

Les pratiques de « digging » à l'ère du numérique

« Comment les disc-jockeys mobilisent-ils les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication dans leurs pratiques de « digging » de disques vinyle ? »

Mémoire réalisé par
Sidney Custers

Promoteur
Sébastien Févry

Année académique 2017-2018
Master en Communication des Organisations et Relations Publiques

REMERCIEMENTS

À mon promoteur, Sébastien Févry, pour son accompagnement, ses précieux conseils et sa disponibilité.

Aux intervenants, DJ soFa, Penrose T, Rick Shiver, Sean Thomas et Sébastien G, pour leur temps, leur disponibilité et les discussions passionnantes que nous avons pu avoir.

À ma famille, pour son soutien et ses nombreux encouragements.

À Françoise et Benoît, pour leur aide tout au long de la réalisation de ce travail.

À Catherine, pour la relecture de ce travail.

À Méloé, pour son courage et sa patience.

GLOSSAIRE

- **Banger**

Se dit d'un morceau de musique électronique qu'un disc-jockey peut passer au « peak time » de son DJ set, au moment où le public est le plus enthousiaste.

- **Beatmaker**

Terme venant à l'origine du Hip Hop qui désigne le producteur de « beats », de morceaux rythmiques destinés aux rappeurs.

- **Booking**

Programmation des dates de concert pour un groupe ou d'un DJ set pour un disc-jockey.

« On a booké les Beatles à notre fête de quartier ! »

- **Digging**

Le « digging » est la pratique qui consiste à chercher de la musique en physique ou via Internet. Par extension, le digger désigne la personne qui « dig ».

- **DJ booth**

De l'anglais, le terme « DJ booth », littéralement « cabine du DJ », faisait historiquement référence à la cabine dans laquelle se trouvait le disc-jockey en club. Par extension, le terme désigne aujourd'hui le matériel prévu lors de DJ set, au minimum composé de deux platines vinyle, CD ou USB et d'une table de mixage.

- **DJ set**

Moment de la performance du disc-jockey, aussi appelé « mix ».

- **EP**

De l'anglais « Extended Play », l'EP est un format musical contenant généralement quatre morceaux (deux par face de disque) et durant dix à quinze minutes. Il s'agit du format généralement adopté par les producteurs de musique électronique.

- **Gig**

De l'anglais, le terme « gig » peut signifier un concert, une date, une représentation.

- **Peak time**

De l'anglais, terme utilisé pour désigner le moment du DJ set au cours duquel le public est le plus haut (« peak ») en termes d'énergie, le plus enthousiaste.

- **Producteur**

Lorsque nous utilisons ce terme dans notre travail, nous entendons au sens de production artistique. En musique électronique, le producteur est l'artiste qui crée et arrange sa musique. Nous ne nous référons donc pas à la personne qui finance la production d'une disque.

- **Promo**

Expression notamment utilisée dans le milieu de la musique électronique. Envoyer une promo (en digital ou en vinyle) est une démarche qui repose sur le partage des morceaux avant leur sortie officielle avec d'autres disc-jockeys afin qu'ils en fassent la promotion en l'intégrant à un DJ set, par exemple.

- **Référence**

Terme utilisé sur la base de données collaborative Discogs, la référence désigne une édition.

- **Release**

De l'anglais, littéralement sortie. Désigne toute parution quelle qu'en soit la forme (disque vinyle, Compact Disc, cassette ou fichier audio numérique).

- **Résident (ou DJ résident)**

Le « résident » ou « DJ résident » d'un club est la personne qui s'y produit régulièrement, généralement en début et/ou en fin de soirée, autour de la performance d'un invité qui bénéficiera de la meilleure plage horaire.

- **Sampler (ou échantillonneur)**

Instrument de musique électronique permettant d'échantillonner des éléments d'un morceau déjà existant pour les réutiliser dans une nouvelle production.

- **Track**

De l'anglais, le terme est notamment utilisé par le milieu des disc-jockeys et des producteurs de musique électronique, il désigne un morceau ou un titre.

- **Track ID**

De l'anglais, expression utilisée pour demander le titre d'un morceau non-identifié. On peut retrouver cette expression dans les commentaires d'un DJ set uploadé sur YouTube, par exemple.

« J'adore ce morceau à 04:20 !! Track ID ? »

- **Tracklist**

De l'anglais, expression utilisée dans le milieu de la musique électronique pour désigner la liste des morceaux d'un DJ set.

- **Warm up**

De l'anglais, le warm up désigne le début d'une soirée et par extension d'un DJ set. Si plusieurs DJ sets (et plusieurs disc-jockeys) s'enchaînent lors d'un événement, le premier à jouer aura pour mission d'« échauffer » le public pour la suite de l'événement.

Table des matières

REMERCIEMENTS	1
GLOSSAIRE	3
INTRODUCTION	11
CHAPITRE 1 : Le « digging » à l'ère du numérique	13
1. Le disque vinyle.....	13
1.1. Bref historique : émergence, domination, déclin et renaissance	13
2. Le disc-jockey.....	15
2.1. Bref historique et lien avec la musique électronique	15
2.2. Le travail du disc-jockey	16
2.2.1. Un travail de sélection.....	16
2.2.2. De la performance du DJ.....	18
2.3. Le vinyle comme support privilégié par certains disc-jockeys .	19
3. Du « Crate digging » au « digging» en ligne.....	20
3.1. Le « Crate digging ».....	20
3.2. Les labels de rééditions et les compilations	21
3.3. Le digging en ligne.....	22
3.3.1. Discogs	23
3.3.2. Les sites de vente en ligne.....	27
3.3.3. YouTube, la discothèque numérique.....	28
3.3.4. Facebook, ses groupes et ses pages	29
3.3.5. Autres plateformes	32
4. La prescription culturelle.....	32
4.1. Définitions	32
4.2. Recherches sur la prescription culturelle.....	33
5. La communauté	35
5.1. Définitions	35
CHAPITRE 2 : Méthodologie.....	39
1. Hypothèses.....	39
2. Critères de sélection des disc-jockeys	40
2.1. Critère d'accessibilité.....	40
2.2. Critère géographique	40
2.3. Critère lié à notre problématique.....	40

3. La récolte des données.....	41
3.1. La prise de contact.....	41
3.2. Des entretiens semi-directifs	41
4. Le traitement des données récoltées	42
4.1. Le codage	42
CHAPITRE 3 : Description et analyse des pratiques de digging	45
1. Rick Shiver	45
1.1. Mise en perspective	45
1.2. Description de ses pratiques	46
1.2.1. En ligne	46
1.2.2. En physique	48
2. DJ soFa	48
2.1. Mise en perspective	48
2.2. Description de ses pratiques	49
2.2.1. En ligne	49
2.2.2. En physique	50
3. Sean Thomas	51
3.1. Mise en perspective	51
3.2. Description de ses pratiques	52
3.2.1. En ligne	52
3.2.2. En physique	56
3.2.3. Critères de sélection et organisation de la recherche	57
4. Penrose T	58
4.1. Mise en perspective	58
4.2. Description de ses pratiques	58
4.2.1. En ligne	58
4.2.2. En physique	60
4.2.3. Critères de sélection et organisation de la recherche	61
5. Sébastien G	62
5.1. Mise en perspective	62
5.2. Description de ses pratiques	62
5.2.1. En ligne	62
5.2.2. En physique	64
5.2.3. Critères de sélection et organisation de la recherche	64
Chapitre 4 : Interprétation des données récoltées	67

1. Rick Shiver	67
2. DJ soFa	67
3. Sean Thomas.....	68
4. Penrose T	69
5. Sébastien G	69
6. Retour sur nos hypothèses	70
6.1. Hypothèse 1 : Prescripteurs et prescrits	70
6.2. Hypothèse 2 : Organisation de la recherche et de la découverte.....	72
6.3. Hypothèse 3 : Les disc-jockeys au sein de communautés.....	74
6.4. Interprétations complémentaires	75
6.4.1. Digger en ligne ou en physique, des pratiques semblables	76
6.4.2. Rester critique face aux différents outils.....	76
CONCLUSION	77
BIBLIOGRAPHIE	80
ANNEXES	83
Annexe 1 – Complément d’informations sur les effets pervers du Marketplace de Discogs.....	83
Annexe 2 – YouTube.....	85
Annexe 3 – Chaînes YouTube de diggers (Section « À propos »).....	87
Annexe 4 – Boiler Room (disposition du public et du disc-jockey).....	88
Annexe 5 – Autres plateformes	89
Annexe 6 – Guide d’entretien.....	90
Annexe 7 – Retranscriptions des entretiens.....	95
Annexe 8 – Graphiques de répartition des mots clés.....	172

INTRODUCTION

"I guess the only person in here truly impressed by record collectors is another record collector."

En 2017, Alexis Charpentier (DJ Lexis) prononce ces mots lors de la première conférence « TED » consacrée au « digging » de disques vinyle.

Certains collectionneurs de disques vinyle sont aussi disc-jockeys et utilisent ce medium lors de leur performance. Avant de réaliser un « DJ set », il s'agit de se créer une collection, d'« alimenter son bac » de disques. Les pratiques de recherche et de découverte de disques vinyle, appelée « digging », semblent avoir évolué avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Il nous paraît pertinent de s'intéresser à ce phénomène.

Les discussions informelles que nous avons pu avoir avec des disc-jockeys dans le cadre de l'organisation d'événements musicaux à Louvain-la-Neuve ont piqué notre intérêt et nous ont amené à réfléchir sur leurs pratiques de « digging » via les outils en ligne. Nous-même avons commencé une collection de vinyles il y a trois ans. Cela a fait naître une certaine fascination pour cet objet et l'univers qui l'entoure.

De nombreuses études ont été consacrées aux usages des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ces dernières ont modifié considérablement les pratiques dans de nombreux domaines d'activité. Notamment en musique, tant dans l'aspect de la production que de la consommation. Du disque vinyle au mp3 en passant par les plateformes de streaming, les artistes, les producteurs et les consommateurs ont dû s'adapter à ces évolutions depuis plus d'un siècle.

À la suite de ces réflexions, la question que nous nous posons est la suivante :
« *Comment les disc-jockeys mobilisent-ils les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs pratiques de « digging » de disques vinyle ?* »

Afin de répondre à ce questionnement, nous avons mené des entretiens semi-directifs avec cinq disc-jockeys belges amateurs, semi-professionnels ou professionnels sur leurs pratiques de recherche et de découverte de musique via les outils en ligne mais aussi « IRL »¹. Nous décrirons et analyserons ensuite leurs pratiques pour comprendre comment ils mobilisent ces technologies. Comme pour la majorité des mémoires en communication, nous avons décidé de nous inscrire dans une démarche hypothético-déductive.

Nous voudrions comprendre comment l'utilisation de différentes plateformes issues du Web 2.0 modifie la recherche, la découverte, l'achat de disques vinyle avec, en filigrane, l'intention de partager cette musique dans le cadre de prestations artistiques, les DJ sets. Mais nous cherchons aussi à comprendre, comment, dans une certaine mesure, les acteurs (disc-jockeys, labels, distributeurs) peuvent influencer le fonctionnement de ces outils. Les sous-questions qui nous viennent à l'esprit sont nombreuses : les DJs ont-ils des prescripteurs ? Sont-ils actifs sur des communautés ? Comment organisent-ils leur collection ?

Dans un premier temps, nous définirons certains concepts clés : disque vinyle, disc-jockey et « digging ». Nous décrirons également certains outils en ligne afin d'en saisir le fonctionnement. Nous nous attèlerons ensuite à la définition de notions théoriques qui nous semblent pertinentes dans l'optique de l'analyse de nos entretiens : les phénomènes de prescription culturelle et de communauté.

Au terme de ce travail, nous tenterons d'interpréter les données récoltées et de confirmer ou réfuter les hypothèses émises.

¹ De l'anglais, « IRL » ou « In Real Life », littéralement « dans la vraie vie » signifie physiquement, par opposition à l'aspect dématérialisé que l'on peut avoir via Internet.

CHAPITRE 1 : Le « digging » à l'ère du numérique

1. Le disque vinyle

1.1. Bref historique : émergence, domination, déclin et renaissance

Le disque vinyle, aussi appelé disque microsillon, dans sa forme la plus aboutie, est le résultat de nombreuses années de recherche technique, ainsi que d'évolutions économiques et sociales.

En 1877, lorsqu'Edison conçoit le phonographe pour enregistrer et diffuser des sons, l'enregistrement musical n'est pas la vocation première de cet appareil. A cette époque, l'ingénieur cherche à enregistrer la parole humaine à des fins administratives (Tournès, 2011). Il désire enregistrer la parole humaine sans passer par l'écrit. L'invention prend alors la forme d'un cylindre de cire dont la lecture s'effectue verticalement.

En 1887, Berliner met au point le gramophone. Le cylindre d'Edison est remplacé par un disque à plat. Par ailleurs, le procédé de galvanoplastie permet la reproduction industrielle du disque (Tournès, 2011). À partir d'un master unique, il est possible de reproduire de multiples disques. (Bourreau & Labarthe-Piol, 2004). Le progrès est notable, car auparavant, les artistes devaient réaliser autant d'enregistrements qu'il y avait de cylindres à produire.

Grâce à ces avancées techniques, le 78 tours en *Shellac*² devient ensuite le format d'enregistrement standard jusqu'après la seconde guerre mondiale, où il est remplacé par le 33 tours en vinyle permettant une durée d'enregistrement plus longue et de meilleure qualité.

Jusqu'en 1989, le disque vinyle devance toujours les bandes magnétiques et les cassettes audio en termes de ventes (Mrozek, 2014). Mais les années 1990 voient débarquer le Compact Disc et les formats digitaux qui possèdent tous

² Aussi appelée « Gomme-laque », il s'agit d'une matière plastique naturelle.

les atouts pour détrôner définitivement le disque vinyle grâce à leur plus grande capacité de stockage et à leur caractère prétendument indestructible.

Le disque vinyle perd alors sa place de médium de masse dominant sur le marché, même si collectionneurs et audiophiles lui réservent encore une niche jusqu'au début du 21^{ème} siècle (Mrozek, 2014). En effet, le vinyle parvient à survivre à ces années difficiles, principalement en raison de son importance pour les disc-jockeys et les aficionados de genres spécifiques comme le Hip Hop, la Techno et la House (Bartmanski & Woodward, 2015).

Pour les disc-jockeys et les producteurs³ de musique électronique underground, le vinyle est la source et le médium : les anciens disques sont samplés pour réaliser de nouvelles productions qui sont elles-mêmes pressées sur disque vinyle et jouées en club. Le développement des *samplers*⁴ a participé à ce maintien du disque vinyle, considéré par la majorité comme obsolète.

Bien plus, ces dernières années correspondent à une véritable renaissance du disque vinyle. Raphaël Nowak qui consacre des recherches à la consommation musicale à l'ère du numérique met en lumière un certain nombre d'éléments qui pourraient expliquer les raisons de ce regain d'intérêt :

« Le son caractéristique du vinyle, la taille et l'esthétique des pochettes, ainsi que les gestes requis pour le jouer sont autant de facteurs qui expliquent l'attrait des auditeurs pour ce format. » (Nowak, 2013)

Pour Bartmanski et Woodward (2015), le format vinyle est synonyme d'un plus grand engagement avec la musique, contrairement au format digital. Le disque vinyle est un investissement et un objet de collection.

³ Précisons que lorsque nous utilisons le terme de « producteur » dans ce travail, nous entendons la personne qui crée le morceau dans ses aspects créatifs et d'arrangement. En musique électronique, le producteur est l'artiste et pas la personne qui finance la production.

⁴ Le *sampler* ou échantillonneur est un instrument de musique électronique permettant d'échantillonner des éléments d'un morceau déjà existant pour les réutiliser dans une nouvelle production.

2. Le disc-jockey

2.1. Bref historique et lien avec la musique électronique

Dans les années 1940, le format standard pour écouter de la musique est le disque vinyle. La profession de disc-jockey se développe grâce à la généralisation de ce médium. Le « disc-jockey » est la personne chargée de la sélection et de la diffusion de musique dans les émissions radios.

Dans les années 1950, les *sound system* se développent en Jamaïque : véritables discothèques mobiles où le disc-jockey a remplacé les musiciens. Les notions d'originalité dans la sélection des morceaux et de rareté apparaissent déjà :

« Il existe une rude compétition entre les sound system, chacun d'entre eux tentant de s'attirer les faveurs du public en passant les disques les plus dansants et les plus rares dans un volume sonore toujours plus élevé. » (Richard, 2018).

Dans les années 1970, la mode du Disco (la dénomination du genre est dérivée du mot « discothèque ») crée une révolution en termes de pratiques des disc-jockeys : les morceaux mixés s'enchaînent de façon à créer un flux continu de musique. C'est aussi à cette époque que *« [...] l'Américain Francis Grasso perfectionne la synchronisation des titres en faisant évoluer progressivement le volume du son et préfigure ainsi le style contemporain »* (Richard, 2018).

Sept ans plus tard, le disc-jockey Frankie Knuckles quitte le Paradise Garage de New-York pour se rendre à Chicago où il devient résident⁵ du club « The Warehouse »⁶. Il se rend compte que le public affectionne particulièrement des sons plus rythmés et plus prononcés. Il modifie alors certains morceaux issus du Disco afin de les rendre plus dansants. Il est considéré comme un précurseur de la musique « House ».

⁵ Le « résident » ou « DJ résident » d'un club est la personne qui s'y produit régulièrement, généralement en début et/ou en fin de soirée, autour de la performance d'un invité qui bénéficiera de la meilleure plage horaire.

⁶ Le nom « Warehouse » est à l'origine du terme « House », devenu un genre musical particulier.

Plus tard, le disc-jockey Ron Hardy pose les bases de la musique « House » en créant des morceaux qui ont la caractéristique d’être très répétitifs. Lors de ses DJ sets, il modifie également l’« equalization »⁷ des morceaux qu’il joue.

Par la suite, les premiers enregistrements de musique « House » sur disque vinyle sont publiés notamment grâce au développement de machines et de synthétiseurs. La « TB-303 » de Roland, qui était à l’origine destinée à remplacer le bassiste d’un groupe, est détournée de son usage premier et donnera plus tard naissance au son « Acid » que l’on retrouve dans la House et la Techno. Mais aussi les boîtes à rythmes (TR-707, TR-808 et TR-909), également censées remplacer le batteur d’une groupe, deviendront caractéristiques de ces genres musicaux.

2.2. Le travail du disc-jockey

2.2.1. Un travail de sélection

Actuellement, le vocable « DJ » recouvre plusieurs fonctions. Un DJ peut être producteur de musique électronique, animateur de mariage ou d’émissions radios, mais aussi et surtout la personne qui réalise une performance, le « DJ set », lors d’un festival ou d’une soirée en discothèque. C’est sous ce dernier aspect que nous allons nous intéresser au DJ et que nous allons tenter d’expliquer le processus de son travail. Pour cela, nous nous baserons principalement sur l’article « Digging in the Crates : An Ethnographic Study of DJs’ Work » (Ahmed, Benford, & Crabtree, 2012) et ensuite sur nos connaissances personnelles – que nous utiliserons avec prudence et sens critique.

