

Communication Colloque IASPM BFE Musiques populaires : une exception francophone ?

Vincent Rouzé, vincent.rouze@univ-paris8.fr

Maître de conférences en Culture et Communication, Université Paris 8
Chercheur au CEMTI (Centre d'étude sur les Médias, les Technologies et l'Internationalisation), Université Paris 8

Populaire, vous avez dit musique populaire ?

De l'art à la musique en passant par le cinéma ou les médias, nombreuses sont les formes culturelles à prendre le qualificatif de populaire. Pourquoi dit-on d'une musique, d'un film, d'un acteur qu'il ou elle est populaire ? Faut-il y voir une manière de qualifier ou disqualifier certaines pratiques au dépend d'autres, dites « savantes » ou « classiques » ? Le « populaire » se définit-il par des styles, par des pratiques, par une économie de marché, par sa médiatisation ? Cette expression définit-elle l'objet culturel lui-même, ses pratiques ou les deux ? Dès lors un film, une musique, une pièce de théâtre est-elle populaire ou le devient-elle ?

Au travers ces questions se dessine l'enjeu de cet article : interroger l'étiquette « populaire » que l'on accole aux objets culturels et plus particulièrement à la musique. Elle englobe tour à tour des genres musicaux tels que le rock, le jazz, le rap, la chanson, la techno, la variété... Généralisante, cette étiquette prend corps dans le récit et dans la réflexion postérieure à l'action de composition et/ou d'écoute. D'ailleurs, il est rare de trouver cette forme de dénomination chez les acteurs eux-mêmes. Ils parlent et débattent plus volontiers de genres et de styles spécifiques. Le terme populaire pose donc d'emblée l'analyse, la critique, le commentaire, la glose et l'exégèse comme référent.

Plutôt que de tenter une énième définition de l'expression « musique populaire » et retomber dans les difficultés que cela pose, je propose au contraire de considérer sa polysémie comme point d'entrée. L'enjeu n'est pas de renouveler une typologie en fonction des usages disciplinaires (Birrer, 1985)¹, mais plutôt de montrer sa performativité. En la considérant comme un paradigme, son usage engage autant qu'il présuppose des formes de légitimations qui contribuent finalement à la représentation autant qu'à la construction du rôle et de la place de la musique dans notre société. Toujours idéologique, elle est marquée par des dualités récurrentes oscillant entre l'histoire, le social, le politique, l'économique et l'esthétique.

¹ Frans Birrer (1985, p.104) a proposé une typologie des musiques populaires en fonction de ces usages. Toutefois, elle a le défaut de ses qualités synthétiques. La largesse des catégories retenues autant que les problèmes de définition qu'elle pose rendent problématique la possibilité de définir et surtout de penser les musiques populaires.

Le populaire : des histoires fondatrices

Comme point d'entrée de ce parcours, examinons la littérature musicale dite « populaire ». Sous cette classification qu'utilisent commodément les bibliothèques, les librairies et certains auteurs, nous trouvons des biographies de chanteurs et de groupes, des histoires de genres musicaux (rock, du blues, au rap), des essais. Cette littérature forme un ensemble hétérogène et hétéroclite et croise sans point de continuité des styles, des genres, des musiciens dans l'espace et le temps.

Pourtant au-delà de la diversité des approches et des sujets traités, ces ouvrages ont en commun la mise en récit d'histoires individuelles et collectives. Dans son histoire de la musique populaire, Tony Palmer (1978) retrace ainsi l'histoire du rock en ayant soin de croiser les perspectives. Fruit de l'amplification et de la génération d'après guerre, le rock trouve une double origine à la fois dans la musique « noire » (blues, jazz, boogie-woogie) et dans la musique « blanche » (country et folk) interprétées alternativement par des musiciens et chanteurs tels que Elvis Presley, Jerry Lee Lewis, Bill Haley, Fats Domino Chuck Berry...

