

**VOLUME!**

**Volume !**

La revue des musiques populaires

**10 : 1 | 2013**

**Écoutes**

---

**« *You can dance, you can jive...* »**

Inscription de l'auditeur et pratiques d'écoute dans l'exposition  
« Abbaworld »

*Enrolment of the Listener and Listening Practices in the "Abbaworld" Exhibit*

**Gaëlle Crenn**

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/volume/3796>

DOI : [10.4000/volume.3796](https://doi.org/10.4000/volume.3796)

ISSN : 1950-568X

**Édition imprimée**

Date de publication : 30 décembre 2013

Pagination : 75-89

ISBN : 978-2-913169-34-0

ISSN : 1634-5495

**Référence électronique**

Gaëlle Crenn, « *You can dance, you can jive...* », *Volume !* [En ligne], 10 : 1 | 2013, mis en ligne le 30 décembre 2015, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/volume/3796> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/volume.3796>

---

L'auteur & les Éd. Mélanie Seteun

# « You can dance, you can jive... »

## Inscription de l'auditeur et pratiques d'écoute dans l'exposition « Abbaworld »

par

Gaëlle Crenn

Université de Lorraine

**Résumé :** Comment le musée se propose-t-il aujourd'hui comme lieu d'écoute de la musique populaire? Par la mise en regard de l'exposition « Abbaworld » et des expositions récemment proposées au Musée de la musique à Paris, nous proposons d'explorer les dimensions de l'expérience d'écoute de la musique populaire au musée. Nous indiquons comment le dispositif expositionnel construit le visiteur à la fois comme récepteur et public d'un propos culturel, d'un contenu musical, et d'une pratique. Nous détaillons la façon dont l'expérience de l'auditeur proposée par l'exposition « Abbaworld » dépasse les limites de l'écoute savante, écoute « séquestrée », caractérisée par la tension cérébrale et l'immobilisation des corps, de même que celle des muséographies habituellement produite par les musées, marquées par un discours hagiographique et requérant une compétence (*literacy*) essentiellement textuelle (visuelle et passant par le médium de l'écriture, plutôt qu'orale et musicale). Se créent probablement ainsi les conditions d'une écoute populaire des musiques populaires.

**Mots-clés :** *écoute – expérience – performance – public – réception – exposition – Abba – musique populaire*

**Abstract:** How does the museum offer today a place of listening to popular music? By analyzing the « Abbaworld » exhibition at the Powerhouse Museum in Sydney (December 17, 2010 to June 26, 2011), we explore in this paper the scales of the listening experience as constructed by designers, registered in the exhibitionary device and appropriated by visitors. We attempt to identify, in particular, how “Abbaworld” refers to visitors as receivers and performers of some practices of listening. The immersive and participatory design, co-produced by Polar Studio -producer of the band- and the museum, favors an active and liberating listening practice, which is no longer confined and constrained by individual devices, and which liberates the body itself. Practices of listening associate love and practice of music, reviving the classic sense of amateurism, they join listening and performance (singing and dancing). There individual and collective practices of listening to music are exchanged and shared in an overall system which spreads it (in all spaces), and in which music manifests itself in many forms, formats and modes (videos, mixing, sing-along ...). Thus the exhibition invents what we might consider as popular ways of listening to popular music.

**Keywords:** *Listening – experience – performance – public – reception – exhibition – Abba – popular music*

**La présence** de la musique populaire au musée, longtemps restée anecdotique (Moore, 1997), s'affirme aujourd'hui. Cette entrée manifeste la capacité du secteur muséal à inventer des solutions pour surmonter les problèmes posés par l'objet musical réputé in-exposable (Hennion, 1993, Dalbavie, 1994), mais signe aussi la portée d'une révision des hiérarchies culturelles (Lahire, 2004), qui a permis, en requalifiant les productions artistiques populaires –entendues ici au sens de productions issues des industries culturelles –, de favoriser leur entrée dans les temples de la culture qui leur étaient autrefois interdits (Bourdieu et Darbel, 1969).

Cette présence de la musique populaire au musée résulte par ailleurs de la mise en œuvre de stratégies de multimédiatisation opérées par les industries culturelles (Miège, 1997). De fait, le musée constitue un débouché pour la rentabilisation des collections d'artefacts issues de leur activité (des équipements de studios aux costumes portés par les stars), et l'exposition muséale s'affirme comme un support supplémentaire pour la déclinaison des produits et la relance de leur consommation.

C'est dans ce contexte de patrimonialisation des musiques populaires et actuelles (Le Guern, 2012) que le producteur danois Polar Studio a initié le projet de créer à Stockholm un musée consacré au groupe Abba, musée qui a été inauguré le 7 mai 2013. Durant la construction de son bâtiment d'accueil, la collection rassemblée par le producteur a été l'objet d'une exposition itinérante intitulée « Abbaworld. The music. The memories. The magic ». Lancée à Londres en 2009, suite au succès du film *Mamma Mia!*<sup>1</sup>, cette exposition a

circulé jusqu'en 2012 dans divers musées et lieux d'exposition en Europe et en Australie.

Comment le musée se propose-t-il aujourd'hui comme lieu d'écoute de la musique populaire? En analysant la présentation de l'exposition « Abbaworld » au Powerhouse Museum de Sydney (du 17 décembre 2010 au 26 juin 2011), nous proposons d'explorer les dimensions de l'expérience d'écoute de la musique populaire au musée. Nous nous proposons de rendre compte de l'expérience d'écoute dans l'exposition « Abbaworld » telle qu'elle est construite par les concepteurs, inscrite dans le dispositif expositionnel, et appropriée par les visiteurs. En partant d'une définition pragmatique de l'expérience, nous tentons de dégager, en particulier, la façon dont « Abbaworld » désigne les visiteurs comme acteurs et récepteurs d'une certaine pratique d'écoute. Nous étudions pour ce faire la façon dont le dispositif expositionnel construit l'auditeur et, à l'aide d'une étude de réception qualitative, comment les visiteurs s'approprient le script proposé (Akrich, 1992).

