éditions seteun

Notes de lecture

Marc PERRENOUD, « Jean-Marie SECA, *Les musiciens underground*, PUF, 2001 », *Volume ! La revue des musiques populaires*, n° 1(2), 2003, p. 119-121.

Gérôme GUIBERT, «Christian LE BART (en collaboration avec Jean-Charles AMBROISE), *Les Fans des Beatles. Sociologie d'une passion*, Rennes, P.U.R., coll. "Le lien social", 2000 et Philippe LE GUERN (dir.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes, P.U.R., coll. "Le lien social", 2002 », *Volume ! La revue des musiques populaires*, n° 1(2), 2003, p. 122-127.

Éditions Mélanie Seteun

notes de lecture

Jean-Marie SECA, *Les musiciens underground*, PUF, 2001, 246 p.

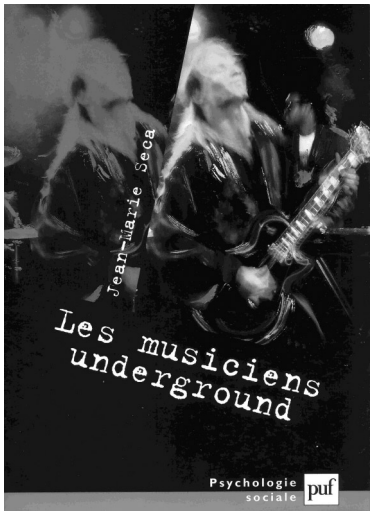
En publiant *Vocations Rock*[1] dès 1988, J.-M. Seca faisait figure de pionnier en matière d'analyse sociale de la pratique du rock. La réflexion autour des musiques que l'on nomme aujourd'hui *actuelles* ou *amplifiées* s'est largement développée ces dernières années, constituant un secteur de la recherche de plus en plus autonome, mais pour nombre de jeunes chercheurs les premiers travaux de Seca font toujours référence dans la mesure où il a été parmi les premiers à construire méthodiquement l'approche de ces objets particulièrement instables que sont les petits groupes de musiqués devenus musiquants (pour reprendre les catégories de G. Rouget[2]).

Il y a une quinzaine d'années, Seca enquêtait au *Parking 2000*. Cet ensemble de studios de répétition aménagé dans un sous-sol de l'Est parisien accueillait alors cent cinquante groupes, soit plus de sept cent musiciens. Conjuguant méthodes extensives (questionnaire, données statistiques) et intensives (observation, entretiens), l'auteur livrait une analyse très fine de ces pratiques alors émergeantes, notamment à travers la notion d'« état acide » définie comme « l'expérience ambivalente de reconnaissance sociale d'une minorité anomique »[3].

L'évolution rapide du champ des musiques actuelles, la montée en puissance de nouveaux courants qui au-delà des effets de mode remettent en cause les éléments habituels de l'analyse que sont les notions de *groupe*, ou de *compétence musicale*, ont amené Seca à un déplacement sémantique qui des *vocations rock*[4] passe par les *rituels rock'n rap*[5] en 1992, puis les *vocations rock et rap*[6] en1994, les *groupes underground*[7] en 2000 pour aboutir au volume auquel nous nous intéressons : *les musiciens underground*, en 2001.

Dans cette étude, la notion d'*underground*, n'est certainement pas à prendre dans son acception avant-gardiste mais plutôt au sens alternatif et plébéien : dans la lignée de la scène alternative française (*rock* puis *rap*), les *musiciens underground* de Seca n'ont pas choisi l'invisibilité, ils ont choisi l'indépendance « minoritariste » mais sont en quête de reconnaissance publique.

