

Gérôme GUIBERT,
La production de la culture, le cas des musiques amplifiées en France.
Genèse, structurations, industries, alternatives,
 Irma éditions/Mélanie Séteun, 2006, 558 pages
 Anne Petiau

La production de la culture est un livre qui impressionne d'abord par son format : plus de 550 pages, issues d'une thèse de doctorat. À l'issue de la lecture, on est aussi impressionné par l'ampleur du travail réalisé, et la contribution significative de ce volume à l'étude des musiques populaires en France. Car l'on sait que, si ces musiques font l'objet d'un domaine académique en Angleterre, ce n'est pas le cas ici, où elles se glissent dans les interstices de divers laboratoires universitaires, en sociologie et en musicologie notamment.

L'auteur pose le cadre en définissant son objet et sa problématisation : faire une sociologie des créateurs de musiques amplifiées, ces musiques qui apparaissent dans les années trente à la faveur de l'électrification, de la diffusion de la musique dans les music halls, du développement d'une culture de la musique enregistrée. L'auteur préfère la catégorie de musiques amplifiées à celle employée dans les pays anglo-saxons. Si certes la notion de musique populaire – traduction de *popular music* – en France est polysémique et marquée par les traditions de pensée marxistes, elle a l'avantage de porter la complexité de ces musiques et de parler un langage commun avec le milieu académique international autour de cet objet d'étude.¹

Mais, bien qu'il emploie une catégorie concurrente, Gérôme Guibert fait partie de cette génération de chercheurs qui, malgré le peu de traductions disponibles, engage un dialogue avec les *popular music studies*. En effet, le cadre d'analyse mobilisé s'inspire du modèle anglo-saxon d'étude de la production de la culture². On y retrouve l'intérêt pour l'organisation du *business* de la musique et la structuration de l'industrie musicale, pour les relations entre l'*underground* et le *mainstream*, pour les réseaux stylistiques et les genres musicaux. On y retrouve également la prise en compte du rôle de la loi, des technologies, des types de carrières professionnelles et de l'état du marché pour comprendre le fonctionnement des milieux musicaux et leurs évolutions. Un des grands intérêts du livre est d'appliquer ce cadre d'analyse au cas français.

1. A. Petiau, « Penser les musiques populaires, à partir des musiques électroniques », *Colloque de l'IASPM : Musiques populaires, une exception francophone ?*, Université Catholique de Louvain, 8-9 février 2007 (consultable en ligne : http://iaspmfrancophone.online.fr/colloque2007/Petiau_2007.pdf)

2. Voir notamment R. A. Peterson, « Mais pourquoi donc en 1955 ? Comment expliquer la naissance du rock », dans A. Hennion, P. Mignon, *Rock, de l'histoire au mythe*, Paris, Anthropos, 1991, pp. 9-40.

L'hypothèse principale est celle de l'existence de deux sphères de production musicale : celle du système industriel du divertissement qui produit et diffuse largement un petit nombre d'artistes d'une part, et celles des activités musicales locales, informelles et associatives d'autre part – dont il s'agit d'étudier les modes d'existence et les relations. Cette hypothèse est explorée au travers de deux parties théoriques et d'une autre issue de deux enquêtes de terrain. La première partie retrace la genèse et la structuration de l'industrie de la musique en France. Le trajet mène des musiques populaires orales à l'avènement d'un « oligopole à franges » tel que nous le connaissons aujourd'hui, où quelques grandes entreprises dominent le marché et sous-traient la production à de nombreuses petites entreprises spécialisées. Ce trajet passe par la professionnalisation du secteur de la musique, du dernier tiers du dix-neuvième siècle jusqu'à la première guerre mondiale. Gérôme Guibert rend compte de l'apparition de nouveaux métiers (l'éditeur graphique, l'interprète, l'auteur, le compositeur, le producteur de spectacle, le critique, etc.), de nouveaux médias (le cinéma, la radio, le disque), de nouveaux lieux de diffusion (les cafés concerts, puis le music-hall). Il retrace l'émergence d'un marché français de la musique à la faveur de l'arrivée du rock'n'roll, à la fin des années cinquante, et de l'émergence des phénomènes de jeunesse. C'est dans les années soixante que l'oligopole de l'industrie de la musique se structure en France. Les grandes firmes internationales qui s'y implantent se concentrent surtout sur la distribution des courants anglais et américains. Côté production des artistes français, elles se concentrent sur la variété, puis sur la disco. Les majors assoient ainsi leur domination sur le marché d'une part en distribuant les productions rock et pop anglo-saxonnes, d'autre part en produisant les musiques de variété et de discothèque. Dans les années soixante-dix, elles commencent à collaborer avec des producteurs indépendants, instaurant un modèle de sous-traitance qui se développera durant les décennies suivantes. Pendant ce temps, les musiques amplifiées se développent donc dans l'ombre de l'industrie musicale.