A l'instar du récit romanesque, la trame narrative de ces ouvrages, plus souvent journalistiques qu'universitaires², se compose d'une galerie de personnages (musiciens, producteurs, famille), d'instruments et de techniques, qui semblent poser chacune à leur manière les bases de ce qui, par croisement, émergera comme un style ou un genre « authentique » et « original »³. Ce sont ces histoires - leur multiplication et leur propagation conduisant parfois à l'éclosion du mythe (Hennion et Mignon, 1991) - qui finissent par effet de stratification à construire un genre et/ou un style. Ce dont témoignent des ouvrages tels que *Dj Culture* d'Ulf Poschardt ou « *Ocean sound* » du journaliste David Toop (1996).

Evoluant au gré de la plume des auteurs, le populaire se substantialise dans des récits qui retracent les interactions centrées autour des musiciens et où l'espace et les fixations temporelles jouent un rôle crucial.

Cette importance spatiale et géographique (les Beatles de Liverpool, The Strokes de New York, NTM du « 93 ») et cette dimension temporelle aux dimensions variables (le rock des 50's, Hendrix au festival de Monterey en 1967, les tin pan Alley du XIXème siècle) viennent croiser avec différentes disciplines⁴, un contexte social de production et de réception. Ce qui n'est pas sans écho avec l'origine sémantique du terme. Dérivé du latin *populus*, le terme *popularis*, qui deviendra populaire en 1330, désigne tout ce qui est « *ce qui émane, qui est à l'usage du peuple* », ce qui est « *propre au peuple* » ou qui « *a cours dans le peuple* ». C'est-à-dire « socialiser » la musique et la replacer au cœur d'une problématique culturelle et/ou sous culturelle plus large. Comme le définit la bibliothèque du Lone Star College⁵ retraçant l'histoire des « popular music » américaine au travers d'exemples sonores, la musique populaire et plus particulièrement ses paroles « permettent de décrire des événements quotidiens et la manière dont les gens

² Dans une récente interview, Simon Frith remarque d'ailleurs l'importance des journalistes (avec qui il a collaboré) dans la production et la réflexion sur le rock et plus globalement sur la pop.

³ De nombreux auteurs soulignent l'importance de ces concepts d'authenticité et d'originalité dans la légitimation des pratiques musicales et la fondation de styles ou de genres musicaux. Voir par exemple David Looseley (2004) sur la musique populaire en France, Peterson (1992) sur la fabrication de l'authenticité ou encore Shuker selon qui le concept d'authenticité est fondamental car il est représentatif de l'intégrité artistique.

⁴ Principalement la sociologie et l'ethnologie

⁵ Bibliothèque du Lone Star College au Texas. <http://kclibrary.lonestar.edu/music-1.html>

vivent». En ce sens, désigner des musiques comme populaires engage implicitement et explicitement non pas à définir l'objet musical lui-même mais à en décrire et à en analyser les entours. Ce qui s'opère ici, c'est l'articulation entre une classe sociale, dans laquelle s'insère la musique, et la musique représentative d'une classe sociale.

Le populaire : une « culture du pauvre »

Ainsi progressivement, la musique s'efface au profit des pratiques, des langages et surtout des représentations individuelles et collectives qu'elle engage. En ce sens, la musique populaire serait équivalente sinon très proche de la musique traditionnelle puisqu'elle participe d'une fonctionnalité, d'une socialité et d'une symbolique intrinsèque incarnées dans des classes sociales déterminées. La seule différence entre l'une et l'autre serait le processus temporel. La musique populaire ne devenant traditionnelle qu'au travers du prisme historique (celle d'avant l'industrialisation, celle de ses instruments).

Mais toute deux ont en commun d'exister au travers de groupes sociaux caractéristiques qui lui confèrent leurs sens. Ces musiques autant que leurs publics et leurs conditions de production relèveraient des classes ouvrières, prolétaires ou moyennes⁶. Ce que montre les écrits d'auteurs relevant des « cultural studies » tels que Richard Hoggart dans son célèbre ouvrage « la culture du pauvre », Stuart Hall et ses écrits sur le jazz ou encore Hebdige sur les mods et le punk.

