

# Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques populaires underground

Jean-Marie Seca

► **To cite this version:**

Jean-Marie Seca. Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques populaires underground. Troisièmes Rencontres “ Jeunes et sociétés en Europe et autour de la Méditerranée : Jeunes / générations : continuité / discontinuité / ruptures ”, CEREQ / IUFM / INJEP, Oct 2007, Marseille, France. hal-03016036

**HAL Id: hal-03016036**

**<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-03016036>**

Submitted on 30 Nov 2020

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Seca Jean-Marie, « Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques populaires *underground* », *Troisièmes Rencontres « Jeunes et sociétés en Europe et autour de la Méditerranée : Jeunes / générations : continuité / discontinuité / ruptures »*, Marseille : CEREO / IUFM / INJEP, 24-26 octobre 2007.

Titre :

Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques populaires *underground*

Title:

Amateur groups, cultural practices and young passions in France : the case of the underground popular music

## I. Résumé

La notion de culture jeune est de nature idéologique et projective. Il s'agit d'une représentation sociale réappropriée différenciellement selon les groupes et les institutions. L'engouement pour les styles musicaux électro-amplifiés et populaires ne cesse d'augmenter dans les enquêtes sur les goûts culturels des Français. Paradoxalement, les *activités créatives underground (rap, rock, techno, metal)*, tout en étant symboliquement emblématiques des cultures populaires, sont cependant minoritaires chez les jeunes. Elles sont principalement produites par des strates postadolescentes. Matrices de construction de certains états émotionnels, espaces de résistance à l'emprise marketing des mass-médias et d'ambivalence face à la célébrité, ces pratiques renvoient à une recherche de reconnaissance et d'incomparabilité sociales. Les études statistiques confirment leur caractère métissé, déviant, pluriel mais essentiellement transitionnel (accès postadolescent à une phase d'assise professionnelle).

## Abstract

The notion of young culture is of ideological and projective nature. It concerns a differently internalized *social representation* according to the groups and the institutions. The craze for the musical electro-amplified music does not stop increasing in surveys of the French people's tastes. Paradoxically, the *creative commitments* in underground styles (rap, rock, techno, metal), while being active as a symbolic perception of the popular cultures, is however a minority proportion in the young generations. They are produced by some specific individuals and groups after 18 years old. They form matrices of construction of certain emotional states, spaces of resistance in the marketing influence of the mass-media. They express ambivalence in front of the celebrity. These practices crystallize search for social recognition and not-evaluated behaviours. The statistical studies confirm their crossed, deviant, plural but essentially transitional character (access in a phase of professional structuring).

## II. Mots clés :

Idéologie, minorité, musiques populaires (*metal, rap, rock, techno*), postadolescence, représentation sociale, underground, utopie.

## Key words:

Ideology, metal, minority, popular music (*metal, rap, rock, techno*), post-adolescence-period, social representation, underground, utopia.

### III. Introduction

Nous prendrons comme base de réflexion et d'analyse les pratiques d'invention minoritaires, et cependant en diffusion constante, associées aux styles musicaux *rap*, *rock*, *metal*, *techno*, comme objet d'analyse des cultures jeunes et des types de socialisation correspondantes. Plusieurs thèmes organisent cette problématique : la récurrence de ces pratiques depuis les années 1960 ; les catégories « activité / passivité » qui sous-tendent l'engagement dans ces groupes ou coopérations productives ; le rapport aux formes de l'influence sociale ; la typicité déviante de ces conduites ; leur anthropologie économique et politique ; leur lien avec les caractéristiques plus générales des dites « cultures jeunes » ; leur originalité et leur continuité par rapport au champs des produits diffusés par les industries de la distraction.

Ces conduites sont éminemment exemplaires et significatives de clivages paradoxaux des cultures jeunes : reproductions idéologiques, imitatives/*versus*/propositions utopiques, alternatives ; insertion dans le champ des modes de propagande stylistiques ou de diffusion des mass médias/*versus*/autoproduction de *devises* et consistance comportementale minoritaires. La forme psychosociologique de l'engouement (liée à la mode, aux consommations, à l'éclectisme et à la multi-appartenance amicale ainsi qu'à l'affirmation ou au manque d'un projet professionnel) sera ici confrontée à celle de l'engagement et l'encastrement néotribal de ces pratiques. Cette communication prend appui sur des travaux anciens et plus récents pour tenter de confirmer un modèle, celui dit de « l'état acide », qui décrit le statut ambivalent, pulsé, fluide, velléitaire et néanmoins autoformateur de ces conduites.

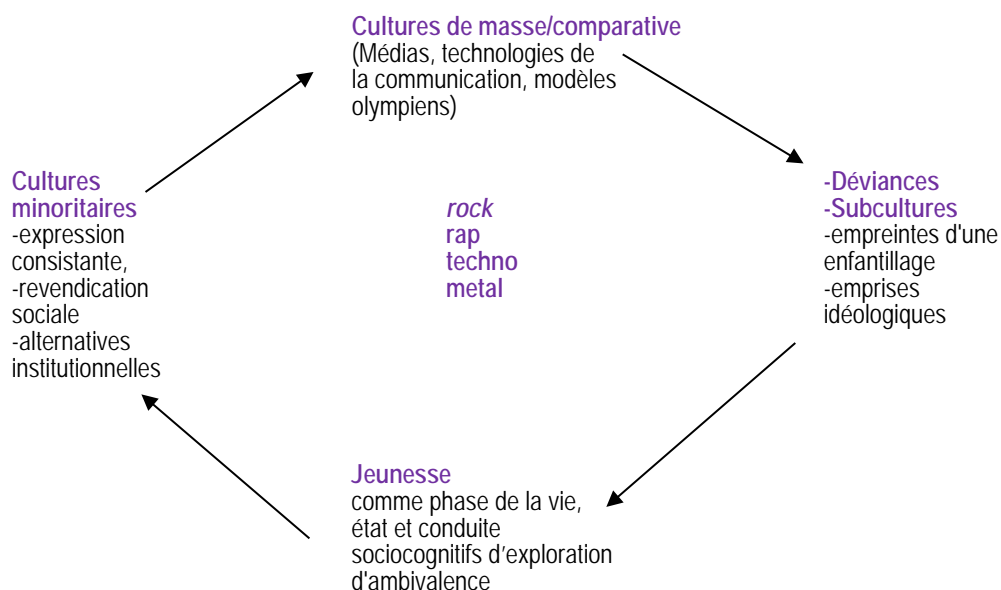
### IV. Cultures jeunes, schèmes cognitifs et hétérogénéité des groupes d'âge

