

Questions contemporaines

L'INDUSTRIE MUSICALE À L'AUBE DU XXI^e SIÈCLE

La filière phonographique, bouleversée par le *peer-to-peer* et la numérisation des contenus, a servi de cheval de Troie, dans le secteur des industries culturelles, aux acteurs du logiciel, du Web ou de la fabrication de matériel. Alors que la musique n'a jamais été autant écoutée et consommée, ces firmes l'utilisent principalement pour vendre d'autres produits et services ou pour asseoir leur stratégie de marque.

Permettant d'appréhender ces mutations dans toute leur complexité, sans les limiter à leur seule dimension économique, les contributions de cet ouvrage comportent des analyses originales de l'évolution des pratiques des auditeurs – lesquels sont désormais mis à contribution dans les processus de valorisation –, des stratégies innovantes développées par les acteurs de la filière, de la place des indépendants et du *live*. Les auteurs sont de jeunes chercheurs des universités de Bordeaux 3, Grenoble 3, Paris 8 et Poitiers, réunis dans le cadre d'un programme de recherche soutenu et financé par le réseau des Maisons des sciences de l'Homme.



Jacob T. Matthews est maître de conférences à l'université Paris 8, membre du Cemti et chercheur à la Maison des sciences de l'Homme Paris Nord. Ses travaux s'inscrivent au croisement de la théorie critique et de la socio-économie des industries de la culture et de la communication.



Lucien Perticoz est chercheur en sciences de l'information et de la communication, membre du Gresec. Ses travaux portent notamment sur les articulations entre évolutions des pratiques culturelles médiatiques et mutations des industries culturelles.

ISBN : 978-2-336-00402-0
22 €



L'Harmattan

Sous la direction de
Jacob T. Matthews et Lucien Perticoz

L'INDUSTRIE MUSICALE À L'AUBE DU XXI^e SIÈCLE

Questions contemporaines

Sous la direction de
Jacob T. Matthews et Lucien Perticoz

L'INDUSTRIE MUSICALE À L'AUBE DU XXI^e SIÈCLE

Approches critiques

Questions contemporaines

Série Les industries de la culture et de la communication