### **L'écoute de la musique populaire au musée**

La réévaluation des critères esthétiques et sociaux qui ont permis la reconnaissance muséale de la musique populaire proviennent de courants hétérogènes : la promotion de l'histoire sociale et de l'histoire culturelle dans les champs académiques et dans le monde des professionnels des musées; la transformation des critères de justification de la légitimité sociale du musée, accordant plus de

« You can dance, you can jive... »

poinds à la démocratisation (à la fois en termes de quantité de nombre de visiteurs accueillis et de spectre socio-culturel); la légitimation culturelle croissante de ces productions, dans un contexte d'éclectisme des pratiques culturelles et d'érosion des échelles de valeurs entre « haute » et « basse » culture (Levine, 2010). La catégorie « musique populaire » que nous employons est elle-même révélatrice, comme l'indique Philippe Le Guern, « de visions partagées ou opposées – du fait musical » (Le Guern, 2007 : 20). Nous considérons dans le cadre de cet article les expositions consacrées aux genres musicaux et aux artistes qui s'y rapportent, dont la production est issue des industries culturelles au xx<sup>e</sup> siècle, principalement le jazz, le rock, la musique dite « de variété », le disco, la chanson, le rap. Notre définition limite la catégorie à ce que le vocabulaire anglo-saxon nomme « *popular music* », la Pop, « c'est-à-dire un ensemble de musiques fabriquées industriellement à destination d'un vaste auditoire », à l'exclusion du folk, « c'est-à-dire, au sens ethnologique du terme, des musiques de collectifs, de groupes identifiés par leur appartenance à un territoire et une histoire » (Le Guern, 2007 : 32). La définition retenue permet de discriminer en deux sous-ensembles ce que recouvre l'appellation française de musique populaire et est cohérente avec le contexte de l'enquête menée auprès de visiteurs anglophones dans une aire culturelle anglo-saxonne. En calquant la conception anglaise de la « *pop music* », elle autorise de plus un examen de la notion plus dégagé des connotations politiques (musique de groupes socialement dominés et aliénés) et

esthétiques (musique superficielle et commerciale) qui la lestent dans le lexique français.

Après les recherches fondatrices de la sociologie de la musique et de la culture populaire (Hennion, 1993; De Certeau, 1993; Le Guern, 2002), la recherche sur la musique populaire s'est focalisée sur ses effets sur la construction des identités (Moore, 1997; Grenier, 2002; Cohen, 2007), et également plus récemment sur l'étude des formes muséographiques et scénographiques (Dalbavie, 2004; Leonard, 2010; Cohen, 2012). Dans cette perspective, et suivant la démarche socio-anthropologique Madeleine Akrich, nous étudions tout d'abord dans l'exposition l'inscription d'une pratique d'écoute.

Suivant Davallon (2003), nous considérons l'exposition comme un média, qui met en contact des objets et des visiteurs, et ce faisant articule leur rapport au « monde exposé ». Les expositions, en fonction des stratégies de production et de commissariat, des options muséographiques et choix scénographiques, inscrivent dans leurs dispositifs une certaine conception de l'expérience d'écoute et assignent au visiteur (visiteur imaginé, idéal) une « position » au sein du « dispositif actant », c'est-à-dire du dispositif expositionnel en tant qu'il est conçu pour et destiné à un certain usage (Akrich, 1987). Les usagers réels étant toujours susceptibles d'infirmier ou de déjouer ces stratégies d'inscription, l'usage du dispositif met en relation les visiteurs avec le « monde exposé », et produit une expérience<sup>2</sup>, qui intègre les expériences antérieures et les conditions de visite et motivations du moment.

La description de l'opérativité symbolique du dispositif expositionnel résulte ainsi d'une analyse conjointe de la production et de la réception de l'exposition (Davallon, 1999). Nous faisons dans un premier temps la description des stratégies muséographiques élaborées par les concepteurs et de la mise en œuvre scénographique du dispositif expositionnel. Les entretiens avec les concepteurs, les productions documentaires et communicationnelles et l'observation de l'exposition permettent d'identifier le script initial (Akrich, 1992 ; Noordegraaf, 2012), et d'envisager comment le dispositif actant construit le visiteur comme auditeur. Nous confrontons dans un second temps l'exposition réalisée aux usages et aux discours des visiteurs à l'issue de leur visite. La réception de l'exposition est le moment où se forment des représentations, où s'élaborent des significations multiples, parfois éloignées de celles que les concepteurs souhaitaient susciter, et dont l'ensemble donne le sens de l'exposition. Nous avons pour ce faire procédé à des observations de comportements de groupes de visiteurs en suivant leur visite. Nous avons également mené une étude de réception qualitative des visiteurs en sortie de visite. 81 personnes ont été interrogées individuellement ou en petits groupes, suivant un guide d'entretien semi-directif. Les entretiens retranscrits ont été analysés manuellement par thèmes<sup>3</sup>.

L'étude permet ainsi de montrer, dans un premier temps, comment le dispositif expositionnel construit le visiteur à la fois comme membre d'un public culturel, destinataire d'un propos sur la musique populaire, et comme acteur et récepteur d'une pratique d'écoute. Dans un second

temps, nous indiquons comment l'exposition « Abbaworld » produit, à travers les usages des visiteurs, des conceptions en tension de la musique populaire et de son écoute au musée.