Ainsi, dans le présent ouvrage, les *musiciens underground* sont-ils désignés avant tout comme des « *minorités* professionnelles artistiques […] se voulant *hétérodoxes* tout en étant primordialement *anomiques* » [8]. Développant une analyse de la construction de l'identité du musicien dans l'opposition mimerais/création, du rapport à la pratique musicale comme travail, Seca contribue à la démonstration de l'inefficacité d'une grille de lecture fondée sur la dichotomie amateurs / professionnels [9]. Son étude embrasse une population dont certains éléments ne se sont encore jamais produits sur scène alors que d'autres sont déjà familiers des représentations publiques. Cette indifférenciation qui serait incompatible avec une étude située dans le champ de la sociologie du travail artistique n'empêche pas l'auteur de mener à bien son projet « d'étudier ethnographiquement la *psychologie de la consistance* et le *vouloir vivre minoritaire* qu'elle implique, dans ses *manifestations symboliques, rythmiques* et *non-verbales.*» [10]



Dans une même démarche, l'auteur se livre à une véritable réactualisation des thèmes et questionnements de *vocations rock* en prenant le parti méthodologique de confronter les entretiens d'alors, réalisés auprès de *rockers* en 1983/85, à ceux des *rappers* de 2000. Là encore, la comparaison entre deux époques (évolution des techniques d'enregistrement, institutionnalisation du secteur), deux styles (guitar-hero vs DJ), intéresse peu l'auteur. Au contraire, la mise en parallèle des données souligne une continuité des *vocations underground* depuis le rock alternatif jusqu'au hip-hop. Seca ne fait pas mystère du fait que l'enquête réalisée en 2000 n'a pas l'ampleur du travail de doctorat qui allait aboutir aux *vocations rock* de 1988 ; pourtant, les entretiens menés auprès d'une dizaine de rappers, conjugués à l'observation de concerts et séances de studio constituent un corpus significatif qui permet à l'auteur de renouer les fils de *l'underground* à quinze ans d'intervalle.

Inscrit dans un paradigme psychosociologique qui se révèle parfois très proche d'une anthropologie du symbolique, cet ouvrage est marqué par la volonté de caractériser un ensemble de pratiques musicales comme espace privilégié d'investissement des représentations sociales des acteurs. Les pratiques *underground* se nourrissent du mélange rébellion / volonté de puissance pour produire leur mythologie, mais elles jouent aussi et peut-être surtout un rôle de socialisa-

tion sur le mode transitionnel. Si elles peuvent parfois marquer une vie entière, elles correspondent le plus souvent à un moment d'apprentissage, d'encadrement de la révolte, phénomène que Seca désigne comme « la mise en rythme des conduites rebelles » [11].

Finalement, même si la faible différenciation des acteurs peut parfois entraîner certaines généralisations et faire regretter un manque de précisions, cet ouvrage où domine une tonalité à la fois compréhensive et réflexive [12] constitue évidemment une contribution importante quant à l'analyse de la rémanence des « valeurs » et significations centrales des musiques alternatives.

Marc PERRENOUD, centre d'anthropologie, EHESS Toulouse

[1] SECA J-M., 1988, *Vocations Rock, l'état acide et l'esprit des minorités rock*, Paris, Klincksiek
[2] ROUGET G., 1980, *La musique et la transe. Esquisse d'une théorie générale de la musique et de la possession*, Paris, Gallimard
[3] SECA J-M., 1988, p. 53
[4] *op. cit.*
[5] SECA J.-M., 1992, « Rituels rock'n rap et conduites d'auto-insertion » (IFPTS de Dijon), *Revue Actes Centre-Est*, n° 4, oct. 1992
[6] SECA J.-M., 1994, « De la signification psychopolitique des vocations *rock* et *rap* en France », *in* CURAPP-CRISPA, *L'identité politique*, Paris, PUF, p. 79-93
[7] SECA J.-M., 2000, « Les représentations et leur fascination : la mécanique des groupes musicaux underground », *Cinquième conférence internationale sur les représentations sociales*, Montréal, 30 août / 2 septembre 2000, UQUAM / LEPS-MSH-Paris.
[8] SECA J-M., 2001, p. 14-15
[9] PERRENOUD Marc, « La figure sociale du *musicos* », *Ethnologie Française*, oct. 2003 (à paraître)
[10] SECA J-M., 2001, p. 2-3
[11] *op. cit.*, p. 177-211
[12] *op. cit.*, p. 8, où l'auteur confirme qu'il a été un de ces musiciens en 1981-87