La notion de « culture jeune » est un schème mental, au sens des psychosociologues cognitivistes. Le schème est alors défini comme une *structure de savoir préalable appliqué à une donnée, susceptible de permettre une catégorisation de l'objet et une élimination/négligence de ses aspects non-schématiques et une accentuation de ses qualités schématiques* (cf. Beauvois et Deschamps, 1990, p. 92). S'il s'agit d'un « savoir préalable », c'est que cette notion, appartenant aux « connaissances pratiques », est encadrée dans un préconstruit d'origine sociale, formé par les cultures normatives et fonctionnelles, utilisées dans les relations intergroupes et lors des communications de masse. Elle conduit, intellectuellement parlant, à oblitérer la complexité sociologique des phénomènes générationnels. On peut donc parler de la « culture jeune » comme d'une *représentation sociale*, marquée par des grilles de lectures, à la fois utopiques et idéologiques. La notion de représentation sociale (Moscovici, 1976 ; Seca, 2005), renvoie à des « principes générateurs de prises de positions liées à des insertions spécifiques dans un ensemble de rapports sociaux et organisant les processus symboliques intervenant dans ces rapports » (Doise, 1990, p.125).

Les musiques populaires *underground* sont des ensembles hétérogènes (*rock*, *punk*, *techno*, *rap*, *metal*), activés créativement par une minorité de 15-30 ans et cependant globalement « marquants » si on se réfère à ce qu'on peut appeler une culture de masse et des minorités actives. Ces styles ne renvoient pas, en eux-mêmes, à une idéologie. Ils canalisent et restructurent, fréquemment sur un mode utopisant, l'idéologie de l'expression de soi véhiculé par les médias, les technologies modernes de la communication et les cultures de masse. Ils constituent, du fait de leur hétérogénéité et de leur résurgence régulière, un processus de resocialisation néo-ritualiste de groupes d'âges adolescents et postadolescents. La « carburation utopique » confère à ces pratiques leur caractère minoritaire, innovant et autoreproductif<sup>1</sup>. Nous traduirons en un schéma le fait que les cultures des adolescents et des postadolescents (dont les musiques *underground*), sont l'enjeu d'un étiquetage (Becker, 1985) qui les renvoie au double statut d'enfantillage et d'expression minoritaire ou d'*outsider* :

---

<sup>1</sup> Les musiques électroniques (*house music*, *rap*, *techno*) reprennent l'idée de la création par soi-même, de la référence à un public de frères et à des ancêtres illustres, etc. Un concept marketing, informatique et communicationnel s'est donc généralisé (Jouvenet, 2006 ; Poschardt, 2002), reprenant une pratique, constatée dès le début des années 1980 et que j'avais mise en évidence dans ma thèse (Seca, 1987), à la confection de la musique chez soi, en appartement : le *home studio* ou studio d'enregistrement / mixage / création musicale (et vidéo-informatique) ainsi que les *sound systems*.



Un point semble théoriquement et effectivement indiscutable : l'ensemble mathématique des 12-30 ans, quelle que soit l'entité géographique nationale de référence, est tout à fait hétérogène économiquement, culturellement autant que psychosocialement. Les différentes strates sociales qui le composent sont traversées par des modes d'identification se référant à des modèles très différenciés (statuts d'âge ; rapport désillusionné ou engagé à l'espace de la militance politique ; position dans les rapports sociaux de classes et l'habitat ; maturité morale effective des individus, cette dernière notion renvoyant aux expériences de crise morale tout autant qu'à un développement intellectuel harmonieux, fruit d'un éthos de classe longuement intériorisé). Mais on peut aussi désigner d'autres facteurs d'hétérogénéité :

- Le milieu social d'origine et / ou de destination (angoisse de la promotion sociale touchant aussi les enfants de parents bien pourvus en titres scolaires, variant en fonction de la réussite académique et des attentes suscitées par elle) ;
- L'urbanité ou la ruralité de l'ambiance de vie (standards de modes d'être « jeune » ; impacts des sociabilités urbaines sur les villes comme sur les territoires éloignés du centre) ;
- Le type d'affiliation à un groupe de référence (impact des religions, de l'appartenance associative, de l'insertion dans des réseaux amicaux, intellectuels, sportifs) ;
- L'expérience bonne, moyenne ou mauvaise de l'institution scolaire (la réussite scolaire allant parfois de pair avec une représentation négative de l'enseignement) ;
- La vision de la résistance aux modèles publicitaires de vedettariat et de culture (l'opposition à l'emprise des cultures de masses olympiennes semblant minoritaire ou velléitaire).

## V. Les pratiques musicales *underground* sont minoritaires dans un univers de *teenagers* globalement multi-actifs

Examinons l'impact des styles *underground* et de leur pratique effective. Les pratiques amateurs en groupe, dans le but de créer un répertoire, restent minoritaires au sein même des post-adolescents. Les conduites culturelles adolescentes sont plurielles, variées, segmentées (Coulangeon, 2005 ; Donnat, 1996, 1998), même si une part importante d'entre elles sont symbolisées par ces cultures musicales. Malgré cela, les groupes *underground* semblent exprimer assez emblématiquement, aux yeux de leaders d'opinions et de journalistes, les « conduites des adolescents ».

Une enquête, effectuée en milieu lycéen (Seca, 1991), nettement plus jeune que la population composant les groupes de musiciens, a permis de comprendre que les strates d'âge correspondant à l'adolescence sont peu concernées, par exemple, par la pratique effective du *rock*, contrairement à ce que l'on aurait pu supposer au premier abord. Ces résultats confirment les tendances décrites (Mignon, Daphy et Boyer, 1986) : on observe une homogénéité très relative de la « culture adolescente ». Les enquêtes successives du ministère de la culture sur les pratiques culturelles des Français vérifient ce point de vue. Dans les résultats de l'étude de 1997, l'analyse de la question 53b (« Genres de musiques écoutés le plus souvent ») indique que les courants « *rock* », « *rap* » et « *hard-rock, punk et trash* » totalisent 22 % d'audience dont 59 % pour les 15-19 ans, 37 % pour les 20-24 ans et 24 % chez les 25-34 ans.