### « Abbaworld » : Une proposition muséographique sophistiquée

La présentation de l'exposition « Abbaworld » au Powerhouse Museum, musée de sciences et d'art appliqués de Sydney, est la seconde étape du tour australien, après sa présentation à Melbourne (au Festival Square, centre d'exposition, 2010). « Abbaworld » est une exposition de type immersif, qui vise à transporter le visiteur dans le monde d'Abba au temps où le groupe existait, et à revisiter sa carrière et ses réalisations. À Melbourne, l'entrée de l'exposition s'effectue assis dans un charriot qui traverse un écran et propulse les visiteurs dans un décor de style « seventies » (papiers peints aux couleurs vives sur les parois de l'exposition, mobilier d'époque<sup>4</sup>). C'est une exposition reposant sur les principes d'une muséographie participative, qui propose aux visiteurs de se mettre en situation d'auditeur et de spectateur mais aussi de « performer » : il est possible de chanter et de danser dans plusieurs dispositifs innovants. C'est enfin une exposition interactive, la visite démarrant avec l'édition d'un avatar du visiteur<sup>5</sup>, enregistré sur un « ticket intelligent » (*smart ticket*) permettant de retrouver ultérieurement sur internet l'enregistrement des performances effectuées lors de la visite.

Le parcours de l'exposition de Melbourne suit un déroulement chronologique, borné par la car-

« You can dance, you can jive... »

rière du groupe, rythmé par les disques produits. Des entretiens récents faits avec les membres, qui reviennent sur leur parcours, scandent le parcours. La grande majorité des objets provient du producteur Polar Studio : mobilier des loges, équipement des studios d'enregistrements, instruments, produits dérivés des tournées. Des objets personnels des membres d'Abba ont été prêtés : costumes et disques, prix reçus....

L'exposition déploie trois principaux types de dispositifs scénographiques : des présentations d'objets avec ou sans vitrines (artefacts de la production, produits dérivés et effets personnels), des reconstitutions d'espace (les studios d'enregistrement de Polar Studio, la « hutte » – refuge du groupe dans la forêt suédoise), et une série de dispositifs interactifs diversement engageants et reposant sur des compétences variées, du simple quizz à jusqu'à la scène où le visiteur est invité à « révéler [sa] *dancing Queen* intérieure et [à] danser sur scène dans un clip vidéo avec [ses] idoles en hologramme 3D<sup>6</sup> » (dépliant de l'exposition, Powerhouse Museum).

### Inscription du visiteur et position de l'auditeur dans « Abbaworld »

*Tensions narratives de l'exposition et inscription du visiteur médiateur de la musique*

L'exposition présentée à Sydney a été adaptée par le Powerhouse Museum. Réduite de moitié en surface, complétée par des prêts d'objets par les producteurs australiens, elle a été re-curatée par

un commissaire externe appelé à cet effet par le musée<sup>7</sup>, qui a profondément modifié le design originel des producteurs suédois, et en conséquence l'expérience proposée aux visiteurs. D'un design général plus sobre, l'exposition de Sydney comprend six sections thématiques principales (Abba en scène; En coulisse; L'Australie adore Abba; Le son d'Abba, La Suède devient pop; L'héritage d'Abba<sup>8</sup>).

Le discours de l'exposition est marqué par la tension entre deux fils narratifs principaux : celui des producteurs met en valeur le rôle des studios, des managers et des membres de l'équipe (des techniciens de studio aux directeurs artistiques des couvertures d'album et aux créatrices de costumes) et les technologies utilisées (micros, instruments et consoles) dans la production de la musique d'Abba. La qualité de ce travail explique le succès jamais démenti du groupe, dont les objets (un mur de disques d'or) et les extraits (de concerts, de reportages) témoignent. En retour, la légitimité et le rôle du producteur en tant qu'opérateur culturel est renforcée : agent de l'histoire culturelle en tant que producteur d'Abba, et initiateur de sa patrimonialisation muséale. Le second fil narratif, introduit par le commissaire recruté pour « adapter l'exposition aux standards muséaux du Powerhouse Museum<sup>9</sup> » insiste sur la signification du groupe en tant que phénomène social. La carrière du groupe et de ses membres est mise en perspective, les formes d'appropriation globales et locales du groupe sont indiquées. La narration déborde les strictes limites temporelles de la carrière du groupe pour ouvrir, dans la dernière section, sur un héritage (*legacy*) multiforme.

L'exposition dans son ensemble se présente comme une exposition consacrée aux médiations de la musique populaire : au cœur de l'exposition, le phénomène de la création et de la production de la musique est illustré, à travers l'ensemble des médiations, techniques, sociales, esthétiques, qui sont nécessaires pour que la musique advienne. Dans la tension entre deux discours, une place est réservée au visiteur qui habite le dispositif : en tant qu'auditeur et membre du public, il est médiateur de la musique à l'instar des autres « co-producteurs » (techniciens, studios, directeur artistique, producteur du tour en Australie, émissions de TV...).

Au-delà de l'approche biographique chronologique, l'exposition est thématisée afin de mettre en perspective l'histoire du groupe dans son contexte social. La dimension hagiographique qui marquait fortement le parcours initial élaboré par les producteurs suédois reste sensible. Ainsi, il n'est fait aucune mention des difficultés du groupe, des causes de sa séparation, le cheminement amène directement de la fin du groupe aux carrières solos poursuivies individuellement par les chanteuses, puis à l'héritage manifesté dans les appropriations contemporaines et consensuelles d'Abba : dans les *musicals*, dans la performance de Kylie Minogue chantant « Dancing Queen » aux JO de Sydney en 2000... Des aspects critiques sont évoqués, cependant, qui permettent au visiteur d'initier une réflexion sur les modes de production sociale des valeurs culturelles. Au début du parcours, le succès du groupe au moment de sa victoire à l'Eurovision est tempéré par la mention des critiques reçues dans le monde culturel suédois. Cette présenta-

tion permet d'interroger l'attribution de valeur aux œuvres et les catégorisations à l'œuvre, alors comme aujourd'hui, dans la classification de la musique d'Abba (classique / éphémère, commerciale / à valeur esthétique, enracinée / mondialisée ...).