Dans un premier temps, le DJ doit se constituer une collection, physique ou digitale et dès lors se procurer de la musique. Il acquiert celle-ci de manière légale ou illégale.

S’il achète sa musique dans un format digital, il peut opter pour différents sites de vente en ligne. La plateforme généraliste la plus populaire est iTunes mais il existe des sites spécifiques consacrés aux musiques électroniques tels que *Junodownload*, *Beatport*, *Traxsource* ou encore *Bandcamp*. Ces sites

⁷ Réglage des niveaux des fréquences basses, médiums et aiguës grâce à la table de mixage.

permettent d'obtenir des fichiers audio de qualité, généralement dans des formats *lossless* (sans perte) tels que WAV, FLAC ou ALAC.

Pour se procurer de la musique gratuitement mais de manière illégale, un DJ peut opter pour plusieurs solutions. Il existe encore actuellement des logiciels de *peer-to-peer* permettant le partage de fichiers. Le premier système de ce type, *Napster*, fut mis au point en 1999 par Shawn Fanning. S'il n'existe plus aujourd'hui, d'autres l'ont remplacé. Par exemple, *Soulseek* qui est aussi dédié uniquement au partage de fichiers audio.

Une autre option est l'utilisation de logiciels ou de sites permettant de convertir des fichiers vidéo, présents sur des sites d'hébergement comme *YouTube* ou *Dailymotion*, en fichiers audio. L'inconvénient de ce processus est la faible qualité des fichiers convertis.

En ce qui concerne l'obtention de musique en format physique, un disc-jockey peut toujours acheter des Compact Discs ou des vinyles chez un disquaire, sur une brocante ou un marché aux puces. Toutefois, les facilités offertes par Internet sont considérables. Comme pour l'achat de fichiers audio digitaux, il existe des sites de vente en ligne de vinyles⁸.

En ce qui concerne le marché de seconde main, entre autres des vinyles, *Discogs* semble se démarquer. Nous développerons davantage les caractéristiques de ce site dans la partie qui lui est consacrée.

Les disc-jockeys, les labels et les producteurs de musique électronique communiquent entre eux. Ils créent des réseaux lors de leurs rencontres sur des événements communs. Ils peuvent alors entretenir le lien, notamment en s'envoyant mutuellement des « *promos* »⁹. En digital ou en vinyle, la démarche repose sur le partage des morceaux avant leur sortie officielle avec d'autres disc-jockeys afin qu'ils en fassent la « promotion » en l'intégrant à un DJ set, par exemple. Le producteur ou label qui envoie une promo peut gagner en notoriété et celui qui joue le morceau gagne en exclusivité et en

⁸ Cf. infra

⁹ Cf. Glossaire

originalité. Par ailleurs, envoyer une promo peut être pour un jeune producteur un moyen de se faire connaître par ses pairs puis par le public.

2.2.2. De la performance du DJ

Historiquement, le vinyle est le format utilisé par le DJ lors de la performance. Depuis les années 1980, les technologies permettant le « DJ set » ont évolué. D'abord les platines CD puis les platines USB et enfin les logiciels professionnels pour DJ ont transformé de façon conséquente la pratique du « mixage » ou « mix ». Nous allons les décrire et tenter d'analyser les possibilités offertes par ces transformations technologiques.

Lors d'un « DJ set », le matériel minimum dont le disc-jockey a besoin se compose de deux platines (vinyle, CD, USB ou virtuelle) et d'une table de mixage.

La pratique traditionnelle du « mix » par les disc-jockeys consiste dans la manipulation avec habileté de disques vinyle sur les deux platines afin de faire correspondre les tempos en jouant avec le « pitch » (fonctionnalité que l'on retrouve sur certaines platines, permettant d'accélérer ou de diminuer la vitesse du disque) et ainsi arriver à l'enchaînement harmonieux d'un morceau avec le suivant (Brewster & Broughton, 2002).

Les premières platines CD destinées à l'usage de DJ sont développées par la firme *Pioneer* en 1992. Elles marquent le début de nouvelles pratiques. La « *CDJ-300* » est conçue comme un lecteur de Compact Disc classique auquel on a ajouté les fonctionnalités que l'on peut retrouver sur une platine vinyle : un « pitch » pour modifier le tempo du morceau et un « *jogwheel* » permettant d'avancer ou de reculer de manière précise dans le morceau.

Depuis ce modèle, la marque a su se développer et ajouter de nouvelles fonctionnalités à ces platines CD puis USB. Cette dernière permet au DJ de charger sa collection et ses playlists via une clé USB, un disque dur ou une carte SD directement sur le lecteur. Aujourd'hui, *Pioneer* est devenu la référence en la matière : la majorité des clubs et festivals sont équipés de *CDJ-2000*, le dernier modèle de la marque.

À côté de ce hardware, se sont développés des logiciels de mix. Les plus connus sont *Serato* et *Traktor*. L'objectif poursuivi par ces programmes est

d'émuler les platines et la table de mixage. *Native Instrument* a également développé des contrôleurs dédiés à *Traktor* permettant d'utiliser des commandes physiques. Ces logiciels ont permis une certaine démocratisation de la pratique du mix.

2.3. Le vinyle comme support privilégié par certains disc-jockeys

Malgré la multiplication des possibilités et l'amélioration des technologies, certains disc-jockeys utilisent toujours le format du disque vinyle en 2018. Pour expliquer ce phénomène, qui pourrait sembler être un retour en arrière, nous pouvons avancer plusieurs raisons.

En 2012, une étude ethnographique sur le travail des disc-jockeys est réalisée par trois professeurs de l'Université de Nottingham. Les auteurs cherchent notamment à comprendre comment les disc-jockeys valorisent le format vinyle. Deux éléments de réponses émergent de cette étude : l'**aspect tactile** ainsi que la **qualité supérieure analogique** du disque vinyle par rapport aux formats numériques.

L'**exclusivité** et la **rareté** sont aussi des raisons avancées par les disc-jockeys. Concernant l'exclusivité : sous le vocable de « *Vinyl Only* », que l'on retrouve par ailleurs sur Discogs comme sur certains sites de vente en ligne, sont définies les sorties qui sont exclusivement disponibles en format vinyle et ne le seront jamais en digital. Il est parfois possible de connaître le nombre de pressages réalisés pour une sortie. Comme décrit par Bartmanski et Woodward (2015), cette pratique est une réelle stratégie de la part de certains labels qu'ils décrivent comme une stratégie de niche. Par exemple, un label indépendant de musique « House » peut presser un EP¹⁰ à 300 exemplaires estampillé « Vinyl Only ». Par le simple processus économique de l'offre et la demande, le disque s'écoulera rapidement.

Pour se distinguer, un disc-jockey doit jouir de certaines compétences techniques de mixage mais aussi proposer à son public une sélection originale et exclusive. Dès lors, le vinyle lui offre plusieurs possibilités.

¹⁰ De l'anglais « Extended Play », l'EP est un format musical contenant généralement quatre morceaux (deux par face de disque).

Comme nous venons de l'expliquer, les disc-jockeys qui utilisent le vinyle pour leurs DJ sets peuvent se procurer des disques récents à pressage limité. Ils peuvent également acquérir des disques plus anciens ou devenus rares notamment du fait de leur dispersion dans le monde entier. Un disc-jockey pratiquant en Belgique peut aussi se procurer un disque rare car produit et distribué uniquement en Afrique du Sud dans les années 1980, notamment grâce aux nouveaux outils en ligne. Nous allons nous attarder sur ces pratiques dans le point suivant.

3. Du « Crate digging » au « digging » en ligne

3.1. Le « Crate digging »

Le terme « digging » est issu de l'expression « crate digging », littéralement « fouillage de caisses ». Il s'agit de l'activité qui consiste à chercher des disques rares et inconnus sur des brocantes, des marchés aux puces, chez un disquaire, voire directement chez des particuliers, à « creuser »¹¹ afin de dénicher la pépite.

Par extension, le « digger » désigne la personne qui « dig », qui cherche à découvrir des raretés. Les premières utilisations du terme datent des débuts du Hip Hop. Les disques que découvraient les beatmakers¹² constituaient la base de leur production. Le processus d'échantillonnage d'un producteur consiste à trouver un morceau ou une rythmique qui lui plait, poser le disque sur sa platine, enregistrer certaines parties sur un sampler et enfin réagencer ces samples pour créer une production nouvelle. Par la suite, le terme « digging » s'est étendu à d'autres genres que le Hip Hop¹³ et est devenu la pratique de recherche et de découverte de disques rares. Elle est maintenant utilisée comme un synonyme de la pratique de collection de disques en général (Vályi, 2010).

À l'origine, le vinyle était le seul support disponible pour réaliser un DJ set. La recherche et la découverte de musique par les disc-jockeys passaient donc

¹¹ En anglais, « to dig » se traduit littéralement par « creuser ».

¹² Terme venant à l'origine du Hip Hop qui désigne le producteur de « beats », de morceaux rythmiques destinés aux rappeurs.

¹³ Nous tenons à préciser que notre travail ne se concentre pas sur un genre musical en particulier.

par les disquaires, les brocantes, les vide-greniers mais aussi par les promos reçues directement des producteurs ou des labels.

3.2. Les labels de rééditions et les compilations

En 2017, le premier « TED talk » sur l'importance culturelle des communautés de diggers de disques vinyle s'est tenu à Montréal¹⁴. Lors de cette conférence, Alexis Charpentier explique comment les communautés des diggers, disc-jockeys et producteurs peuvent jouer un rôle important en préservant et en revitalisant des scènes musicales oubliées à l'ère numérique.

Un nombre important de disques auraient été perdus pour toujours sans le travail des premiers collectionneurs des années 1960. Le « digging » est un style de vie : les « diggers » sont obsédés par des disques obscurs, chers, bon marché ou qui ont un artwork original. Le travail du digger se résume en trois phases :

- « Chasser » : passer des heures, des jours entiers à fouiller et à se salir les mains au sens propre comme figuré de l'expression ;
- « Rassembler » : en fonction de ses goûts et de son expertise, le digger choisit quel disque sauver et cherche tous les détails le concernant, il le documente, le contextualise et l'archive dans de bonnes conditions ;
- « Partager » : le digger partage sa découverte à travers une réédition, un article en ligne ou une émission radio. Il est un « *taste maker* » et un « *curateur* ».

Nous vivons à une époque où le choix parmi les productions de masse que l'on nous propose entrave la vraie découverte : Alexis Charpentier fait référence à une étude du marché de la musique en Grande-Bretagne qui montre que seulement 1% des artistes les plus connus gagne 77% des revenus totaux de l'industrie musicale. Dès lors, il croit en les recommandations humaines plutôt qu'en les algorithmes (par exemple, de Spotify ou YouTube).

Lorsque les médias traitent du « revival » du disque vinyle auquel nous assistons aujourd'hui, ils omettent souvent de mentionner les communautés

¹⁴ "How record collectors find lost music and preserve our cultural heritage | Alexis Charpentier", source YouTube. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=LhszKevcH30>, publié le 5 février 2018.

de diggers¹⁵ qui ont gardé le vinyle, sa tradition et sa culture en vie ces trente dernières années. Ces communautés sont à la fois solidaires et compétitives : lorsqu'un digger cherche un disque extrêmement rare et qu'il passe à côté, il pourrait ne plus jamais le retrouver.

Il compare ensuite le digger à un archéologue de la musique. Certains disques n'ont jamais été trouvés ou même écoutés, certains artistes n'ont pas eu la carrière qu'ils méritaient.

Des labels de réédition tels que « Music From Memory »¹⁶ ou « Finders Keepers »¹⁷ ont pour objectif de retrouver des disques oubliés, leurs ayants-droit ainsi que les enregistrements originaux pour les rééditer. Une pratique que l'on peut définir comme un travail de recherche, de « curation »¹⁸ et de prescription culturelle (cf. infra).

Dans un article des Inrocks, le digger Victor Kiswell explique que « [...] la majorité des diggers se consacrent non pas à la vente mais à la réédition de leurs trouvailles. »¹⁹

Si les rééditions (le terme anglais « *reissue* » est également utilisé) se composent généralement des mêmes titres que les albums originaux, les *compilations* ont une visée quelque peu différente. Une compilation est constituée de morceaux précédemment disponibles, issus de différentes sources (EPs, Albums, etc.) et compilés par un collectionneur, un digger ou un disc-jockey.

3.3. Le digging en ligne

Les pratiques originelles de digging ont été affectées par l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication. En effet, le développement de médias en ligne a créé une transformation profonde non

¹⁵ Nous entendons « communauté » au sens d'un ensemble de personnes unies par des liens d'intérêts, des habitudes communes, des opinions ou des caractères communs.

¹⁶ <http://www.musicfrommemory.com/>, consulté le 4 juin 2018.

¹⁷ Avec une discographie qui s'étend sur plus de soixante années et plus de quarante pays différents, ce label de réédition propose une musique inédite en mettant en lumière des artistes oubliés. Source : <http://www.finderskeepersrecords.com/>, consulté le 4 juin 2018.

¹⁸ De l'anglais, nous entendons par ce terme l'art de collecter, organiser et mettre en valeur tous types de contenus autour d'une thématique donnée. Source : <https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/curation.shtml>

¹⁹ Propos sur le site des Inrocks : <https://www.lesinrocks.com/2012/12/19/musique/vinyl-diggers-les-aventuriers-du-vinyle-perdu-11332625/>, consulté le 4 juin 2018.

seulement dans la matérialité de la musique, mais aussi dans la façon dont l'information sur la musique, les disques, les artistes, les labels et les collectionneurs circule (Vályi, 2010). Nous allons décrire les différents sites qui permettent de digger de la musique en ligne.

3.3.1. Discogs²⁰

- **Bref historique**

En 2000, Kevin Lewandoski lance Discogs. Le développeur est également fan de Drum'n'Bass et disc-jockey. Il actif sur différentes « mailing lists » consacrées à la musique dans lesquelles il est possible de demander des informations précises sur tel ou tel disque. Il imagine alors une plateforme où les utilisateurs pourraient soumettre l'information qu'ils connaissent à propos de leurs disques et ainsi disposer d'une base de données.

- **Une base de données collaborative**

Discogs est une base de données collaborative sur la musique. Elle est auto-alimentée par ses utilisateurs. Son catalogue comporte plus de dix millions de références²¹.

- **Les fonctionnalités principales**

- **Tableau de bord**

Le tableau de bord est une page d'accueil personnalisable qui renvoie vers différentes zones du site. Il peut s'agir de sa collection, sa Wantlist ou son activité, par exemple. Sont également inclus dans le tableau de bord les nouvelles références, les recommandations et les widgets d'activité de groupe.

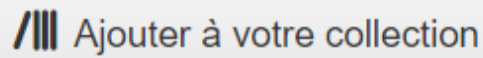
- **Collection**

La collection est l'une des fonctions principales de Discogs. Elle permet de lister toutes les références que l'on possède. Pour ajouter une référence à sa collection, il faut en premier lieu trouver la version exacte dans la base de données grâce au moteur de recherche ou en parcourant la page de l'artiste ou

²⁰ Cf. Annexe 1 pour un complément d'informations sur les effets pervers du Marketplace de Discogs.

²¹ Sur Discogs, le terme anglais « release » a été traduit par « référence ». Lorsque nous utiliserons ce mot, nous ferons dès lors référence à une édition précise d'un disque.

du label qui lui correspond. Une fois trouvée, il suffit de l'ajouter grâce au bouton « Ajouter à votre collection ».



Une fois répertorié, il est possible d'éditer l'état du disque et de sa pochette, ajouter des notes spécifiques ou encore l'ajouter à un dossier personnalisé.

Dans la Collection		Ajouté maintenant	Supprimer
Media Condition		éditer	
Sleeve Condition		éditer	
Notes		éditer	
Folder		éditer	

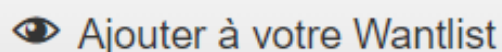
Sur la page Collection, plusieurs possibilités s'offrent à l'utilisateur. Il peut chercher une référence spécifique via la « Search box », trier sa collection grâce aux différentes en-têtes (artiste, titre, label, numéro de catalogue, format, année, évaluation ou date d'ajout à la collection), filtrer sa collection par format/décennie/genre/style et exporter sa collection au format CSV²².

Enfin, il est possible de connaître la valeur estimée de sa collection, basée sur les 10 dernières ventes de Discogs qui utilise l'historique des ventes sur le Marketplace.

○ Wantlist

La fonction Wantlist permet de conserver à un emplacement unique les références que l'on ne possède pas encore, mais qu'on souhaiterait acheter.

L'ajout de références à la Wantlist est similaire à l'ajout d'éléments à la collection. Une fois que l'on a trouvé la référence qui nous intéresse via le moteur de recherche ou au sein d'une discographie, il suffit de cliquer sur le bouton "Ajouter à votre Wantlist"



²² Comma-Separated Value, format de fichier que l'on peut facilement importer dans un logiciel tableur, par exemple Microsoft Excel.

Il est ensuite possible de consulter la Wantlist via l'onglet sur le tableau de bord ou le menu déroulant en haut à droite, en cliquant sur notre photo de profil.

L'intérêt de la Wantlist réside dans le fait d'être informé de la mise en vente d'une référence via la messagerie interne de Discogs. Il est aussi possible de voir les articles de sa Wantlist qui sont actuellement en vente en cliquant sur « Marketplace » puis « Articles souhaités ».

○ Marketplace et Vendeurs

Le Marketplace est la page de Discogs qui met en relation acheteurs et vendeurs. Si l'utilisateur recherche une référence spécifique, il peut utiliser la barre de recherche propre au Marketplace. S'il n'est pas sûr de ce qu'il veut acheter, il peut appliquer une série de filtres du Marketplace pour parcourir les éléments qui répondent à ses critères (par exemple, des disques de Techno japonaise de 1992 qui coûtent entre 10 et 15 euros).

Le lien entre Wantlist et Marketplace est intéressant. L'utilisateur peut voir les vendeurs qui possèdent des références présentes dans sa Wantlist et ainsi choisir un vendeur qui possède plusieurs articles qui l'intéressent.



Aframerican Coalition - No More Weeping (12")

Label: [Big Big Trax](#)

Cat n°: [BBT-004](#)

État du disque: [Near Mint \(NM or M-\)](#)

État de la pochette: [Near Mint \(NM or M-\)](#)

[Page de la référence](#)

Noté : **4.58**

121 l'ont

292 le veulent

[romainlg](#)

★★★★★ **99.4%**, 321 notes

Expédiée de: [Belgium](#)

**Possède 11 articles de plus
que je souhaite.**

Dans un article de 2010 concernant Discogs sur le site Resident Advisor, un exemple d'abus de la part des vendeurs est exposé. Pour les références les plus rares, les vendeurs sont en mesure de fixer leur prix dans des conditions monopolistiques ou oligopolistiques, ce qui entraîne des prix élevés en raison des faibles niveaux d'approvisionnement.

« Evoked Potentials (Part One) 10 » d'ERP se vendait jusqu'à 99 euros (six fois son prix initial) seulement un mois après sa sortie sur le site de Semantica, étant limité à 100 exemplaires. La facilité de la revente, à cette

occasion, est un problème car les consommateurs habituels sont exclus du marché en raison des profiteurs avertis »²³.