À la question 53c (« Genre de musique préféré - 1 seule réponse possible »), on obtient des chiffres plus faibles pour l'ensemble « *rock, rap, hard-rock* » : 12 % pour l'ensemble des sondés, puis 30, 18 et 12 % pour la suite des classes d'âge précédemment citées. La catégorie musicale « *hard-rock, punk et trash* », se référant un peu plus aux styles extrêmes, ne serait écoutée, le plus souvent, que par une infime partie de la population : 4 % de l'ensemble et 16, 9, 4 % des strates générationnelles précédemment évoquées. Seul le *rap* est auditionné fréquemment par une proportion considérable de 15-19 ans (28 %), durant l'année 1997 (Donnat, 1998, pp. 160-164). Cette audience du *rap*, à cette époque-là (1996-1997), correspond à un summum de diffusion et d'engouement pour ce genre. Depuis lors, d'autres courants plus proches du *rock* et des musiques électroniques ont réémergé sur le marché des styles *underground*.

Depuis 1997 et en suivant la pente croissante constatée depuis les enquêtes de 1977, il y a eu huit années d'écoulées, pendant lesquelles il y a quelques possibilités pour que les préférences des Français pour l'ensemble des styles « *rock, rap, hard-rock, techno* » croissent de deux à cinq pour cent : 20 % des sujets, interrogés par la DEP du ministère de la culture, écoutaient le plus souvent du *rock*, en 1988, contre 15 % en 1981 (cf. Donnat et Cogneau, 1990). Même si elle reste assez réduite, la proportion augmente régulièrement, depuis une trentaine d'années. Le public français, toutes catégories d'âge confondues, adepte de ces courants (plus radicaux) est donc loin d'être majoritaire statistiquement parlant, tout en proliférant étonnamment et progressivement (22% en 1997, donc environ 24 à 25% en 2007 ?). En effet, si l'on passait à 25% des Français aimant la catégorie large « *rock, rap, hard-rock, techno* », on peut supposer que, toutes choses étant égales par ailleurs, plus de 60% des 15-19 ans pourraient apprécier et écouter ces genres. Ce qui reste, là aussi, fort appréciable, en proportion. Tous styles cumulés, les courants *underground* intéresseraient environ les deux tiers des jeunes 15-19 ans. Ces produits musicaux sont cependant faits par des aînés de 20 à 30 ans qui, statistiquement, auraient tendance à moins se passionner pour ces styles. À propos d'une enquête faite dans les années 1980 à Paris (Seca, 1991), dans les quartiers est (11<sup>e</sup>, 19<sup>e</sup>, 20<sup>e</sup> arrondissements), seuls 3,4 % des lycéens (3 sur 281) appartenaient à un groupe de *rock*. Si la question posée est celle de l'appartenance à une formation musicale au sens large (orchestre, chorale, petits ensembles), le chiffre montait à 14,9 % (13 lycéens sur les 281 interrogés à Paris). La pratique du *rock* et son écoute sont, donc, nettement séparables, du point de vue de leurs occurrences statistiques, autant que par la signification qui leur est attachée. Ces résultats (et quelques autres, plus récents) nous conduisent à confirmer l'hypothèse d'une relative différenciation entre les deux époques de la vie de l'adolescence et de la post-adolescence (Baudelot, 1988).

31 % des lycéens interrogés par nous, affirmaient posséder un instrument de musique et en jouer, chez eux, le plus souvent. De plus, 58,8%, parmi ceux qui ne faisaient pas de musique, désiraient en faire. Cet attrait pour sa pratique est donc bien le signe que la musique est un espace de rêve et d'identification, plus que d'action et de formation de projets en groupe. Ces chiffres sont confirmés d'ailleurs par les enquêtes du Ministère de la culture, en France, puisque, en 1997, quelques quatorze ans après notre enquête sectorielle et parisienne, la tranche d'âge des 15-19 ans est celle qui déclare la plus grosse proportion de sujets pensant savoir jouer d'un instrument (60% contre 19% pour les 35-44 ans et 25 % pour l'ensemble des Français), ou déclarant en avoir joué dans les douze derniers mois précédents l'enquête (40% contre 9% pour les 35-44 ans) ou encore les plus actives dans divers domaines de pratiques amateurs (danses, sport, écriture, autres arts).

Les modèles de création / action *rock* exerçaient pourtant une influence latente : 19,6 % des sujets interrogés affirmaient être attirés par leur pratique. Exemples lointains mais fascinants, consommés, adulés, les cultures musicales (dont les *rocks*) sont triées, filtrées, collectionnées, utilisées plus ou moins festivement ou sérieusement, en fonction des valeurs, dominant dans les groupes de pairs ou / et les médias. Quoiqu'il en soit, les 15-19 ans demeurent très actifs sur le plan des activités amateurs et artistique : « ils ont, dans tous les cas, le taux de pratiques le plus élevé [...], surtout pour tout ce qui a trait au dessin, à la danse, au théâtre » si l'on suit les conclusions de l'enquête de la DEP du Ministère de la Culture (Donnat, *op. cit.*). Par ailleurs, l'engagement dans les pratiques *underground* est un fait plus proche des âges postadolescent et exprime un autre rapport à l'institution

Seca Jean-Marie, « Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques populaires *underground* », *Troisièmes Rencontres « Jeunes et sociétés en Europe et autour de la Méditerranée : Jeunes / générations : continuité / discontinuité / ruptures »*, Marseille : CEREO / IUFM / INJEP, 24-26 octobre 2007.

scolaire. Par exemple : le pourcentage de ceux qui déclarent avoir appris un instrument par autodidaxie est *plus grand après 20 ans et pour les hommes* ; la proportion de ceux qui déclarent apprendre dans une école est plus forte, entre 15 et 19 ans et pour les femmes (les sujets masculins fuyant l'apprentissage en école se retrouve plus fréquemment dans les groupes de musique *underground* qui comprennent environ 90 % d'hommes).