### *Les dispositifs et leur appropriation*

Concernant les choix scénographiques et les différents types de dispositifs de l'exposition « Abbaworld », nous abordons les questions suivantes : quelles sont les conditions d'expérience de la musique populaire proposée par l'exposition ? Quelles sont les dimensions de l'activité d'écoute qui sont proposées dans la visite ?

On remarque tout d'abord que les choix scénographiques favorisent le registre de l'oralité et induisent une mobilité des corps. L'exposition privilégie l'environnement sonore : des clips vidéo, des extraits de concerts projetés sur les murs, et les sons des visiteurs qui utilisent les dispositifs interactifs traversent les espaces. Elle donne priorité à l'expérience de l'écoute de la musique sur les contenus visuels (Dalbavie, 2004). Mais on y remarque également la domination du matériel iconographique (photographies et vidéos), tandis que les textes à lire occupent une dimension réduite. Le design d'ensemble traduit ainsi un choix de « compétence » (*literacy*) (Hoggart, 1957) orienté vers l'oralité (plutôt que le registre visuel) et l'écoute (plutôt que la vue et notamment la lecture), compétences socialement mieux partagées et plus accessibles. En ce sens, l'exposition produit un déplacement de la dominance de l'œil historiquement construit comme instrument d'appréhension esthétique au profit de l'oreille (Maisonneuve,

« You can dance, you can jive... »

2009), et la constitution, par la mise en exposition, de médiations populaires (car accessibles au plus grand nombre) de la musique.

L'expérience auditive dans « Abbaworld » se caractérise par une libération de l'oreille et du corps dans l'expérience musicale. Dans l'exposition, les expériences d'écoute musicale se distribuent entre les dispositifs interactifs, les différentes stations d'écoute d'extraits vidéo sur moniteur qui ponctuent le parcours, et les extraits de concerts ou de clips diffusés dans l'exposition. Les dispositifs interactifs de l'exposition requièrent des niveaux d'engagement physique et des compétences différenciées. Les quizz portant sur la vie du groupe sont fondés sur le système basique d'interactivité où la participation du visiteur se réduit à appuyer sur un bouton; il requiert essentiellement des compétences intellectuelles. Un jeu consistant à remixer une chanson pour reproduire le « son Abba » sur une console électronique, requiert à la fois habileté manuelle (pour manipuler les boutons), et compétences esthétiques et musicale (reconnaissance des sons et composition). Des petits habitacles séparés par des rideaux abritent des stations de chant en karaoké (*sing-a-long*), où le visiteur, équipé d'un micro, chante en suivant la musique. Le visiteur choisit la chanson et sa performance reste enregistrée (il visualise à la fin sur l'écran son taux de « réussite » et il peut retrouver ces données sur le site web à l'issue de sa visite). Si la posture est moins libre, du fait de la station devant le dispositif et l'appareillage avec le micro, l'activité peut se prêter à des manifestations physiques variées, engageant tout ou parties du corps : le pied, battant la mesure, la tête, balan-

çant en rythme, le corps entier, dansant une chorégraphie personnelle spontanée, ou imitant celle que le groupe performe dans ses vidéos. De plus, l'activité se prête aussi à une expérience partagée, plusieurs personnes d'un groupe pouvant se tenir autour du micro. Enfin, le dispositif le plus engageant est la scène, au fond de l'espace d'exposition, où le visiteur peut chanter une (partie de) chanson du groupe (au choix, « Dancing Queen » ou « Mamma Mia »), environné des silhouettes holographiques scintillantes des membres du groupe. Tandis que le corps est totalement engagé, les compétences requises comprennent capacité d'écoute pour chanter en suivant la musique et aisance chorégraphique face à un *dance floor* potentiellement occupé par les autres visiteurs.

Nous avons montré ailleurs (Crenn, 2007) comment la tentative de recréation d'une salle de concert dans l'exposition « Jimmy Hendrix Backstage » (Musée de la musique, Paris, 2002) échouait à évoquer la transe et à produire un corps dansant chez des visiteurs. Paradoxalement, face à la performance représentée, les attitudes tendaient à se figer. Dans l'exposition « Abbaworld », le visiteur lui-même est invité à performer sur scène, face aux autres visiteurs, et se met directement à la place de l'artiste (ou à ses côtés<sup>10</sup>). Dans ces dispositifs, les conditions d'écoute excèdent la réception auditive, pour se combiner avec le chant et la danse. Loin de séparer l'oreille du reste du corps, et d'isoler ou d'immobiliser celui-ci, les performances suscitées opèrent une libération des corps et une association de l'écoute et du chant<sup>11</sup>. Les contraintes qui s'exercent sur les corps proviennent non des appareillages techniques mais plutôt des censures qui

s'exercent sur les individus (timidité à s'exprimer devant un public d'inconnus) ou à l'intérieur des groupes (ainsi des enfants qui ne souhaitent pas voir leur mère « s'exhiber »): la défense des goûts esthétiques de chacun se révèle une épreuve parfois difficile au sein de ces groupes familiaux ou amicaux.