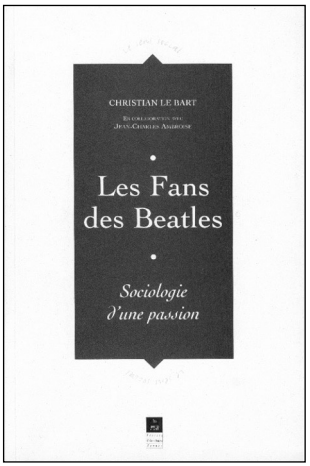
LE BART Christian (en collaboration avec AMBROISE Jean-Charles), ***Les Fans des Beatles. Sociologie d'une passion,*** **Rennes, P.U.R., le lien social, 2000, 242 p.**

LE GUERN Philippe (dir.), ***Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes,*** **Rennes, P.U.R., le lien social, 2002, 378 p.**

Les travaux en sciences sociales concernant la culture de masse, longtemps restés rares, se multiplient en ce début de siècle (par exemple Rioux, Sirinelli, 2002 ou Kalifa, 2001). Il semble que cet intérêt tardif vienne avant tout des postures adoptées par les études fondatrices sur les industries culturelles, telles que celles de l'Ecole de Francfort (Adorno et Horkeimer, 1974) pour lesquelles la musique « populaire » (représentée par le jazz ou les chansons à succès américaines) ne pouvait être qu'inauthentique et apporter un bonheur illusoire. D'après P. Le Guern, les études consacrées à l'univers des fans et plus spécifiquement aux phénomènes cultes ont d'ailleurs connu un développement moins confidentiel dans la recherche américaine sans doute justement parce qu'elle possède un intérêt plus ancien et moins marqué pour ces pratiques de masse, mais aussi sans doute sous l'influence des *cultural studies* qui prennent en considération les interactions entre formes culturelles et ensembles communautaires (p. 20). Nous évoquerons donc ici deux ouvrages récemment parus qui abordent des sujets encore peu explorés : les œuvres cultes et les fans.

Dans *Les Fans des Beatles,* C. Le Bart, cherche à redonner la parole aux fans par l'intermédiaire de la méthode de l'entretien compréhensif (Kaufmann, 1996). A partir de réseaux d'admirateurs (les fan-clubs des Beatles), il constitue un échantillon de 29 personnes. Pour l'auteur, si les personnes interrogées ne sont pas avec certitude représentatives de la population des fans du groupe de Liverpool (par manque de données), cela n'est pas obligatoirement un obstacle. Sa recherche a avant tout pour vocation de restituer la diversité des façons de vivre la passion Beatles (p. 20). Dans une première partie « la passion mise en récit », l'auteur analyse comment on devient fan des Beatles. Après la découverte, qui a lieu par l'intermédiaire de proches, durant l'enfance ou l'adolescence, l'écoute des Beatles s'avère être une passion qui, « cultivée comme un jardin secret, (…) devient le véhicule privilégié des émotions intimes » (p. 52-53). Le sociologue rappelle d'ailleurs le rôle des évolutions technologiques dans la « privatisation de l'écoute » de la musique. Mais, alors que l'engagement peut permettre aux fans de se construire socialement, en se singularisant par rapport aux autres, il peut également conduire à l'isolement. C'est pourquoi la rencontre d'autres fans peut rassurer, en même temps qu'elle implique une

façon personnelle de vivre son statut de fan. Dans la seconde partie du livre, « la passion mise en scène », l'auteur aborde justement la manière dont les fans du groupe vivent avec leur passion. Il souligne comment prennent forme des lectures individualisées des Beatles compatibles avec les trajectoires de vie. Chacun peut, en quelque sorte, voir dans l'œuvre ce qu'il a envie de trouver (p. 128). La passion se fait plus ou moins présente dans l'activité professionnelle ou le choix du conjoint. Certaines personnes déclarent ainsi que leur goût pour les Beatles reste semblable, d'autres qu'il décline, d'autres encore qu'il est cyclique (p. 156). Dans la troisième partie du livre, « la passion mise en ordre », l'auteur cherche à déceler d'éventuels marqueurs des différences sociales dans la façon d'aimer les Beatles. Il souligne alors que les critères d'âge, de profession, de diplôme et de lieux d'habitation sont très hétérogènes chez les fans des Beatles. A partir du choix possible entre « She loves you » (plus pop) et « Révolution 9 » (plus expérimentale), il montre aussi que, au sein de son échantillon, les préférences musicales ne dépendent pas du milieu social d'origine (p. 170). Pour autant, C. Le Bart rappelle qu'il existe des formes stigmatisées du fan (*groupies*, collectionneurs et imitateurs – par exemple groupes de reprises des Beatles), et des formes plus « nobles » (créateurs, érudits et esthètes) qui recoupent les clivages d'âges adolescents/adultes et non-diplômés/diplômés. Ainsi, ce n'est pas la passion des Beatles qui est classante, mais plutôt les signes de manifestation de cette passion. Pour autant, le fanatisme est dénié de manière récurrente car peu considéré par la société.