- **Explorer**

Comme son nom l'indique, cette fonctionnalité permet à l'utilisateur d'explorer voire de se perdre dans les millions de références disponibles sur Discogs. Il est possible de filtrer son exploration par Genre (Rock, Electronic, Pop, Folk, World, Country, Jazz, etc.), Style (Pop Rock, House, Punk, Expérimental, etc.), Format (Vinyle, CD, Cassette, LP, EP, Promo, Digital, etc.), Pays et Décennie. On peut également trier les résultats par Derniers ajouts, Dernières éditions, Titre (A-Z ou Z-A), Les plus collectionnés (l'ont, c'est-à-dire dans la Collection), Les plus demandés (le veulent, c'est-à-dire dans la Wantlist) ou Populaire.

- **Listes**

Cette fonctionnalité peut être utilisée pour conserver les éléments que l'utilisateur désire retrouver à un endroit précis. Il peut s'agir d'une liste de références (par exemple, « Mes morceaux préférés de mai 2018 ») mais aussi d'artistes ou de labels (par exemple, « Artistes Chicago House » ou « Labels Indépendants belges »).

- **Une application smartphone**

En juillet 2016, Discogs sort une application mobile. Elle fonctionne sur le même principe que le site web avec cependant quelques fonctionnalités différentes.

Une fois connecté à son compte, il est possible d'effectuer des recherches. La base de données est la même sur l'application que sur le site. Pour les références les plus récentes, il est également possible de scanner un code bar directement via l'appareil photo de son smartphone et ainsi découvrir les informations sur le disque en question.

²³ Source : <https://www.residentadvisor.net/features/1166>, consulté le 27 juin 2018.

Le menu que l'on dévoile en swipant de gauche à droite nous révèle les fonctionnalités disponibles. La Collection peut être consultée à tout moment à condition d'être connecté à internet.

La Wantlist est également disponible sur l'application. L'intérêt d'avoir cette fonctionnalité à portée de main est de pouvoir accéder aux métadonnées d'un disque partout et à tout moment, notamment l'évolution du prix de vente.

En janvier 2018, Discogs annonce l'arrivée du Marketplace pour l'application Android. L'utilisateur peut désormais passer en revue sa Wantlist, ajouter au panier, passer une commande et communiquer avec un vendeur de Discogs directement depuis son smartphone²⁴.

3.3.2. Les sites de vente en ligne

Sur Internet, il est possible d'acheter des disques vinyles sur des sites généralistes comme la Fnac ou Amazon. Mais il existe des sites de vente en ligne qui concentrent leur activité sur les disques vinyle et jouent un rôle de distributeurs. Certains peuvent être liés à un label (par exemple, Rush Hour Records et Rush Hour Distribution).

Parmi ces sites, ceux spécialisés en musique électronique sont nombreux. Nous avons tenté de dresser une liste non-exhaustive des distributeurs connus en Europe : HHV, DeeJay, Decks, RedEye, Juno et Rush Hour.

- **Les fonctionnalités principales**

Nous allons décrire le fonctionnement de ces sites. Ils ont tous la même configuration à quelques détails près.

Pour découvrir de la musique en fonction de ses goûts, les disques peuvent être filtrés par genre et/ou par style. Le degré de précision du filtrage diffère sur chaque plateforme, mais l'objectif est le même. Ainsi, nous pourrions par exemple retrouver cinq catégories sur Decks²⁵ : Techno, Minimal, House, Bass Music et Soul/Funk/Hip Hop. Et six sur RedEye : Bass Music, Funk/Hip Hop/Soul, D'n'B/Jungle, House/Disco, Reggae et Techno/Electro.

²⁴ Source : <https://blog.discogs.com/en/discogs-android-app-buyer-integration/>, consulté le 27 juin 2018.

²⁵ Source : <https://www.decks.de/decks/index.php>, consulté le 27 juin 2018.

3.3.3. YouTube, la discothèque numérique

Dans cette partie, nous nous intéressons brièvement à certains éléments de YouTube qui pourraient avoir un lien avec les pratiques de digging de disc-jockeys²⁶.

- **Les algorithmes comme prescripteurs ...**

Comme toutes les grandes entreprises technologiques, YouTube ne donne pas accès à ses algorithmes. Ceux-ci correspondent à des formules secrètes, des logiciels propriétaires et seuls certains ingénieurs sont autorisés à travailler à leur amélioration. Ces algorithmes ont pour objectif de maintenir les utilisateurs sur le site et de les amener à visionner un maximum de vidéos et ainsi générer des revenus publicitaires.

- **... Ou les chaînes de diggers**

Sur YouTube, les chaînes consacrées à la musique sont innombrables. Parmi celles-ci, certaines se démarquent : les chaînes de « diggers ». En quelques années, elles sont devenues des canaux de diffusion privilégiés permettant à ces collectionneurs de partager leurs découvertes.

Au fur et à mesure qu'ils gagnent en notoriété, certains diggers indiquent dans la section « À propos » de leur chaîne les informations de contact à l'intention de tous ceux qui souhaiteraient faire la promotion d'une sortie²⁷.

Les termes « *Premiere* »²⁸, « *Promos* » ou « *upcoming releases* »²⁹ sont récurrents. Le terme « *Premiere* » se retrouve aussi régulièrement sur les chaînes YouTube de médias, de blogs spécialisés et reconnus ou de labels tels que « Trax Magazine », « Ransom Note » et « Chineurs de House ».

- **Les « Boiler Room »**

Boiler Room est un concept venant d'Angleterre. Il correspond aux performances, principalement de DJ sets mais aussi des concerts live de musique électronique, qui ont lieu dans des villes du monde entier et qui sont

²⁶ Cf. Annexe 2, pour de plus amples informations sur YouTube.

²⁷ Cf. Annexe 3

²⁸ Comme pour le cinéma, le terme « *Premiere* » désigne la première présentation au public. Dans le cas qui nous occupe, il s'agit de la première fois qu'un morceau est uploadé sur YouTube et disponible à l'écoute.

²⁹ De l'anglais, désigne les prochaines sorties à venir.

diffusées en direct sur YouTube. Le business model de Boiler Room est basé sur le sponsoring. Il n'y a pas de frais d'entrée pour les participants qui doivent uniquement envoyer un mail pour recevoir leur invitation.

La particularité du Boiler Room réside dans la proximité entre le public et l'artiste³⁰. Pour les artistes, l'avantage de participer à ce genre d'événements est le gain en notoriété et en visibilité. En ce qui concerne les personnes qui visionnent la Boiler Room en direct ou en différé, nous constatons que certains commentaires sont consacrés à la tracklist³¹. Par exemple, des requêtes concernant un moment précis de la vidéo « Track ID @ 1.30 ? » et parfois la tracklist entière dans un commentaire « Tracklist : 1.30 artiste – titre ; 2.55 artiste – titre ; etc. »

3.3.4. Facebook, ses groupes et ses pages

Depuis sa création en 2004, le réseau social de Mark Zuckerberg s'est développé pour atteindre en 2017 plus de 2 milliards d'utilisateurs. Conçu à l'origine pour les étudiants d'Harvard, le réseau est ouvert à tous depuis 2006.

En septembre 2004, les *groupes* font leur apparition. Ils permettent de partager des informations, des photos, des fichiers ou des liens avec un nombre restreint de personnes. L'accès à un groupe peut être public, fermé ou secret.

En novembre 2007, Facebook lance les *pages*. Il s'agit de profils publics qui permettent aux artistes, personnalités publiques, entreprises, marques, organisations et organismes à but non lucratif de développer une présence en ligne et de se connecter à la communauté. Lorsque quelqu'un aime une page, il peut commencer à voir les mises à jour de celle-ci dans son fil d'actualité.

Les fonctionnalités de Facebook ont évolué considérablement depuis sa création. Par exemple, il est possible d'effectuer une recherche de terme dans les groupes, fonctionnalité qui peut s'avérer utile sur les groupes d'« annonces » (colocation, vente de matériel photographique, etc.) mais aussi dans le cas où le membre doit vérifier qu'une information n'a pas déjà été

³⁰ Cf. Annexe 4

³¹ De l'anglais, expression utilisée dans le milieu de la musique électronique pour désigner la liste des morceaux d'un DJ set.

postée³². Certains types de groupes ont intégré la possibilité de créer des posts de type « Annonces ». La plateforme a par ailleurs mis en place un *Marketplace*.

- **Le partage de « tracks »**

Le terme « track » est utilisé par le milieu des amateurs de musique électronique, on peut le traduire littéralement par « morceau ».

« Aujourd'hui, il y a tellement de contenus sur Internet que les jeunes ont compris qu'il fallait solliciter la communauté pour s'y retrouver ». C'est ce qu'avance Stéphane de Saint Louvent, membre fondateur du groupe Facebook « Weather Festival Music », dans un article de Trax³³.

Parmi tous les groupes que l'on peut trouver sur Facebook nombreux sont ceux qui traitent de la musique. On peut ainsi rejoindre le groupe « Weather Festival Music »³⁴ (l'un des précurseurs du mouvement) ou « Pas-Weather Festival Music ». Né le 27 octobre 2015, « PWFM » s'est développé rapidement. Aujourd'hui devenu une référence en matière de musiques électroniques, PWFM est une communauté regroupant des amateurs de musiques électroniques, une webradio collaborative, une agence de booking, un label, une plateforme dont l'ambition est de renforcer les liens entre les différents acteurs de la scène électronique à travers de nombreux partenariats et un webzine³⁵.

- **Les différents groupes « Chineurs »**

Parmi les groupes de partage de musique, nous avons découvert les différents groupes faisant partie de la famille « Chineurs ». Ils sont organisés par genre musical : « Chineurs de House », « Chineurs de Techno », « Chineurs des Origines » (Disco, Funk, Soul, etc.) « Beau Mot Plage » (dédié aux genres de

³² Cf. infra, 3.3.4. Facebook, ses groupes et ses pages

³³ Propos récupéré sur <http://fr.traxmag.com/article/37021-groupes-facebook-une-nouvelle-maniere-de-digger-de-la-musique>

³⁴ Source : <https://www.facebook.com/groups/WeatherFestivalMusic/?fref=ts>

³⁵ Informations récupérées sur la description du groupe Facebook « PWFM », <https://www.facebook.com/groups/PWFM1/>

musique électronique plus « Minimal ») et « Ramen Break » (consacré au Breakbeat³⁶).

La charte propre à chacun de ces groupes est un élément clé de leur succès. Quentin Courel, co-fondateur des groupes « Chineurs » explique dans un article en ligne du Trax Magazine quelles sont les quatre règles à respecter.

*« La première, ce n'est pas de repost. Ensuite, pas d'autopromo, hormis lors de notre « producer day » qui a lieu tous les deux mois. On veille aussi à ce que chaque membre se limite à un post par jour. Et puis, pas le droit non plus de manquer de respect ou d'être désagréable. »*³⁷

Avant de partager un morceau, les membres du groupe doivent donc utiliser la barre de recherche du groupe (un seul mot clé de préférence) pour vérifier qu'il n'a pas déjà été posté. Les administrateurs et modérateurs du groupe vérifient néanmoins chaque proposition et limitent également les publications de chaque membre à un post par jour.

Comme expliqué, le « Producer Day » est la seule journée où les membres sont invités à publier leurs propres compositions et ainsi pouvoir évaluer la qualité de leur morceau et recevoir les retours et critiques des autres membres.

L'objectif premier de ces différents groupes : partager ses découvertes les plus originales, méconnues, rares, obscures avec la communauté.

- **Les groupes d'identification de morceaux**

« Analogue Shazam » et « The Identification of Music Group » sont des groupes qui permettent à leurs membres de retrouver le titre d'un morceau qu'ils ont entendu. Il suffit au membre qui cherche un titre de poster un enregistrement audio ou vidéo (par exemple, capté lors d'un festival ou d'une soirée), la communauté se charge alors de lui répondre. Tout comme les groupes de partage, ils possèdent leur charte. On peut notamment y trouver les conditions avant de poster un extrait vidéo ou audio contenant le morceau recherché. L'une d'elle est d'avoir consulté au préalable des sites spécialisés

³⁶ Le Breakbeat est un courant de musique électronique caractérisé par la présence de rythmes binaires très syncopés.

³⁷ Propos récupéré sur <http://fr.traxmag.com/article/37021-groupes-facebook-une-nouvelle-maniere-de-digger-de-la-musique>

dans le référencement de tracklists tels que « 1001tracklists »³⁸ ou « mixesdb »³⁹.

3.3.5. Autres plateformes⁴⁰

4. La prescription culturelle

Après avoir défini les concepts propres aux différents thèmes de notre recherche (le vinyle, le disc-jockey et le digging), il nous a semblé pertinent de définir ce qu'était la prescription culturelle. En effet, ce concept est appliqué à différentes thématiques tels que les réseaux sociaux, YouTube ou la musique dans des articles récents. Nous pensons que nous pourrions créer des parallèles et mobiliser cette notion dans la partie empirique de ce mémoire.

Nous allons donc commencer par définir ce qu'est la prescription culturelle puis réaliser une revue non-exhaustive de recherches qui traitent de ce phénomène.

4.1. Définitions

Pour définir la prescription culturelle, nous nous sommes notamment basé sur l'article de Catherine Dutheil-Pessin et François Ribac mis en ligne le 9 avril 2018 sur *Publictionnaire*.

Selon Sandra Painbéni, la prescription culturelle est « *un ensemble de sources d'information sur la qualité d'une œuvre culturelle, indépendantes de l'offre, quantitatives ou qualitatives, descriptives ou évaluatives (sous forme de jugements positifs ou négatifs), à caractère commercial ou non commercial, et personnel ou non personnel, mises à disposition du consommateur* » (as cited in Chapelain, 2014).

Dans sa synthèse de la revue *Territoires contemporains* intitulée « La prescription culturelle en question » (à paraître en 2018), Pierre Delcambre définit la prescription « *comme une prétention sociale à faire faire (que l'on ait été sollicité ou non), qui suppose une connaissance préalable, une*

³⁸ Source : <https://www.1001tracklists.com/>

³⁹ Source : https://www.mixesdb.com/w/Main_Page

⁴⁰ Cf. Annexe 5 pour des informations sur d'autres plateformes.

expertise spécifique et une connaissance ajustée de celui à qui l'on prescrit » (as cited in Dutheil-Pessin & Ribac, 2018)

Il y a aussi dans la prescription culturelle *« l'idée de conseil, de recommandation, de jugement, qui se fait généralement sous une forme sans contrainte, mais qui peut cependant prendre des voies se parant d'autorité. »* (Dutheil-Pessin & Ribac, 2018).

4.2. Recherches sur la prescription culturelle

Historiquement, la prescription culturelle était l'apanage d'un corps d'experts professionnels « chargés de conseiller et de former (dans le sens d'éduquer et de donner forme) les publics, pour les orienter dans la nébuleuse culturelle et artistique » (Dutheil-Pessin & Ribac, 2018). Nous allons voir que ce n'est plus tout à fait le cas aujourd'hui.

En 2000, Hennion, Maisonneuve et Gomart réalise un travail sur l'amateur de musique. Selon eux, l'amateur est « passionné et non-professionnel, il sait s'organiser et créer les conditions de son plaisir (individuellement, collectivement), devenir expert de son art ou discipline, se prescrire et prescrire à d'autres des œuvres et des façons de faire » (as cited in Dutheil-Pessin & Ribac, 2018). Nous observons donc un glissement du statut du prescripteur passant d'experts à « Pro Ams »⁴¹.

En 2015, Julia Bonaccorsi et Valérie Croissant s'intéressent au site *Sens Critique*, qui propose à ses utilisateurs de construire et partager des parcours critiques sur les produits culturels. Il peut attribuer une note sur dix à tous les films, séries, jeux, livres, BD et albums musicaux référencés sur le site mais aussi « ... *manifester son intérêt pour des éclaircisseurs, dire s'il a apprécié une critique, (...), rédiger et commenter des critiques, annoncer qu'il souhaite voir un film ou lire un ouvrage...* » (Bonaccorsi & Croissant, 2015). Ce partage d'informations, d'avis et de critiques peut être considéré comme de la prescription culturelle.

En conclusion de leur article elles expliquent que : « La nouvelle prescription culturelle qui s'énonce dans les industries médiatiques numériques nous

⁴¹ Amateurs qui adoptent des normes et des rythmes quasi professionnels et notamment en matière de prescription culturelle.

semble encore largement à explorer dans la diversité et les modalités contrastées avec lesquelles ces industries font usage de la « recommandation » à propos des objets culturels. »

Chapelain (2014) s'interroge sur le rôle des blogs de lecteurs et leur influence sur l'attention et les choix des internautes, avec l'hypothèse d'une probable évolution, de l'incitation à la lecture vers la prescription.

Elle cite notamment Pierre Assouline : « Si les prescripteurs traditionnels résistent, malgré une perte d'influence des critiques, on assiste à la **multiplication** et à la **dissémination** de la prescription. »

Thomas Stenger (2011) s'intéresse à « la prescription de l'action collective » sur les réseaux sociaux et plus précisément au cas de Facebook. Selon lui, « *On ne peut pas ne pas prescrire* » sur le réseau social. Il emprunte à Denis (2007) le terme de « relais prescriptif » pour parler des utilisateurs qui *like*, partagent et commentent les posts de leurs proches. Il met alors en lumière la différence principale existant entre Facebook et les communautés en ligne : « ... *Au sein de ces dernières, les prescriptions proviennent de membres de la communauté qui se situent le plus souvent au-delà du réseau des relations personnelles, alors que sur les réseaux socionumériques, les avis, commentaires, prescriptions proviennent le plus souvent du réseau d'amis.* »

Enfin, le cas des nouveaux influenceurs que sont les *YouTubeurs* est analysé par Frau-Meigs (2017). Depuis une dizaine d'année, un nouveau type de prescripteur culturel a fait son apparition sur le site d'hébergement vidéo. L'exemple des *booktubeurs*⁴² est développé. Ces *YouTubeurs* peuvent recevoir des livres de la part d'éditeurs sans qu'il leur soit demandé explicitement d'en faire la promotion ni parfois même d'en parler dans leur vidéo. L'objectif des éditeurs reste tout de même « *faire consommer plus* ».

Les *booktubeurs* « ... créent des communautés de partage et de conseils de lecture par le biais de vidéos mises en ligne régulièrement sur les réseaux

⁴² Contraction des termes « book » et « YouTubeur ».

sociaux. » Pour les plus passionnés d'entre eux, ceux qui n'en vivent pas, le but reste donc le **partage** avec une **communauté**.

Frau-Meigs (2017) constate : « ... *une inversion de la prescription et de la chaîne de valeur de la culture. Elles [les industries culturelles] ne viennent plus de certains leaders d'opinion émanant de la profession et adoubés par elle ; elles proviennent des usagers qui relatent leur expérience personnelle en se mettant en relation avec d'autres par le biais d'une performance médiatique.* »

5. La communauté

Le terme « communauté » est polysémique. Nous allons en exposer les différentes définitions et tenter de comprendre cette notion qui est mobilisée dans différents domaines : sociologie, information et communication mais aussi en économie et en gestion. Pour ce faire, nous nous sommes notamment basé sur un dossier thématique réalisé par Jean-François Van de Poël dans le cadre du LabSET de l'Université de Liège⁴³.