Les différents moniteurs vidéo répartis dans l'exposition présentent des entretiens réalisés avec les membres de l'équipe de production d'Abba, avec les membres du groupe eux-mêmes, et des extraits de reportages, de concerts. Tous les entretiens sont en suédois, sous-titrés en anglais, et les stations devant les studios reconstitués ont deux casques d'écoute chacune. Ce dispositif permet, alors que le casque isole l'auditeur, un relatif partage de l'expérience : un second auditeur, sans avoir de casque, peut suivre la teneur de l'entretien par les sous-titres. Ainsi, une expérience collective d'écoute est favorisée. L'exposition compte enfin des sources sonores diffusées librement dans l'exposition : à l'entrée de l'exposition, des extraits de l'Eurovision accueillent le visiteur ; dans les premières sections, des extraits de concerts filmés sont projetés sur les parois ; des sessions d'enregistrement sont audibles sur vidéo dans les studios reconstitués. Le risque de provoquer une cacophonie dans la confrontation de ces multiples environnements sonores est réel, surtout lorsque les visiteurs se produisent simultanément sur scène et aux stations de karaoké. Cependant, nombreux sont les visiteurs qui apprécient l'impression générale d'être « enveloppés dans la musique » que procure l'exposition. Renforcée par l'organisation relativement confinée de l'exposition, l'impression que la musique se déploie librement dans tous les espaces, qu'elle « baigne »

les visiteurs, qu'elle « remplit tout l'espace » en se « faufilant » partout, est fortement valorisée par les visiteurs.

F2 : « On peut toujours être entouré par la musique ici. »

(Entr. 3.15, 3 femmes, Grand Sydney)

E : « À présent, concernant votre expérience et votre appréciation de l'exposition, en général, est-ce que cela vous a plu ? »

F1 : Le fait que la musique était assez forte pour que l'on puisse fredonner tout en la parcourant. »

(Entr 3.13, 1 couple, H 44 ans, dirigeant, F 38 ans, mère au foyer, Victoria, Australie.)

Cette « immersion » dans un bain musical accentue celle des visiteurs dans le propos, et contribue à renforcer l'intensité de l'expérience d'écoute (Belaën, 2005), parfois accompagnée de d'une intense nostalgie, la musique renvoyant aux souvenirs d'époques passées (van der Hoeven, 2012).

Lors des *trackings*<sup>12</sup> de visiteurs, nous avons observé une diversité des modes de visites, selon des modalités identifiées dans l'étude classique de l'ethnographie de l'exposition de Veron et Levasseur (1983). Certains groupes sélectionnent, dans un parcours de type « sauterelles », exclusivement les dispositifs les plus impliquants (studio photo<sup>13</sup>, karaoké et scène). On retrouve cette prédilection pour un type de visite active et engagée dans les profils de visiteurs identifiés à l'issue de l'étude de réception. En effet, trois profils se dégagent, les « Fans », les « Curieux » et les « Amateurs ». Ces profils sont déterminés par la motivation et le type de dispositif préféré. Les « Fans » viennent pour se rapprocher de leur groupe fétiche, apprendre de nouvelles choses sur eux et s'immerger dans

« You can dance, you can jive... »

leur monde. Ils préfèrent les dispositifs classiques de monstration des objets et sont sensibles aux entretiens vidéo des membres. Les « Curieux », moins amateur du groupe, sont intéressés par la dimension sociale et culturelle du phénomène, et sensibles aux reconstitutions, évocatrices d'une époque ou qui révèlent les coulisses. Ces dispositifs satisfont ainsi une curiosité portant sur les conditions de fabrication à la fois de l'exposition et du mythe Abba. Les « Amateurs », plus souvent venus en groupe, sont enthousiasmés par les dispositifs participatifs et aiment surtout agir : ils plébiscitent les dispositifs interactifs, et associent à leur désir de faire (jouer, danser, chanter) un désir de partager : faire en commun, regarder faire les autres valent aussi comme expérience satisfaisante (et non incomplète ou par défaut).

E : « À présent, concernant votre expérience et votre appréciation de l'exposition, en général, est-ce que cela vous a plu ?

F1 : Oh oui ! J'ai adoré les interactifs, c'est fantastique. Il y a une citation sur le mur qui dit « on ne peut pas rester immobile quand on entend de la musique d'Abba » : c'est tellement vrai ! [...] C'est le moment de danser ! Cette exposition vous donne l'opportunité, et bien, de le faire.

E. Et alors vous l'avez fait ?

F1 : Oui ! J'ai dansé ! »

(Entr. 2.8, 1 famille, H1 46 ans, Charpentier, F1 43 ans, responsable de clinique, F2 20 ans, Coiffeuse.)

## Faire public

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le dispositif actant accorde au visiteur une position de co-auteur de la musique : le public audi-

teur, récepteur des médiations de la musique que l'exposition illustre, en est un co-créateur. Dans la dernière partie de l'exposition, consacrée aux héritages d'Abba, des projections du film *Mamma Mia!*, montrent l'extrait où les personnages exécutent une reprise sur scène des tubes du groupe. Des citations d'artistes qu'il a inspirés (par exemple de Madonna), des extraits de films australiens mettant en scène des reprises cultes des œuvres (« Priscilla Queen of the Desert », « Muriel's Wedding »), multiplient les perspectives sur les usages actuels de l'œuvre. Après un parcours où il lui est donné d'expérimenter ses capacités à performer lui-même les chansons et l'art de la scène d'Abba, la dernière partie de l'exposition apparaît comme un espace qui renforce l'autorisation accordée au visiteur de poursuivre sous toutes les formes possibles ce processus d'appropriations et de récréation d'Abba<sup>14</sup>. Les pratiques amateurs (en chant, danse, performance) deviennent partie de l'exposition, et les productions des visiteurs une fraction du contenu. Ces pratiques nouvelles dans la sphère muséale témoignent de la pénétration sociale des nouveaux modes de consommation culturelle domestique (jeux vidéo de karaoké et de danse, Wii...), et transforment le rapport entre œuvre et récepteur au musée<sup>15</sup>.