Au final, d'une certaine manière, pour C. Le Bart, la musique n'est « plus seulement reflet d'une position sociale, émanation d'un statut. Elle n'est plus seulement ce par quoi les groupes sociaux s'expriment, elle est aussi ce par quoi ils se construisent » (p. 232). Comme pour la religion, la passion musicale du fan, naviguant entre imitation et différenciation, trouve le plus souvent un point d'équilibre. Elle est alors un outil de la réalisation de soi.

Si certains auteurs de l'ouvrage collectif dirigé par Philippe le Guern abordent la question du fan, cette analyse de la réception prend corps dans une problématique plus globale, celle des cultes médiatiques. Suivant une introduction de P. Le Guern, ce n'est pas moins de quinze contributions provenant de disciplines (Histoire, Sociologie, Sciences de l'Information-Communi-

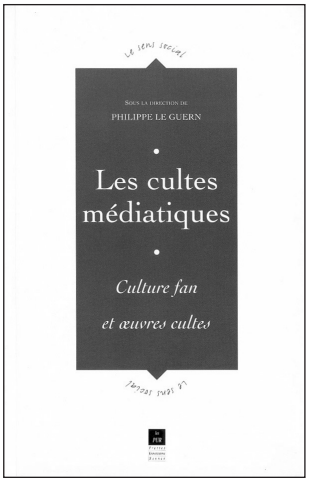
cation, Sciences Politiques, *Media Studies*), de pays (France, Norvège, Etats-Unis, Angleterre, Canada) et d'objets d'analyses (séries télévisées, films, musique, romans, religion…) divers mais complémentaires qui se succèdent sur la notion de culte et les questions de « culture fan et œuvres cultes ». La première partie de l'ouvrage « l'œuvre culte, un objet incertain » interroge avant tout la notion de « culte » dans sa dimension historique et dans son rapport à la religion. E. Maigret montre par exemple que l'analogie ne peut être complète entre cultes médiatiques et cultes religieux. La seconde partie est consacrée à un public qui semble particulièrement disposé à célébrer les œuvres cultes, c'est-à-dire les fans. Elle permet notamment de s'interroger sur la spécificité des publics « fans ». La troisième partie est entièrement consacrée à l'exemple des séries télévisées cultes et de leurs publics. Enfin la dernière partie porte sur les processus qui aboutissent à la construction sociale des cultes médiatiques. L'ouvrage constitue ainsi une véritable somme de l'état de la recherche en sciences sociales sur le domaine. Après une présentation de quelques thèmes importants abordés dans l'introduction, nous évoquerons en quelques mots les textes qui traitent de musique, puisque tel est l'objet de *Copyright Volume!*

Dans sa présentation, P. Le Guern rappelle que, « dans une optique constructiviste, le culte est surtout analysable comme un construit social qui se construit socialement. C'est cette perspective qui nourrit l'essentiel du présent ouvrage. La question est alors moins de savoir ce qu'est le culte, s'il existe une essence du culte, que de porter au jour les usages qui en sont faits ainsi que le travail social de définition et de délimitation qui aboutit à la naturalisation de cette notion » (p. 33).

