

# Valeurs et usages du son

La quasi-généralisation de la place du son et de la musique dans la société, notamment marchande, pose celle de ses usages, une si importante allocation financière ou autre pouvant difficilement ne pas impliquer des usages tout aussi nombreux que complexes.

La question est d'autant plus intéressante que, dans ce domaine comme dans d'autres, les usages semblent se diversifier à l'infini. On sait comment, dans le domaine du marketing, notamment celui des biens cognitifs, la notion d'usage s'est imposée face à celle de fonctionnalités. Une meilleure connaissance de ces usages et de leur « valeur d'usage », à tout le moins un début de catégorisation, s'impose aujourd'hui comme objet de recherche, notamment pour tous les acteurs directement ou indirectement concernés par le design sonore, il n'y a pas de « valeur d'usage » en soi mais toujours dans un contexte, économique, social, culturel, politique et certainement anthropologique.

*Ont participé à cet ouvrage dans l'ordre d'apparition :*

Caroline San Martin, Martin Barnier, Aurélie Albaret, Misaki Goto, Philippe Woloszyn, Didier Blanchard, Olivier Defresnoye, Grégoire Chelkoff, Ying-Chun Huang, Max Kaario, Violaine Anger, Alain Goudey, Jean Dindinaud, Amal Msakni, Clara Joly, Laurent Cochini, Gérard Pelé, Celsian Langlois, Luc Perera, Pierre Jouvelot, Estelle Schorpp, Armand Dongo.



institut  
**acte**

UMR  
8218

éditions  
**DELATOUR FRANCE**  
1888, route de la Bastide  
F-07120 SAMPZON  
www.editions-delatour.com

**Prix France : 29€**

Réf. BDT0271  
ISBN 978-2-7521-0479-3



9 782752 104793 >

Valeurs et usages du son

DELATOUR FRANCE

# VALEURS ET USAGES DU SON

Sous la direction de  
**Frank Pecquet**

éditions DELATOUR FRANCE