

Les musiciens doivent-ils être coachés ?

Antoine Pecqueur, 13/01/2016

Gestion du trac, formation à la médiation, à la présence sur scène... la préparation des concerts est devenue de plus en plus importante.

En janvier, la Philharmonie de Paris a organisé un "tremplin" dédié aux jeunes quatuors. Un concours durant lequel de jeunes formations ont défilé devant un jury de professionnels. Mais, au-delà de la qualité de leur interprétation, les ensembles étaient jugés sur leur présence scénique et leur présentation des œuvres. D'ailleurs, une coach scénique, **Virginie Aster**, également musicienne et comédienne, faisait partie du jury. Aujourd'hui, le seul jeu musical ne suffit plus : le faire-savoir est parfois devenu aussi important que le savoir-faire.

Les chanteurs, pionniers

Longtemps, dans le domaine musical, les coachs ont été uniquement associés aux chanteurs. Leur rôle consiste alors à soigner la prononciation des langues étrangères. Rita de Letteriis a ainsi formé un grand nombre de chanteurs, notamment au sein des Arts florissants, aux subtilités de la langue italienne, en particulier pour le répertoire baroque. La chef de chant Irène Kudela est, elle, associée au répertoire tchèque. Le point de départ est le même : la seule beauté de la ligne de chant ne suffit pas, il faut soigner l'intelligibilité, et même l'intelligence, du texte. D'autant que, si dans le passé les chanteurs pouvaient parfois se concentrer sur leur répertoire national, ils sont aujourd'hui amenés à chanter les répertoires les plus divers sur les scènes du monde entier. Et le public est de plus en plus vigilant : il ne veut pas, à raison, devoir lire le surtitrage pour comprendre un ouvrage chanté dans sa propre langue. Les jeunes chanteurs, dont la formation est aujourd'hui particulièrement étoffée (du fait de l'intégration des conservatoires supérieurs au système LMD), abordent désormais naturellement cet aspect linguistique du travail.

Les actions culturelles

On a ensuite vu apparaître les coachs dans le domaine des actions culturelles, aussi bien pédagogiques que sociales. Là aussi, leur rôle a été essentiel : il a fallu former les musiciens à se produire devant des types de public auxquels ils ne sont généralement pas habitués. Quel programme choisir pour des élèves de maternelle ? Combien de temps doit durer une action dans un hôpital ? Que peut-on dire à des prisonniers ? Avec habileté, l'Orchestre français des jeunes (OFJ) a ainsi mis en place des ateliers pluridisciplinaires, où les jeunes musiciens sont formés autant par des musicologues que par des metteurs en scène. Plus les instrumentistes se sentiront à l'aise, plus ils communiqueront leur plaisir à ces spectateurs. Et le dispositif fonctionne : la grande majorité des musiciens de l'OFJ prennent cette option "médiation". La Philharmonie de Paris a également mis en place des séances de coaching pour les musiciens des Siècles souhaitant intervenir dans les écoles (en l'occurrence des établissements classés majoritairement en ZUP). La France rattrape ainsi peu à peu son retard. Les phalanges anglo-saxonnes ont été les premières à proposer des coachings à leurs membres. Les orchestres français devraient sans doute encore davantage mettre en place ce type d'ateliers.

La présentation des concerts

Mais les coachs ne se limitent pas à ces activités. Ils sont de plus en plus réquisitionnés pour les concerts traditionnels. Les organisateurs (salles de concert, festivals...) demandent désormais très souvent aux musiciens de présenter les œuvres qu'ils interprètent. Une démarche qui ne va pas forcément de soi pour des instrumentistes parfois introvertis, à l'aise avec leur instrument, mais paraly-

sés à l'idée de parler aux spectateurs. Des coachs peuvent aujourd'hui être amenés à encadrer cette pratique, à la fois sur le fond (que dire au public ? parler de l'œuvre ou de son interprétation ?) et la forme (combien de temps ? quel vocabulaire employer, vulgarisateur ou musicologique ?). Le coaching va jusqu'à intervenir sur le jeu du musicien. Le célèbre pianiste chinois Lang Lang a longtemps travaillé avec un coach, qui lui expliquait comment se tenir sur scène, le regard à adopter, le mouvement des mains...

Gérer le trac

Le coaching, comme celui proposé par la Clinique du musicien, a un rôle essentiel lorsqu'il permet aux musiciens de gérer leur trac. Pour contrôler leurs angoisses, ils sont encore trop nombreux à prendre des médicaments, en particulier les bêta-bloquants. L'interprète cherche à gérer au mieux le trac qui intervient lors d'un solo ou d'un passage périlleux – une attaque pianissimo dans le grave peut à elle seule engendrer une véritable angoisse chez un hautboïste. Les coachs ne sont pas là pour faire disparaître le trac, car celui-ci, lorsqu'il est contrôlé, est même bénéfique et stimulant pour l'interprète. Un orchestre où les musiciens n'auraient pas le trac serait ennuyeux à mourir. Le musicien doit apprendre à composer avec. Pour cela, le coach analyse d'où vient la tension, comment elle se propage. Nourri de ces connaissances sur lui-même, le musicien se sent généralement mieux. A l'instar de la psychanalyse, la simple démarche d'aller voir un coach pour le trac représente une grande partie du travail. Le coach doit connaître les rouages de la technique musicale ; ce n'est pas un hasard si la plupart sont musiciens (par exemple, Patrick Roger est cor anglais solo à l'Opéra de Lyon ; Marie Casamayou – voir encadré – est violoniste). Le coaching est devenu aujourd'hui d'autant plus important que la vie du musicien est de plus en plus stressante : certains intermittents ont du mal à atteindre le nombre d'heures requis, d'autres craignent pour leur emploi...

Une dérive marketing

Mais dans certains cas, l'essor du coaching interroge. Certains coachs scéniques transforment le musicien en produit marketing, avec la complicité de maisons de disques ou d'agents artistiques. Le musicien devient un animateur efficace, qui sait présenter son programme, sourire en jouant (une gageure pour les instrumentistes à vent !), saluer parfaitement les spectateurs. Mais le risque est pour le musicien de perdre sa personnalité, et de transformer sa manière de parler, avec les défauts qui peuvent faire son charme, en un langage formaté insipide. Aujourd'hui, tous les journalistes pourront en témoigner : les jeunes solistes ou chefs d'orchestre ont des propos souvent très lisses en interview. La même standardisation se retrouve dans les photos de musiciens, à la plastique impersonnelle. Certaines maisons de disques poussent dans ce sens, en tentant d'appliquer au classique les recettes des musiques davantage commerciales. Il y a sans doute là un risque à bien prendre en compte pour les jeunes musiciens. Car l'image qu'ils se fabriquent ne durent généralement pas longtemps : ce sont des "produits" à durée de vie limitée.

Le coach doit accompagner le musicien, le soutenir, mais pas le transformer. La frontière est parfois ténue. On ne peut que se réjouir de voir les musiciens plus à l'aise sur scène, communiquant davantage avec le public. Mais on ne peut que regretter de voir défiler des solistes formatés à outrance, comme des clones. La crise de l'industrie discographique n'a sans doute pas aidé à freiner cette tendance. Musicien et public n'aspirent pourtant qu'à une chose : toucher, ou même frôler, la vérité du geste musical.