

Le développement des musiques amplifiées au XX^e siècle

Quelques éléments concernant technologies, industries et phénomènes sociaux

Pour évoquer les musiques pratiquées et écoutées par les jeunes, nombre de chercheurs et d'institutions parlent depuis quelques années de « musiques amplifiées ». Comme tout qualificatif, le terme a ses avantages et ses inconvénients, son principal défaut étant son absence d'utilisation par la population concernée. Il rappelle qu'aucun mot ne peut aujourd'hui englober les nouveaux courants musicaux.

Aussi, l'utilisation d'un nouveau signifiant s'avère nécessaire depuis la première moitié des années 90. Auparavant, on employait volontiers le terme « rock », mais avec l'affirmation des musiques électroniques, du hip-hop et le développement des musiques du monde, cette appellation semblait restrictive¹ car trop occidentale et trop centrée autour de la configuration guitare et chant avec une section rythmique basse/batterie.

Laissant de côté les dimensions culturelles ou esthétiques, le terme « musiques amplifiées » qualifie la musique d'un point de vue technique, et met en valeur l'utilisation de l'électricité et de l'amplification sonore comme élément majeur des créations musicales et des modes de vie de ces musiques (enregistrement, conditions de pratiques, modalités d'apprentissage)².

Naturellement, inscrit dans le temps et les usages, le terme participe à de nombreux enjeux, qu'ils soient artistiques ou politiques ; le ministère de la culture lui préfère, depuis la fin des années 90, le terme « musiques actuelles » qui permet d'inclure dans le même propos (et les mêmes orientations budgétaires) jazz, chanson, musiques traditionnelles, et musiques amplifiées³.

Quoi qu'il en soit, et à défaut de consensus, nous optons pour l'expression « musiques amplifiées », voulant souligner les phénomènes sociaux communs aux musiques écoutées par les « jeunes » des générations successives, et de milieux sociaux différents et, dans le même temps, relativiser les nombreuses études « culturalistes » qui cherchent à montrer le côté plus « original » ou plus « authentique » de tel ou tel courant⁴.

A l'origine de la constitution des musiques amplifiées comme phénomène social (écoute, apprentissage, pratique, transmission, revendications culturelles...), on retiendra plusieurs évolutions majeures que sont l'invention de l'enregistrement, de l'amplification, la constitution de l'industrie du disque, puis de la jeunesse comme classe d'âge. On évoquera ensuite quelques problématiques de la musique aujourd'hui.

Le tournant technique de l'enregistrement et ses implications

La première est liée à la révolution industrielle de la deuxième moitié du XIX^e siècle et est caractérisée par l'usage de l'électricité, l'invention de la télégraphie, de la téléphonie et de la photographie mais aussi, et c'est ce qui nous concerne au premier chef, de l'enregistrement sonore en 1877, puis sa commercialisation une dizaine d'années plus tard, d'abord sous forme de cylindre (avec le phonographe), puis, très rapidement de disque (avec le gramophone).

¹ MIGNON Patrick, « Existe-t-il une « culture rock » ? », *Esprit*, n°193, 1993, p. 141

² TOUCHE Marc, *Connaissance de l'environnement sonore urbain. L'exemple des lieux de répétitions*, rapport de recherche CRIV-CNRS, 1994. Il faut noter que les institutions culturelles (notamment le ministère de la culture) adoptent le terme « musiques actuelles », qui inclue également les musiques traditionnelles.

³ MATHIEU Michel, « juste deux mots », *78 tour, journal d'information du CRY pour la musique*, n°17, janvier 1999, p. 10

⁴ par exemple GAILLOT Michel, *Sens multiple. La techno, un laboratoire artistique et politique du présent*, Paris, Dis Voir, 1997 ou SCHWEITZER Laetitia, « Le Rap, une affaire de famille », *Esprit*, n°254, juillet 1999, pp. 164-172

D'abord, l'enregistrement va impliquer une modification des usages sociaux de la musique, le musicien n'étant plus indispensable. Dorénavant, on pourra écouter de la musique à n'importe quel moment de la journée et (presque) à n'importe quel endroit. Ces éléments vont aboutir à une privatisation de l'écoute, qui va se transformer en pratique individuelle, ainsi qu'à une multiplication des sources de diffusion (dans le temps et dans l'espace).