Il semble que l'examen de la notion de « culte » réinterroge les modalités de consécration dans l'espace des productions culturelles et médiatiques contemporaines. Par exemple, alors que, suivant Walter Benjamin, les œuvres reproductibles sont censées provoquer la désacralisation de l'art par dissolution de l'aura, qu'elles sacrifient « l'unicité (qui fonde la différence et la rareté) à la multiplication (qui garantit l'abondance dans la similitude) » (Moulin, 1995), P. Le Guern rappelle que les cultes médiatiques se distinguent souvent, paradoxalement, par une certaine forme de rareté (séances uniques, projections underground et rituelles cinéphiliques pour public d'initiés, « collectors » sur disques et DVD, p. 17-18).

Plus, pour P. Le Guern, à la différence du spectateur « moyen » emprunt de bonne volonté culturelle décrite par P. Bourdieu , les amateurs d'œuvres cultes ne prennent non pas par erreur « l'opérette pour de la grande musique » (Bourdieu, 1979, p. 370), autrement dit les films B pour des films d'avant-garde, mais trouvent un intérêt et de la valeur à ce que la critique et le bon goût laissent à la marge. Le culte ébranle ainsi le rapport à la culture vu comme soumission

à la hiérarchie des œuvres et aussi les modalités de la perception (p. 23). La culture cultiste mobilise également un savoir encyclopédique fait d'exhaustivité et d'érudition. Une frontière est souvent tracée entre ceux « qui en sont » et ceux « qui n'en sont pas », les néophytes. Ainsi, concernant le *Rocky Horror Picture Show*, on parle des « vierges » pour les spectateurs qui viennent pour la première fois, opposés aux réguliers (une stigmatisation qu'on retrouve d'ailleurs dans nombre de « communautés de goût » musicales, et qu'avait souligné Becker (1985)).



Comment reconnaître une œuvre culte ? Selon l'auteur, le texte d'Umberto Eco (1984) qui traite du film sert soit de modèle, soit de repoussoir lorsqu'il estime que c'est la structure narrative elle-même (par un ensemble de références à la culture cinéphilique) qui est la condition de possibilité du film culte. Si on reste sur cet exemple du film, d'autres auteurs définiront à l'opposé le culte par les cérémonies d'appropriation dont ils font l'objet.

Quoi qu'il en soit, et face aux recherches déjà effectuées, on peut repérer un ensemble de traits récurrents et construire une sorte d'idéal-type du culte (p. 22). D'une façon générale, on peut dire que, socialement, l'œuvre culte 1/est le résultat d'un verdict par lequel un individu désigne une œuvre qui n'est pas simplement belle ou agréable mais qui offre une ressource identitaire forte, 2/qu'elle est susceptible de rassembler et de produire des collectifs ou des communautés spectatorielles, 3/que ces collectifs sont le plus souvent limités à des « happy few » mais peuvent également fédérer les membres d'une même génération ou partageant des traits sociaux communs, 4/dont la manifestation concrète se traduit généralement par la pratique de rituels (concerts, collections, projections dans des salles « mythiques »…).

P. Le Guern aborde également la question du point de vue de l'économie lorsqu'il se demande si, aujourd'hui, les entreprises liées à culture ne fabriqueraient pas, aidées de la publicité et visant différents publics, des formes « inauthentiques » du culte, c'est-à-dire construites *a priori*. La multiplication des chaînes de télévision ainsi que la démocratisation du matériel audiovisuel et d'enregistrement pourrait nous y faire songer.

Concernant la musique, J.C. Ambroise et C. Le Bart expose les résultats d'une enquête connexe à celle de leur ouvrage puisqu'elle concerne le dépouillement de 85 questionnaires aux-

quels ont répondu les membres du *Club Sgt Pepper*, ainsi qu'une analyse du bulletin du fan-club français des Beatles, *Abbey Road Magazine*. Il se demande si le fan club des beatles est une communauté imaginaire. Les auteurs utilisent notamment le concept de Totem, emprunté à Durkheim, qui peut servir à désigner les objets, matériels ou non, sur lesquels la passion s'investit collectivement, au point de signifier par condensation la communauté toute entière (p. 168). Dans *Abbey Road Magazine*, les private jokes, références à l'œuvre, nécessitent une connaissance des disques. Les anniversaires de l'histoire du groupe jalonnent l'actualité, de même la musique faite objet (disques, livres, posters, instruments de musique…) intéresse les lecteurs. Le journal lui-même devient un totem, il consacre une communauté d'authentiques fans. Ces derniers peuvent être, si l'on peut dire, rassurés à travers le club : il donne aux fans les apparences de la normalité sociale, et légitime des amateurs « authentiques, sincères et fidèles » (p. 173). Pourtant il semble que *Abbey Road Magazine* ne suffise pas vraiment à constituer une communauté, les liens du journal ne pouvant remplacer un rassemblement physique des adhérents…