La seconde partie s'intéresse à la deuxième sphère de production des musiques amplifiées. Le modèle d'analyse anglo-saxon qui montre comment le rock'n'roll, dans les années cinquante, a émergé en étant porté par les indépendants, remettant en cause l'hégémonie des majors³, est souvent repris sans être vraiment confronté au cas français. Gérôme Guibert montre que, en France, ce n'est qu'une trentaine d'années plus tard qu'une production alternative au music hall se met vraiment en place. Les territoires français verront d'abord l'émergence de scènes locales. Gérôme Guibert montre qu'une première de ces scènes s'était constitué autour du jazz hot à Paris dans les années trente. Celle-ci se constitue d'un réseau d'amateurs passionnés, d'un disquaire faisant également office de lieu de regroupement, d'acteurs associatifs promouvant l'objet de leur passion par l'organisation de concerts, la création de fanzines et de radios associatives. Une fois le modèle d'une scène locale établi, l'auteur montre que celles-ci se multiplient sur le territoire français,

3. R. A. Peterson, D. G. Berger, "Cycles of symbol production: the case of popular music", *American Sociological Review*, n° 40, 1975, pp. 158-173.

d'abord avec le punk et sa philosophie du *Do It Yourself* (« fais-le par toi-même »), puis avec les mouvances suivantes (new-wave, industriel, électro, gothique, revival ska, oi !, psychobilly, techno-pop). Ainsi, dans un contexte d'autonomie accrue des cultures adolescentes et d'abaissement des coûts de l'équipement musical, les groupes de musique amplifiée se multiplient. Une autre spécificité française est le soutien apporté par l'État et les collectivités locales à ces scènes locales et stylistiques, par l'intermédiaire des politiques des musiques actuelles et du soutien au spectacle vivant, initiés au début des années quatre-vingt. Ce n'est qu'avec le rock alternatif des années quatre-vingt et avec l'émergence de distributeurs indépendants qu'un réseau autonome de production, de promotion et de diffusion se structure parallèlement au music-hall. Ensuite, selon un modèle là aussi étudié par les Anglo-Saxons, les grandes firmes mettent en place de nouveaux modes de fonctionnement qui leur permet de s'impliquer dans ces courants. Elles signent avec les musiciens les plus reconnus des contrats d'artiste, s'organisent elles-mêmes en labels thématiques. Elles tirent les fruits du bouillonnement créatif des labels indépendants en assurant la promotion et l'édition de nombre d'entre eux. Le rap et les musiques électroniques émergeront dans ce nouveau contexte de collaboration entre majors et indépendants.

La troisième partie est issue de deux enquêtes de terrain : l'une couplant étude quantitative et démarche ethnographique en Vendée, l'autre qualitative sur un échantillon de musiciens des Pays de la Loire. On retrouve sur l'étude du département une déclinaison de la situation nationale décrite dans les parties théoriques, notamment la domination des grands groupes de la distribution et des communications et leur concentration sur les musiques produites et diffusées par les majors de l'industrie musicale. On y voit aussi la présence d'un tissu associatif dynamique autour des musiques amplifiées, en partie soutenu par l'État et les collectivités locales. On y voit enfin toute une activité invisible pour le néophyte, constituée de l'effervescence des scènes stylistiques et des courants *underground*. La deuxième enquête de terrain donne également une traduction concrète aux analyses théoriques développées plus haut. L'élaboration d'une typologie des rapports à la professionnalisation nous fait retrouver les phénomènes générationnels et le développement de la pratique des musiques amplifiées (les groupes « amateurs jeunes » et « amateurs vétérans »), les difficultés rencontrées par les musiciens pour parvenir à faire de la musique leur métier (les groupes « intermédiaires »), l'activité des réseaux indépendants et des scènes locales, en partie soutenues par les politiques publiques (les groupes « professionnels concerts »), l'accès pour un petit nombre de musiciens à la large diffusion grâce à la signature avec une grande firme de l'industrie musicale (les groupes « professionnels majors »).

On sent chez Gérôme Guibert un attachement à l'indépendance, dans la lignée de son premier livre⁴. Il est sûr que son cœur se situe davantage du côté de ces musiciens qui n'attendent pas d'avoir les conditions matérielles pour dévelop-

4. *Les nouveaux courants musicaux, simples produits des industries culturelles ?*, Nantes, Mélanie Sèteun, 1998.

per leurs musiques, voire du côté des scènes *underground* et de leur « éthique de l'indépendance », plutôt que du côté des grandes entreprises de l'industrie musicale. L'existence d'une sphère de production alternative au music-hall est en ce sens plus qu'une hypothèse de travail : elle apparaît aussi comme une réalité souhaitable. Mais cette hypothèse est mise à l'épreuve d'une étude documentaire précise et fouillée et de deux enquêtes de terrain, aboutissant ainsi à montrer quelles sont les « marges de manœuvre » réelles et concrètes de ces indépendants face aux grandes firmes. Loin d'en rester aux positions de principe, Gêrôme Guibert s'attache patiemment à retracer la genèse du paysage musical contemporain et ses reconfigurations, mais aussi à saisir la manière dont les situations globales se déclinent sur les territoires concrets et dans les parcours, amateurs ou professionnels, des musiciens.

S'il est difficile d'employer le terme de manque pour un livre qui constitue déjà une « somme », disons plutôt qu'il appelle à sa suite de nouveaux développements, amorcés d'ailleurs en conclusion. L'évolution contemporaine la plus marquante est sans aucun doute la dématérialisation de la musique, dont l'importance s'est encore accrue depuis la parution du livre. Avec les nouveaux formats numériques et les réseaux Internet, de nouveaux acteurs apparaissent, l'industrie musicale se reconfigure à nouveau. De nouveaux modes de promotion et de diffusion émergent, et avec eux se modifient les rapports à la professionnalisation des musiciens et le fonctionnement des scènes locales. Voilà qui ouvre de riches perspectives pour l'étude de ces musiques, qu'on les appelle amplifiées ou populaires.