Ensuite, comme témoignage des évolutions de la technique (prises de son, effets, multipistes...) et de l'interprétation, le moment que constitue l'enregistrement sera à l'origine de la constitution d'une histoire de la musique enregistrée (voire même d'une histoire de la musique à partir de ses enregistrements), chaque disque rappelant un temps et un lieu⁵.

Mais l'enregistrement va également modifier la création musicale (de la composition à l'interprétation) et l'articulation musiques populaires/musiques savantes. Avant l'enregistrement, il était déjà possible, à travers l'écriture, de garder une trace de la musique composée. L'utilisation de l'imprimerie notamment, permettait la diffusion des œuvres de certains compositeurs de manière importante. Mais outre le fait que la musique écrite rendait mal certains paramètres (timbre, interprétation...) elle nécessitait l'apprentissage de conventions pour être lue et ne concernait qu'une faible partie de la population. À côté de cette musique « savante », et suivant les réflexions de Grignon et Passeron, on pourrait définir les musiques populaires comme patrimoniales (c'est à dire sans auteur reconnus) et transmises oralement⁶.

Or avec l'enregistrement (et la mise en place progressive des droits d'auteur entre la fin du XIX^{ème} et le début du XX^{ème} siècle) va exister en quelque sorte une troisième musique, entre le savant écrit et populaire oral. Consécutivement et avec la mise en application du droit d'auteur, la musique populaire au sens traditionnel va peu à peu disparaître. Phénomène encore accentué en France par la politique d'intégration républicaine de la troisième république qui réprime les langues régionales, impliquant la disparition du patrimoine culturel populaire du pays⁷. Aux Etats-Unis, au contraire, avec les musiques afro-américaines, la ségrégation confirmera plusieurs communautés dans des expressions culturelles en partie autonomes, mais ayant connu un important brassage notamment par l'esclavage et la conquête de l'Ouest.

La culture de masse

Il reste des pages célèbres de Théodor Adorno sur le jazz⁸, qui migrant de la vieille Europe aux Etats Unis dans les années 30, découvre les nouvelles méthodes de promotion, le système médiatique et publicitaire américain. Subissant l'acculturation de plein fouet, il envisage alors l'avenir de l'expression artistique de façon très pessimiste. En quoi consiste cette nouvelle économie de la musique ?

Une industrie du disque se développe dans les pays occidentaux à partir de la fin des années 1880. Mais c'est d'abord aux Etats-Unis qu'on pourra parler de « culture de masse ». Dans la musique comme dans la plupart des autres activités humaine une culture de la consommation va aller de pair avec la multiplication des quantités produites. A New York, autour des

⁵ On pourrait ainsi parler de l'importance de la culture d'origine dans l'interprétation, ou de la nationalité de l'artiste dans la réception du disque. Evoquant les débuts de l'industrie du disque, A. Mattelard évoque ainsi l'émotion des immigrés italiens aux Etats-Unis lorsqu'ils entendent les premiers enregistrements du chanteur italien Caruso en 1902 in *La Mondialisation de la Communication*, Paris, PUF, 1998, p. 32

⁶ GRIGNON Claude, PASSERON Jean-Claude, *Le savant et le populaire*, Paris, Le seuil

⁷ « La chanson populaire et folklorique », in DUNETON Claude, BIGOT Emmanuelle (dir.), *Histoire de la chanson française*, vol. 2, de 1780 à 1860, Paris, Seuil, oct. 1998, pp. 921-930

