

ces scientifiques par la télévision, constitue une piste tout à fait intéressante qui mériterait un développement plus ample.

L'inscription disciplinaire de cette étude pose aussi problème. Ce travail s'inscrit à la croisée de l'analyse de discours et des sciences de l'information et de la communication. Mais les apports récents des SIC à la réflexion sur la vulgarisation ne sont quasiment pas discutés. Le premier chapitre mentionne les travaux essentiels de Daniel Jacobi, mais ni les travaux plus récents sur la vulgarisation et les controverses scientifiques, ni les travaux plus tournés vers la socio-anthropologie des sciences et de leur diffusion ne sont pris en compte. En conséquence, la vision du champ scientifique sur laquelle s'appuie l'ouvrage est schématique et ses auteurs sont trop souvent conduits à considérer la circulation du savoir scientifique sur le mode de la simplification et de la dégradation d'un énoncé source, tandis que la mise en débat qui est le propre de la médiatisation de la science implique des logiques plus complexes de rencontres entre experts et profanes. Mais cette remarque doit alors être comprise comme un appel à faire collaborer plus activement des domaines qui ne se rencontrent que trop rarement.

Mathieu QUET
Centre Koyré (EHESS)
matthieuq@free.fr

Gérôme GUIBERT, *La Production de la culture : le cas des musiques amplifiées en France. Genèse, structurations, industries, alternatives, Saint-Amand-Tallende/Paris, Mélanie Séteun/IRMA, 2006, 560 pages.*

Par Jean-Marie SECA

Cet ouvrage propose une synthèse sur la « production de la culture » au sens large du terme. Il porte sur un cas qui est à lui seul un continent, composé d'îles et d'archipels multiples : la genèse et les processus à la fois sociaux, économiques et technologiques des musiques amplifiées. L'auteur établit d'abord une synthèse socio-historique, du milieu du XIX^e siècle à 2006, puis analyse l'articulation entre les productions *mainstream*, reconnues par les industries, les institutions et les médias, et l'émergence *underground*. Centrée sur l'Hexa-

gone, cette recherche porte sur des musiciens entre la fin des années 1990 et le début des années 2000. Les musiques populaires sont circonscrites comme un champ socio-économique et culturel de pratiques, à la fois conventionnelles et innovantes, issues d'influences sociales globales et locales et d'inventions structurantes dans les technologies de la production/diffusion sonore. Les principaux terrains d'enquêtes sont historiques (ouvrages spécialisés, archives journalistiques, musicales et iconographiques) et sociographiques (questionnaires de groupes musicaux, entretiens auprès de musiciens et de responsables de structures associatives, observation participante). L'approche monographique est géographiquement située dans les Pays de la Loire (étude qualitative de 24 groupes musicaux) et en Vendée (91 groupes et 372 musiciens interrogés). Trois grandes parties organisent le volume : i) « Une production musicale canalisée. Formation et développement d'une industrie du disque en France » ; ii) « Une structuration alternative au *music-hall* est-elle possible ? Nouveaux courants musicaux, scènes locales et cultures générationnelles » ; iii) « Normalisation et résistances aujourd'hui ».

Dans le premier chapitre, les musiques populaires sont approchées comme étant liées à l'oralité et différenciées (sans s'y opposer) des formes électro-amplifiées d'après les années 1940. L'approche patrimoniale des cultures orales, datant du milieu du XIX^e siècle, est alors associée à la naissance du folklorisme et d'un marché du culturel. Le « populaire » est d'abord la résultante d'une suite de traditions issues de la ruralité et de la rue. Par glissement progressif (urbanisation, transformation des technologies de l'édition et de la communication), la marchandisation de ces cultures s'organise, et les transforme. Parallèlement, le législateur tente d'organiser l'édition des partitions et des droits d'auteur ainsi que l'efflorescence de pratiques variées (rue, cabaret, cafés). Le marché de la musique est édifié autour du développement de réseaux de salles et d'activités de scènes, d'un côté, et d'une industrie, d'abord graphique puis du disque, de l'autre.

Le deuxième chapitre retrace l'époque d'après-guerre et la diffusion du rock'n roll en France, alors que le jazz y est implanté dès les années 1920-1930. De 1950 à la fin des années 1980, se met en place un « grand partage » entre des productions « grand public » (variété) et des formes « jeunes » ou « *underground* » qui vont importer et adapter, en France, les courants anglo-américains. Une structuration des radios, des réseaux de production et de la presse se met en place autour de ces nouvelles formes de distraction dissidentes et d'autres, à visée plus commerciale. Une musique populaire française, alliée

au *music-hall* et au *show-business*, se maintient tout en intégrant une « autre voie » et d'autres sensibilités (le *rock*, au sens large du terme).

Le troisième chapitre dépeint la diffusion d'un des premiers courants exigeant et populaire, d'adeptes du jazz hot, puis l'adoption du rock, de la pop, du punk et enfin l'essor des courants dit « alternatifs » durant les années 1980 (*Béruriers noirs*, *Garçons bouchers*, *La Souris déglinguée*, *Ludwig van 88...*). La situation des scènes musicales est contrastée, précarisée, contestataire et, peu à peu, institutionnalisée, qu'elles soient ou non subventionnées par l'État. L'émergence des contre-cultures post-soixante-huitardes (mouvements folk, hippy, initiatives *do-it-yourself*, hard-rock, blues électrifié, psychédélismes), le frémissement punk français ou la célébration de la « sono mondiale », par les journalistes d'Actuel et de Radio Nova à Paris, sont retracés. Durant les années 1990, se confirment et s'amplifient les tendances précédentes. Une consolidation des pouvoirs économiques des grands groupes de communications (radios, médias divers, nouvelles formes d'organisation de la distribution et de la production) est constatée, parallèlement au pullulement de réseaux alternatifs, plus ou moins reliés à des subventions publiques ou à des associations, elles-mêmes financées par des pouvoirs locaux, régionaux ou nationaux. Les *majors* du disque transforment leur stratégie face aux cultures émergentes, en multipliant la sous-traitance auprès de labels de production détectant les nouveaux talents et en utilisant des procédés issus de la rue (*street-marketing*). Les implications de la « dématérialisation » de la musique et de la cyberéconomie sur ce type de pratique créative sont justement abordées et mises en relation avec les courants électroniques : rap, techno, dance music.

Dans la troisième partie sont présentées des études de terrain en région Ouest. Confirmant les recherches antérieures, ces enquêtes montrent les liens entre l'institutionnalisation des cultures populaires et les modes d'émergence de nouveaux styles. L'auteur y observe une plus forte officialisation de ces pratiques, durant les années 1990, et une multiplication des associations de professionnels. En fin d'ouvrage, le monde associatif (dit du « tiers secteur ») est proposé comme modèle alternatif de socialisation. On parle alors d'« *encastrement social* » (p. 465) des groupes de musique : la confiance *underground* et le lien social des rassemblements festifs génèreraient primordialement les biens et les services par contraste avec une sphère marchande, où ces valeurs seraient inexistantes ou mises en veille.

Ce livre se révèle très utile, tant pour les jeunes générations de sociologues, souvent ignorantes du passé, que pour les anciennes ayant été empêchées d'embrasser l'évolution et la complexité de ces formes culturelles. Très impliqué dans le réseau associatif, G. Guibert est un fin connaisseur des divers styles amplifiés. Avec exigence, il convoque ses lecteurs à un atelier d'étude socio-économique et culturel.

Jean-Marie SECA

Université de Versailles-Saint-Quentin/LAREQUOI

secajm@yahoo.fr