs goûts et à leurs compétences pour évaluer la qualité de la programmation artistique. Ces phénomènes apparaissent compte tenu de leurs représentations du jazz, des lieux de leurs pratiques et des principes qu'ils confèrent à leurs interactions en situation. Soit le fait que la circulation des publics et des objets liées à leurs pratiques soient des éléments constitutifs de leurs cultures.

---

<sup>1</sup> Adoptée par le Parlement le 16 juillet 2015, l'article 103 (ex 28A) envisage que la responsabilité en matière culturelle soit exercée par les collectivités territoriales et l'État. Elle intègre la notion de « droits culturels » en se référant à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles du 20 octobre 2005.

Le développement de concerts à domicile ; les recommandations de prescripteurs numériques par le biais de vidéos diffusés sur le web ainsi que les négociations portant sur leur connaissance de l'écosystème du jazz posent des questions de communication. La coopération renforcée entre les services de l'État, les membres des réseaux institutionnalisés du jazz en région et les collectivités locales visent à soutenir ces dynamiques citoyennes et culturelles. C'est pourquoi on peut se demander **en quoi les relations de communication qui s'engagent entre des publics et des objets sociotechniques participent à faire émerger des réseaux artistiques dans et en dehors des dispositifs institués ?**

L'engagement des publics sur des temps longs dans le domaine du jazz a rarement été étudié par les chercheurs en Sciences de l'information et de la communication (Sic). Parmi les représentations sociales qui circulent dans la communauté des Sic, le jazz serait principalement étudié par des sociologues de l'art ou des musicologues. En France, la question qui a occupé les recherches jazzistiques au cours des dernières années a permis de rendre compte de la manière dont le jazz agit sur les publics et sur les artistes. Il a inspiré les travaux sociologiques de Jean-Louis Fabiani, d'Olivier Roueff et de Wenceslas Lizé. La récurrence des concepts évoqués de « légitimité, de consécration ou de structure sociale du public » s'inscrit dans la continuité d'apports Bourdieusiens. Or, l'état de l'art sur cet objet offre une tout autre perspective particulièrement dans l'espace scientifique européen. La recherche la plus dense porte sur les pratiques artistiques. Plus spécifiquement dans ces disciplines : l'art, la sociologie, l'histoire et l'ethnographie. Le jazz fait l'objet de nombreuses études par des critiques ou des esthéticiens de l'art, de programmes de recherche

internationaux, d'une journée internationale à l'initiative de l'Unesco, de relevés ethnographiques, d'études monographiques ou de conférences spécifiques. Google Scholar recense ainsi près de 800 000 résultats. L'hétérogénéité des thèmes de recherche est tout à fait symptomatique de ce dynamisme. Elle permet de réaliser trois observations. 1. Les recherches portent majoritairement sur les musicien.ne.s. 2. Les pratiques – dont on parle à propos du jazz – sont évoquées au cours de la formation des musicien.ne.s où sont analysées les tensions identitaires dans le cadre des relations entre pairs et reliées à la tradition orale du jazz. 3. Le nombre de recherches portant sur les formes d'engagements des publics restent très marginales. En effet, peu de travaux soulèvent la question de l'engagement des publics. Les collègues questionnent peu la manière dont les publics participent à l'émergence de réseaux artistiques dans et en dehors des institutions culturelles. En revanche, les recherches sur les festivals de jazz en Europe sont en augmentation (Whyton, 2018). En avril 2019 à Graz (Autriche), les organisateurs de la conférence internationale *Jazz Journeys* ont proposé un axe de discussion traitant de la circulation de l'information. C'est un travail qui a été entrepris en France par des chercheurs en Sic comme Patrice Flichy. Il a contribué à développer une recherche sur les publics amateurs (Flichy, 2010). Il représente un défi stimulant pour relier les recherches antérieures à l'étude actuelle des objets comme le jazz et à un concept mouvant comme celui de publics. Cette notion permet de traduire une « vision dynamique, la pluralité du phénomène, son hétérogénéité, la diversité ressentie, mais également [aborder] un certain malaise quant à la manipulation du concept [de publics], lié à son instabilité. » (Gimello-Mesplomb et Vilatte, 2015).