⁸ ADORNO Theodor W., « Sur la musique populaire », *Revue d'Esthétique*, 1991, pp. 181-204

comédies musicales de Broadway et des spectacles itinérants (*minstrels shows*) mais aussi pour la vente des partitions (petits formats) existe déjà un quartier nommé *Tin Pan Alley* dédié aux auteurs et compositeurs de chansons à succès qui écrivent sur commande. Avec le disque, puis la radio (à partir du milieu des années 20), une musique de masse aux mélodies évidentes va se développer. En terme d'évolution esthétique, il va s'opérer un ensemble d'emprunt entre les musiques populaires américaines (blues, gospel, jazz, old time music) et *Tin Pan Alley*. Après la vague New Orleans par exemple, un certain nombre de caractéristiques du jazz vont être récupérées par la musique commerciale, donnant les grandes heures du Swing⁹.

Au fur et à mesure que la société va se libéraliser, des musiques ou des paroles qui paraissaient subversives seront acceptées par l'industrie du disque et diffusés à grande échelle. Mais les emprunts ne fonctionneront pas que dans un sens, et les musiciens de tout le pays vont également intégrer à leur expression musicale des arrangements des compositions du music-hall ou autres crooners.

On voit bien là de quelle manière la musique de masse s'intercale entre le savant et le populaire, sans en être toutefois totalement distinct.

L'amplification : de la technique à l'esthétique, acte 1

S'il faut dorénavant prendre en compte le rôle du disque et de l'industrie de masse dans la constitution des nouveaux styles musicaux, on ne doit pas pour autant oublier la naissance, puis le développement de l'amplification et ses conséquences dans les évolutions esthétiques. Remplaçant peu à peu la guitare acoustique adopté dans les toutes dernières années du XIX^e siècle¹⁰, les guitaristes développeront l'usage de l'amplification à partir du milieu des années 30 aussi bien dans le jazz que dans le Chicago blues ou le Western swing. C'est aussi à la même époque que le microphone commencera à être utilisé pour le chant. Ces modifications auront plusieurs effets. D'abord dans la création elle-même, la hiérarchie sonore des instruments va se trouver changée, ce qui va influencer de façon concomitante les modes d'interprétation. La guitare devenant par exemple un instrument soliste, elle va pouvoir développer l'improvisation introduite par le jazz New Orleans.

Mais l'amplification va également modifier l'économie du spectacle vivant. On pourra en effet produire une intensité sonore égale avec moins d'instrument et jouer dans des lieux de plus en plus grands. Les *big bands*, très onéreux en terme de déplacement vont peu à peu disparaître, au profit de formations plus resserrées. La baisse des coûts en personnel ainsi engendrée va permettre à des petites formations de devenir professionnelles. Une évolution qu'on peut considérer comme toujours en marche aujourd'hui avec le développement du DJ et de la musique assistée par ordinateur...

Quant au principe d'amplification lui-même, on peut estimer qu'il concernera tous les instruments présents sur scène à partir de la fin des années 60.

Une situation oligopolistique

Selon les théories économiques libérales, qui cherchent à « satisfaire le consommateur », le libre marché concurrentiel permet aux disques les plus demandés d'être les plus vendus. Ce qui sous-tend l'idée que les disques les « meilleurs » sont les plus diffusés.

Mais c'est sans tenir compte de l'influence du système économique lui-même sur la demande, indépendamment de toute valeur artistique. L'industrie du disque n'a jamais été en condition de respecter les préceptes de la concurrence. Depuis sa naissance, quelques entreprises (à la

⁹ BECKER Howard S., « La chanson populaire américaine », in BECKER Howard S., *Propos sur l'Art*, Paris, L'Harmattan, pp. 41-58

¹⁰ Sans doute suite à la guerre hispano-américaine de 1898

base, Edison, Victor, Pathé, Columbia...) détiennent la plus grande part du marché amenant une situation d'oligopole, quand il ne s'agit pas d'un cartel issu d'une entente non déclarée. En situation de quasi-rente, les majors peuvent contrôler les innovations technologiques et musicales et établir des accords avec les médias et les sociétés d'éditions (voire fusionner avec elles).