5.1. Définitions

- **Communauté**

En 1887, le sociologue allemand Ferdinand Tönnies est le premier à donner une définition de la communauté (Gemeinschaft) : « [...] tout groupement « naturel », clos et à forte dimension émotionnelle, fondé sur des liens objectifs (famille, ethnie, religion, appartenance villageoise, traditions, langue, références historiques...). » (Morel, 2018)

Le dictionnaire Larousse propose plusieurs définitions du terme. Notamment la suivante, qui nous intéresse : « *Ensemble de personnes unies par des liens d'intérêts, des habitudes communes, des opinions ou des caractères communs* »⁴⁴.

- **Communauté d'intérêt**

⁴³ Dossier thématique sur la notion de communauté réalisé par Jean-François Van de Poël. URL : <http://www.elearning.ulg.ac.be/communaute/index.htm>

⁴⁴Définition de la communauté. Source : Larousse en ligne. URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/communaut%C3%A9/17551?q=communaut%C3%A9#17419>

Selon Van de Poël (2005), *« les communautés d'intérêt sont établies de manière libre par les individus. Elles peuvent être montées en réponse à des besoins divers et variables. Elles sont le fruit du regroupement d'individus autour d'intérêts communs pouvant toucher à une infinité de domaine. »*

Par ailleurs, la communauté d'intérêt est une des conditions à l'intelligence collective. Selon Pierre Lévy, l'intelligence collective est *« une intelligence partout distribuée, sans cesse valorisée, coordonnée en temps réel, qui aboutit à une mobilisation effective des compétences. »* (Levy, 1994)

- **Communauté de pratique**

La notion de communautés de pratique est formalisée par Wenger en 1995. Selon lui, *« les communautés de pratique sont des groupes de personnes qui se rassemblent afin de partager et d'apprendre les uns des autres, face à face ou virtuellement. Ils sont tenus ensemble par un intérêt commun dans un champ de savoir et sont conduits par un désir et un besoin de partager des problèmes, des expériences, des modèles, des outils et les meilleures pratiques. Les membres de la communauté approfondissent leurs connaissances en interagissant sur une base continue et à long terme, ils développent un ensemble de bonnes pratiques. »* (Wenger, 2005)

Selon Van de Poël (2005), trois éléments sont importants pour constituer une communauté de pratique :

- **Domaine**

« Une communauté de pratique n'est pas simplement un club d'amis ou un réseau de connexions entre personnes. Elle possède une identité définie par un domaine d'intérêt ».

- **Communauté**

« En poursuivant un intérêt dans leur domaine, les membres s'engagent dans des activités conjointes et des discussions, ils s'entraident et partagent de l'information. »

- **Pratique**

« Les membres d'une communauté de pratique sont des praticiens. Ils développent un répertoire commun de ressources, expériences, histoires,

outils, manières d'adresser des problèmes récurrents, résolutions de problèmes, dans le cadre d'une pratique partagée. »

- **Communauté virtuelle**

Howard Rheingold définit les communautés virtuelles comme : *«[...] des regroupements socioculturels qui émergent du réseau lorsqu'un nombre suffisant d'individus participent à ces discussions publiques pendant assez de temps en y mettant suffisamment de cœur pour que des réseaux de relations humaines se tissent au sein du cyberspace. »* (Rheingold, 1995).

CHAPITRE 2 : Méthodologie

Après ce défrichage théorique, il nous semble pertinent d'émettre plusieurs hypothèses en lien avec les phénomènes étudiés. Pour rappel notre question de recherche est :

« Comment les disc-jockeys mobilisent-ils les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs pratiques de « digging » de disques vinyle ? »

1. Hypothèses

Dès lors, nous avons émis trois **hypothèses** qui découlent directement de notre démarche documentaire :

Hypothèse 1

Les disc-jockeys sont influencés par différentes formes de **prescription culturelle**. Notamment, les notes et les commentaires de références (sur Discogs notamment), les contenus partagés sur les communautés en ligne (les groupes Facebook) et les chaînes de diggers sur YouTube en sont la manifestation.

Hypothèse 2

Pour **organiser** leur **recherche** et leur **découverte** de disques vinyle, les disc-jockeys utilisent des fonctionnalités précises tels que les **playlists** sur YouTube ou la **Wantlist** sur Discogs.

Hypothèse 3

Les disc-jockeys peuvent occuper un rôle au sein d'une **communauté de pratique**. Dans ce cadre, ils font preuve d'intelligence collective.

Notre méthode s'inspire de celle utilisée dans les études d'usage. Elle permet d'éviter le double déterminisme existant en sociologie. Le déterminisme technique soutient que le progrès technique déterminerait l'évolution sociale tandis que le déterminisme social lui est symétrique et considère que la technique n'est pas déterminante, c'est un changement social qui produit la technique.

Dans le cadre de notre travail, nous ne voulons pas limiter nos interprétations à des affirmations allant dans une direction ou dans l'autre. À cet effet, « *la sociologie des usages offre une élasticité méthodologique très séduisante. Les études de terrain s'inscrivent dans une approche qualitative et dans une dynamique microsociologique.* » (Vidal, 2012).

Les pratiques de digging en ligne et en physique sont des pratiques individuelles et privées. Afin de répondre à notre question de recherche et de valider ou réfuter nos hypothèses, nous avons opté pour des **entretiens semi-ouverts** ou **semi-directifs**. Nous avons réalisé un guide d'entretien⁴⁵ et notre **corpus** sera donc composé des retranscriptions de ces entretiens⁴⁶.

Nous avons pris contact avec des disc-jockeys belges que nous connaissions préalablement du fait de leurs activités et selon certains critères.

2. Critères de sélection des disc-jockeys

Afin d'obtenir un corpus pertinent et homogène, nous avons établi trois critères de sélection.

2.1. Critère d'accessibilité

Nous nous sommes entretenus avec des disc-jockeys amateurs ainsi que (semi-)professionnels. Bien que nous eussions quelques préjugés, les professionnels se sont montrés accessibles et nous ont consacré du temps.

2.2. Critère géographique

Pour des questions de faisabilité, nous nous sommes limités à la Belgique. Plus précisément, nos entretiens se sont passés à Bruxelles et à Louvain-la-Neuve, lieu de résidence ou d'activité des personnes interviewées.

2.3. Critère lié à notre problématique

L'objet de notre recherche porte sur l'interaction NTIC / pratiques de digging. Nous avons opté pour des disc-jockeys ayant une activité régulière⁴⁷ et donc l'intention de partager la musique qu'ils acquièrent lors de DJ sets.

⁴⁵ Cf. Annexe 6

⁴⁶ Cf. Annexe 7, disponible sur le CD-Rom en troisième de couverture.

⁴⁷ Pas de « simples » collectionneurs.

3. La récolte des données

3.1. La prise de contact

Après les avoir sélectionnés sur base de nos critères, nous avons contacté les disc-jockeys via leur compte Facebook. Nous nous sommes présenté et leur avons expliqué l'objet et le cadre de notre recherche. Nous avons insisté sur le fait que nous pourrions les anonymiser s'ils le désiraient. Avant de se mettre d'accord sur les modalités pratiques de notre rencontre, nous leur avons expliqué comment l'entretien se déroulerait. Un entretien semi-directif qui nous permettrait de répondre à nos questionnements et de rendre l'échange dynamique.

3.2. Des entretiens semi-directifs

Pour mener à bien nos entretiens, l'outil d'analyse que nous avons conçu en collaboration avec notre promoteur est un **guide d'entretien**. Il est composé de cinq questions portant sur les pratiques de recherche et de découverte de musique. Nous avons également imaginé pour chaque question des hypothèses de réponses, nous permettant lors de l'entretien de rebondir sur les réactions des interviewés. Il ne s'agissait pas de suggérer des réponses mais bien de permettre aux disc-jockeys de se remémorer des éléments auxquels ils n'auraient pas pensé par simple omission.

Concernant le cadre, nous nous sommes entretenus avec les disc-jockeys chez eux, sur leur lieu de travail ou dans des lieux publics.

Concernant le déroulement des entretiens, il est important de préciser que le premier entretien que nous avons effectué nous a servi d'étalon : nous avons tenté le plus possible de réagir à proportion égale lors tous les entretiens et que ceux-ci aient plus ou moins la même durée (entre 50 minutes et 1 heure 20 minutes).

4. Le traitement des données récoltées

4.1. Le codage

Pour le traitement des données, nous nous sommes basé en partie sur la méthode utilisée par Lionel Detry dans sa dissertation doctorale (Detry, 2016). Après avoir effectué des entretiens semi-directifs, il les a retranscrits puis codés. Le codage consiste à mettre en lumière des thématiques qui ressortent dans le corpus (dans notre cas, les retranscriptions des entretiens avec cinq disc-jockeys) et à les comptabiliser afin d'en mesurer l'importance.

Après avoir effectué quelques recherches, nous avons décidé de travailler avec les logiciels d'analyse qualitative textSTAT et QDA Miner.

TextSTAT nous a permis de prendre connaissance des occurrences de tous les termes présents dans nos cinq entretiens. L'inconvénient de ce logiciel est qu'il prend en compte tous les mots et pas seulement ceux qui nous intéressaient, propre à notre recherche. Cela nous a néanmoins permis de faire ressortir des termes que nous avons indexé dans l'optique du codage.

Ensuite, **QDA Miner** nous a permis d'effectuer le codage. Nous avons réparti les codes en quatre catégories comme suit :

- Outils
 - Discogs
 - Site en ligne
 - Radios/Mixes
 - YouTube
 - SoundCloud
 - Facebook
 - Bandcamp
- Fonctionnalités
 - Groupe (Facebook)
 - Playlist (YouTube)
 - Wantlist (Discogs)
- Physique
 - Disquaire

- Brocante/puces/foires
 - Disque/vinyle
- Pratiques
 - Digging/Digger/Dig/etc.

Une fois le codage terminé, nous avons pu analyser la fréquence de codages pour les cinq disc-jockeys, ensemble et séparément. Nous en avons extrait des graphiques de répartition des mots clés⁴⁸.

Nous avons utilisé ces fréquences pour ordonner la présentation des pratiques de digging dans le Chapitre 3⁴⁹, mais pas directement dans notre argumentaire. Ils ont permis de nous guider dans notre réflexion et notre rédaction.

⁴⁸ Cf. Annexe 8, disponible sur le CD-Rom en troisième de couverture.

⁴⁹ Par exemple, si les occurrences du terme « YouTube » sont les plus importantes dans les propos du DJ X, nous décrirons ses pratiques de digging sur la YouTube en premier.

CHAPITRE 3 : Description et analyse des pratiques de digging

Dans ce chapitre, nous aborderons les pratiques de digging des différents disc-jockeys avec qui nous nous sommes entretenus. Nous mettrons en perspective leur parcours en tant qu'artiste pour ensuite développer leurs pratiques en ligne et en physique. Nous avons décidé de présenter les disc-jockeys par âge décroissant (de +/- 40 ans à +/- 25 ans). De cette manière, nous pourrions peut-être constater une différence entre les pratiques de disc-jockeys ayant connu le disque vinyle à l'époque où il était encore le format principal et les plus jeunes qui ont eu le choix de ce format.

Pour déterminer l'ordre dans lequel nous allons présenter les outils utilisés par chaque disc-jockey, nous nous sommes basé sur les statistiques issues de notre codage. Ainsi, nous pourrions également mettre en évidence les principaux outils utilisés dans le cadre de leur pratique de digging.

1. Rick Shiver

1.1. Mise en perspective

Rick Shiver est disc-jockey depuis plus de vingt ans. Le disque vinyle étant le support principal des disc-jockeys à l'époque où il a commencé, la question du « pourquoi opter pour ce format » ne s'est pas posée. À ces débuts, il mixait dans des soirées gays avec ses amis. Il est ensuite rapidement devenu DJ résident au Dirty Dancing puis dans les soirées « *Libertine Supersport* ». Depuis trois ans, il organise les « *Nose Job* », des soirées à la programmation éclectique pour lesquelles il invite des DJs ou des groupes de musique électronique. Il se consacre actuellement à plein temps à cette activité.

Selon lui, certains DJs, la diffusion des Boiler Room sur YouTube ou encore les films consacrés à la musique électronique ont une influence certaine sur

la valeur de certains disques. Il a été un témoin direct des modifications que les outils en ligne ont apporté au digging.

1.2. Description de ses pratiques

1.2.1. En ligne

- **Discogs**

À la création de **Discogs**, Rick trouvait intéressant d'avoir une bibliothèque ou une encyclopédie du disque vinyle. « *En deux clics, tu trouves ce que tu cherches* ». Digger de longue date, il nous explique la difficulté que l'on pouvait avoir à trouver une référence avant l'arrivée de la plateforme. Il mettait jusqu'à cinq ans avant de trouver un disque qu'il désirait acheter. Aujourd'hui, il utilise le **Marketplace** de Discogs.

Depuis deux ans, il utilise aussi le Marketplace pour vendre les disques les plus rares qu'il possède mais qu'il ne souhaite pas garder. Selon lui, Discogs est plus intéressant que d'autres sites de seconde main ou disquaires pour ces références rares. A contrario, il vend les disques moins originaux au disquaire Crevette Records à Bruxelles. Un disque pourra être vendu cinq euros chez Crevette alors qu'il n'aurait pu en tirer qu'un ou deux euros sur Discogs.

Lors d'un voyage au Japon, il a rencontré un digger avec qui ils ont beaucoup discuté musique et notamment d'un artiste japonais produit par un français. Depuis qu'il est rentré en Belgique, il suit de très près les actualités de cet artiste et en profite pour découvrir de nouvelles choses via Discogs. Il « *fait les discographies* », c'est-à-dire qu'il consulte tous les morceaux, EPs ou albums d'un artiste ou d'un label qui l'intéresse.

Ses critères pour écouter ou non une découverte sur Discogs sont assez ouverts. Il préfère ne pas regarder la note d'un disque ou le ratio « L'ont/Le veulent »⁵⁰. Selon lui, ce sont des indicateurs de Discogs qui faussent complètement l'originalité ou la qualité d'un disque. Une centaine de jeunes disc-jockeys peuvent avoir donné la note de 5/5 à un EP parce qu'ils écoutent tous la même chose et qu'ils en sont tous fans. Un disque avec une note

⁵⁰ Ce ratio existe pour chaque référence sur Discogs. Il est la traduction du nombre de personnes qui possèdent déjà la référence (et donc l'ont ajouté à leur Collection) et du nombre de personnes qui la veulent (et donc l'ont ajouté à leur Wantlist).

inférieur à 4/5 peut selon lui être une bonne surprise, plus souvent qu'on ne l'imagine.

- **YouTube**

Rick Shiver est un digger « old school », il découvre de la musique sur les brocantes ou chez des disquaires et il partage ses découvertes sur sa propre chaîne YouTube. Il nous explique que YouTube est devenu pour les diggers un moyen de faire découvrir aux autres leurs « pépites » via leur chaîne. Il partage depuis quelques années ses découvertes et ça lui a déjà permis de découvrir encore d'autres choses. En effet, d'autres diggers ayant consulté les publications de Rick lui ont déjà proposé de faire des échanges. Par exemple, Rick envoie un fichier audio de bonne qualité au digger « X » qui lui-même lui envoie un morceau rare. Nous pourrions parler de « troc en ligne », de partage de « one-to-one ».

- **Bandcamp**

Il aime aussi beaucoup Bandcamp⁵¹. Il y achète de la musique en physique (des vinyles et des cassettes) ou en digital. L'objectif est de mettre de l'argent directement dans la poche des artistes. Il lui arrive même d'envoyer un message privé via Facebook pour faire un virement à l'artiste en échange de l'envoi du fichier pour contourner la commission du site.

- **Sites de vente en ligne**

S'il avait l'habitude d'utiliser Junodownload ou Beatport à l'époque, ce n'est plus du tout le cas aujourd'hui. Selon lui, on y trouve plus que la énième variation des morceaux Deep House ou Techno Minimal qu'on a tous entendu des millions de fois. Il cherche à présent à découvrir uniquement des morceaux plus originaux via d'autres canaux.

- **Émissions radio et podcasts**

Par exemple, il écoute des mixtapes et des podcasts sur des webradios tels que NTS, Redlight Radio ou Dublab. Ce sont des sources riches et variées pour découvrir de nouvelles références.

⁵¹ Cf. Annexe 5

1.2.2. En physique

- **Disquaires**

Deux à trois fois par semaine, Rick se rend chez des disquaires pour y fouiller tous les rayons, sans restriction de style ni de genre. Sa connaissance en musique est assez vaste et il reste très ouvert d'esprit.

- **Brocantes**

Sur les brocantes ou les marchés aux puces, Rick n'a pas de platine portable pour écouter les disques qui l'intéresse. Il utilise l'**application Discogs** ou **YouTube** de son smartphone s'il veut voir ce que vaut un disque ou simplement l'écouter. Il y a 20 ans, il nous explique qu'il lui arrivait d'acheter une vingtaine de disques sans les avoir écoutés. Une fois chez lui, il se rendait compte que la moitié de ses acquisitions n'était pas qualitative ou ne lui plaisait pas. Le facteur d'incertitude était alors plus présent.

C'est aussi par de nombreuses rencontres que ses goûts musicaux et ses connaissances se sont développés. Il nous explique que le lendemain d'une de ses soirées « *Nose Job* », il est allé chez plusieurs disquaires de Bruxelles avec le DJ japonais qu'il avait booké la veille. À son plus grand étonnement, son ami se dirige vers les rayons Jazz et musique du monde. Des bacs qu'il n'aurait pas regardés il y a quelques années, nous a-t-il confié.

2. DJ soFa

2.1. Mise en perspective

Adolescent, DJ soFa s'est acheté une table de mixage et deux platines CD avec un ami pour animer les fêtes de son école. Par la suite, ils ont rapidement opté pour des platines et des disques vinyle, format encore le plus utilisé par les disc-jockeys à cette époque. Ses connaissances musicales sont devenues de plus en plus vastes et il a fini par déménager à Bruxelles pour travailler dans la culture.

Après avoir participé à la création de différentes ASBL et collectifs, il crée son propre label. À ce moment-là, il joue de plus en plus et il reçoit beaucoup de demandes. Un jour, on lui propose de devenir programmeur musical du Festival Europalia, poste qu'il occupe toujours à l'heure actuelle. À côté de

cette activité professionnelle principale, il continue d'être invité à mixer en Belgique et à l'étranger. Il est également souvent invité lors de diffusion en direct d'émissions radios (Kiosk Radio, NTS, The Word ou Redlight Radio). Il a sorti en 2018 sa deuxième compilation sur le label « ICI ».

2.2. Description de ses pratiques

2.2.1. En ligne

- **Discogs**

DJ soFa considère Discogs comme un outil incroyable. Il utilise différentes fonctionnalités de la base de données tant pour découvrir de la musique que pour consulter les métadonnées d'une référence ou encore acheter et vendre des disques.