## Méthode

Compte tenu de la nature des pratiques des publics sur le terrain, la méthodologie pour appréhender leurs engagements s'inscrit dans la continuité d'une approche héritée des *cultural studies*. Elle consiste à « appréhender le processus communicationnel comme une structure coproduite et entretenue par l'articulation de moments liés entre eux, mais distincts [au cours de la] production, circulation, réception, reproduction [des œuvres] » (Hall, 1997). De sorte que la notion de publics permet de désigner les formes d'engagements des publics en décrivant l'incertitude de leurs relations avec des objets et des discours en situation de communication. Les formes d'engagements désignent les activités qui participent à agir individuellement et collectivement. Ces engagements s'établissent au sein de collectifs homogènes et hétérogènes sur des temps longs. La spécificité de cette démarche méthodologique en Sic est de ne pas partir uniquement des pratiques artistiques ou culturelles, des espaces de diffusion du jazz consacré, ou des activités de réception des publics. Cette méthode vise à situer le dispositif spatial où les individus et les collectifs sont en interaction. Elle contribue à appréhender les signaux faibles des publics qui engagent du sens au cours de leurs actions dans et en dehors des institutions culturelles. Cette manière de s'interroger sur l'engagement des publics permet de comprendre les médiations qu'ils développent au sein de micro-communautés et leurs représentations des institutions. Il s'agit d'une réflexion méthodologique qui s'appuie sur une expérience de terrain dans l'écosystème informationnel du jazz. Cette perspective méthodologique est renouvelée selon une approche multivariée et multisite des pratiques communicationnelles du jazz (Feryn, 2019).

Elle se situe au centre des Sic par l'analyse du discours des publics, par l'observation de leurs engagements, par la compréhension des dispositifs de soutien à la création artistique et par l'appréhension de doubles médiations (Feryn, 2018). Inspirée par Harold Garfinkel (Garfinkel, 2007), cette méthode consiste à se rapprocher des pratiques réalisées par les publics. Leurs connaissances communes et les raisons pratiques de leurs engagements réciproques sont appréhendées au cours d'une enquête à Avignon. C'est une ville où j'ai organisé des concerts et des émissions radio pendant cinq ans. Les conversations entre les membres des communautés observées permettent de rendre compte de la quête de sens pour les individus et du développement instable de leurs relations à ces objets. Trente entretiens semi-directifs ont été réalisés, dix focus groups et près de huit cents questionnaires ont été administrés en face à face dans l'agglomération. L'enquête s'est déroulée pendant cinq ans au cours de la saison culturelle, de la saison festivalière et au cours d'évènements ponctuels entre 2013 et 2018. Elle s'est déroulée dans des espaces plus ou moins autonomes. La constitution de ce corpus hétérogène fut nécessaire car la particularité de l'agglomération est de favoriser la rencontre avec les publics dans et en dehors des institutions. Par exemple, de nombreux échanges se sont poursuivis au cours de leurs courses alimentaires ou dans l'espace public. Cette pratique de l'enquête a permis de tester les interprétations au fil de l'eau avec eux et leurs proches. Les discours et les pratiques ont été comparés en poursuivant l'enquête avec leurs amis, leurs conjoint.e.s ou leurs collègues. Cette méthode permet de rendre compte de leur inclusion et de leur exclusion au sein de communautés de façon ponctuelle ou durable. J'étais un médiateur mobile avant, pendant et après les conversations avec eux.

Les apports disciplinaires tels que ceux de la sociologie pragmatique, l'économie informationnelle, la sociologie des publics et l'anthropologie du spectacle vivant ont contribué à réaliser un travail interdisciplinaire qui s'appuie sur ce pluralisme méthodologique (Bernard et Joule, 2005). Cette démarche en Sic implique d'étudier les interactions entre des individus, des collectifs, des discours et des objets dans des dispositifs sociotechniques situés. Il s'agit pour nous de comprendre le développement des engagements locaux et au-delà des frontières administratives. Dans la continuité des travaux de Simon Frith, l'engagement des publics est ainsi relié à des expériences en termes identitaires et communautaires (Frith, 1996). Pour se faire, d'abord, nous allons montrer que l'émergence de réseaux est favorisée compte tenu des expériences hétérogènes des publics ; puis, nous allons préciser comment les collectifs de publics permettent d'attribuer des principes axiologiques à l'information.