## VI. Les PVI (projets viables d'identité) : une forme d'auto-insertion ?

*Première remarque* : On l'a constaté dans les analyses précédentes, les cultures musicales émergentes, à la suite de diverses interviews, dans l'observation et suite à l'approche de la littérature sociologique spécialisée, semblent actualiser, de façon récurrente, une coupure culturelle importante entre le fait d'être consommateur et celui de devenir acteur culturel. Les vocations pour le *rock*, le *punk*, le *rap*, le *metal* ou la *techno* sont alors à décrire comme symbolisant les mouvements d'alternances entre l'idéologie et l'utopie dans les sociétés postmodernes. Elles illustrent la reproduction d'une ressource « jeune », depuis une cinquantaine d'années en Occident et elles sont annonciatrices de scénarii alternatifs de vie en société et de changements dans les rapports à la consommation. C'est le parti pris de l'utopie que défend Jacques Attali quand il évoque, dès 1977, l'avènement d'une économie politique de la composition (Attali, 1977, p.234.)

*Cela m'amène à mon deuxième point d'analyse préalable.* Le *rock* et ses variantes sont des espaces commercialisés de résistance culturelle, d'incomparabilité sociale et de révolte. La résistance est ici descriptible comme une *lutte contre l'anomie*, la désorganisation sociale et le morcellement, résultant de l'affaiblissement de l'impact des institutions éducatives, d'intégration, de citoyenneté, des effets des médias de masse et de la division du travail, chère à Durkheim. Nous reviendrons que ce point qui est essentiel dans la naissance de ces mouvements et leur continuation. Les formes *underground* renvoient donc à des pratiques dites « d'incomparabilité sociale » (voir travaux de Gérard Lemaine et collaborateurs sur ce phénomène : Lemaine, 1966 ; Lemaine et Kasterztein, 1972). En tentant de créer dans des espaces non évaluatifs, les jeunes postadolescents rejettent ou minimisent les assignations scolaires au « résultat » standardisé et à la comparaison finalisée par la réussite professionnelle. Ils suspendent ainsi la mécanique « sanctionnante » des institutions scolaires et universitaires, pour s'engager sur un terrain mouvant, au départ, rassurant, mais source d'incertitudes plus grandes et de dissonance cognitive (Festinger, Sennett, Zimbardo). Et l'on sait, que les attentes non prévisibles des engagements musicaux, l'issue totalement incontrôlable des « commercialisations » de leur probable production personnelle va paradoxalement augmenter, à un stade particulier et ultérieur de leur projet, cette tension comparative. En résulteront alors des états d'attention focale sur l'instantanéité créative, de refuge dans le refus, d'investissement de plaisirs musicaux immédiats au nom desquels la valeur d'authenticité est revendiquée assez vite « contre le monde du marché standardisé » et « contre l'aliénation culturelle des masses ». La révolte est aussi une des formes prises par la « résistance » à l'anomie et au morcellement du monde. Elle exprime plutôt le versant de lutte contre la galère, la domination et l'exclusion, vécues par des strates sociales jeunes défavorisées économiquement ou immigrées. Inutile de développer cet aspect, tant il y a efflorescence et pullulement de ces formes esthétisées de la rage et du ressentiment dans ces pratiques, y compris dans des catégories de jeunes non touchées directement par la pauvreté.

La résistance, l'incomparabilité sociale et la révolte finissent par dessiner les contours psychosociaux de ce que j'ai appelé un « saignement des institutions ». Les émergences *underground* parlent et formalisent ce processus diffus. Elles ne se réduisent pas à l'unique expérience d'une culture de jeunesse, même post-adolescente. Elles illustrent ce qu'une tendance de la sociologie américaine de la jeunesse a nommé la « disposition de l'homme moderne à la déviance » (Maupeou-Abboud 1966). Cette tendance au retrait social, à l'expression plus ou moins codifiée de la déviance, de la résistance sociale doit s'interpréter comme indice d'un rejet latent des cultures organisationnelles et de tout mode d'assignation stricte à une position et à un rôle bien définis dans l'espace social. Ce rejet ne veut pas dire qu'on n'entre pas dans le jeu social, qu'on s'auto-exclut définitivement des institutions. J'insiste sur cette idée : les activités *rock*, *rap*, *techno*, *metal* et autres sont la traduction esthétisée des *consciences malheureuses des institutions et des cultures organisationnelles*. Cette approche est, d'ailleurs, confirmée par les résultats de l'analyse de contenu des données recueillies durant notre observation-participante.

*Troisième remarque* : La standardisation de ces formes émergentes trouble les buts des musiciens et le regard de l'analyste. Elle a toujours perturbé les créateurs et les minorités. Au début de mes travaux sur les conduites « *underground* », il y a, en effet, une interrogation fondamentale, comme cela arrive souvent dans ce cas. Je veux faire référence aux questions de l'influence sociale impliquées par les courants musicaux. Plus précisément, il y a un thème récurrent, dans les entretiens avec les musiciens et dans leurs débats, durant les répétitions ou après :

« quelle est le statut de l'imitation ? » ou bien « à quel degré sommes-nous marqués par tel ou tel courant dans le groupe ? ». Les réponses varient souvent mais beaucoup s'accordent sur une vision : « on veut demeurer original », « imbibé mais sans modèle », « inspiré mais proches de soi-même ». Les visions de l'inspiration et des modalités de l'expiration créative sont fondées sur cette recherche d'équilibre entre la possession par des modèles exemplaires et l'expression du soi. La représentation de l'adaptation aux publics, tant dans les concerts que par les diffusions à distance (disques, internet, publicité), décrit le même type de préoccupation. Il faut « s'adapter mais ne pas s'éloigner des fondamentaux », « vendre sa musique sans trahir », « être proche de ceux pour qui l'on doit jouer tout en pensant au marché », etc.

Un fil conducteur dans ces divers points de vue, une ligne qui trace le sillon de l'explication : ces musiciens, postadolescents pour la majeure partie d'entre eux, recherchent une ligne de conduite, un but. Je qualifie cette magnétisation pour un *PVI* (projet viable d'identité) de « devise ». Ce dernier terme est proposé par Gilbert Rouget dans son fameux ouvrage *La musique et la transe* (Rouget, 1980). Elle renvoie à « l'air juste » que le dieu ou l'esprit peut entendre durant les cérémonies rituelles de possession. Rouget en fait une catégorie structurale, expliquant la genèse identitaire dans les sociétés traditionnelles où les rituels d'initiation sont fréquemment fondés sur la musique. Plus spécifiquement, il s'agit d'une entité sémantique, musicale, représentationnelle exprimant l'identité profonde de l'initié. J'ai repris cette notion de devise pour la différencier du slogan dont la réalité hypnotique est plus apte à captiver les foules dont les membres sont plus souvent anomiques. Cette préoccupation, voire, cet entortillement inconscient autour de la devise soutiennent, à mon avis, l'essentiel des recherches *underground*. La question de la « devise » (originalité, *feeling*, personnalisation) occupe pragmatiquement les débats entre musiciens dès le début de leurs échanges et de leur création. Sa captation et sa filature permanente donne beaucoup de soucis à ceux qui s'y ressource. Les thématiques de la récupération, de la trahison ou de la damnation sont des traductions de cette appréhension de perdre le fil de la devise.