Dans l'exposition « Abbaworld », les visiteurs sont à la fois les auteurs et les publics de la performance. En tant qu'auteurs, les visiteurs actualisent leur relation au groupe par la pratique du chant et de la danse (karaoké et scène) associée à l'écoute. Si cette pratique peut être individuelle, s'inscrivant dans la carrière d'amateur du visiteur,

elle peut également être collective. Le partage de l'expérience est encouragé par les médiateurs présents dans la salle, et les visiteurs sont nombreux à exprimer leur plaisir à partager l'expérience avec leurs enfants ou ceux qui les accompagnent. Le plaisir est d'abord celui ressenti à écouter, chanter, danser ensemble, occasion de juger et d'éprouver sous une forme amusante les goûts et les talents de chacun. Les parents goûtent également un plaisir par empathie – explicité spécialement par les visiteuses, mères et grand-mères – à la vue du plaisir que prennent leurs enfants, et par substitution – lorsque ceux-ci font ce qu'elles s'interdisent ou se voient interdire de faire elles-mêmes.

F1 : « Nous avons essayé de chanter... »

E : Où ?

F1 : Au karaoké.

H1 : Ah elle s'y croyait !

E : Et sur la scène ?

H : Non, du fait qu'il y avait beaucoup de gens qui regardaient.

F1 : J'ai essayé de danser un peu, mais ils m'ont dit d'arrêter.

E : Sur la scène ?

H1 : Non.

F1 : Cela embarrassait les enfants...

E : [rire] Vous avez mentionné qu'il y avait des personnes qui vous regardaient ?

H1 : Il y avait des gens qui regardaient les gens sur la scène, et c'était bien, c'était bien, j'aime la façon dont ils ont fait ça, c'est fantastique.

E : Et vous regardiez aussi les autres gens ?

H1 : Oui, oui.

E : Et danser sur la scène ?

H1 : Elle a essayé un petit peu. Elle était gênée. »

(Entr. 2. 11, 1 couple, H 43 ans, manager, F 43 ans, enseignante, Grand Sydney.)

F1 : Oh eux [désignant ses petits-enfants], ils sont allés sur la scène.

E : Et vous ?

F1 : Oh je suis restée sur la piste et j'ai dansé [rires].

E : Donc vous les avez regardés et vous avez dansé. Avez-vous fait le karaoké ?

F1 : Mais ma chérie ! Tout le monde m'aurait quittée !

E : [rires]

F1 : Mes enfants disaient : « Maman, tu chantes bien quand tu chantes doucement. »

(Entr. 3. 14, 1F, 73 ans, retraitée des télécoms, Grand Sydney.)

En plus de pratiquer ensemble, les visiteurs écoutent et regardent ensemble les autres groupes de visiteurs. Les dispositifs de l'exposition constituent réciproquement les performeurs et les auditoires. Les visiteurs auditeurs forment le public des performances, observant les visiteurs sur scène depuis les *dance floors*, et ce faisant, en font pleinement des performeurs. Là encore, l'activité d'écoute des visiteurs qui « font » le public – qui dans le même mouvement « font » le performeur – est loin d'être passive. Comme dans un concert, ils tapent du pied, applaudissent, encouragent en donnant de la voix, non seulement des membres de leur groupe, mais également les autres visiteurs. Ils se déplacent pour mieux saisir la scène, ou permettre à quelqu'un de mieux l'enregistrer (la prendre en photo ou l'enregistrer en vidéo) : autant de manifestations de leur jugement esthétique. « Faire » public est bien ici exercer un jugement critique, destiné à l'évaluation esthétique de la performance en cours. Cette activité du visiteur expert critique est une activité exercée dans le cadre du collectif formé par l'auditoire. Le dispositif expositionnel recrée les conditions de la formation d'un public d'individus rassemblés pour le jugement

« You can dance, you can jive... »

esthétique : ils refont du musée explicitement un cercle participant à l'espace public. Ainsi les visiteurs, d'acteurs pratiquants, deviennent auditoire. Membres de l'auditoire, ils « font » du visiteur sur scène un performeur face à une audience. Dans cette audience, ils deviennent membre d'un public au sens plein du terme : un collectif exerçant et partageant publiquement son jugement esthétique (Rasse, 1999).

### Vers une écoute populaire ?

Dans le cadre de cette contribution, nous avons voulu mettre en lumière la façon dont l'expérience de l'auditeur proposée par l'exposition « Abbaworld » se distingue des propositions scénographiques souvent à l'œuvre dans les expositions consacrées à la musique populaire<sup>16</sup>. Celles-ci sont caractérisées par l'immobilisation des corps et la mobilisation de l'oreille, et requièrent une compétence (*literacy*) essentiellement textuelle (visuelle et passant par le médium de l'écriture, plutôt qu'orale et musicale). Privilégiant l'oral et une expérience d'écoute associant la mobilisation du corps entier aux pratiques de danse et de chant, « Abbaworld » construit un auditeur plus engagé et actif dans la performance de l'exposition. À ce visiteur est également accordé une place de médiateur de la musique, à l'instar des autres acteurs du monde de la production musicale. Par ses pratiques, d'écoute mais aussi de re-création, les visiteurs contribuent à définir le sens et la place de la musique d'Abba.