### **L'expérience des publics comme un fer de lance de l'engagement**

Les résultats de notre enquête font apparaître une dynamique relationnelle dans les pratiques. L'expérience des publics fait tantôt écho à des expériences collectives tantôt écho à des expériences singulières avec des objets en situation (Hesmondhalgh, 2007). Les publics oscillent entre une perception individuelle de l'engagement et la communication traitant de l'engagement des autres. A l'issue de ce travail, nous ne pouvons pas déterminer un point de départ ou un point d'arrivée aux pratiques. Chaque expérience réactualise leurs goûts et leurs jugements sur les œuvres. Ce résultat a déjà été observé par Morley dans les années 90 pour qui « les significations locales [des interactions] se constituent avec et contre les ressources symboliques fournies par les réseaux [...] globaux » (Morley, 1993).

Pour l'illustrer autrement, l'engagement des publics à Avignon implique qu'ils écoutent et échangent des musiques par le biais de leurs messageries électroniques, consultent et partagent des selfies avant des concerts, collectent et diffusent des vidéos de leurs téléphones sur les médias informatisés, etc. Ces expériences hétérogènes encouragent les publics à partager leurs expériences avec des groupes d'amis, des collègues, leurs conjoint.e.s et/ou des inconnu.e.s en relation avec des objets sociotechniques comme les disques, les affiches, les programmes des concerts ; avant, pendant et après une rencontre avec les œuvres.

En effet, bien que les publics puissent écouter seul du jazz, ils témoignent qu'ils ont besoin de partager leurs plaisirs en recourant à des doubles médiations, sociales et techniques, au contact des autres. Les dispositifs où les individus réalisent leurs pratiques constituent des espaces de rencontre pour remédier aux principes adjuvant des qualités artistiques. Il s'agit selon eux de confronter leurs opinions dans des débats publicisés et confinés (Lemieux, 2007). Les entretiens font apparaître que ces pratiques communicationnelles sont dynamisées par leurs interactions dans le temps, dans l'espace et par les corps au cours des expériences. Les publics réalisent des ajustements en situation avec les autres et les objets. Chacun d'eux agit sur eux réciproquement. Ces interactions participent à formaliser des critères pour valoriser ou non communément les œuvres. En communiquant sur leurs émotions, les publics se mettent ainsi d'accord sur l'objet de leurs différends en constituant un réseau avec qui ils partagent des cultures communes. Le développement de ces cultures implique que chacun puisse discuter de son plaisir d'écouter de la musique au sein d'un réseau. Il consiste à domestiquer un vocabulaire, à partager des gestes, à négocier des codes corporels et une série de signaux triviaux (Jeanneret, 2008).

La circulation des vidéos enregistrées sur leurs téléphones au cours de leurs pratiques peut favoriser une médiation portant sur leurs expériences collectives. En procédant ainsi, ils tirent leurs savoirs de leurs relations communautaires et leurs connaissances de leurs perceptions individuelles de l'expérience. Cela implique que les pratiques des publics font l'objet de traductions en relation avec ces objets (Latour, 1991). En ce sens, l'expérience des publics dans le processus communicationnel favorise la circulation de l'information. Ce constat permet d'identifier trois profils de médiateurs à Avignon. Les publics qui peuvent être à l'initiative des pratiques, il s'agit des « initiateurs ». Ceux qui cherchent à défendre la programmation d'un espace de diffusion, les « ambassadeurs » au sens de Dominique Pasquier ou les « traducteurs » qui interprètent les codes culturels et les représentations pour les autres au cours des pratiques.

Compte tenu des choix entrepris dans leurs vies personnelles, le plaisir de s'engager dans une activité individuelle et collective participe à négocier les principes dans un réseau. Dès lors, l'expérience développée au cours des écoutes, des sorties et des conversations permet des changements d'appréciation. Le devenir de ces actions ordinaires est remédié au sein des dispositifs où ils interagissent. La familiarisation avec un réseau est négociée en situation ; c'est un processus indéterminé et rejoué. Notre enquête fait apparaître que les publics, d'un dispositif à un autre, recourent à des médiations différentes afin de faire évoluer leurs expériences et celles de leurs semblables. Selon les situations, le dispositif spatial, corporel et temporel agit sur leurs appréciations. L'incertitude d'être accompagné lors d'une sortie participe de cette représentation mouvante et émouvante des relations qu'ils nouent avec les collectifs et les objets du jazz.