Lorsqu'il veut faire des découvertes, DJ soFa utilise la fonction « Explorer ». Il est complètement libre de préjugés et très ouvert à tous les genres musicaux. Voici un exemple de filtrage qu'il nous a confié « Allemagne, 1982, Disco + Expérimental, etc. » Il rajoutera d'autres filtres jusqu'à arriver à plus ou moins 500 références. Il effectue ensuite un filtrage visuel en observant la pochette et l'artwork. Avec ses années d'expérience, il nous explique reconnaître certains codes qui peuvent présager d'un disque intéressant ou d'un mauvais disque. Il est également attentif aux métadonnées et aux informations clés : par exemple, s'il s'agit d'un « *Pressage Privé* » ou d'une « *Grosse distribution* ».

Avant un voyage à l'étranger, il effectuera la même démarche. À titre d'exemple, il nous a expliqué avoir consulté Discogs avant d'aller en Grèce de façon à saisir les particularités du pays en matière de productions musicales.

DJ soFa utilise également la **Wantlist**. La sienne est très volumineuse. Il s'en sert pour regrouper ses désirs d'achats. Y ajouter une référence est devenu un véritable réflexe : lorsqu'il a un coup de cœur pour une disque, découvert sur Discogs ou sur une autre plateforme, il l'ajoutera automatiquement à sa Wantlist.

Depuis quelques années, DJ soFa commande énormément de disques via le **Marketplace** de Discogs. L'exhaustivité de la plateforme est sans pareil. Il est selon lui impossible de trouver sur le marché belge toutes les raretés disponibles sur Discogs : le nombre de vendeurs particuliers et/ou professionnels présents sur le Marketplace est immense.

- **YouTube**

DJ soFa parcourt aussi YouTube pour dénicher des morceaux rares. Il se laisse guider par les suggestions du site. Les algorithmes lui proposent souvent des morceaux dans la même lignée que ce qu'il recherche.

Les **playlists** lui servent uniquement à mettre de côté des morceaux qu'il voudrait partager ensuite sur les réseaux sociaux, Facebook notamment. Il n'organise pas ses recherches et ses découvertes via cette fonctionnalité.

2.2.2. En physique

- **Disquaires et particuliers**

DJ soFa pratique le digging dans sa forme la plus originale : il a effectué des voyages à l'étranger durant lesquels il a cherché à découvrir des disques encore inconnus, même de Discogs. Il nous explique que les pays du monde où il existe encore des disques « non-découverts » sont de plus en plus rares. Les caves remplies de pépites chez les particuliers et les collections à l'abandon sont de plus en plus difficile à trouver. Dans la majeure partie du globe, un disquaire sera déjà passé par-là. Néanmoins, il a pu en faire l'expérience plusieurs fois en Inde, en Indonésie et en Grèce. Il se balade alors avec sa platine portable, va à la rencontre des gens, discute et cherche à comprendre. La platine portable est indispensable à l'étranger pour plusieurs raisons. On ne partage pas toujours le même alphabet, par exemple en Grèce ou en Inde, il est donc impossible de déchiffrer les informations sur la pochette. De plus, les disques sont parfois sans pochette, ce qui est aussi un indicateur (esthétique, visuel, de genre, etc.) important pour les diggers confirmés. Enfin, les disques ne se situent pas forcément chez un disquaire (où il y a en général une ou des platines d'écoute) mais chez des particuliers ou dans des entrepôts à l'abandon.

Ce qui le motive, c'est de découvrir et de discuter avec les disquaires à l'étranger, mais aussi d'apprendre ce qui se fait dans le pays. Souvent, le lendemain d'une prestation artistique, il fait le tour des disquaires de la ville dans laquelle il se trouve avec les personnes qui l'ont booké⁵² la veille. Il semblerait que ça soit une pratique assez courante chez les disc-jockeys qui mixent avec des vinyles et les promoteurs qui les invitent.

- **Brocantes**

Il se rend encore très souvent sur des brocantes en Belgique. Néanmoins, il ne s'agit pas ici de trouver des disques dans l'optique de la performance et du partage lors de DJ sets. En effet, en parallèle de ses activités de disc-jockeys, DJ soFa collectionne les 45 tours « belgo-belges ». Il s'agit pour lui non seulement d'une passion mais aussi d'un travail d'archivage dont il s'est senti investi.

3. Sean Thomas

3.1. Mise en perspective

DJ amateur depuis 2013, Sean Thomas fait partie du collectif « Chineurs de Belgique », lié au collectif et groupe Facebook « Chineurs de House ». Il connaît le format du disque vinyle depuis l'enfance : son père possédait une collection de plus de 3000 vinyles. Vers ses 18 ans, il a commencé à acheter des disques sur des sites de vente en ligne anglais. Il a opté pour le format du disque vinyle pour plusieurs raisons.

Dans une première phase, l'aspect collectionneur. Plus jeune, il avait le désir de compléter ses collections de bande-dessinées, il ensuite transposé ce principe au disque vinyle en essayant de compléter la discographie d'un label ou d'un artiste. Il existe chez lui une vraie passion pour ces objets : il s'agit de les entretenir, ne pas les exposer au soleil ou encore de les stocker dans de bonnes conditions.

Dans une seconde phase, il s'est rendu compte que certains labels propres à certains styles publiaient leur musique uniquement au format physique

⁵² De l'anglais, expression utilisé dans le monde de la musique. Le booking est le fait de programmer des dates pour un groupe ou un disc-jockey.

(vinyle) et pas au format digital. S'il voulait se procurer un de ces morceaux, il était alors obligé d'acheter le disque.

Enfin, il apprécie la qualité analogique du vinyle. Dans l'optique de la performance, il nous explique qu'il est plus compliqué de mixer avec des vinyles. Avec des lecteurs CD ou USB, on sélectionne le morceau en quelques « clics » parmi une bibliothèque gigantesque, on le synchronise et on le joue à la suite du morceau précédent. Avec le vinyle, le choix est plus limité : le DJ ne peut pas emporter toute sa collection avec lui, en règle générale un DJ qui mixe avec des vinyles emporte une quarantaine de disques. Une fois le disque sorti de son bac, il faut le « pitcher » correctement et le jouer. Sean aime l'adrénaline, le stress lié à cette façon de mixer.

3.2. Description de ses pratiques

3.2.1. En ligne

À la question « *Comment cherchez-vous/découvrez-vous de la musique ? Quels outils en ligne ?* », les premiers éléments spontanément évoqués par Sean Thomas ont été Facebook, les sites de vente en ligne ainsi que Discogs. Nous allons expliquer comment il utilise chacun de ces outils.

- **Discogs**

Sean Thomas utilise Discogs pour consulter les discographies d'artistes ou de labels qu'il connaît déjà pour découvrir de nouvelles références dans le même genre. Lorsqu'il connaît bien un label et que sa direction artistique lui plaît, il est plus probable de découvrir d'autres sorties potentiellement intéressantes. Il passe donc par la fonctionnalité « **Recherche** ». Dans la même optique, il utilise la base de données comme source d'information à la suite de la découverte d'un morceau sur une autre plateforme. Par exemple, s'il découvre un morceau sur YouTube, il cherchera la référence sur Discogs afin d'en analyser les métadonnées. Il pourra aussi sauter de liens en liens pour découvrir d'autres disques de l'artiste, de ses groupes ou d'un de ses alias, par exemple.

Pour organiser sa recherche et ses achats potentiels, Sean Thomas ajoute des morceaux à sa **Wantlist**. Il s'agit là de la première étape de son système « en entonnoir ». Plus tard, il passe en revue cette Wantlist et sélectionne les

morceaux qu'il veut vraiment acheter. Il les copie alors dans une de ces nombreuses **Listes** (Discogs) organisées par genre. Il consulte ces listes quotidiennement et se rend enfin sur la page de **Vendeurs** qui possèdent la référence.

Une fois sur cette page, il peut repérer les autres références que le vendeur possède, qu'il peut ajouter à sa commande si elles lui plaisent. L'objectif est de rassembler un maximum de disques sur une seule commande afin de réduire les coûts fixes liés aux frais de port. Il nous explique également limiter ses commandes aux pays de la zone euro voire aux pays limitrophes de la Belgique.

Il référence sa **Collection** sur Discogs pour une question d'organisation. Par exemple, pour ne pas commander une version d'un disque qu'il posséderait déjà. Sa collection lui permet aussi de trouver des références qu'il ne connaît pas encore : s'il écoute un morceau dans une émission radio et que la tracklist n'est pas disponible, il va tenter de retrouver dans sa collection un morceau qui a la même esthétique. Souvent, cela lui permet pour retrouver des morceaux de mêmes artistes ou de mêmes labels.

Sur les brocantes, les marchés aux puces ou dans les magasins de seconde main, Sean Thomas utilise l'**application mobile Discogs**. Si la pochette d'un disque l'interpelle, parce qu'il pense l'avoir déjà vue, il va consulter sa Wantlist. Si c'est pour une autre raison, il pourra tout de même retrouver la référence via le moteur de recherche de l'application. Sur la page de la référence, il regardera les différents prix (dernière vente, le moins cher, le plus cher et le prix moyen), la note sur cinq, le ratio « Ceux qui l'ont / Le veulent » ainsi que les commentaires. S'il y a une vidéo YouTube intégrée à cette page de référence, il l'écouterá. Il lui est néanmoins déjà arrivé d'acheter un disque sans même l'avoir écouté auparavant. Les seuls indicateurs de la valeur marchande d'une référence peuvent le convaincre d'obtenir un disque, sachant qu'il pourra le revendre et faire une plus-value, si le disque ne lui plaît pas.

Une autre pratique de Sean Thomas est la consultation des Collections et des Wantlists d'**autres disc-jockeys** sur Discogs. Après avoir retrouvé leur

compte, il peut aller fouiller dans la liste des références possédées ou voulues par des disc-jockeys qu'il apprécie.

Enfin, Sean nous explique utiliser Discogs pour passer des commandes de disques « anciens » ou du moins qu'il ne peut plus se procurer via d'autres canaux (disquaire en ligne ou physique).

Il n'utilise pas la fonctionnalité "**Explorer**" qui selon lui n'est pas assez filtrante. Il préfère découvrir des références dans la liste d'un vendeur dont il sait que la sélection correspond à ses goûts.

- **Facebook**

Sean Thomas utilise Facebook pour **suivre l'actualité** d'artistes, de labels et de distributeurs. Les artistes et les labels, pour être tenu au courant de leurs dernières sorties, être certain de ne rien manquer. Les petits distributeurs pour découvrir de nouvelles références plus originales ou de nouveaux artistes. En effet, ces derniers travaillent souvent avec des labels indépendants, plus jeunes et souvent avec une direction artistique singulière, selon lui.

Sur le réseau social, Sean est également actif sur des **groupes de partage**. Notamment le groupe « Chineurs de House », pour lequel il est modérateur, mais aussi les autres plus spécifiques que nous avons décrits dans la partie théorique de ce travail (« Chineurs des Origines », « Chineurs de Techno », « Beau Mot Plage » ou encore « Ramen Break »). Il y consulte les posts des autres membres autant qu'il y partage ses découvertes. C'est le fait que ces groupes soient modérés qui permet selon lui de garder une certaine qualité et originalité dans les posts de ses membres. Il écouterait aussi plus facilement un post partagé par une personne de « confiance », dont il connaît les goûts.

Il est également membre de groupes spécialisés dans l'identification de morceaux tels que « Analogue Shazam » ou « The Identification of Music Group ». Après s'être rendu au festival de musique électronique « Dekmantel » au Pays-Bas, il y a posté plusieurs extraits vidéos afin que la communauté identifie les titres de différents morceaux.

Enfin, il utilise depuis peu la fonction « **Enregistrer** » de Facebook. Celle-ci lui permet de conserver tout ce qu'il trouve sur le réseau social directement à

un endroit et ce peu importe la nature du post (liens vidéo, audios, mixtapes, articles, etc.).

- **YouTube**

Sean Thomas utilise principalement la fonctionnalité **Playlists**. À l'origine, il organisait ses découvertes musicale par genre et par style. Par exemple, des playlists intitulées « Techno », « House » ou « Breakbeat ». Il a finalement opté pour **une seule playlist** qui lui permet de mettre de côté plusieurs milliers de morceaux de genres et de styles différents. Lorsqu'il la consulte, il pioche alors au hasard un titre et s'y intéresse plus en profondeur.

Il effectue des aller-retours entre YouTube et Discogs. S'il découvre un morceau qui l'intéresse sur YouTube, il se rendra sur Discogs pour écouter l'EP en entier, regarder les métadonnées et éventuellement l'ajouter à sa Wantlist puis à une liste plus précise avant de passer à l'achat.

Enfin, concernant ses critères de « visionnage » et de sélection sur YouTube, Sean Thomas nous explique s'intéresser aux vidéos ayant un faible nombre de vues. Dans l'optique d'un partage avec la communauté des « Chineurs » sur Facebook, une vidéo qui a moins de vues aura moins de chance d'avoir déjà été découverte et partagée.

- **Sites de vente en ligne**

Sean Thomas opère un premier filtrage en allant d'abord sur des sites plus spécialisés dans un style de musique. Il préfère aller sur un site anglais qui aura une sélection plus restreinte qu'aller sur deejay.de, un site de vente de musique électronique trop généraliste selon lui. Sur ces sites de ventes en ligne, il regarde en premier lieu les nouveautés. Après une rapide première écoute (maximum une vingtaine de secondes à trois ou quatre endroits du morceau), il ajoute les morceaux qui pourraient l'intéresser à son « Panier ». Enfin, il les réécoute à froid et dans leur intégralité pour prendre une décision finale d'achat ou non.

- **SoundCloud**

Sean Thomas utilise SoundCloud principalement pour guetter les nouvelles sorties des artistes ou des labels qu'il suit assidument. Les commentaires postés à des moments précis de mixes uploadés sur la plateforme lui permettent aussi de retrouver des morceaux⁵³.

- **Émissions radio et podcasts**

Pour découvrir la sélection d'artiste belges et internationaux, Sean Thomas écoute et regarde des mixes, des émissions radio et des podcasts. Il nous parle de « NTS » et « Rinse FM », mais également de radio belges telles que « The Word » ou « Kiosk Radio ». Les « Chineurs de Belgique », dont il fait partie, ont d'ailleurs déjà été invité plusieurs fois pour y réaliser des DJ sets.

3.2.2. En physique

- **Disquaires**

Il arrive souvent à Sean Thomas de se rendre chez le disquaire « Crevette Records » et parfois chez « Dr Vinyl » à Bruxelles. Il va occasionnellement chez Jukebox à Namur.

Lorsqu'il se rend chez « Crevette Records », il écoute les *releases*⁵⁴ de musique électronique. Il commence par écouter toutes les nouveautés qui sont arrivées. Il peut ensuite chercher dans les bacs par genre ou par label. Enfin, il trouve parfois quelques références dans les bacs d'occasions. Il reste aussi attentif au « Coups de cœur » qui sont mis en avant sur un des murs du disquaire.

Pour choisir les disques qu'il va écouter dans le magasin, le premier filtre qu'il met en place est la pochette. Il nous explique qu'après quelques années d'expériences, il est facile de reconnaître les artworks propres à certains genres, styles et sous-genres.

Après cette première sélection, il utilise une des platines mise à la disposition de la clientèle pour écouter les disques qui pourraient les intéresser.

⁵³ Cf. Annexe 5

⁵⁴ De l'anglais, littéralement sortie. Désigne toute parution quelle qu'en soit la forme (disque vinyle, Compact Disc, cassette ou fichier audio numérique).

Concrètement et dans un souci d'efficacité, il déplace le bras de la platine à différents endroits du disque pour tenter de cerner les spécificités des différents morceaux assez rapidement.

La proximité avec le disquaire et les conseils qu'il peut apporter sont des éléments qui poussent Sean Thomas à se rendre chez dans un magasin. Il nous explique s'être lié d'amitié avec un des vendeurs Jukebox. Au fil des années, le vendeur a appris à cerner le style de Sean Thomas et a pu lui conseiller certains disques. Quand Sean passe une commande sur un site de vente en ligne ou sur Discogs, il lui arrive de la faire livrer à l'adresse de Jukebox à Namur et de venir chercher ses colis plus tard.

Lors de voyage, il cherche les disquaires locaux. Cela lui permet de trouver des références locales qu'il ne pourrait pas trouver chez un disquaire belge.

- **Brocantes et foires**

Concernant les brocantes « généralistes », il ne s'y rend que très rarement. Selon lui, il y aurait trop de « déchets », pas assez de références intéressantes pour le temps passé à chercher. Il participe cependant à certaines foires aux vinyles ou brocantes spécialisées en tant qu'acheteur et vendeur. Il peut y écouler les disques qu'il ne joue plus et en acheter d'autres d'occasion. De plus, lors de foires dédiés au vinyle, les organisateurs ou certains vendeurs mettent à disposition une platine permettant l'écoute. Dans le cas inverse, Sean Thomas utilise les applications Discogs ou YouTube de son smartphone.

3.2.3. Critères de sélection et organisation de la recherche

En règle générale, il fonctionne au « Coup de cœur ». Après la première écoute, Sean Thomas réécoute certains morceaux plus attentivement. Il imagine alors des scénarios par rapport à l'ambiance des différents morceaux du disque : un morceau plus énergique pour le « peak time »⁵⁵ de la soirée ou un morceau plus lent et plus calme pour le « warm up »⁵⁶, par exemple.

⁵⁵ De l'anglais, terme utilisé pour désigner le moment du DJ set au cours duquel le public est le plus haut (« peak ») en termes d'énergie, le plus enthousiaste.

⁵⁶ De l'anglais, le warm up désigne le début d'une soirée et par extension d'un DJ set. Si plusieurs DJ sets (et plusieurs disc-jockeys) s'enchaînent lors d'un événement, le premier à jouer aura pour mission d'« échauffer » le public pour la suite de l'événement.

4. Penrose T

4.1. Mise en perspective

Maxime Piraux alias Penrose T a découvert la musique électronique à l'âge 12 ans. Lors d'une soirée, un ami disc-jockey de ses parents lui fait écouter deux disques de Techno minimal et d'électro. Il découvre la musique de club et s'y intéresse de plus en plus, surtout via Internet : SoundCloud, Beatport ou des communauté de *peer-to-peer*. À 16 ans, il achète ses premières platines vinyle. Ses goûts s'affinent et il commence à acheter ses premiers disques sur des sites de vente en ligne ou lors de ces voyages à l'étranger. Lorsqu'il entame ses études à Louvain-la-Neuve, il décide rapidement d'intégrer le Kot&Mix, kot à projet dédié à la musique électronique et à sa promotion sur le site universitaire.

4.2. Description de ses pratiques

4.2.1. En ligne

- **Sites de vente en ligne**

Les points d'entrée de Penrose T pour découvrir de la musique dans l'optique de ses DJ sets seront toujours les **sites de vente en ligne**. Il nous confie avoir créé une véritable relation de confiance avec certains sites spécifiques ayant une distribution très précise. La musique ne doit pas y être trop classifiée : en trois genres différents (« House », « Techno » et « Minimal ») sur deck.de, par exemple. S'il se rend dans la section « Minimal », il va trier les références par ordre chronologique de sortie. Cela lui permet de ne rien manquer. En effet, il « scroll »⁵⁷ jusqu'à la dernière référence qu'il avait consulté lors de sa dernière visite du site. Selon lui, cette pratique est une bonne manière de trouver des nouveautés et « d'alimenter son bac », c'est-à-dire se procurer de nouveaux morceaux à jouer lors de futures performances.