Cette dernière peut être probablement « trahie » dans le fait qu'une idée personnelle (texte ou son) est réappropriée par un (ou plusieurs) membre(s) du groupe. Elle est réélaborée, donc transformée, altérée, par le « bœuf » ou l'improvisation, les rajouts, les collages, les dialogues sur la meilleure manière de parvenir à une musique commune. Puis, après divers échanges, cette devise finit par constituer un « répertoire », un ensemble de « morceaux » variant indéfiniment les « micro-devises » de chacun des acteurs du groupe. Une orientation se dessine. Le *PVI* prend forme. Une fierté d'exister et de vivre son art se profile. Une renaissance a lieu. Un état acide enflamme le groupe. Il le propulse, il le catapulte. Une force s'empare du collectif. Plus rien n'a de sens, en-dehors de ces moments forts (y compris « sans public ») où la musique emplit le local de travail. La devise est alors cette logique identitaire fascinante qui conduit tout groupe à l'action minoritaire et à l'entrisme commercial. Et pourtant, cette devise, si peu comprise par les spécialistes du marketing et les professeurs de la *Star academy*, cette devise-là forme, à mon sens, ce qui est le plus précieux dans les cultures dites « jeunes ». Non, il n'y a pas de cultures jeunes. Les jeunes sont trop hétérogènes, trop divers, trop traversés par des tensions de classes, de positions sociales, politiques, religieuses. Et cependant, dans une certaine mesure, il y a des cultures jeunes. Elles sont le fruit de ce que ces derniers, à la fois influencés par les industries du sport et de la culture, et enthousiasmés par certaines devises bien diffusées dans les concerts, les disques, les films ou d'autres arts, veulent bien entendre et réintégrer dans leur quotidienneté.

*Quatrième remarque sur les effets de leurre des PMVI (projets de masse viables d'identité) :* Une nouvelle aliénation est née avec la prolifération des cultures de masse. À l'ancienne aliénation qui se maintient, liée à l'extraction de la plus-value, à la massification industrielle, à la sérialité et aux conditions de travaux néotaylorienne (nouveau productiviste à l'ère de la gestion en « flux tendus »), se rajoute une contrainte nouvelle : l'imposition, le placage de *PMVI* aux besoins de devises progressivement élaborables par les nouvelles générations. Cette nouvelle forme d'aliénation, liée à l'image, les rend doublement étrangers à eux-mêmes, en tant qu'individus porteurs d'un projet et d'une vocation et en tant qu'êtres désocialisés de leur appartenance communautaire. L'esprit du temps, si souvent utilisé comme paravent de la définition des cultures jeunes, n'est pas qu'une forme douce, précipité des valeurs essentielles. Il est aussi le temps des médias, des publicités, des modes, des formes fétichistes de l'appartenance à une vision imposée de la jeunesse (qu'elle soit jeuniste, à visée financière, ou d'une autre forme plus stigmatisée négativement). On comprend alors que les exigences d'authenticité des minorités *underground* expriment aussi ce rejet de la pacotille, sur un mode souvent rageur, en plus de renvoyer à ce que l'on peut qualifier d'« anthropologie politique » spontanée de la révolte.

## VII. Quelle matrice commune aux différents styles musicaux ?

C'est pour cette raison de la « standardisation » ou d'« objectivation » des cultures émergentes, que, par ailleurs, elles forment des représentations sociales, agrégées à des rituels stylistiquement hétérogènes et à des ancrages socioculturels différenciés. L'homogénéité des mouvements musicaux est d'abord d'ordre philosophique et anthropologique (parvenir à l'élaboration d'une devise). Elle est, aussi, dans un second temps, d'ordre matriciel, une fois lues les enquêtes effectuées sur divers terrains, et dans une logique tout aussi structurale. Cette matrice *underground* consiste dans l'activation d'une vision fluide et hypnotique de la musique. Elle renvoie à trois thématiques repérées dans nos recherches (Seca, 2001) :

- Effets hypnotiques, corporéisés et biologiques (déchirement, effraction mentale, atteinte des viscères, de l'intériorité) ;
- Circulation des émotions à un niveau plus mentale et doux (ambiance, attitude, vibration, feeling)
- Métaphore du plaisir de type toxicomaniaque (musique « défonce », « déchire », « kiffe », « accro' », « flash » ...)
- Obsession technique du contrôle, de l'orientation technique du plaisir musical, de la maîtrise (on est ici dans le refus de la « soupe », « merde », « fécalité » pour affirmer un « projet » et une expertise technique).
- Renvoi à la « rue », à la foule de frères, à une similarité communautaire utopique ;
- Langage de la musique « pure », authentique fondée sur la devise.

Ces six thèmes structurent la matrice *underground*. Elle se traduit, dans les médias de masse, par une programmation commercialisée et une cristallisation musicalisée (orale, corporéisée, artistique, sonore) de la dissidence. Cette tendance enragée et engagée domine et exprime l'esprit du temps mais aussi le mode de vie occidentalisé (c'est-à-dire fondé sur l'alliage des idées de « mélange des cultures » et de « romantisme créatif »).