Les principaux freins au développement de ces pratiques sont associés par les publics au fait de poursuivre des études, de démarrer une relation amoureuse, d'élever des enfants ou d'être en mobilité professionnelle. Face à ces multiples situations, la constitution de collectifs nous a amené à nous intéresser à l'attribution des principes de l'information échangée en situation.

### **La vie des collectifs et l'attribution des principes axiologiques**

Nous venons de préciser que les différents rythmes de la vie des individus et des groupes les amènent à plus ou moins s'engager durablement ensemble dans ces dispositifs. La difficulté à consommer du jazz en prenant du temps pour soi-même explique pour eux l'irrégularité de leurs participations collectives. La négociation portant sur les principes conférés à l'information permet de relayer l'opinion qu'ils se font d'eux-mêmes et des expériences qu'ils réalisent avec les autres. Dans l'enquête, nous avons observé que leurs expériences sont une opportunité de remettre en question leur connaissance des critères prévalant dans une communauté. Il est nécessaire de noter que cinq pourcents des publics sortent hebdomadairement écouter du jazz dans le même lieu depuis un an. Ils peuvent désigner le lieu de ces engagements comme « leur seconde maison ». Mais, la grande majorité d'entre eux se rend une fois par an dans les institutions ou en dehors pour écouter du jazz. De même, pour les organisateurs ou les musicien.ne.s, la difficulté à maintenir une activité rémunératrice dans le domaine du jazz plus de 15 ans implique qu'ils sont nombreux à diversifier leurs activités pour (sur)vivre. La circulation de l'information participe à remédier les principes axiologiques dans un réseau et invite à nuancer la ritualisation des engagements individuels et collectifs.

Que ce soit par le biais de sociabilités numériques (via des prescripteurs web) ou physiques (via des disquaires), de débats confinés ou publicisés, les publics mettent en débat les principes engagés en réseau. Ils discutent des formes d'autorité balisées dans la programmation institutionnelle. En ce sens, à Avignon, le marché joue un rôle important. Un groupe mené par Jean (qui fréquente chaque semaine une salle de concert) interpelle la programmatrice « Nous ne comprenons pas vraiment le sens de vos actions artistiques. Vous nous précisez que votre programmation vise à soutenir des créateurs et des créatrices contemporains. Or, vous organisez un concert en partenariat avec X. Il va signer dans une major, un industriel ! Pouvez-vous nous confirmer cette information, s'il vous plaît ? ». Dans chaque situation, personne n'est certain d'avoir l'information au même endroit et au même moment. La communication au sein des collectifs permet de réduire l'incertitude de son action et d'attribuer du sens individuellement et collectivement. Au marché, parmi les badauds, un étudiant du conservatoire répond au groupe « Messieurs-dames, la programmatrice essaye de vous expliquer que Mr X va signer dans cette maison de disque. Votre information est correcte. Il va également présenter un projet réalisé avec mes camarades dans le cadre du partenariat de la salle avec le conservatoire. Notre collaboration fera l'objet d'un disque avec un label indépendant et il sera enregistré dans un studio régional ». Les résultats de l'enquête mettent en perspective que pour réduire l'incertitude de leurs actions, les publics s'engagent collectivement dans des espaces de débats axiologiques similaires, numériquement et physiquement.

Ce qui implique qu'ils ne relayent pas systématiquement les valeurs des institutions (y compris les habitués des salles labellisées), car leur implication est selon eux rarement saluée par les membres des réseaux institutionnels. Compte tenu de ce constat, les membres des institutions nous ont confirmé qu'il privilégie communiquer publiquement sur le travail des créateurs et des créatrices. Au sein des institutions, le manque de communication publique sur l'engagement des publics s'explique selon eux par le fait que cet engagement est un horizon d'attente « utopique ».