Après avoir retracé la génèse des « séances de minuit » consacrées aux films cultes, Martin Barnier réalise, dans « chantons sous la toile », un parallèle entre les spectateurs bruyants du *Rocky Horror Picture Show* et l'auditoire du premier cinéma muet. On constate alors l'ancienneté du principe utilisé pour le karaoké, le déplacement du spectacle dans la salle.

Dans sa contribution « the majority cult : love and grief for media friends » (p. 133), Joshua Meyrowitz étudie la manière dont les stars médiatiques s'installent dans la vie quotidienne de tout un chacun. Il illustre son propos avec des personnalités du monde de la musique (Elvis, John Lennon…) mais aussi d'autres figures célèbres (Lady Diana, J. F. Kennedy…). Il explique comment ces personnes ont pu entrer dans l'intimité de millions de gens, puis, il centre son propos sur la douleur que peut provoquer la mort d'un « compagnon médiatique », ami à la fois réel et irréel.

Philippe Teillet analyse quant à lui la contribution de l'appareil de commentaires de la presse rock dans la construction des cultes en prenant l'exemple du mensuel *Rock & Folk* entre 1975 et 1985. Pour démontrer de quelles manières des artistes cultes sont façonnés au cours du temps dans le magazine, il met en évidence deux pôles principaux utilisés par les journalistes « une esthétique du tragique » et « des objets rares ». En effet, derrière les couvertures, qui sont censées permettre un certain nombre de ventes et sont donc consacrées à des musiciens ayant un potentiel commercial, les journalistes de *Rock & Folk* préfèrent jeter leur dévolu sur les groupes et artistes souvent restés indifférents au grand public. Une valeur importante est portée aux productions musicales imparfaites (son, interprétation…), même si leurs tares sont souvent

signalées (p. 331). De fait, les critiques s'attachent aux disques peu connus et mal distribués. Ils sont alors pour partie à l'origine de la notion de « collector » comme œuvre culte. En conclusion, P. Teillet met en évidence le phénomène, déjà souligné plus haut, qui peut en découler : la création de « hypes » montées de toute pièce par l'industrie du disque (Frith, 1991). Aujourd'hui, *Les Inrockuptibles* semble s'être substitué à *Rock & Folk* tant par sa position au sein des médias que par le profil sociologique de son lectorat et de ses rédacteurs (p. 338). Mais justement, une différence existante entre les deux publications – et les deux époques – vient du fait que les commentaires des rédacteurs des *Inrockuptibles* répondent à la logique des responsables de la commercialisation des fonds de catalogue des « œuvres cultes » (p. 340)…

A travers ce bref aperçu, on voit donc que ce nouveau champ de recherche est loin d'être épuisé.

Gérôme GUIBERT, LESTAMP, Université de Nantes

Bibliographie

ADORNO Theodor W., HORKEIMER Max, *La dialectique de la raison. Fragments Philosophiques,* Paris, Gallimard, 1974.
BECKER Howard S., *Outsiders*, Paris, Métailé, 1985.
BOURDIEU Pierre, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979.
ECO Umberto, « Casablanca : cult movies and intertextual collage », *Substance*, n°47, 1984, p. 3-12
FRITH Simon, « Souvenirs, souvenirs » in MIGNON P., HENNION A. (dir.), 1991, p. 247-262.
KALIFA Dominique, *La culture de masse en France. Tome I (1860-1930)*, La découverte, 2001.
KAUFMANN Jean-Claude, *L'entretien compréhensif*, Paris, Nathan, 1996.
MOULIN Raymonde, *De la valeur de l'art*, Paris, Flammarion, 1995.
RIOUX Jean-Pierre, SIRINELLI Jean-François, *La culture de masse en France de la Belle époque à aujourd'hui*, Paris, Fayard, 2002.