### VIII. Synthèse succincte d'éléments statistiques : âge, statut sexuel, milieux sociaux

Les éléments statistiques sur les strates d'âges pratiquant le *rock* dans les populations de mes enquêtes, effectuées principalement à Paris, auprès de 106 groupes de *rock* ainsi que d'autres résultats d'études plus récentes (Guibert, 2006 ; Hein, 2006 ; Seca, 1988, 2001) confirment nos propos précédents et le caractère postadolescent et masculin des producteurs *underground*. Le *rocker* est, en effet, de sexe masculin neuf fois sur dix<sup>2</sup> et a, en moyenne, entre 23 et 25 ans. Les 16-20 ans chez ces praticiens amateurs *rock* ne représentent qu'environ 24% de l'ensemble (18,5 % de 16-19 ans chez les musiciens vendéens, Guibert, 2006, p. 402). Ceci signifie que 80 % aux trois quarts des praticiens *underground* ont entre 20 et 35 ans. Ces chiffres sont validés par des travaux plus récents. Ce résultat correspond à ceux mis en évidence (Galland, 1990 ; Baudelot, 1988) sur l'existence sociologique « d'un nouvel âge de la vie », c'est-à-dire d'une *phase intermédiaire entre la fin de l'adolescence et l'assomption symbolique et personnelle de l'entrée dans la vie adulte (travail stable, fondation d'une famille, logement personnel)*.

La composition sociale (métiers ou activités déclarés par les répondants, suite à une question ouverte) va dans le même sens que précédemment. Si l'on s'appuie sur les critères du salariat, on comptabilisait 62,5 % de sujets entrant dans cette catégorie large ; un peu plus d'un tiers étant composé d'étudiants ou de chômeurs. D'un autre point de vue, ces *rockers* correspondaient, *pour les deux tiers d'entre eux*, à des strates assez modestes socio-économiquement parlant : étudiants, artistes, employés, ouvriers, ceux déclarant « bosser », sans plus de précision et chômeurs ne forment pas les catégories les plus fortunés de Paris. Dans l'enquête de Guibert, on retrouve aussi une proportion similaire (48% de titulaires d'un salaire sur un total de 371 sujets), avec des pourcentages proches dans la répartition des PCS (Guibert, *ibid.*). Ces pratiques sont donc, pour une partie d'entre elles, des modalités d'auto-insertion ou d'exploration professionnelle pour ceux qui n'ont pas un « vrai salariat ».

Pour une autre part de ces groupes, il s'agit de recherches d'un épanouissement « hors entreprise » ou hors de l'espace de travail, soit sur le mode des attitudes de retrait (Sainsaulieu, 1977), soit sur un autre mode de suractivité, complétant un engagement professionnel déjà très dense. La situation de non-entrée dans la phase

---

<sup>2</sup> L'analyse d'un phénomène de génération est, on le voit nettement ici, tout à fait artificiel si on l'isole et le subsume comme catégorie naturelle allant de soi. On remarque, en effet, que les cultures *rock* ont souvent été des cultures mâles (Frith, 1981, Hebdige, 1979). Ceci ne veut pas dire que des femmes sont « incapables » de faire du *rock* mais que la variable âge est ici en très forte interaction avec la variable sexe (et même avec la variable moins numérisable qu'est la sexualité). La culture *rock* reste-t-elle une culture de la jeunesse ou une culture de la jeune masculinité, si l'on ne prend en compte que ces deux variables ?



adulte et de retenue face à l'intégration professionnelle, liée au nouvel âge de la vie est, aussi et surtout, une situation symbolique et rituelle, que l'on cherche à préserver, même après que l'on a obtenu un contrat de travail salarié. Les pratiques musicales amateur en groupe ont donc un impact aussi sur des milieux sociaux qui se rapprocheraient objectivement et extérieurement du statut d'adulte. Cette emprise renverse la logique schématique d'un déterminisme des attitudes par la variable de la position occupée dans le champ de la reconnaissance professionnelle. Les interviews confirment d'ailleurs que ces praticiens énoncent un discours relativement distancié et cynique vis-à-vis de l'activité professionnelle, souvent vue comme instrumentale et aliénante. Les milieux *underground* ne correspondent pas toujours au folklore de paupérisation de ses praticiens qu'on lui associe parfois. Notons, au passage, que les groupes antillais (un ensemble de groupes de comparaison présent sur les lieux de l'enquête : Seca, 2001) sont, avant tout, composés de chômeurs et d'employés/ouvriers. On observe donc une caractéristique spécifique d'hétérogénéité sociale des vocations *rock*. Ces milieux sont donc composés de marginaux culturels, (salariés, classes moyennes et supérieures...), d'une frange plébéienne (chômeurs, pré-délinquants, ouvriers, employés), d'une tendance adolescente, éprouvant un « rite de passage » (lycéens, étudiants), et d'un ensemble flou d'artistes et de minorités marqués éthiquement par leur choix professionnel (musiciens, artistes, étudiants...). Les vocations *underground* figurent le passage d'une phase passive et ambivalente d'ingestion et de consommation des cultures de masse (adolescence) à une phase plus active de création en groupe, de culture tribale (Maffesoli, 1988), auto-expérimentatrices (cultures en réseau, *cyberpunks*, *home-studio*, *rap*).

## IX. En guise de conclusion : sept dimensions d'analyse des pratiques musicales populaires *underground*

Pour synthétiser, les membres des groupes *underground* sont caractérisés par :

1. Une *ambivalence structurelle et structurante* et parfois même, un *aveuglement* (impliquant l'intervention de la caractéristique n° 2, ci-après décrite), *vis-à-vis des systèmes industriels de production du charisme* ; cette ambivalence n'est pas d'ailleurs produite à l'encontre du star-système. Elle constitue un mode d'être minoritaire, lié à la recherche de reconnaissance sociale, maintes fois, soulignée par ces acteurs. *L'activation d'un mimétisme dénégatoire par rapport aux vedettes et aux styles de référence* est un indice et une conséquence de cette ambivalence. C'est ce qui fait d'ailleurs l'essence de l'attitude *underground*, quels que soient les courants observés : une volonté de ne pas reproduire la sérialité des styles jugés, à tort ou à raison, « commerciaux », « inauthentiques » ou « peu innovants ». En complément à cette dénégation, on constate la permanence d'un *narcissisme « civilisationnel »* (Lasch, 2000) et d'une corrélatrice *célébration constante de la créativité* comme éthique protestataire de l'existence quotidienne. Certains, plus pragmatiquement, tentent de parler d'un « droit à la création » et d'une égalité culturelle entre citoyens (entendue dans le sens d'accès à une pratique artistique).