En règle générale, il utilise un calepin sur lequel il note tout ce qui pourrait l'intéresser. Il nous explique également se rendre sur ces sites de vente dans

⁵⁷ De l'anglais, désigne l'action qui consiste à faire défiler verticalement le contenu d'un document sur un écran d'ordinateur, de smartphone ou de tablette.

un souci **d'efficacité** et selon ses **goûts** personnels : il veut écouter de la musique de club qu'il sera sûr de pouvoir se procurer facilement.

- **Discogs**

C'est entre autres la raison pour laquelle il n'utilise quasiment pas Discogs. Il n'y achète et n'y vend pas de disques, il n'utilise pas la Wantlist, mais il a tout de même un compte. Ce qui l'intéresse, c'est la quantité de métadonnées qu'il y a autour d'une référence. Il lui arrive de consulter la page de certains artistes ou labels, mais cela ne représente qu'une partie infime de son temps de digging.

- **Facebook**

Sur Facebook, Penrose T a un fonctionnement tout à fait particulier. Toujours dans un souci d'efficacité, il filtre manuellement tous les posts de ses amis qui ne l'intéressent pas afin de « nettoyer » son fil d'actualité. Ce dernier est alors complètement dédié à des projets artistiques, des sorties de disques ou des propositions d'événements musicaux.

Il a pour objectif de suivre l'actualité de certains artistes, labels ou distributeurs. Il trouve aussi intéressant d'être au courant des « sous-projets » partagés par les « projets-mère », par exemple un label qui crée un post sur sa page principale pour faire connaître son nouveau sous-label. Il s'agit d'une manière efficace pour découvrir de nouvelles références, selon lui.

- **YouTube**

Concernant YouTube, Penrose T nous confie ne pas utiliser la plateforme pour découvrir de la musique. Étudiant en informatique, il est particulièrement conscient du rôle des algorithmes de suggestions : garder les utilisateurs sur YouTube pour générer des revenus. Selon lui, un calcul qui n'est pas efficace pour les diggers désireux de découvrir de nouvelles références.

- **Autres**

Outre les différents outils qu'il utilise pour découvrir de la musique et ensuite se la procurer au format physique, Penrose T est actif sur des réseaux d'échange de musique en *peer-to-peer*. Ces logiciels permettent entre autres

de créer une « *Watchlist* »⁵⁸ permettant via un moteur de recherche d'être notifié lorsqu'un album, un EP ou juste un morceau est partagé par un utilisateur.

Il nous explique télécharger certains morceaux via ces plateformes pour plusieurs raisons. Si un seul morceau sur un EP contenant quatre titres l'intéresse, il préfère ne pas acheter le disque vinyle. C'est également pour des raisons pratiques qu'il télécharge et stocke des morceaux sur une clé USB. En effet, les organisateurs de soirées n'ont pas toujours l'expertise pour mettre à la disposition des disc-jockeys un « *DJ booth* »⁵⁹ avec platines vinyle en état de fonctionnement parfait. Lors de représentation où il est plus pénible de transporter son sac de disque, certains disc-jockey préfère également le format digital au vinyle.

4.2.2. En physique

- **Disquaires**

Penrose T se rend chez les disquaires « Crevette Records » et « Dr Vinyl » dans un souci d'efficacité. Selon lui, il y a un avantage à se rendre chez « Crevette Records » pour trouver certaines nouvelles sorties qui ne sont déjà plus disponibles sur les sites de vente en ligne, les disques étant distribué plus tard chez le disquaire. Il va chez « Dr Vinyl » pour les références plus anciennes de seconde main. Il est possible d'y trouver de bons disques.

Chez l'un ou l'autre, son procédé est le même. Il effectue une présélection dans les bacs de « Nouveautés » en fonction de la **pochette**. Une fois qu'il a une pile pouvant aller de 50 à 80 disques, il s'installe à une des platines pour les écouter un à un. Cela lui prend environ 2h30 en moyenne pour écouter une trentaine de secondes par disque au maximum⁶⁰. L'avantage par rapport aux pré-écoutes disponibles sur les sites de vente en ligne est que les morceaux

⁵⁸ La Watchlist des logiciels de peer-to-peer fonctionne sur le même principe de la Wantlist de Discogs. Lorsqu'une nouvelle référence voulue est disponible, l'utilisateur en est notifié et peut la télécharger.

⁵⁹ De l'anglais, le terme « DJ booth », littéralement « cabine du DJ », faisait historiquement référence à la cabine dans laquelle se trouvait le disc-jockey en club. Par extension, le terme désigne aujourd'hui le matériel prévu lors de DJ set, au minimum composé de deux platines vinyle, CD ou USB et d'une table de mixage.

⁶⁰ Ajoutez à cela le temps pour sortir le disque de la pochette, le poser sur la platine, poser l'aiguille à différents endroits du disque, retourner le disque pour écouter la face B et le remettre dans la pochette.

sont disponibles en intégralité. Il nous explique que, par exemple, pour un morceau de neuf minutes, seulement une minute et trente secondes de pré-écoute sera disponible en ligne, ce qui n'est pas toujours le plus appréciable pour un disc-jockey.

4.2.3. Critères de sélection et organisation de la recherche

Penrose T essaye dans la mesure du possible d'acheter des disques pour lesquels tous les morceaux lui plaisent (un EP 12 pouces 33 tours⁶¹ est généralement composé de 4 morceaux). Pour lui, la qualité d'un EP passe justement par le fait de trouver différentes ambiances sur le disque : une face A plus énergique, avec un « *banger* »⁶², et une face B plus calme, plus proche du genre « Ambient », par exemple.

Ses autres critères sont l'esthétique et la qualité technique, c'est-à-dire de l'enregistrement audio du disque. Il ne veut pas que ça sonne « vieux » ou « crasseux ». D'autres disques lui permettent de combler les « trous » dans sa collection. Il cherche des disques qui sont plus « fonctionnels », qu'il peut placer facilement dans un DJ set de quatre heures, par exemple.

Enfin, il imagine des scénarios à l'écoute des disques qu'il pourrait acheter selon plusieurs critères. En fonction du type d'événement (festival, soirée en club, émission radio, etc.), de l'endroit, du public attendu, de l'heure de l'événement (après-midi ou nuit) ou de son ordre de passage dans une soirée (warm up ou dernier à jouer à 5h du matin), il devra s'adapter et donc préparer son sac de disques en conséquence avant son « *gig* »⁶³.

⁶¹ Format généralement adopté et produit dans certains genres de musique électronique, la House notamment.

⁶² Se dit d'un morceau de musique électronique qu'un DJ peut passer au *peak time* de son DJ set, au moment où le public est le plus enthousiaste.

⁶³ De l'anglais, le terme « *gig* » peut signifier un concert, une date, une représentation.

5. Sébastien G

5.1. Mise en perspective

Sébastien Gillard alias Sébastien G a commencé à s'intéresser à la musique électronique à l'âge de 14 ans. Il s'est acheté une petite console USB destinée à contrôler un logiciel de mixage pour effectuer ses premiers DJ sets lors de soirées organisées avec sa bande d'amis. Au début de ses études à Bruxelles, il a mis ce hobby de côté. Il y a deux ans, du fait de son implication dans le collectif « LIFESTAGE » (webzine et émission radio), il recommence à mixer à la radio ou lors de soirées. Il a ensuite rejoint le collectif « Chineurs de Belgique » dont il est toujours membre actif.

Ses premiers contacts avec le disque vinyle datent de l'adolescence. Son père possédait une collection de disque qu'il pouvait écouter à sa guise. Lors d'un anniversaire, Sébastien a reçu un album vinyle + CD du producteur Aeroplane. Il utilisait le CD pour mixer, tandis que le disque vinyle était le premier de sa collection. Il a alors commencé à acheter des disques de tous genres dans l'optique d'agrandir sa collection. Par la suite, il s'est concentré sur des disques de styles plus spécifiques à jouer lors de ses DJ sets.

5.2. Description de ses pratiques

5.2.1. En ligne

- **Discogs**

Discogs est l'outil en ligne qui suscite le plus d'intérêt chez Sébastien G. Pour lui, le point fort de la plateforme réside dans la possibilité de saut de page en page et de lien en lien entre différents artistes, labels, sous-labels, maisons de disques, etc. C'est un moyen facile de comprendre les connexions existantes entre différents protagonistes et dès lors de découvrir de la musique. Il considère l'intégration de vidéos YouTube sur les pages de références comme une facilité. Cela lui permet de ne pas devoir quitter Discogs pour écouter les différents morceaux d'un EP, par exemple.

Lors de notre entretien, Sébastien G nous confie avoir récemment répertorié sa **Collection** sur Discogs dans un souci d'organisation. Lorsqu'un disc-

jockey possède plusieurs centaines de disques, il n'est pas possible de se rappeler chaque référence précise.

Depuis peu, il passe également des commandes aux vendeurs présents sur le **Marketplace**. Pour rentabiliser les frais de port, il regarde toujours les autres articles en vente chez un vendeur pour peut-être découvrir d'autres disques qui pourraient l'intéresser. Il découvre d'ailleurs plutôt de nouvelles références via ce procédé que par la fonction « **Explorer** » qu'il n'a quasiment jamais utilisé.

Lorsqu'il s'intéresse à un disque, il ne regarde pas la note sur cinq, le ratio « L'ont/Le veulent » mais reste attentif à l'évolution du prix à travers le temps. À titre d'exemple, une référence qui valait 5 euros en 2000 et qui est maintenant estimée à 20 euros pourrait être intéressante. Il regarde aussi les commentaires pour voir ce que les gens en disent, savoir s'il y a une possibilité de « *repress* »⁶⁴ d'un disque ou s'il existe des défauts techniques pour certaines versions, par exemple.

- **Facebook**

Sur Facebook, Sébastien G fait partie des différents **groupes de partage** « Chineurs ». Il consulte régulièrement les posts proposés par ses membres et c'est d'ailleurs selon lui l'attrait principal de ce genre de communauté : les suggestions ne sont pas faites par des algorithmes mais bien par des humains, ce qui signifie une certaine qualité mais aussi une certaine originalité. Il suit également les **pages** de certains artistes et labels pour être au courant de leur actualité.

- **Sites de vente en ligne**

Il se rend sur les sites de vente en ligne uniquement pour passer commande et jamais pour découvrir de la musique. Néanmoins, une fois sur ces sites, il peut se laisser tenter par les suggestions du type : « *Les personnes qui ont acheté ce disque ont aussi acheté celui-ci* ».

⁶⁴ De l'anglais, désigne une nouvelle édition d'un disque vinyle qui est repressé.

- **YouTube**

YouTube lui sert principalement à l'écoute de mixes (des Boiler Room, par exemple). S'il repère des morceaux qui l'intéressent, il cherche le titre dans les commentaires de la vidéo, sur des sites de tracklists ou sur des **groupes Facebook** d'identification de musique. Une fois l'identité du morceau trouvée, il pourra l'ajouter à sa **Wantlist** sur Discogs. De plus, il est abonné à certaines chaînes de diggers qui uploadent principalement des morceaux de musique « House ».

5.2.2. En physique

Lorsqu'il nous décrit ses premiers achats de disques vinyle, Sébastien G se considérerait comme un collectionneur plutôt qu'un disc-jockey. Ses disques venaient alors de foires, de brocantes et de disquaires. Maintenant qu'il dig dans l'optique de ses DJ sets, il concentre sa recherche chez certains disquaires et lors de certaines foires spécifiques (la foire aux vinyles du festival « Beautés Soniques » à Namur, par exemple).

- **Disquaires**

Sébastien G se rend principalement chez « Jukebox » à Namur et « Crevette Records » à Bruxelles. Il commence par sélectionner certains disques à écouter dans les bacs avec les intitulés des styles qu'il affectionne. Il écoute aussi beaucoup de disques d'occasion, chez « Crevette Records » notamment, et nous explique apprécier le facteur hasard de cette démarche qui permet d'élargir son horizon musical.

5.2.3. Critères de sélection et organisation de la recherche

Lorsqu'il navigue sur Internet et n'a pas le temps de digger en profondeur, Sébastien G sauve des liens (Discogs, YouTube ou posts Facebook) dans un **dossier de favoris** sur son navigateur par défaut. Par la suite, il les consultera de façon aléatoire. Si une référence l'intéresse, il la mettra toujours dans sa **Wantlist** sur Discogs, qui devient alors la liste à toujours consulter avant de passer une commande.

Il utilise également le « Post-it virtuel » sur son Mac. Sur son bureau, il note assidument les dates de « *pre-order* »⁶⁵ des futures sorties qui l'intéressent afin d'être le plus rapide et le plus efficace possible.

⁶⁵ De l'anglais, « précommande ».

Chapitre 4 : Interprétation des données récoltées

1. Rick Shiver

Rick Shiver est le seul disc-jockey professionnel que nous avons interrogé, actif sur la scène bruxelloise depuis quelques années maintenant. Dans ses pratiques de digging, nous pouvons noter qu'il est plus intéressé par les brocantes et les puces que les sites de vente en ligne. Cela pourrait s'expliquer par le fait qu'il recherche et joue principalement de la musique électronique plus ancienne. Il cherche à toujours engranger plus de connaissances musicales. Nous sommes tenté d'affirmer que Rick Shiver serait plus « underground que l'underground » : en recherche constante de nouvelles sonorités, il ne supporte pas/plus certaines sorties dans certains style de musique électronique qui selon lui n'ont aucune originalité.

En partageant ses découvertes (vinyles ou parfois cassette) sur sa chaîne YouTube, nous pouvons dire qu'il occupe une position de prescripteur. Il le fait pour d'autres diggers et pour participer à la patrimonialisation de certains genre musicaux, comme l'explique Alexis Charpentier lors de sa conférence « TED » à Montréal (2005).

2. DJ soFa

Ses pratiques sont les plus proches du digging au sens original qu'on lui connaît : se rendre sur des brocantes, chez des particuliers et voyager pour découvrir des disques rares et originaux. *« Aujourd'hui, la principale raison de pourquoi j'achète pleins de disques c'est parce que je cherche des choses qui sont difficilement trouvables ailleurs ».*

Il fait partie des diggers de « premier degré » comme il nous l'a expliqué *«... il y a encore pleins de disques "non-découverts" qui ne sont pas encore sur le net ou sur Discogs... »* et qu'il s'agit de partager, de prescrire à d'autres, via la réalisation de compilations, par exemple.

Cependant, il découvre aussi beaucoup de choses grâce à Internet, YouTube ou Discogs via la fonction « Explorer ». Cette fonctionnalité lui permet de filtrer sa recherche (par pays, par genre, par année, etc.) tout en restant très ouvert d'esprit. Il est constamment à la recherche de musiques issues de fusions de genres et de styles différents, des sons inclassables.

3. Sean Thomas

Sean Thomas utilise une multitude d'outils en ligne pour découvrir de la musique : Discogs, YouTube, les sites de vente en ligne, les groupes de partage sur Facebook et les podcasts de webradios.

Nous avons remarqué que parmi ces outils, il mobilise quasiment toutes les fonctionnalités principales de Discogs et qu'il allait même plus loin. En retrouvant les profils d'autres disc-jockeys pour consulter leur Collection et leur Wantlist, il contourne l'usage prévu par la plateforme.

S'il consulte les profils de ces disc-jockeys, c'est car il a confiance en leurs goûts, leur sélection et qu'il veut s'en inspirer : ce sont ses prescripteurs. C'est également le cas pour le groupe Facebook « *We are going deep* » pour lequel il explique que ce sont « [...] *que des vieux DJs qui partagent, des « selectors » qui font ça depuis 30 ans et qui postent des sons. S'ils disent qu'un truc est bien, je leur fais **confiance**.* »

Sur d'autres groupes de partage sur Facebook (principalement les groupes « Chineurs »), Sean Thomas partage plus ses découvertes qu'il ne consulte celle des autres. Étant également modérateur sur le groupe « Chineurs de House », il filtre les propositions de posts des autres membres et se retrouve dans une position de prescripteur. Il peut accepter ou non qu'un morceau soit partagé sur base de critères objectifs, certes, mais aussi dans un aspect plus subjectif.

Nous comprenons que l'intérêt principal de Sean Thomas pour le digging et les DJ sets réside dans le plaisir de découvrir et de partager ses découvertes avec les autres : « *J'ai envie que les gens ne connaissent pas et se demandent ce que c'est. Quand quelqu'un vient me trouver et me demande ce qu'est tel ou tel morceau, là je me sens trop bien, je me sens un peu fier, j'ai fait découvrir un morceau à quelqu'un ou un artiste, un style.* »

4. Penrose T

L'élément marquant dans les pratiques de digging de Penrose T est son souci d'efficacité. Il met pour cela en place différentes stratégies en fonction des outils utilisés.

Par exemple, sur Facebook, il filtre manuellement son fil d'actualité pour arriver à n'avoir plus que des posts susceptibles de l'intéresser. Le réseau social se transforme alors en une source riche en informations liées à la musique.

Concernant ses pratiques de digging à proprement parlé, il se concentre sur les sites de vente en ligne et les disquaires, endroits où il est sûr de trouver de la musique qu'il pourra acheter. C'est la raison pour laquelle il ne se rend pas sur des brocantes ou dans des foires. Il préfère garder un contrôle total et rentabiliser son temps. YouTube représente également pour lui une base de données beaucoup trop vaste et désorganisée pour découvrir de la musique.

Lorsqu'il se rend chez « Crevette Records », il dispose des morceaux en entier et peut donc les écouter intégralement s'il le désire. C'est un avantage conséquent par rapport aux pré-écoutes disponibles sur les sites de vente en ligne. Il cherche à disposer d'un maximum d'informations sur une référence et ainsi pouvoir juger correctement s'il achète ou non le disque. L'autre avantage du disquaire réside dans le fait qu'il disposerait de références neuves que les distributeurs en ligne n'ont déjà plus en stock.

5. Sébastien G

DJ amateur, Sébastien G est très actif dans le milieu de la musique électronique en Belgique et à Bruxelles. Outre ses DJ sets, il est très impliqué dans le collectif « Chineurs de Belgique ».

Tout au long de l'entretien, Sébastien G a insisté sur les sauts de liens en liens (d'un post Facebook à une vidéo YouTube) ou de pages en pages (sur Discogs, d'une référence X au label Y à l'artiste Z). Sur Discogs, l'intérêt qu'il a pour certains artistes ou labels l'amène à creuser plus profondément. Il cherche à découvrir de nouvelles références en démarrant sa recherche depuis la page d'un artiste ou d'un label en qui il a confiance.

Pour lui, la maîtrise de l'aspect technique d'un DJ set est moins importante que l'aspect artistique et l'originalité de la sélection des morceaux. Un bon disc-jockey, c'est celui qui joue des tracks jamais entendus avant, originaux : *« Je préfère tout à fait un gars qui a une console et qui va faire un mix avec une sélection, des sons que j'adore plutôt que quelqu'un qui est sur vinyle et qui va faire un mix dans lequel je rentre pas du tout, pour lequel je suis surpris par aucun son. »*

6. Retour sur nos hypothèses

Après le développement des concepts liés à notre thématique et des phénomènes qui nous semblaient intéressants, nous avons émis trois hypothèses. À la suite de la description et d'une première interprétation des pratiques des disc-jockeys, nous allons revenir sur nos trois hypothèses :

6.1. Hypothèse 1 : Prescripteurs et prescrits

Les disc-jockeys sont influencés par différentes formes de **prescription culturelle**. Notamment, les notes et les commentaires de références (sur Discogs notamment), les contenus partagés sur les communautés en ligne (les groupes Facebook) et les chaînes de diggers sur YouTube en sont la manifestation.