Ce type de structuration économique engendre des « barrières à l'entrée », c'est-à-dire que de nouvelles maisons de disques ne peuvent investir le marché si elles n'ont pas, au préalable, atteint une certaine assise.

Si l'innovation est freinée par la concentration d'une offre éloignée des musiciens et mue par le profit, elle subsiste tout de même, en grande partie par le biais d'une myriade de petite firme qu'on nomme les labels « indépendants ». Dès le milieu des années 20, au moment où on pense que la radio naissante va supplanter le disque, de nombreux indépendants vont enregistrer des répertoires spécialisés qu'il s'agisse des « race records » ou de « old time music » proposant des musiques peu audibles sur les ondes, différentes de celles des majors. Mais l'équilibre des petites entreprises de disques indépendantes est souvent précaire c'est pourquoi la plupart d'entre elles disparaîtront lors de la crise de 29 puis au début des années 40¹¹. On a pu ainsi estimer, suivant un modèle schumpeterien que la production de disque suit un ensemble de phases de formes cycliques ou se succèdent concentration extrême, peu créative, ou dominant des compositions écrites et jouées sur commande pour les majors, et phases chaotiques mais plus intéressantes en terme de création.

Le Rock'n'roll et la nouvelle donne

Pourtant, la seconde partie des années 50 verra l'explosion d'un style porté par les indépendants, le rock'n'roll. De nombreuses explications ont été formulées pour expliquer le phénomène. On peut citer la multiplication des radios et donc le développement de styles jusqu'alors interdits d'antenne, la diffusion de musique enregistrée à la radio et la naissance du DJ, la constitution de la BMI, nouvelle société de protection des droits d'auteur plus progressiste que l'ASCAP, les progrès de l'enregistrement sur bande magnétique et avec des instruments amplifiés ainsi que la naissance du vinyle, support plus solide.

Quoi qu'il en soit, la situation se fait menaçante pour les majors du disque. Dans un article important, Peterson et Berger ont montré que, en 1960, les quatre premières firmes de disques n'étaient plus responsables que de 28% des disques ayant atteint le top 10 au cours de l'année¹².

On peut alors estimer qu'un tournant dans le rapport major/indépendant est pris à partir du milieu des années 60, ruinant le schéma cyclique valable jusqu'à cette période. Deux changements importants vont peu à peu conduire à la « solidité » de la concentration actuelle. Car outre les raisons invoquées, il semble évident que l'organisation inadaptée de la production et de la promotion a joué un rôle dans la contre-performance des majors à l'époque du rock'n'roll. Voulant regagner des parts de marché, les majors vont modifier leur mode de fonctionnement. Elles vont parcelliser la production en fonction des couleurs musicales, soit en créant différents labels au sein de la maison mère, soit en rachetant les labels indépendants les plus représentatifs ou charismatiques des nouveaux courants.

¹¹ Notamment à cause du rationnement de la « cire » (*shellac*) utilisée pour la fabrication des disques pendant la deuxième guerre mondiale sur le marché américain, in ROSENBERG Neil V., « Notes on Harry Smith's Anthology », SMITH Harry (ed.), *A booklet of essays, appreciations, and annotations pertaining of the anthology of American folk music*, pp. 35-37

¹² PETERSON Richard A., BERGER David G., « Cycles in symbol production : the case of popular music », *American Sociological Review*, Vol. 40, April 1975, pp. 160

Dans le même temps, elles vont apprendre à utiliser pour leur propre intérêt l'avantage des indépendants, qui réagissent plus rapidement à « l'esprit du temps ». Dans cette optique, les majors vont chercher à les contrôler (par exemple en gérant leur distribution) et ils vont peu à peu devenir, en quelque sorte, les départements recherche et développement de ces majors.

Mais c'est également à partir des années 60 que les multinationales du disque vont multiplier les nouveaux marchés. Le progrès des moyens de communication (notamment la démocratisation de la radio avec le récent « transistor » et la multiplication des postes de télévision) vont annoncer les débuts de ce qu'on appellera plus tard la mondialisation.