Dans l'exposition « Abbaworld », les références aux dispositifs de *contests songs* qui organisent la pro-

duction des émissions de télé-réalités consacrées à l'émergence de talents populaires (sur le modèle de la nouvelle star ou de *British Idol*) sont massives dans la communication et la médiation, comme l'illustre le dépliant de l'exposition (« Révélez votre *Dancing Queen* intérieure »). Les publics, quant à eux, tendent plutôt à situer cette expérience dans l'ordre des pratiques domestiques : « chanter sous la douche », « faire une partie de karaoké entre amis dans le salon », « regarder *Mamma Mia!* en famille »... L'exposition marque la puissance culturelle de l'industrie, qui parvient à faire entrer dans la sphère muséale les pratiques habituellement confinées à la sphère domestique, et ainsi à acculturer en retour de nouveaux visiteurs à la consommation de leurs produits. Il n'est pas sans intérêt de noter que le site officiel [Abbaword.com](http://Abbaword.com), lance simultanément à l'exposition la nouvelle application « *Sing-a-long* Abba » pour I-phone. La co-production de fait entre les producteurs et le Powerhouse Museum illustre la tension dialectique rappelée par Philippe Le Guern, « entre deux sphères de production, à la fois complémentaires et antithétiques : les communautés des fans et les industries culturelles » : Comme l'a bien expliqué John Fiske, « il y a une lutte constante entre les fans et l'industrie, car l'industrie essaie d'incorporer les goûts des fans, et les fans d'incorporer les produits de cette industrie » (Fiske, 1992 : 47). Les fans constituent un marché non négligeable pour les industries, à la fois parce qu'ils sont friands de produits dérivés, mais aussi parce qu'ils sont un excellent baromètre de l'intérêt que peuvent susciter les produits culturels. (Brower, 1992) (Le Guern, 2009 : 39)

Les expositions consacrées à la musique populaire, réalisées en surmontant de nombreux défis à la fois muséographiques et scénographiques, sont des opérateurs de changements puissants pour l'institution muséale, mais surtout pour la légitimation sociale et culturelle des pratiques de l'écoute des musiques populaires. La musique populaire confronte le musée à des conditions de curation et d'interprétation nouveaux, à des pratiques inédites qui questionnent la place sociale du musée. Les conditions d'écoute qui s'y éprouvent dépassent la mobilisation de l'oreille et l'immobilisation du corps, pour associer l'écoute à des pratiques actives et libératoires de la musique (qui

n'est plus confinée et contrainte par des dispositifs d'émission individualisée) et du corps lui-même. Ces pratiques d'écoute associent l'amour et la pratique de la musique, renouant avec le sens ancien de l'amateurisme; elles conjoignent l'écoute et la performance (chant et danse); s'y échangent et s'y partagent les pratiques individuelles et collectives de l'écoute musicale, dans un dispositif d'ensemble qui la libère (dans tout l'espace) et la manifeste sous de multiples formes, formats et modes (clips, mixage, karaoke...) : s'y inventent ce que l'on peut peut-être désigner comme des écoutes populaires des musiques populaires.

---

« You can dance, you can jive... »

## Bibliographie

- AKRICH M. (1987), « Comment décrire les objets techniques? », *Technique et Culture*, n° 9, p. 49-64.
- (1992), « The De-scription of Technological Objects », in BIJKER W.E and LAW J.(eds.), *Shaping Technology/Building Society*, Cambridge, MA: MIT Press, p. 205-223
- BÉLAËN F. (2005), « L'immersion dans les musées de science : médiation ou séduction? », *Culture et musées*, n° 5, Arles, Actes Sud, p. 91-110.
- BOURDIEU P. & DARBEL A. (1969), *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leurs publics*, Paris, Éditions de Minuit.
- COHEN S. (2007), *Decline, Renewal and the city in popular music culture : beyond the Beatles*, Aldershot, Ashgate.
- (2012), « Music Memory, heritage and local identity: remembering the popular music in a European Capital of Culture », *International Journal of Heritage Studies*, DOI:10.1080/10286632.2012.676641.
- CRENN G. (2011), « *You can dance, you can jive* ». *Experiencing Popular Music in the Museum. A Qualitative Survey*, Research Report, Powerhouse Museum, Sydney, juillet, 97 p.
- « Une exposition «pour les fans»? Formes de médiations muséographiques dans une exposition musicale », in GELLEREAU M. (ed.), *Approches des questions culturelles en Sciences de l'Information et de la Communication*, Éditions du Conseil Scientifiques Université Lille 3, p. 141-151.
- DALBAVIE J. (2004), « Exposer des objets sonores : le cas des chansons de Brassens », *Volume! n° 2-2*, p. 145-161.
- DAVALLON J. (1999), *L'exposition à l'œuvre. Stratégies de communication et médiation symbolique*, Paris, L'Harmattan.
- (2003), « Pourquoi considérer l'exposition comme un média? », *Médiamorphoses*, n° 9, novembre, p. 27.
- DEWEY J. (2006), « L'art comme expérience », *Oeuvres*, Pau, Publications de l'Université de Pau-Ferrago.
- DE CERTEAU M. (1993), « La beauté du mort », *La culture au pluriel*, Paris, Le Seuil.
- GRENIER L. (2002), « Governing "National" Memories Through Popular Music in Québec », *Topia, The Journal of Cultural Studies in Canada, Special Issue : Music and Memory at the Millenium*, n° 6, p. 11-20.
- HENNION A. (1993), *La passion musicale. Une sociologie de la médiation*, Paris, Éditions Métailié.
- HOGGART R. (1957), *The Uses of Literacy: Aspects of Working Class Life*, Chatto and Windus.
- LEONARD M., (2010), « Exhibiting Popular Music: Museum Audiences, Inclusion and Social History », *Journal of New Music Research*, vol. 39, n° 2, p. 171-181.
- LAHIRE B. (2004), *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*, Paris, La Découverte.