Cette production du sens et ce déplacement vers le social se doublent plus particulièrement en France d'un effet de hiérarchisation. L'étiquette populaire engage une posture distinctive (Bourdieu, 1979). Les productions populaires seraient celles des classes dominées, visant la distraction plutôt que la réflexion. A ce titre, elles seraient en opposition avec les musiques « classiques » savantes, ces productions légitimes et légitimantes⁷. Cette distinction a ainsi conduit soit à leur dénégation académique, soit à l'imposition de cadres à priori effaçant autant leur diversité que leur importance. (Grignon et Passeron, 1989).

Or comme le montre un certain nombre d'auteurs actuels travaillant sur la thématique culturelle, la problématique de légitimation entre l'auteur, l'œuvre et son public ne se joue pas exclusivement dans un contexte social hiérarchisé et immuable mais dans un rapport dialectique générationnel de légitimation personnelle et collective contextualisée, dépendante des stratégies économiques de production et des tactiques de réception (Certeau, 1980).

La musique populaire une « musique de masse » ?

« Stratégies » et « tactiques » qui sont au cœur de l'étiquette elle-même car elle désigne communément des productions musicales négativement qualifiées « de masse » tout en désignant des musiques (re)connues par une majorité de personnes sans référence spécifique à une classe sociale d'appartenance. Cette acception trouve ses origines au XVI^e siècle où l'on définit le populaire comme ce « qui plait au peuple, au plus grand nombre, qui jouit de la faveur du peuple ». Ce sont des ritournelles qui se déclinent sous la forme du tube, du top 50, du standard. Proche de ce qui caractérise la littérature

⁶ Mais notons ici, comme le remarque Pierre Bourdieu, que cette définition demeure assez vague puisqu'elle oscille entre le cas particulier et la généralité. Bourdieu, « populaire, vous avez dit populaire », in Actes de la recherche en sciences sociales, 1983, Volume 46, Numéro 46, pp. 98-105

⁷ Posture qui se double d'une visée esthétique et politique sur laquelle nous allons revenir.

populaire, la musique populaire allierait à la fois re-connaissance par le plus grand nombre et composition aux traits simples éprouvés. Mais une question reste en suspend : comment expliquer que des musiques « populaires » ne soient connues que d'un très petit nombre de personnes alors qu'un morceau « classique », structurellement et musicalement plus complexe, soit connu et reconnu par un nombre beaucoup plus important de gens ? Les 4 saisons de Vivaldi, la symphonie 40 en Sol mineur de Mozart semblent autrement plus connus et plus « populaires » que les morceaux d'un groupe comme les Sheriffs ou ceux plus expérimentaux d'un Brian Eno.

La réponse se trouve dans les dispositifs de diffusion et l'industrialisation de la musique au début du XX^{ème} siècle. Les innovations techniques (captation, fixation, diffusion) couplées à l'économie de marché conduisent à une production musicale enregistrée à grande échelle : une industrie culturelle⁸.

Dès lors, les musiques populaires se caractérisent par leur standardisation industrielle et leur diffusion de « masse » (au sens générique et non marxiste du terme). La standardisation des instruments utilisés tout d'abord (batterie, basse, guitare, claviers et aujourd'hui laptop, softwares...). La standardisation des formats d'enregistrements ensuite, liés à l'évolution des techniques (33 tours, 45 tours, numérique). La standardisation des structures de composition enfin (couplets, refrains) (Becker, 1994). Notons toutefois, que ces dispositifs standardisés n'assurent en rien le succès des productions, qu'elles n'effacent pas les multiples médiations qui concourent à cette organisation du travail et que la clé de la reconnaissance par un public demeure largement aléatoire.

Bref, la standardisation des moyens de production et de diffusion couplés aux processus de « publicisation » au sens Habermassien du terme, et des dispositifs de médiatisation mondialisés⁹ ont pour conséquence de « populariser » des morceaux de musiques en fonction des catalogues produits¹⁰, de créer la starisation musicale (le chanteur d'opéra Caruso en est l'un des pères) et ainsi de rendre pyramidale la reconnaissance des artistes.