Lors de notre recherche, nous avons constaté des pratiques que l'on peut décrire comme de la prescription culturelle. DJ soFa et Rick Shiver, respectivement semi-professionnel et professionnel, opèrent (peut-être inconsciemment) une influence sur d'autres disc-jockeys, diggers et plus largement sur le milieu de la musique électronique en Belgique.

Si nous analysons précisément les pratiques de DJ soFa, nous pouvons constater qu'à côté de son activité de disc-jockey, il est actif dans la réalisation de compilations : il a sorti la dernière intitulée « *Elsewhere MMDLXXVI* » en juin 2018.

Cette pratique correspond tout à fait à la définition de la prescription culturelle de Pierre Delcambre⁶⁶. Grâce à ces **connaissances préalables** et en faisant preuve d'une **expertise spécifique**, il rassemble des morceaux qui sont selon lui originaux et qualitatifs pour ensuite les partager.

Le cas de Rick Shiver est également intéressant : il uploade régulièrement des vidéos sur YouTube. Comme lors de ses DJ sets, l'objectif premier est de partager ses découvertes originales avec une communauté. Avec l'expérience, il s'est rendu compte qu'une chaîne YouTube permettait d'agrandir son réseau et d'entrer en contact avec d'autres diggers passionnés. Si sa chaîne ne comptabilise pas encore le nombre de vues ou d'abonnés que certains autres diggers⁶⁷, cette pratique peut s'apparenter à de la prescription culturelle.

Si nous mettons en lien la pratique de Rick Shiver avec la définition donnée par Dutheil-Pessin & Ribac (2018) , nous pouvons affirmer qu'il existe une idée de **recommandation sans contrainte**, dans notre cas le fait d'uploader des morceaux qu'il apprécie sur la plateforme YouTube. Mais aussi, selon Delcambre, d'une **connaissance ajustée de celui à qui l'on prescrit**, car Rick Shiver sait en uploadant ses vidéos qu'il s'adresse à un public d'amateurs voire à d'autres disc-jockeys

Parmi les autres disc-jockeys interrogés, Sean Thomas et Sébastien G nous ont expliqué regarder et écouter des mixes (Boiler Room, notamment) et des émissions de webradios (NTS, The Word, Red Light Radio, etc.). S'ils écoutent les mixes des disc-jockeys invités, c'est notamment pour découvrir de nouvelles références, méconnues du grand public mais déjà dénichées par ces professionnels bénéficiant de plus de ressources (temps, argent, réseau, etc.). Pour connaître le titre des morceaux joués, nous avons vu qu'il existait plusieurs possibilités : les groupes d'identification de morceaux sur Facebook et les sites spécialisés dans le partage de tracklists « 1001tracklists » ou « mixesdb ». Nous comprenons dès lors que ces groupes et ces sites existent parce qu'il y a une demande de la part notamment de disc-jockeys désireux

⁶⁶ Selon Delcambre, la prescription culturelle est « comme une prétention sociale à faire faire (que l'on ait été sollicité ou non), qui suppose une connaissance préalable, une expertise spécifique et une connaissance ajustée de celui à qui l'on prescrit ».

⁶⁷ Cf. Annexe 3. Les chaînes YouTube de ces différents diggers ont plusieurs milliers d'abonnés et de vues.

d'acquérir ces mêmes morceaux pour les jouer. Les disc-jockeys professionnels invités dans les Boiler Room ou dans des émissions radios jouent un rôle de prescripteur culturel.

Enfin, concernant les notes sur Discogs, aucun de disc-jockeys interrogés ne nous a confié y être attentif. A contrario, Rick Shiver cherche à écouter des références ayant une note basse (moins de 4/5) pour peut-être découvrir des morceaux sous-coté. Les commentaires sont consultés, mais pas réellement dans une optique d'avis artistique. Les disc-jockeys s'intéressent aux avis « techniques » (par exemple, telle version n'a pas bien été pressée) ou ils cherchent des informations sur un éventuel repress.

6.2. Hypothèse 2 : Organisation de la recherche et de la découverte

Pour **organiser** leur **recherche** et leur **découverte** de disques vinyle, les disc-jockeys utilisent des fonctionnalités précises tels que les **playlists** sur YouTube ou la **Wantlist** sur Discogs.

Dans quatre des cinq cas analysés, qu'ils soient amateurs ou professionnels, les DJs utilisent différentes fonctionnalités de Discogs dans le cadre de leur pratique de digging de disques vinyle. En effet, seul Penrose T ne l'utilise que très rarement.

D'abord, les disc-jockeys utilisent Discogs pour découvrir de la musique et consulter les métadonnées. Comme nous l'avons vu, la découverte peut se faire via d'autres plateformes (une vidéo sur YouTube, un post sur un groupe de partage sur Facebook, etc.) mais la page de la référence Discogs sera souvent consultée. Ils peuvent également découvrir directement de nouveaux morceaux sur la plateforme. Soit après avoir effectué une **recherche** précise, en effectuant des sauts via des hyperliens, soit via la fonction « **Explorer** » ou enfin via le profil d'un vendeur en consultant l'ensemble des références qu'il met en vente.

Le **Marketplace** et la fonction **Vendeurs** sont aussi des fonctionnalités utilisés par tous les disc-jockeys sur Discogs. Leur processus pour arriver aux pages de vendeurs diffère, mais l'objectif est le même : commander et acheter des disques vinyles via Discogs.

La base de données collaborative semble être le premier site en ligne vers lequel se tournent les disc-jockeys pour acheter des disques d'occasion. Ils n'ont jamais évoqué d'autres sites⁶⁸ lors de nos entretiens.

Ensuite, ils utilisent aussi Discogs pour organiser leurs désirs d'achats grâce la **Wantlist**. La plateforme est conçue pour que l'utilisateur puisse ajouter une référence à cette liste à tout instant et depuis n'importe quelle page. Le fait que la Wantlist soit liée au Marketplace est un avantage : lorsqu'il se rend sur le profil d'un vendeur, l'utilisateur peut voir les références qui sont dans sa Wantlist possédées également par le vendeur. Ce système facilite le passage du désir d'achat à l'achat effectif pour le disc-jockey.

Enfin, ils utilisent Discogs pour référencer leur **Collection**. Cette fonctionnalité facilite l'organisation des disc-jockeys et leur permet de savoir précisément quelles références ils possèdent ainsi que leur valeur estimée sur base des ventes du Marketplace.

Les choix artistiques des disc-jockeys et les styles qu'ils affectionnent influencent la façon dont ils vont se procurer leur musique. À titre d'exemple, nous avons constaté que Penrose T n'achète que des sorties récentes et ne possède quasiment pas de vinyles « anciens » car il considère leur son souvent plus « crasseux » et que les productions techniquement moins abouties. Dès lors, il n'achète ses disques que sur des sites de vente en ligne ou chez Crevette Records où il ne regarde pas les bacs d'occasions. À l'opposé, les disc-jockeys qui jouent dans une gamme de genre et de style plus large n'hésitent pas à commander des références plus anciennes sur Discogs, qui permet cet usage.

YouTube semble occuper une position centrale dans le processus de découverte mais aussi de partage. En effet, que ce soit sur la plateforme d'hébergement vidéo ou via les vidéos directement intégrées à une page de référence sur Discogs, la variété et la diversité du contenu disponible est sans pareil. La majorité des liens partagés sur les groupes de partage sur Facebook sont d'ailleurs des hyperliens provenant de YouTube.

⁶⁸ Nous pensons à eBay ou 2èmemain, par exemple.

Nous avons observé que les chaînes de diggers sont aussi des éléments clés dans les pratiques de digging, même si elles peuvent parfois créer le débat⁶⁹.

Nous tenons tout de même à nuancer notre propos. Parmi les disc-jockeys que nous avons interviewés, certains utilisent d'autres méthodes pour organiser leur recherche. Par exemple, Penrose T nous a expliqué utiliser un « *bon vieux calepin* ». Ou encore Sébastien G, qui n'organise pas toutes ses découvertes immédiatement sur Discogs mais sauvegarde auparavant les liens qui l'intéressent dans un dossier de favoris sur son navigateur. Il utilise également les « Post It » virtuel sur son Mac pour lister les dates de précommande des sorties à venir.

6.3. Hypothèse 3 : Les disc-jockeys au sein de communautés

Les disc-jockeys peuvent occuper un rôle au sein d'une **communauté** de pratique. Dans ce cadre, ils font preuve d'intelligence collective.

Les disc-jockeys que nous avons interrogés font partie de diverses communautés. En ligne, sur Facebook notamment, certains sont actifs et jouent parfois un rôle important sur des groupes de partage tels que les « Chineurs » ou « We are going deep ». Ces derniers possèdent les caractéristiques des communautés de pratique telles que définies par Wenger (2005)⁷⁰ :

Les membres de ces groupes se rassemblent **virtuellement** (sur Facebook) afin de **partager** leurs découvertes. Par leur **intérêt commun** pour certains genres ou styles musicaux, ils approfondissent leurs **connaissances** sur une **base continue** et à **long terme**. Les **bonnes pratiques** sont dictées par les administrateurs et les modérateurs des groupes. Pour rappel, Sean Thomas occupe un rôle de modérateur pour le groupe « Chineurs de House ». Les autres DJs interrogés consultent ou postent des morceaux.

⁶⁹ Dernièrement, nous avons consulté un post sur le groupe « Chineurs de House » qui faisait débat concernant l'origine des morceaux partagés. La chaîne de « Slav » a été évoquée comme ne devant pas être la seule et unique source des posts des membres. Cependant, Quentin Courel (administrateur du groupe) en a profité pour rappeler que l'objectif de la communauté était de partager ses découvertes et que seule la qualité d'un morceau importait.

⁷⁰ Nous nous sommes permis de reprendre la définition de Wenger et de l'adapter à notre recherche.

Sur des groupes d'identification de morceaux comme « Analogue Shazam » et « The Identification of Music Group », dont certains disc-jockeys interrogés font partie, nous constatons une forme d'intelligence collective : en interagissant, les compétences et les connaissances de chacun sont mobilisées et permettent de résoudre un problème : retrouver le titre d'un morceau grâce à un enregistrement.

Sur YouTube, les chaînes de diggers sont devenus des éléments clés pour les disc-jockeys. Elles sont de véritables puits d'informations pour les uns et des moyens d'échanger et de rencontrer d'autres diggers pour les autres. Par exemple, Rick Shiver qui nous explique « troquer » des fichiers audio avec des YouTubeurs étrangers qui l'ont connu et contacté via sa chaîne. Il se crée ainsi un réseau lui permettant de toujours s'alimenter en nouveautés.

Concernant les pratiques de digging physique, les disc-jockeys, peu importe leur âge, se rendent toujours chez les disquaires en 2018. Le contact et les échanges qu'ils ont avec ceux-ci leur permettent de rester en lien avec le monde de la musique électronique, notamment les collectifs organisateurs de soirées voire les labels. Si on ne peut plus vraiment parler de communauté de pratique, les personnes qui se rendent dans les magasins de disques représentent tout de même une communauté d'intérêt du fait de leurs préoccupations communes et de leurs expériences.

6.4. Interprétations complémentaires

En plus de nos hypothèses, nous avons jugé intéressant d'exposer certaines interprétations complémentaires. Nous avons découvert que dans le cadre de leurs pratiques de digging en ligne, les disc-jockeys restent critiques et préfèrent certains outils pour des usages précis. Le digging étant une activité liée au disque vinyle, un objet physique, nous avons également constaté que les pratiques en ligne et IRL se mêlent et sont finalement assez similaires.

6.4.1. Digger en ligne ou en physique, des pratiques semblables

Il semblerait que les pratiques de digging en ligne soient finalement très similaires aux pratiques physiques. Lors de nos entretiens, nous avons découvert que les disc-jockeys communiquent entre eux et avec d'autres diggers grâce aux messageries en ligne. Ils se basent sur les recommandations de pairs autant que sur des suggestions faites par des algorithmes, ils échangent de fichiers digitaux comme ils s'échangent des disques, ils sélectionnent les disques qu'ils veulent écouter en fonction du visuel de la pochette sur le web comme sur une brocante ou chez un disquaire.

6.4.2. Rester critique face aux différents outils

Les disc-jockeys restent critiques notamment face à l'influence de Discogs sur le marché mondial du disque vinyle⁷¹. Certains vendeurs profitent de la hype autour d'un disque rare, comme nous l'avons expliqué plus haut (pressage limité ou disque ancien et introuvable en Belgique, par exemple).

Nous pensons notamment à DJ soFa qui nous a expliqué préférer revendre une disque original (onéreux du fait de sa rareté, le fait que ce soit un premier pressage) s'il avait l'occasion de racheter le même disque réédité (aussi appelé « reissue » ou « repress ») et consacrer la plus-value à l'achat d'autres disques. Certes, il profite de ce système, mais n'est pas dans une démarche lucrative pure : il cherche à élargir sa collection et à découvrir des disques inclassables et toujours plus originaux.

Rick Shiver nous explique également ne pas vouloir consacrer des sommes importantes pour l'achat de références rares : pas plus de 30 euros pour un EP, par exemple⁷².

⁷¹ Cf. Annexe 1 sur les effets pervers du Marketplace de Discogs

⁷² Ce qui est déjà assez cher sachant que lors de sa sortie, un EP coûte généralement une douzaine d'euros.

CONCLUSION

Ce mémoire avait pour ambition de répondre à la question suivante :

« Comment les disc-jockeys mobilisent-ils les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs pratiques de « digging » de disques vinyle ? »

Dans un premier temps, nous avons défini les concepts de digging, de vinyle et de disc-jockey pour ensuite nous intéresser aux phénomènes de prescription culturelle et de communauté.

À la suite de ces définitions, nous avons émis trois hypothèses de recherche. Nous avons pu valider ces hypothèses grâce à l'analyse des différents entretiens que nous avons mené.

Nous avons découvert que les disc-jockeys, en plus d'être influencés par différentes formes de prescription culturelle, étaient eux-mêmes des **prescripteurs**. Via l'édition de compilations, la tenue d'une chaîne YouTube ou le partage de morceaux sur les réseaux sociaux, les disc-jockeys opèrent un travail de prescription et de curation. Nous pensons que ce phénomène est lié à l'activité de disc-jockey en elle-même : un disc-jockey est d'abord un sélectionneur, sa fonction première est de **mixer la musique des autres**. Dès lors, il est aussi logique pour un disc-jockey de partager ses découvertes que pour un galeriste de présenter le travail d'artistes qu'il a choisi de mettre en lumière.

Afin d'organiser leur **recherche** et leur **découverte** de disques vinyle, les disc-jockeys utilisent plusieurs outils en ligne. **Discogs** semble être une des références pour découvrir et acheter des disques. La **Wantlist** apparaît comme un point de repère pour les disc-jockeys : elle permet de lister les références qu'ils désirent et facilite leur achat grâce au lien automatique opéré par la base de données. **YouTube** est également une plateforme importante comprenant un nombre considérable de morceaux. L'intégration de vidéo YouTube à Discogs et la possibilité de constituer des **playlists** constituent les atouts majeurs de cet outil.

Cependant, certains disc-jockeys utilisent d'autres méthodes (en physique ou en digital) pour organiser leur recherche : un calepin en papier, un Post-It virtuel sur son bureau ou un dossier de favoris dans son navigateur par défaut.

Les disc-jockeys sont membres de **communautés** virtuelles. Ils ont pour objectif de découvrir de nouvelles références et de partager leurs connaissances. Dès lors, les groupes de partage ou d'identification de morceaux sur **Facebook** s'établissent en tant que communauté de pratique ou d'intérêt. Ils se sont substitué aux forums qui occupaient une fonction similaire aux débuts de l'Internet.

Cette recherche nous a permis de comprendre comment les disc-jockeys interagissent avec certains outils en ligne dans le cadre de leur pratique de digging de disques vinyle. Mais aussi, les rôles qu'ils occupent au sein de diverses communautés et dans le paysage belge.

Dans la mesure où nous avons limité notre recherche pour des raisons faisabilité (localisation et temps), il serait pertinent d'investiguer à une plus grande échelle (plusieurs pays, d'autres continents) et avec un plus grand nombre d'intervenants. En élargissant le corpus de cette façon, nous pourrions déterminer si les pratiques des disc-jockeys diffèrent selon la localisation.

Concernant la méthodologie, nous pourrions nous intéresser plus en profondeur à l'**organisation** et la **navigation** des disc-jockeys. Pour ce faire, il serait pertinent de s'inspirer de la méthode de « visite guidée » de l'ordinateur et des collections des utilisateurs utilisée par Jerry Jacques lors sa thèse. Lors de l'entretien, il s'agit d'enregistrer l'ensemble de la démarche que l'individu met en place pour organiser ses différentes collections d'informations.

BIBLIOGRAPHIE

Articles scientifiques

- Ahmed, A. Y., Benford, S., & Crabtree, A. (2012). Digging in the Crates: An Ethnographic Study of DJs' Work. *CHI*. Austin: ACM.
- Bonaccorsi, J., & Croissant, V. (2015). « Votre mémoire culturelle » : entre logistique numérique de la recommandation et médiation patrimoniale. Le cas de Sens Critique. *Études de communication*(45), pp. 129-147.
- Bourreau, M., & Labarthe-Piol, B. (2004, Mars). Le peer to peer et l'industrie du disque. Une perspective historique. *Réseaux*(n°125), pp. 17-54.
- Chapelain, B. (2014). La prescription dans les blogs de lecteurs : de l'incitation à la recommandation. *Communication & langages*(n°179), pp. 49-60.
- Frau-Meigs, D. (2017). Les youtubeurs : les nouveaux influenceurs ! *Nectart*, pp. 126-136.
- Mrozek, B. (2014, Janvier). Écouter l'histoire de la musique. Les disques microsillons comme sources historiques de l'ère du vinyle. *Le Temps des médias*(n°22), pp. 92-106.
- Nowak, R. (2013). Consommer la musique à l'ère du numérique : vers une analyse des environnements sonores. *Volume!*(n°10).
- Stenger, T. (2011). La prescription de l'action collective. Double stratégie d'exploitation de la participation sur les réseaux socionumériques. *Hermès*(n°59), pp. 127-133.