- LE GUERN P. (2007), « En arrière la musique! Sociologie des musiques populaires en France. La genèse d'un champ », *Réseaux*, p. 141-142.
- (2002), *Les cultes médiatiques. Cultures fan et œuvres cultes*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes (Le sens social).
- (2012), « Patrimonialiser les musiques populaires et actuelles », (coord.), *Questions de communication*, 22, dossier, p. 7-159.
- LEVINE L. W. (2010), *Culture d'en haut, culture d'en bas. L'émergence des hiérarchies culturelles aux États-Unis*, Paris, La Découverte.
- MAISONNEUVE S. (2009), « L'expérience festivalière. Dispositifs esthétiques et arts de faire advenir le goût », in PECQUEUX A. et ROUEFF O. (eds.), *Écologie sociale de l'oreille. Enquêtes sur l'expérience musicale*, Paris, EHESS, p. 85-115.
- MIÈGE B. (1997), *La société conquise par la communication*, T. 2, Grenoble, PUG.
- MOORE K. (1997), *Museum and Popular Culture*, Londres, Cassell.
- NOORDEGRAAF J. (2012), *Strategies of Display. Museum Presentation in nineteenth- and Twentieth-Century visual Culture*, Rotterdam, Museum Boijmans Van Beunigen – Nai010 publishers.
- RASSE P. (1999), *Les musées à la lumière de l'espace public. Histoire, évolution, enjeux*, Paris/Montréal, L'Harmattan.
- VAN DER HOEVEN A. (2012), « Remembering the popular music of the 1990s: dance music and the cultural meanings of decade-based nostalgia », *International Journal of Heritage Studies*, DOI:10.1080/13527258.2012.738334.
- VÉRON E. & LEVASSEUR M. (1983), « Vacances en France », *Ethnographie d'une exposition. L'espace, le corps, le sens*, Paris, éd. Service des Études et de la Recherche de la BPI / Centre G.Pompidou.

« You can dance, you can jive... »

## Notes

1. Film américain réalisé par Phyllia Lloyd, *Mamma Mia!* met en scène une intrigue dont tous les passages chantés sont des chansons d'Abba. Sorti en 2008, le film est l'adaptation de la comédie musicale, qui a relancé les ventes du groupe. Selon le site Abba.com, Abba vend aujourd'hui encore trois millions d'albums par an, et se situe parmi les trois premiers groupes du monde en termes de ventes (375 millions de disques vendus). <http://www.abbasite.com/articles>.
2. La définition de l'expérience de visite se fonde sur celle donnée par Dewey : « l'ensemble des interactions entre une organisation et l'environnement dans lequel il s'engage, et le résultat occasionné par celles-ci. » (2006 : 15)
3. Cette étude a été réalisée pour le Powerhouse Museum, dans le cadre d'un congé de recherche (février-juillet 2011) et a fait l'objet d'un rapport de recherche (Crenn, 2011).
4. L'entrée de l'exposition à Sydney est plus sobre : sur un tapis de velours rouge, longeant la grande enseigne lumineuse qui surplombait le groupe sur scène.
5. « L'avatar est composé par le mixage du portrait du visiteur photographié et les traits d'un des membres du groupe. Cette photographie est réalisée sur une borne à l'entrée de l'exposition, guidée par un membre du personnel du musée.
6. « *Bring out your inner dancing queen and perform on stage in a video clip with your idols in a 3D holographic illusion.* »
7. Le commissaire, Jonathan Parsons, a été directeur artistique de nombreuses manifestations importantes dans les arts vivants et les équipements culturels, et est d'origine suédoise. Il se dit essentiellement attaché dans son travail à transgresser les barrières entre catégories culturelles, et à développer une pratique de projets culturels qui soient réellement au service des différentes communautés (culturelles, sociales, ethniques...) auxquelles ils s'adressent, et qui permettent de créer du lien social en liant intimement social et culturel. (Entretien avec Jonathan Parsons, 24 avril 2011).
8. « ABBA Perfoms; Beyond the scenes; Australia adores ABBA; The sound of ABBA; Sweden goes Pop; Legacy of ABBA ».
9. Entretien avec Jonathan Parsons, 21 avril 2011.
10. Des positions similaires étaient au principe de l'exposition « Imagine » au Musée des Beaux Arts de Montréal (2009) où l'on était invité à rejouer, dans l'espace d'exposition, le morceau de Lennon au piano.
11. Le fait d'être dans un musée de science que certains peuvent associer à « un musée pour enfants et avec des dispositifs interactifs » permet d'inscrire légitimement ce type de dispositifs dans le musée aux yeux des visiteurs.
12. Suivis des parcours de visiteurs relevant leurs lieux de stations dans l'exposition.
13. Les visiteurs prennent la pose devant un fond vert qui incruste leur silhouette sur une couverture d'un album d'Abba.
14. Cette dimension est voulue par le commissaire, mais non souhaitée par les producteurs qui veulent avant tout préserver intact le « vrai » travail d'Abba, et sont plus réticents à illustrer les formes d'appropriations « non autorisées ».
15. Des pratiques similaires de réappropriation entrent avec l'exposition « Brassens ou la liberté » dans l'enceinte du Musée de la musique : l'exposition organise un concours de reprises (sur Youtube, en association avec l'INA).
16. Nous pensons par exemple aux expositions présentées dans les années 2000 au Musée de la musique à Paris.