Mais comme le note Middleton (1990), il serait réducteur de ne s'en tenir qu'à cette forme industrialisée et professionnelle puisqu'elle omet de considérer toute production musicale « populaire » amateur n'entrant pas dans ce processus industriel. En témoignent les nombreux écrits émanant des cultural studies comme celui de Sarah Cohen (1991) sur le rock à Liverpool ou de sociologues français comme Jean Marie Seca (2001) sur les musiciens underground ou Fabien Hein (2004) sur le rock dans la région Lorraine. Adoptant chacun une posture ethnographique, ces auteurs décrivent les médiations, les manières de faire et d'aimer la musique. Ils s'attachent à comprendre comment les groupes se forment, se séparent, rencontrent des difficultés matérielles et esthétiques, produisent une économie parallèle.

Car la musique populaire c'est aussi et surtout des pratiques musicales amateurs sans autre prétention que de jouer ensemble et de faire partager leur passion à des amis ou à

⁸ C'est à Horkheimer et à Adorno que l'on doit le concept d'industrie culturelle. Développée dans *La dialectique de la raison*, cette expression vise à remplacer celle de « culture de masse » et ainsi exclure toute possibilité de justifier la culture comme étant une émanation des masses. Aujourd'hui, cette singularité s'est muée en pluriel afin de mieux en appréhender la diversité.

⁹ Voir à ce propos le schéma « Socio-dynamique de la culture » proposé par Abraham Moles (1967)

¹⁰ Au départ, les catalogues se composent essentiellement de chansons, de ballades populaires, de marches interprétées par des musiciens anonymes puis ils se diversifient et se spécialisent afin de toucher un public plus large.

un public. Elles trouvent leur célébration dans des lieux quotidiens divers et/ou dans des manifestations « populaires » comme la fête de la musique.

En résumé, la musique populaire est une production culturelle, fruit d'une économie industrielle et/ou artisanale. Et c'est précisément cette possible injonction économique dans les processus de création qui fait débat et opère le basculement vers la problématique esthétique. Quelles conséquences cette inférence du marché a-t-elle sur les dispositifs de compositions, sur la valorisation des contenus, sur l'écoute ? Tony Palmer (1978) note à ce propos de manière provocatrice que « plus une chanson est musicale, moins elle est populaire et plus elle est populaire moins elle est musicale ». Dès lors, la musique populaire n'est elle que le produit consommatoire, vidé de sens, visant la rentabilité économique et le seul divertissement ou au contraire une esthétique populaire originale existe-t-elle ?

Le populaire : une esthétique dualisée

Pour répondre à cette question et dessiner une quatrième dimension du « populaire », il faut rappeler l'opposition qui marque ce débat, notamment en France. Relevant de la « distinction » sociale déjà évoquée, la musique populaire serait inférieure et n'existerait que par opposition à une musique musicalement supérieure, une musique savante. Historiquement, c'est au XIX^{ème} siècle que cette opposition se cristallise sous l'égide du mouvement et de la philosophie romantique. Le recours au terme populaire renforce l'opposition d'avec celui de savant qui seul répond aux canons classiques « du beau », de « l'original » et de l'indépendance totale de l'artiste. C'est ainsi que comme le souligne Robert Wangermée, la rupture est consommée par l'opposition qui se fait jour à partir de 1830 entre une musique 'légère', immanente, aux fonctions sociales plus ou moins avouées et une musique 'sérieuse', transcendante qui n'existe que par et pour elle-même. Les processus d'industrialisation et le développement du divertissement touchant une population plus large ne feront qu'accentuer cette opposition.

Déjà Nietzsche (1871) dans la naissance de la tragédie dénonce cette marchandisation de la culture jouant uniquement sur le sentiment et mais aussi la création « spéculaire » abhorrant la théorisation de l'art. Sacralisant la musique, il voit en elle la possibilité de recréer le mythe originel entre l'homme et la nature. Evidemment, seule la musique libre de toute contingence fonctionnelle et commerciale peut aspirer à ce dessein. C'est dans cette dialectique que puise l'esthétique d'Adorno. A l'instar d'autres membres de l'école de Francfort, Adorno la replace dans son contexte de production. Comme Nietzsche, ce philosophe-musicien voit dans la musique et dans l'art un moyen essentiel pour transformer la société. N'acceptant aucune conciliation, il s'insurge contre tout conformisme autant académique, philosophique, qu'esthétique. Et de trancher définitivement sur la nature de l'art en affirmant que « *les œuvres d'art non réussies ne sont pas des œuvres d'art. Ce sont des valeurs d'approximation étrangères à l'art [...]* ». (1970, p.241). Et il ajoute dans la philosophie de la nouvelle musique que « *l'essence même de cette musique s'exprime uniquement dans les extrêmes : eux seuls permettent de reconnaître son contenu de vérité* » (idem, p.13). Dès lors, toute musique « populaire » industrialisée ne porte en elle aucune vérité que celle de renforcer un système rationnel et commercial. Se faisant, il fustige toute musique qui valorise le corps, le divertissement