2. Une *recherche exacerbée de visibilité publique* qui se manifeste, explicitement (par le désir de succès, de concerts), implicitement (dans le travail de répétition, l'artisanat du « son ») et de manière dissimulée (par l'activation altruiste de l'utopie de la fête et de la fusion communautaire, source de déchirements et d'accusations diverses de trahisons). Cette conduite est la conséquence de l'ambivalence plus haut dénommée. Pour réduire l'incertitude liée à l'entreprise artistique, on observe le recours au prosélytisme, par une sorte de fuite en avant vers la communication publique. Le problème surgit, pour tous les groupes, lorsque cette reconnaissance sociale oblige à « trahir » les idéaux. L'obligation de « gagner de l'argent avec ça » peut aussi renvoyer à des dilemmes récurrents et assez classiques. La *légitimation* (reconnaissance) implique donc la *construction parallèle d'une identité professionnelle* ainsi que d'un récit connexe sur sa propre histoire de vie.

3. *D'une gestation et d'un accueil de conduites de transition professionnelle et personnelle*<sup>3</sup> : la musique facilite les expérimentations sur soi (apprentissage, lutte contre l'ennui, appréhension « pour voir » d'une orientation). Elle favorise la communication et la socialisation de l'expression entre intimes (« ceux qui en sont ! »). Elle cristallise, mieux que d'autres pratiques, l'idée d'un espace culturel intermédiaire, entre l'adolescence et la vie adulte. Cette situation de transition identitaire et d'incertitude existentielle associée à l'expérience artistique correspond assez bien aux représentations du projet (professionnel et de vie) durant la période allant environ de 13 à 30 ans. Ce passage de l'état adolescent à la fin de la postadolescence a, comme une rivière débordant régulièrement de son lit depuis des années, fini par trouver sa « culture propre ».

---

<sup>3</sup> Certaines recherches se déroulent dans le milieu pénitentiaire afin d'y observer l'impact de la dynamique de projet instillée par l'activité musicale en groupe. Il semblerait que des prisonniers trouvent dans ce genre de pratique un moyen de restructuration identitaire et de resocialisation (Andrieu, 2005).

Seca Jean-Marie, « Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques<sup>9</sup> populaires *underground* », *Troisièmes Rencontres « Jeunes et sociétés en Europe et autour de la Méditerranée : Jeunes / générations : continuité / discontinuité / ruptures »*, Marseille : CEREO / IUFM / INJEP, 24-26 octobre 2007.

4. La *valorisation d'une néoritualité, d'un conventionnalisme stylistique* est plus fréquente chez les groupements d'adorateurs ou de producteurs de musique. L'approfondissement des situations esthétiques (fétichisme vestimentaire ; inclination au « groupisme » ; construction d'une cohérence sémiotique totalisante, obsessionnelle) est « naturellement » rituel et consistant. Dans les enquêtes sur les goûts et les pratiques culturelles en musique lorsqu'on interroge de grands nombres, il se passe à peu près le contraire. On constate plutôt une orientation vers l'éclectisme. Les styles *pop* et tous les arts tendent à se constituer en univers cohérents stylistiquement parlant. C'est d'ailleurs autour de fétiches communs que les supporters et les artistes se retrouvent pour « gober », « jouir » de moments spécifiques attachés à leur production / consommation. *Ce goût pour la cohérence stylistique est intimement lié à la réalisation de rituels correspondant qui permettent de rendre saillants les contenus et les formes de ce qui est idolâtré.* Je résumerai ce point par deux phrases simples et renvoyant à deux types idéaux imparfaitement évidemment incarnés : « L'adepte est ritualiste. Le consommateur est éclectique. »

5. Le *développement d'une éthique « entrepreneuriale »* très spécifique et au sens authentiquement capitaliste du terme (Schumpeter, 1999). Elle se manifeste par : (a) la création d'un milieu lié à un courant, et de réseaux de micro-entreprises (labels, journaux en tous genres, radios, lieux de distraction ; cf. Derenbourg, 2003 ; (b) l'application d'une tactique de reconnaissance par « petits pas » ; (c) la construction de systèmes d'entraide et de professionnalisation ; (d) la valorisation parallèle d'affinités et d'un goût et (e) une philosophie d'économie sociale et d'auto-insertion autour d'un tissu associatif, représentant ce qui est nommé le « tiers secteur » (Guibert, 2007).

6. La *manifestation quasi systématique, parfois déniée, d'une vocation pour la fonction de porte-parole* (de porte-nexus ou porte-devise), allié un *désir velléitaire de convertir les masses* (vues comme en extase ou sources d'achats de disques). L'hésitation et l'ambivalence sont évidentes pour l'objectif de conversion d'autrui. Il n'est ni évident d'être assuré sur le statut de son propre produit esthétique (est-il digne d'être reçu par un public ?), ni d'être persuadé par une idéologie (qui risque de prendre le dessus sur l'art adoré et choyé). Cette vocation pour la fonction de porte-parole donne lieu à des identifications problématiques (place potentielle et symbolique de *leader*, sources de violences réelles de fans et de musiciens ; modèle de la soumission / rébellion (Merton, 1965) ; modes de commercialisation de cette fonction et du besoin correspondant, par exemple, dans le succès des soirées *karaoké* ou la vogue des chorales durant la période 2003-2005, suite au succès d'un film français sur cette pratique).

7. L'*aménagement de structures d'accueil et de mise en œuvre de techniques du corps, d'effets de transe et d'effervescence publique.* C'est un objectif moteur des musiciens (pour leur propre plaisir et dans un but de partage de leur émotion), donnant lieux parfois aux conduites d'excès (prises de drogue, conduites de possession, orgasmes et « dyonysismes »). Attirons l'attention sur la distinction tendancielle entre les spectateurs (« musiqués », faible contrôle de l'état second) et les acteurs de la musique (« musiquants », conducteur ou producteur de l'état second) et sur une représentation spécifique de l'art vu comme « authentique », « bruitiste », « sale », « brut », « dépouillé » et décrit comme « maîtrisé ». Ce type de représentation du son va de pair avec l'apologie d'un sens musical « corporéisé », centré sur la production d'une transe, la mise en œuvre et la recherche d'une intensité croissante (ou permanente) du ressentir : techniques du corps et moments publics de concerts. Cette quête est un élément central de l'activité artistique à tels point qu'on peut parler de la généralisation des « musiques de transe », au sens que lui donnait jadis Hanns Eisler (Betz, 1998) ou Gilbert Rouget, plus récemment, (Rouget, 1980).