Le recours à des compétences info-communicationnelles et la connaissance des publics fait craindre aux institutions que l'engagement des publics porte atteinte au sens de leurs actions, centrées sur la création au sein de leurs réseaux. Or, pour les membres des institutions, la valorisation de la création artistique a du sens, car elle constitue une manière de s'intégrer à des débats. Après un temps long, nous observons que cette manière de communiquer publiquement conduit à des déclassements ou des disqualifications professionnelles compte tenu de la circulation des créations, des discours, des collectifs et des objets dans d'autres réseaux (Ribac & Pessin, 2017). En écho à ces pratiques, dans les entretiens, les publics soulignent les biais de la communication publique : « à long terme, la programmation [des institutions] mélange [selon nous] des promesses et des valeurs ». Pour y remédier, lorsqu'ils interagissent, les publics et les membres des institutions soulignent que les principes sont débattus au cours de jeux d'ajustement, au sein de réseaux formels et informels. Le soutien à la création s'établit selon eux lors de débats institutionnels avec des représentants du Ministère de la Culture et de la Communication, de l'Ajc, du Cnv, de la Sacem, de la Spedidam, de l'Adami, de la Drac, de la Région, du Département, de la Ville, etc.

Au cours des débats, les institutions affirment « défendre une programmation réfléchie, construite sur une idée militante et progressiste du jazz [...] dans le cadre de projets culturels affirmés et citoyens » (Association Jazzé Croisé, 2019). Mais, par le biais de leurs interactions avec les publics, il fait consensus que les principes axiologiques défendus dans les réseaux institutionnels sont remédiés dans des espaces moins formels en situation. Ces tensions sont renouvelées compte tenu de l'incertitude de pérenniser les ressources financières dévouées aux créations. Au cours des années 2000, le glissement sémantique du soutien à la création au profit du développement de projets pose problème pour les apaiser.

## **Conclusion**

C'est pourquoi, au terme de cet article, nous pouvons dire que la prise en compte des médiations entre les publics, les discours et les objets permet de relier les effets de ruptures et de continuités dans les stratégies institutionnelles de communication. Dans et en dehors des institutions, l'incertitude de partager des expériences humaines, non humaines et des discours dans des dispositifs communs et en présence, implique que les publics procèdent à un « inventaire » des principes et des critères pour partager leurs plaisirs. Des critères et des principes dynamiques qui contribuent à valoriser ou non la programmation. Le développement de cette compétence communicationnelle conduit à faire circuler de l'information dans des dispositifs hétérogènes. Il ressort de cette conclusion que les principes qui participent à valoriser ou non la programmation artistique sont stimulés par ces expériences collectives et multidimensionnelles. Il y a un flou permanent entre la figure de l'énoncé et de l'énonciateur. La constitution des collectifs permet ainsi aux publics de compléter les sources d'information.

Dès lors, les sources s'agencent entre elles au cours d'une expérience intime et privée, médiées et remédiées en public, dans et en dehors des institutions, en interaction et en situation. Soit le fait que les interactions des publics contribuent à observer une hétérogénéité des opinions et une diversité des processus de participation aux débats dans des espaces relativement autonomes. La circulation de l'information dans ces écosystèmes fait donc l'objet de controverses répétées et dynamiques. Ces pratiques invitent à dire que la circulation des publics, des objets et des discours favorise le développement de réseaux formels et informels. Ces réseaux favorisent les prescriptions culturelles et citoyennes de façon provisoire. Contrairement aux représentations évoquées plus haut, les publics guident les choix entrepris dans les réseaux en fonction de leurs attentes réciproques. Les critères se définissent réciproquement en situation et en interaction avec des objets. Ces actions contribuent au redéploiement d'engagements militants et à libérer progressivement la parole citoyenne. L'incertitude de stabiliser ces actions durablement et de s'engager dans des communautés est avérée. Ils découlent de ces controverses un dynamisme des systèmes de valeurs. C'est-à-dire un travail collectif des publics, intense et délicat, contribuant à développer des identités plurielles au sein de communautés en mouvement.