plutôt que l'écoute attentive et intellectuelle déniaient ainsi à priori toute possibilité de réception réflexive de l'auditeur¹¹.

Prenant le contre pied de ces critiques, les amateurs, la presse spécialisée autant que certains chercheurs tiennent à revaloriser l'image de ces musiques populaires en leur accordant un statut esthétique équivalent à celui des musiques dites savantes¹². Du coup, l'esthétique se décentre de l'œuvre elle-même pour se tourner vers le paradigme de l'écoute. Revendiquant une esthétique de la réception, « l'œuvre ouverte » dont parle Umberto Eco, ils mêlent tour à tour les dimensions individuelles et collectives de l'écoute, les émotions et les effets, la pratique, le travail en studio, le choix des instruments, le mixage et surtout l'authenticité.... A rebours des compétences et des formats imposés par l'intellectualisme et la doxa « savante », ils revendiquent une véritable esthétique populaire. Le philosophe américain Richard Shusterman (1992) en donne un bon exemple lorsqu'il propose de penser le rap selon une grille d'analyse esthétique. Toutefois, comme le rappelle l'auteur, cette défense s'avère d'autant plus difficile que les plus ardents défenseurs de l'art populaire en soulignent les carences. Il donne ainsi l'exemple d'Herbert Gans qui par la dénonciation inégalitaire dans l'accès à la culture et à l'éducation renforce au contraire la hiérarchisation existant entre ces deux formes artistiques. (ibid, p.140).

Au-delà du caractère antinomique de ces positions, le but est sensiblement le même: légitimer des pratiques et démontrer le primat de « leur » musique au dépens de celle récusée. Suivant une symétrie inverse, chacune appuie sa position par référence à l'autre. Cette symétrie est ainsi résumée par Hennion (1998b) :

« L'identité originale que la musique populaire croit se trouver provient mot à mot du décalque des caractères sur lesquels la musique classique a construit sa propre identité. À l'aristocratie des goûts, elle oppose la masse des pratiques, à l'ascèse du langage de l'authenticité du peuple, au génie solitaire l'élan collectif ». (p.15)

Ajoutons comme l'écrivent les chercheurs tels que Hebdige (1978) autant qu'un certain nombre d'auteurs critiques tels que Neveu et Mattelart (2003), que si cette volonté de légitimation des pratiques par le chercheur permet d'en dessiner les traits originaux et les caractéristiques spécifiques, elle tend aussi et c'est souvent le cas des cultural studies à glisser du populaire au populisme.

Du populaire au révolutionnaire : une question politique

Finalement, au travers de processus de légitimation des chercheurs pour leur objet ou des acteurs pour leur pratique se dégage une dernière dimension: l'idéologie et la politique. Attestée depuis Montaigne (5), cette dimension politique du « populaire » fait du « peuple » le souverain tout en désignant des « *tendances et des partis démocratiques et égalitaires* ». Plus globale, cette dimension idéologique et politique

¹¹ Voir par exemple la typologie de l'écoute qu'il dresse dans son « introduction à la sociologie de la musique » (1968)

¹² Notons ici un nombre relativement faible de recherches sur le sujet en France comparativement aux anglo-saxons pour qui l'étude des « popular music » s'est progressivement institutionnalisée sur le plan académique notamment au travers l'expansion des cultural studies, de la création de l'IASPM et de l' « Institute of Popular Music à l'université de Liverpool ».

recoupe les dimensions précédentes et invite à questionner la place et le rôle de la musique dans la cité.