## X. Bibliographie

Andrieu Michael, 2005, *De la Musique derrière les barreaux*, Paris, L'Harmattan.

Attali Jacques, 1977, *Bruits. Essai sur l'économie politique de la musique*, Paris, PUF.

Baudelot Christian, 1988, « La jeunesse n'est plus ce qu'elle était », *Revue économique*, 39/1 (janvier), pp. 189-224.

Beauvois Jean-Léon et Deschamps Jean-Claude, 1990, « Vers la cognition sociale », in Ghiglione Rodolphe *et al.*, 1990, *Traité de psychologie cognitive*. Paris. DUNOD. (T3).

Becker Howard, 1985, *Outsiders. Études de sociologie de la déviance*, Paris, Métailié (1<sup>re</sup> éd. en langue anglaise : 1963).

Betz Albrecht, 1998, *Hanns Eisler, musique et société*, Paris, Maison des sciences de l'homme.

Coulangeon Philippe, 2005, *Sociologie des pratiques culturelles*, Paris, La Découverte.

Derenbourg Michel, 2003, « Création d'entreprise. La dynamique marseillaise », *Enjeux*, avril, pp. 102-105.

- Seca Jean-Marie, « Groupes amateurs, pratiques culturelles et engouements jeunes en France : le cas des musiques populaires underground », *Troisièmes Rencontres « Jeunes et sociétés en Europe et autour de la Méditerranée : Jeunes / générations : continuité / discontinuité / ruptures »*, Marseille : CEREO / IUFM / INJEP, 24-26 octobre 2007.
- Donnat Olivier et Cogneau Denis, 1990, *Les pratiques culturelles des Français 1973-1989*, Paris, La Découverte / La documentation française.
- Donnat Olivier, 1996, *Les Amateurs. Enquête sur les activités artistiques des Français*, Paris, La documentation française.
- Donnat Olivier, 1998, *Les Pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, Paris, La documentation française.
- Frith Simon, 1981, *Sound Effects. Youth, Leisure and the Politics of Rock'n roll*, New York, Pantheon Book.
- Galland Olivier, 1990, « Un nouvel âge de la vie », *Revue française de sociologie*, XXXI, 4 (octobre-décembre), pp. 529-551.
- Guibert Jérôme, 2006, *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France. Genèse, structurations, industries, alternatives*, Paris/Saint-Amand Tallende, Irma/Mélanie Sèteun.
- Guibert Jérôme, 2007, « Musiques actuelles et politiques publiques en France. Quelles actions, pour quels effets ? », in Seca Jean-Marie (éd), *Musiques populaires underground et représentations du politique, op. cit.*, pp. 56-83.
- Hebdige Dick, 1979, *Subculture, the Meaning of Style*, New York/Londres, Terence Hawkes.
- Hein Fabien, 2006, *Le monde du rock. Ethnographie du réel*, Paris/Saint-Amand-Talende, Irma/Mélanie Sèteun.
- Jouvenet Morgan, 2006, *Rap, techno, électro... Le musicien, entre travail artistique et critique sociale*, Paris, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Lasch Christopher, 2000, *La Culture du narcissisme. La vie américaine à un âge de déclin des espérances*, Castelnau-le-Lez, Climats (1<sup>re</sup> édition américaine : 1979).
- Lemaine Gérard et Kastersztejn Joseph, 1972, « Recherches sur l'originalité sociale, la différenciation et l'incomparabilité », *Bulletin de Psychologie*, 25, pp. 673-695.
- Lemaine Gérard, 1966, « Inégalité, comparaison et incomparabilité : esquisse d'une théorie de l'originalité sociale », *Bulletin de psychologie*, 20, pp. 24-32.
- Maffesoli Michel, 1988, *Le Temps des tribus : Le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*, Paris, Klincksieck.
- Maisonneuve Jean et Lamy Lubomir, 1993, *Psychosociologie de l'amitié*, Paris, PUF.
- Maupeou-Abboud Nicole, 1966, « La sociologie de la jeunesse aux États-Unis », *Revue française de sociologie*, vol. 7, n° 4 (octobre-décembre), pp. 491-507.
- Merton Robert, 1965, « Structure sociale et anomie », trad. in Lévy André (Éd.), *Psychologie sociale. Textes fondamentaux anglais et américains*, Paris, Dunod, pp. 393-421 (1<sup>re</sup> éd. en langue anglaise, 1949).
- Mignon Patrick, Daphy Éliane, Boyer Régine, 1986, *Les Lycéens et la musique*, Paris, INRP.
- Moscovici Serge, 1976, *La Psychanalyse, son image, son public*, (nouv. éd. augmentée), Paris, PUF (1<sup>re</sup> éd. : 1961).
- Poschardt Ulf, 2002, *DJ Culture*, Paris, Kargo (1<sup>re</sup> éd. en langue allemande : 1995).
- Rouget Gilbert, 1980, *La Musique et la transe. Esquisse d'une théorie générale de la musique et de la possession*, Paris, Gallimard.
- Sainsaulieu Renaud, 1977, *L'Identité au travail, Les effets culturels de l'organisation*, Paris, PFNSP.
- Schumpeter Joseph, 1999, *Théorie de l'évolution économique : recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, Paris, Dalloz (1<sup>re</sup> éd. en langue allemande : 1912).
- Seca Jean-Marie, 1987, *L'État acide. Analyse psychosociale des minorités rock*, Thèse pour le Doctorat de Psychologie sociale (sous la direction de Serge Moscovici), Nanterre, Université de Paris-X.
- Seca Jean-Marie, 1991a, « Représentations sociales de la pratique rock en milieu lycéen », *Revue française de pédagogie*, n° 94 (janvier-mars), pp. 25-36.
- Seca Jean-Marie, 1988, *Vocations rock. L'état acide et l'esprit des minorités rock*, Paris, Klincksieck.
- Seca Jean-Marie, 2001, *Les Musiciens underground*, Paris, PUF 2004a (traduction en castillan : 2004 (mai), *Los músicos underground*, Barcelone / Buenos Aires / Mexico, Ediciones Paidós, coll. « De música »).
- Seca Jean-Marie, 2005, *Les Représentations sociales*, Paris, A. Colin.
- Seca Jean-Marie (éd), 2007, *Musiques populaires underground et représentations du politique*, Cortil-Wodon, InterCommunications / EME.