En termes de recherche, ce travail propose de montrer que l'information circule dans et en dehors des institutions culturelles en s'intégrant à des dynamiques antérieures à toute situation. A l'avenir, nous souhaitons décrire les ajustements entrepris par les publics entre eux avant, pendant et après une expérience. Ce qui impliquera d'éviter de généraliser les résultats de la recherche. Un tel cadre théorique permettra de comprendre où les publics partagent et négocient des principes communs afin de constituer un ou des

réseaux. Ce qui reviendra à étudier l'expérience du jazz au-delà d'une expérience identitaire ou communautaire. La communication sera envisagée dans un corps social plus étendu qui est représenté par les membres d'un réseau. L'expérience prendra sens dans des discours et des objets. Les ajustements dans les dispositifs permettront d'étudier un cadre de référence large, des cultures et des communications. Ce cadre sera envisagé par la communication interne et la communication externe des groupes pour renouveler les critères d'attribution des qualités et débattre des principes au cœur de l'action (Hennion, 2015). Soit la nécessité de comprendre comment les publics participent à l'émergence de réseaux dans une société en mouvement, cela visera à décrire comment les interactions se développent au cours du processus communicationnel. Soit le fait que chacun d'eux interagit en attribuant du sens à son action...

## Bibliographie

Bernard F. & Joule R-V. (2005). Le pluralisme méthodologique en sciences de l'information et de la communication à l'épreuve de la « communication engageante », *Questions de communication*, n°7, p.185-208.

Fabiani J-L (2007). *Après la culture légitime. Objets, publics, autorités*. Paris, L'Harmattan.

Feryn M. (2018). *Where is the jazz ? Enjeux et axiologie de l'information jazzistique en France depuis le début des années 2000. De l'hybridation des dispositifs infocommunicationnels du jazz à leurs médiations formelles*, thèse en SIC. Université d'Avignon.

Feryn M. (2019). Proposition méthodologique pour comprendre les relations de communication en situation d'expertise. Ce que montre l'étude des dispositifs sociotechniques de fabrication des qualités jazzistiques, *Questions de communication*, n°35, p.239-253.

Flichy P. (2008). Technique, usage et représentations, *Réseaux*, n°148-149, p.147-174.

Flichy P. (2010). *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*. Paris, Seuil.

Garfinkel H. (2007). *Recherches en ethnométhodologie*. Paris, Presses universitaires de France.

Gimello-Mesplomb F. et Vilatte, J-C. (2015). Les recherches sur les publics en Sciences de l'Information et de la Communication, *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 7 | mis en ligne le 30 septembre 2015, consulté le 12 mars 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/1466>

Hall S. (1997). Codage / Décodage. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, p.59-71.

Hesmondhalgh D. (2007). Musique, émotion et individualisation, *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, vol. 141-142, 2, p. 203-230.

Hennion A. (2015). La médiation : un métier, un slogan ou bien une autre définition de la politique ? *Informations sociales*, n°190, p. 116-123.

Jeanneret Y. (2008). *Penser la trivialité*. Vol. 1. *La vie triviale des êtres culturels*. Paris, Hermès-Lavoisier.

Jeanneret Y. (2014). *Critique de la trivialité : la médiation de la communication, enjeu de pouvoir*. Paris, Non Standard.

Latour B. (1991). *Nous n'avons jamais été modernes*. Paris, La Découverte.

Lemieux, C. (2007). A quoi sert l'analyse de controverse ? *Mil Neuf Cent. Revue d'histoire intellectuelle*, n°25, p.191-212.

Lizé W. (2016). La légitimité du jazz et des musiques savantes. *RESET*, n°5.

Maisonneuve S. (2019). L'économie de la découverte musicale à l'ère numérique Une révolution des pratiques amateurs ?, *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, n°213, p.49-81.

Morley D. (1993). Active audience theory: pendulum and pitfalls, *Journal of Communication*, vol. 43, n° 4, p.13-19.

Ribac F. & Dutheil-Pessin C. (2017). *La fabrique de la programmation culturelle*. Paris, La Dispute.

Pasquier D. (2012). La sortie au théâtre. Réseaux de conseil et modes d'accompagnement. *Sociologie*, vol.3, p.21-37.

Whyton T. (2018). Space is the place: European jazz festivals as cultural heritage sites, *Journal of Heritage Studies*.