En premier lieu, l'étiquette « populaire » pose le problème de la transmission des savoirs et de l'éducation. Faut-il envisager, comme les préceptes platoniciens le préconisaient, l'éducation du peuple selon un processus de contrôle hautement sélectif dans le choix des répertoires enseignés et des instruments choisis ?

Ou adopter, dans une perspective Saint simonienne, l'idée que l'art et la culture (la musique en particulier) sont le fondement de la démocratie. C'est à dire penser l'éducation « populaire » comme promoteur de l'harmonie. Idée que l'on retrouve d'ailleurs dans la formule célèbre de Malraux « la culture ne s'hérite pas, elle se conquiert » et qui s'exemplifie au XIXème dans les sociétés de musique de chambre ou dans les orphéons. Les orphéons¹³ autant que les chorales s'appuient sur une idéologie politique visant expressément à l'élévation spirituelle et morale et s'inscrivent dans des programmes d'éducation citoyenne. Au delà de la stricte pratique en amateur et de la création de répertoire, ces organisations permettaient la circulation des genres musicaux et la confrontation permanente des formes artistiques qu'elles soient « savantes » et « populaires ».

Dans la ligné de ce qui précède, le second relève d'une volonté de valorisation et de promotion des productions « populaires ». C'est-à-dire inciter le « peuple » à produire de la musique en mettant à sa disposition des lieux de répétition, d'exposition et de formation. Depuis les Maisons de la jeunesse promues par Malraux jusqu'aux associations et réseaux comme le Fédurock ou la F.S.J (Fédération des Scènes de Jazz et de Musiques Improvisées) prônant l'action culturelle, se succèdent et se complètent un réseau d'acteurs plaçant les pratiques musicales, « populaires » par essence, au centre des débats politiques locaux et nationaux.

Le troisième et dernier est celui de la démarche contestataire. Elle considère la musique comme une forme de contre-pouvoir, une alternative qui se donne à voir et à entendre dans les productions « indés » et « alternatives ». Faisant du préfixe « anti » un leitmotiv, ces groupes, ces musiciens et leurs publics développent des « tactiques » (musicales, verbales, vestimentaires, physiques et symboliques) face aux normes établies. Soutenues par une esthétique et une morale spécifique, ces musiques populaires participent de l'opposition à la normalité du groupe, à la commercialisation et l'industrie de masse et plus globalement à l'institution. Soit au travers des textes, soit au travers des structures musicales qu'elles soient minimalistes ou extrêmes complexes.

Le rock, devenu la pierre angulaire des « musiques populaires »¹⁴ dans les années 70, le punk, le rap ou encore la techno sont aujourd'hui des figures emblématiques de ce positionnement politique engagé et contestataire. Ce coté révolutionnaire prôné par l'underground contribue ainsi et par effet retour au paradigme évoqué plus haut : celui des sous-cultures (Hebdige, 2008). Et des écrits comme ceux de Greil Marcus, dans Lipstick Trace, mettent en visibilité ces constantes passerelles « secrètes » qui existent entre revendications politiques, économiques, sociales, esthétiques et création musicale « populaire ».

¹³ Le même terme désigne en effet une société chorale créée vers 1850, une harmonie dans les années 1890, une harmonie-fanfane de l'entre-deux guerres

¹⁴ Si bien que l'une ou l'autre dénomination désigne souvent la même chose

Conclusion

L'étiquette « populaire » a le défaut de ses qualités : la richesse des approches qu'elle convoque et les typologies musicales qu'elles visent à regrouper contribuent finalement à la rendre trop « signifiante ». Du paradigme, il ne reste trop souvent qu'une étiquette découpée en morceaux que les disciplines se partagent en oubliant ou en sacrifiant les autres. C'est d'ailleurs pour cette raison que l'expression populaire est toujours sujette à caution. On lui préfère celle de « musiques amplifiées » proposées par Marc Touché (Marc Touché) qui a le mérite de replacer la technique au cœur de la double problématique de la production et de la réception ou celle plus consensuelle, plus générale et plus « in-signifiante » encore de « musiques actuelles ».