Monographies

- Bartmanski, D., & Woodward, I. (2015). *Vinyl : The Analogue Record in the Digital Age*. Londres: Bloomsbury.
- Brewster, B., & Broughton, F. (2002). *How to DJ (Properly) : The Art and Science of Playing Records*. Londres: Bantam Press.
- Dépelteau, F. (2000). *La démarche d'une recherche en sciences humaines. De la question de départ à la communication des résultats*. Bruxelles: De Boeck.
- Jones, S. (1992). *Rock Formation: Music, Technology and Mass Communication*. Londres: Sage Publications.
- Levy, P. (1994). *L'intelligence collective*. Paris: Editions La Découverte.
- Maisonneuve, S. (2009). *L'invention du disque, 1877-1949: genèse de l'usage des médias musicaux contemporains*. Paris: Archives contemporaines.
- Nowak, R. (2015). *Consuming Music in the Digital Age : Technologies, Roles and Everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rheingold, H. (1995). *Les communautés virtuelles*. Paris: Editions Addison-Wesley France.
- Tournès, L. (2011). *Musique ! : Du phonographe au MP3 (1877-2011)*. Paris: Autrement.
- Vályi, G. (2010). *Digging in the Crates. Practices of Identity and Belonging in a Translocal*. Goldsmiths College, University of London.
- Vidal, G. (2012). *La sociologie des usages. Continuités et transformations*. Cachan: Lavoisier.
- Wenger, E. (2005). *La théorie des communautés de pratique. Apprentissage, sens et identité*. Québec: Les Presses de l'Université Laval.

Thèses

Detry, L. (2016). *L'écoute musicale mobile : un art de faire. Analyse de l'appropriation socio-technique du baladeur MP3*. (Master's thesis, Université catholique de Louvain). Récupéré sur <http://dial.uclouvain.be>

Sources web

Araujo, D. d. (2015, Novembre 6). *L'EDM, un succès foule*. Récupéré sur Libération: http://next.liberation.fr/musique/2015/11/06/l-edm-un-succes-foule_1411835

Belhoste, G. (2016, octobre 19). *Groupes Facebook : une nouvelle manière de digger de la musique*. Récupéré sur Trax: <http://fr.traxmag.com/article/37021-groupes-facebook-une-nouvelle-maniere-de-digger-de-la-musique>

Carnes, R. (2010, mars 26). *Discogs: Vinyl revolution*. Récupéré sur Resident Advisor: <https://www.residentadvisor.net/features/1166>

Debray, R. (1999, Août). *Qu'est-ce que la médiologie ?* Récupéré sur Le Monde Diplomatique: <https://www.monde-diplomatique.fr/1999/08/DEBRAY/3178>

Morel, S. (2018, Juillet 19). *Communauté*. Récupéré sur Encyclopædia Universalis: <http://www.universalis-edu.com.proxy.bib.ucl.ac.be/encyclopedie/communaute/>

Richard, R. (2018, mai 1). *DJ (disc-jockey)*. Récupéré sur Encyclopædia Universalis: <http://www.universalis-edu.com.proxy.bib.ucl.ac.be/encyclopedie/dj/>

YouTube. (2016, Janvier 11). *Déterminisme technologique: définition du concept par Florence Millerand, UQAM*. Récupéré sur YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=WHTThMTFNsIk>

YouTube. (2018, février 5). *How record collectors find lost music and preserve our cultural heritage | Alexis Charpentier*. Récupéré sur YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=LhszKevcH30>

ANNEXES⁷³

Annexe 1 – Complément d'informations sur les effets pervers du Marketplace de Discogs.

Dans un podcast intitulé « *Has the Internet Ruined the Joy of Record Collecting ?* », le fondateur de Discogs ainsi que des disc-jockeys, des diggers et des collectionneurs débattent notamment des effets pervers de la plateforme et de son Marketplace. Comme expliqué plus haut, certains labels indépendants pratiquent en 2018 une stratégie de niche en sortant des disques à pressage limité et « Vinyl Only ». Lorsqu'il y a une « hype »⁷⁴ autour d'un de ces disques, les vendeurs du Marketplace de Discogs en profitent. Prenons un exemple récent pour illustrer ce phénomène. En Septembre 2015, le label allemand « Lehult » sort le disque « Liem / Lucky Charmz – Lehultsub1 »⁷⁵. Nous pouvons observer sur la page de la référence des informations dans la section « Notes » ajoutée par des utilisateurs ou par le label concernant les différents pressages :

« Formerly released as "Limited Edition" of 200 hand-stamped white labels, and then got repressed.

1st repress: in 2015, just after the initial release because of "a plant error meant that the initial batch of 200 pressings contained a 'great number' of copies which sustained surface noise". Exact numbers of affected copies from the first batch are unknown. Exact numbers of copies repressed are unknown.

2nd repress: in April 2016 (blue stamped), Liem and Lucky Charmz decided to repress it again. Exact numbers of copies repressed are unknown. »

Sur cette même page, nous pouvons observer les statistiques du disque.

⁷³ Les annexes 7 et 8 sont uniquement disponible sur le CD-Rom joint à ce mémoire pour des raisons écologiques.

⁷⁴ De l'anglais, le terme « hype » est utilisé pour désigner l'engouement, parfois excessif selon certains, autour d'un produit, un événement, un DJ, etc.

⁷⁵ « Liem / Lucky Charmz – Lehultsub1 », consulté sur le site Discogs le 31 mai 2018 <https://www.discogs.com/fr/Liem-Lucky-Charmz-Lehultsub1/release/7466868>

Statistiques

Ceux qui l'ont: 1192

Le veulent: 3848

Note moyenne: 4.63 / 5

Notes: 328

Dernière vente: 11 Apr 18

Le moins cher: 55,00 €

Prix moyen: 69,00 €

Le plus cher: 96,90 €

Sachant qu'au moment de sa sortie, le disque était disponible pour une douzaine d'euros, il y a lieu de se poser la question de l'influence de ces statistiques sur la détermination du prix. Un ratio élevé de personnes qui « le veulent » par rapport à « ceux qui l'ont », une note moyenne de 4.63/5 issue d'un grand nombre de « notes ».

Annexe 2 – YouTube

- **Brève présentation**

Créé en 2005, YouTube est le site web d'hébergement vidéo le plus populaire avec près d'un milliard d'heures de vidéos visionnées chaque jour⁷⁶. Le site permet aux utilisateurs d'uploader et de visionner du contenu gratuitement. Dès lors, son business model consiste en la monétisation de son audience, ce qui signifie concrètement qu'en vendant des espaces à des annonceurs, YouTube obtient des revenus grâce à la publicité. La plateforme est rachetée par Google en octobre 2006.

- **Les fonctionnalités principales**

- **Accueil**

Sur cette page, YouTube propose des recommandations en fonction des vidéos précédemment visionnées par l'utilisateur, les dernières vidéos des chaînes auxquelles l'utilisateur est déjà abonné, ainsi que les chaînes qui pourraient correspondre à son profil.

- **Abonnements**

Lorsqu'il désire s'abonner à une chaîne, l'utilisateur reçoit automatiquement des notifications relatives à ses principales activités et peut consulter ses nouvelles vidéos dans son flux "Abonnements". Pour recevoir une notification pour chaque vidéo mise en ligne, l'utilisateur peut cliquer sur l'icône représentant une « cloche ».

- **Playlists**

Une playlist est un ensemble de vidéos. Tout utilisateur peut en créer et les partager s'il le veut. Pour consulter ses playlists, l'utilisateur peut se rendre sur son compte ou sur la page d'accueil dans la section intitulée « Bibliothèque ». L'utilisateur peut rendre une playlist publique, privée ou non répertoriée. En mode « publique », les playlists peuvent être regardées et partagées par tous les utilisateurs de la plateforme. En mode privé, elles ne peuvent être regardées que par l'utilisateur et les autres utilisateurs qu'il

⁷⁶ Source : https://www.lesechos.fr/28/02/2017/lesechos.fr/0211837982338_youtube---1-milliard-d-heures-de-vidéos-sont-visionnées-chaque-jour.htm, consulté le 15 juin 2018.

choisit. Enfin en mode « non répertoriée », elles peuvent être regardées et partagées par tous les utilisateurs disposant du lien.

- **Les droits d’auteurs**

YouTube permet à tous les utilisateurs d’uploader des vidéos sur sa plateforme, tant qu’il s’agit de contenus originaux, c’est-à-dire produits par l’utilisateur. Concernant la musique utilisée dans les vidéos, YouTube met à disposition de ses utilisateurs l’outil « Content ID ». Il s’agit d’un outil qui permet aux titulaires de droits d’auteur d’identifier et de contrôler l’utilisation de leurs œuvres sur YouTube. Les vidéos mises en ligne sur YouTube sont comparées à une base de données de fichiers fournis par les propriétaires de contenu (c’est-à-dire les titulaires de droits).

Dans le cas où un utilisateur uploadé une vidéo avec de la musique dont il n’est pas l’ayant droit, la plateforme lui permet de le signaler via la fonctionnalité « Musique utilisée dans cette vidéo ».

Musique utilisée dans cette vidéo

En savoir plus

Titre	Soup For One (12inch Version)
Artiste	Chic
Album	Soup For One - Original Motion Picture Soundtrack
Fourni par :	UnidiscMusic, WMG (au nom de Unidisc Music Inc.); UBEM, CMRRA, PEDL, SOLAR Music Rights Management, Sony ATV Publishing, Warner Chappell et 2 sociétés de gestion des droits musicaux

[Acheter maintenant sur Google Play](#)

Les entités répertoriées dans le champ "Fourni par" correspondent aux titulaires de droits sur des œuvres musicales qui ont accepté d'autoriser l'utilisation de leurs œuvres dans des vidéos générées par des utilisateurs sur YouTube.

Annexe 3 – Chaînes YouTube de diggers (Section « À propos »)

- « Houseum »

For any contact (host on youtube or/and Premiere on Soundcloud):
houseum.yt@gmail.com

- « Verzilla »

▀ If you have a project and want to make it public, just send me an email with the track/s and the details of it, if it fits on my channel i will upload it.
▀ arikutufu@gmail.com

- « Gazzz696 »

If You'd Like Your Future or Current Vinyl or Digital Release (They Have To Be Available To Buy) Promoted On This Channel Then Contact Me On The Email Below.

- « 030esar0303 »

Feel free to contact me for promos and upcoming releases.

I do not own the rights of the music. Please tell me if you do and want it removed.
Conact: 030esar0303.music@gmail.com

Annexe 4 – Boiler Room (disposition du public et du disc-jockey)



Annexe 5 – Autres plateformes

- **SoundCloud**

SoundCloud est un service d'hébergement de contenus audio qui permet à ses utilisateurs de créer, poster et partager leurs morceaux sur Internet.

- **L'interactivité comme maître mot**

L'innovation de SoundCloud réside dans la présentation des fichiers audios uploadés sur le site. Le lecteur présente une forme d'onde sur laquelle il est possible pour n'importe quel utilisateur de poster un commentaire à un endroit précis du morceau.

Pour les producteurs, l'avantage de SoundCloud réside dans les statistiques qu'il met à leur disposition. Les outils d'analyse et de mesure permettent d'évaluer précisément le succès de leur musique. Le producteur peut consulter un inventaire détaillé des écoutes, favoris⁷⁷, reposts⁷⁸ et téléchargements⁷⁹ par zone géographique.

- **Bandcamp**

Bandcamp est un site qui offre la possibilité à des artistes et des labels de partager et de gagner de l'argent avec leur musique. Lorsque l'on achète de la musique numérique, un vinyle, un t-shirt ou une cassette, par exemple, 80 à 85% de l'argent va à l'artiste.

⁷⁷ Un favori est comptabilisé lorsqu'un utilisateur (ou vous-même) aime un titre ou une playlist, et l'enregistre dans sa Collection.

⁷⁸ Un repost est comptabilisé lorsqu'un utilisateur reposte un titre ou une playlist sur son profil.

⁷⁹ Si le producteur autorise le téléchargement d'un titre, l'utilisateur pourra télécharger le fichier original sur son ordinateur.

Annexe 6 – Guide d’entretien

En gras, les questions posées effectivement. *En italique, les hypothèses de réponses.*

1. Pouvez-vous nous présenter votre parcours artistique en tant que DJ ? Comment en êtes-vous arrivé là aujourd’hui ?

2. Pourquoi avoir opté pour le format disque vinyle ?

- *Qualité de l’analogique*
- *Critique de la logique marchande et commerciale*
- *Perception de votre collection de disque comme un « investissement » ou du moins des objets qui auront toujours une certaine valeur (VS fichiers digitaux)*
- *Certaines compilations/sorties par le label/l’artiste X sont gages de « qualité »*
- *Exclusivité*
 - *Pressage limité pour la référence X*
 - *Rareté et originalité d’un disque (plus ancien) n’ayant jamais été digitalisé*
 - *Versus fichiers digitaux qui peuvent être clonés à l’infini*
 - *« Vinyl only » car décision de l’artiste/du label*
- *Dans l’optique de la performance*
 - *Aspect tactile*
 - *Aspect technique du mix, on ne peut pas tricher avec des disques vinyles*
 - *Aspect visuel, choisir dans un bac plutôt que sur un écran (ordinateur/platine CD)*
 - *Contraintes logistiques : on ne peut pas emporter toute sa collection comme avec une clé USB, il s’agit de sélectionner avant une performance en fonction du lieu, du public attendu, du type d’évènement, de l’heure de passage ou de l’ordre de passage (warmup VS peak time VS after)*

3. Pratiques de « digging » ?

- **Comment cherchez-vous/découvrez-vous de la musique ? Quels outils en ligne ?**
 - *Site de vente de disques (Decks, DeeJay, Hardwax, HHV, Juno, Record Sale, etc.)*
 - *Discogs*
 - *YouTube (dans des mixes ou par références uniques ?)*
 - *Soundcloud (dans des mixes ou par références uniques ?)*
 - *Facebook (groupes de partage / « new arrivals », pages labels/artistes/etc.)*
 - *Sites web de labels/distributeurs/etc.*
 - *EBay, 2èmemain, etc.*
 - *Popsike (évaluation de la valeur d'une référence)*
 - *Recordbird (notifications des sorties à venir de tel artiste/label)*
 - *Blogs, sites spécialisés, webzines (Resident Advisor, The Word, Stamp The Wax, The Vinyl Factory, etc.)*
 - *Autres : ...*
- **Concrètement, quelle est votre démarche ? Quel est votre « cheminement » en ligne ? Comment fonctionnez-vous ?**
 - *Navigation entre les différentes plateformes (p.ex. Facebook → YouTube → Discogs → site de vente de disques vinyles)*
 - *Recherche de références uniques (p.ex. en naviguant de vidéo en vidéo sur YouTube ou de chaîne en chaîne) et/ou au sein de mixes (audio ou vidéo ? sur quelles plateformes ? avec/sans public ?)*
 - *Si visionnage de DJ set sur YouTube ou Facebook (p.ex. Boiler Room) quelle attention portée sur les réactions du public aux transitions et à la sélection du disc-jockey ?*
- **Sur ces différentes plateformes, quelles fonctionnalités utilisez-vous ? Comment organisez-vous votre recherche ?**
 - *Sur Discogs :*
 - *Collection*
 - *Listes*

- *Wantlist*
- *Explorer*
- *Marketplace*
- *Vendeurs*
- *Autres : ...*
- *Sur YouTube*
 - *Bibliothèque de playlists (propres ou d'autres comptes)*
 - *Abonnements*
 - *« À regarder plus tard »*
 - *Autres : ...*
- *Sur Facebook*
 - *Groupes (de partages, de ventes, « new arrivals » de disquaire, etc.)*
 - *Pages (artistes, labels, distributeurs, disquaires, blogs, etc.)*
 - *Marketplace*
 - *Autres : ...*
- *Sur les sites de vente de disques vinyles*
 - *Recherche :*
 - *Via la barre de recherche, d'une référence précise*
 - *En fonction de certaines « catégories » : News ; Nouveau en stock ; Back in stock ; Préventes ou Pre-order ; Offres spéciales ; Charts ; Labels ; etc.*
 - *Par genre, par artiste, par label, par « région » (p.ex. Euro labels, UK labels, etc.)*
 - *Wishlist ; watchlist ; « écouté » ; personal Tipp's ; etc.*
- **Est-ce que vous « diggez » IRL ? Si oui, où ? Pour quels types de références ?**
 - *Disquaires*

- Foires aux disques
 - Ventes temporaires
 - Brocantes
 - Puces
 - Trocs
 - Magasins de seconde mains (p.ex. Les Petits Riens, Oxfam, etc.)
 - Autres : ...
- **Lors de recherche IRL, comment fonctionnez-vous ? Avez-vous une platine portable ? Utilisez-vous votre smartphone (internet ou application) afin d'obtenir des métadonnées sur certains disques ?**
 - Utilisation d'une platine portable
 - Utilisation de l'application Discogs
 - Utilisation de YouTube
 - Utilisation de Google
 - Autres : ...
- 4. Quels sont vos critères de choix (désir d'achat ou achat effectif) pour un disque (IRL et en ligne) ? Que regardez-vous d'abord ? Et si impossibilité d'écouter le disque ?**

VISUEL

- Artiste
- Label
- Pays
- Année de production
- Format (12 inches, 7 inches, 33/45 tours, etc.)
- Genre et style (p.ex. Electronic > House / Deep House)
- Artwork
- Prix
- Sur YouTube :
 - Nombre de vues
 - Ratio « like / dislike »
 - Chaîne

- *Description*
- *Commentaires*
- *Sur Discogs :*
 - *Note*
 - *Ratio « le possède / Le veut »*
 - *Annotations (p.ex. nombre de copies)*
 - *Commentaires*
 - *Prix (Le moins cher, moyen, le plus élevé)*
- *Sur un site de vente de disques vinyles :*
 - *Mise en avant par le site (« Tipp » ou « Buzz chart »)*
 - *Description de la référence (historique, « supported/loved/played by X », etc.)*
 - *(+Idem que IRL artiste, label, etc.)*

AUDIO

- *Goûts personnels*
 - *Recherche de la pépite, l'original « à tout prix », la découverte*
 - *Réaction à l'écoute (émotionnelle, physique, etc.)*
 - *Imagination de scénarios (p.ex. ça va faire danser ou procurer telle émotion à mon public OU ça « fit » avec le reste de ma collection de disques, je pourrais l'insérer dans tel genre de mix)*
 - *Reconnaissance d'une tendance actuelle*
 - *Reconnaissance de certains codes ou de certaines boîtes à rythmes/synthés mythiques*
 - *Reconnaissance d'une identité propre à une époque, un lieu, un genre précis (p.ex. Deep House des années 80 à Chicago)*
- 5. Avez-vous des « prescripteurs » ? Des amis ou d'autres DJs qui vous conseillent tel disque/disquaire/site/autre ?**

Résumé

Certains collectionneurs de disques vinyle sont aussi disc-jockeys et utilisent ce medium lors de leur performance. Avant de réaliser un « DJ set », il s'agit de se créer une collection, d'« alimenter son bac » de disques. Les pratiques de recherche et de découverte de disques vinyle, appelée « digging », semblent avoir évolué avec l'avènement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ce travail s'intéresse à ce phénomène et tente de répondre à la question suivante : « Comment les disc-jockeys mobilisent-ils les nouvelles technologies de l'information et de la communication dans leurs pratiques de « digging » de disques vinyle ? ». Plusieurs sous-questions émergent : les DJs ont-ils des prescripteurs ? Sont-ils actifs sur des communautés ? Comment organisent-ils leur collection ? Afin d'y répondre, cinq disc-jockeys (amateurs ou professionnels) ont été interrogés lors d'entretiens semi-directifs. La conclusion de ce travail est issue de l'analyse de ces entretiens.

Mots-clés : communauté, digging, disc-jockey, NTIC, prescription, vinyle.

Ruelle de la Lanterne Magique 14, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique

www.uclouvain.be/comu