Quoiqu'il en soit, au travers ce parcours aux multiples entrées et sorties, sont apparus des analyses et des récits légitimant ce qu'est, pourrait ou devrait être la musique populaire. Ils portent en germe des balancements opposés : l'idée démocratique de l'art créé pour tous et appartenant à tous et sa hiérarchisation au travers de l'art savant vs l'art populaire, entre l'industrie de masse et la critique des contenus produits.

Bref, cette étiquette travaille à la construction d'un paradigme dont les théories et les méthodologies en débat font la richesse. L'étiquette populaire peut s'avérer fédératrice pourvue qu'elle n'enferme pas dans l'une ou l'autre des dualités présentées, ni dans des catégorisations formalistes. Ce n'est qu'à ce prix qu'elle pourra permettre de rendre compte des genres musicaux différents tout en assumant les médiations, les interactions et les dispositifs oscillant entre « le faire » et « l'écoute », entre l'artiste et son public.

Bibliographie

- ADORNO Theodor W, (1968), *Introduction à la sociologie de la musique*, Ed. contrechamps, Genève, Trad. Française 1994
- ADORNO Theodor W., (1952), *Philosophie de la nouvelle musique*, Gallimard, Paris, origin. 1958
- BECKER Howard, *American popular song. Sharing the standards of the American sound*, in Ton Bevers (ed.), *Artists - dealers - consumers. On the social world of art*. Hilversum: Verloren, 1994: 9-18
- BIRNER, Frans A J. "Definitions and Research Orientation: Do We Need a Definition of Popular Music?" in *Popular Music Perspectives*, 2. Horn, David (ed.), Göteborg, Exeter: IASPM, 1985: 99-105
- COHEN Sarah, *Rock Culture in Liverpool. Popular Music in the Making*, Oxford press, 1991
- FAUQUET J.-M., *Des sociétés de musiques de chambre à Paris. De la restauration à 1870*, Aux amateurs de livres, Paris, 1986
- FRITH Simon, "The Industrialization of Popular Music." In *Popular Music and Communication*, James Lull (Edited by), Sage Publications, London, 1987: 53-79
- FRITH Simon, *Music for pleasure. Essays in the sociology of Pop*, polity press, oxford, 1988
- FRITH Simon, *Sound effects: Youth, leisure and the politics of Rock 'n' Roll*, Constable, London, 1981
- GRIGNON Cl., PASSERON J.C., *Le savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Gallimard, Paris, 1989
- GUMPLOWICZ Philippe, *Les travaux d'Orphée. 150 ans de vie musicale amateur en*

- France*, harmonie, chorales, fanfares, Paris, Aubier, 1987
- HEBDIGE Dick, *Sous-Culture. Le sens du style.*, Zones/Editions La Découverte, Paris, 2008
 - HENNION Antoine, « *D'une distribution fâcheuse : analyse sociale pour les musiques populaires, analyse musicale pour les musiques savantes* », in *L'analyse des musiques populaires modernes : chanson, rock, rap Analyse et pratique musicales, Musurgia, vol. V-2*, 1998 : 9-19.
 - LOOSELEY David. *Popular Music in Contemporary France: Authenticity, Politics, Debate.*, Berg Publishers, Oxford, 2004
 - MATTELART Armand, NEVEU Eric, *Introduction aux Cultural Studies*, la découverte, Paris, 2003
 - MIDDLETON, Richard, *Studying Popular Music*, Philadelphia: Open University Press, 1990.
 - MIGNON Patrick, HENNION Antoine (Dir.), *Rock : de l'histoire au mythe*, Anthropos, Paris, 1991
 - MOLES Abraham « *Une théorie sociodynamique des modes de communication de masse : le cas de la Radio et de la Télévision* ». In *Sociodynamique de la culture*, Chap. V, pp. 265-270
 - PALMER Tony, *All you need is love. Histoire de la musique populaire*, A. Michel, Paris, 1978
 - PETERSON Richard A., *La fabrication de l'authenticité*, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, Volume 93, N° 93, 1992, pp. 3-20
 - SHUSTERMAN Richard, *L'art à l'état vif. La pensée populaire et l'esthétique populaire*, Editions de minuit, Paris, 1992
 - TOOP David,(1996), *Ocean of sound, ambient music, mondes imaginaires et voix de l'éther*, Paris, Kargo