On peut ainsi lire la vague du rock'n'roll de la fin des années 50 comme une « découverte » des traditions musicales sudistes par les Etats-Unis du Nord Yankee puis par l'Europe et le monde entier. On peut décliner ce mouvement en « blues revival » des groupes britanniques (Animals, Rolling Stones ou Yardbirds)¹³ ou en « folk boom » des années 60 (Dylan, Baez et le retour à l'acoustique)¹⁴.

De fait, la « force de frappe » des industries de l'entertainment américaines se fera ressentir dans le monde entier notamment à travers l'utilisation des techniques marketing, dans le but de stimuler les ventes. On peut le ressentir dès le tout début des années 60 en France avec la vague Yé-yé. A partir d'une émission de radio sur Europe 1 « Salut les copains », bientôt décliné en support papier, une véritable cassure va s'opérer entre les générations. Quel point commun entre la génération née juste avant guerre, dont la jeunesse sera liée au conflit Algérien et les générations de l'après-guerre, celles du Baby-boom et des trente glorieuses?¹⁵

La jeunesse comme nouveau groupe social

Si le disque et les changements économiques et sociaux qui lui sont liés doivent être pris en compte pour comprendre les musiques amplifiées, une autre évolution civilisationnelle est en effet d'importance : la constitution de l'adolescence et, plus largement, de la jeunesse comme groupe social à partir de la fin des années 50. La confirmation du rock'n'roll comme style musical, incompris des adultes établis¹⁶, en est un des symptômes ; par exemple de part la provocation dont il est porteur en terme d'image ou de part l'évolution des paroles, qui s'axent sur les questionnements et les problèmes adolescents.

De nombreuses raisons ont été évoquées pour expliquer cette nouvelle configuration de la société ou les antagonismes d'âges fragilisent les traditionnels antagonismes de classes. On doit prendre en compte les évolutions de mode de vie dûs à l'urbanisation et à la tertiarisation des emplois, l'allongement des études qui entraîne une décohabitation parentale sans nécessaire autonomie financière, l'introduction de la mixité scolaire, la baisse de l'âge du premier rapport sexuel alors que le statut d'adulte constitué, (emploi « stable », vie en couple) moment où les rites de passage sont tous effectués, est de plus en plus tardif.

Ces évolutions amènent le « jeune » à vivre une période de vie originale, où des questionnements sur sa potentielle place dans la société sont développés mais où il est également sans cesse sollicité en tant que consommateur¹⁷. Une situation assez bien résumée par Edgar Morin lorsqu'il estime que « dans l'adolescence, la personnalité sociale n'est pas

¹³ MIGNON Patrick, « British rhythm'n'blues », *Vibrations*, n°1, avril 1985, pp. 103-114

¹⁴ ROSENBERG Neil V., « Notes on Harry Smith's Anthology », *op. cit.*

¹⁵ SIRINELLI Jean-François, « La France des sixties revisitée », *XXème siècle, Revue d'histoire*, n°69, Janvier-Mars 2001, pp. 111-124

¹⁶ Voir par exemple l'article « Le rock'n'roll est au catch ce que le jazz est à la boxe », *Jazz magazine*, 1956

¹⁷ Si le magazine contre-culturel *Actuel* titrait un de ses articles (dans son almanach 1978, p. 116) « Ne faites jamais confiance à un type qui a plus de 30 ans », *Blah-Blah*, un gratuit promotionnel disponible en FNAC qui cherche à toucher les consommateurs adolescents est maintenant sous-titré « interdit au plus de 18 ans »...

encore cristallisée. D'où la première et fondamentale contradiction entre la recherche de l'authenticité et la recherche de l'intégration dans la société ».¹⁸

Ainsi, cette situation nouvelle, où les jeunes ont envie de s'affirmer, par rapport à la société tout entière mais aussi par rapport à la génération précédente explique assez bien la succession des courants musicaux amplifiés depuis le rock'n'roll. Par exemple, les mouvements psychédéliques et hippie, née en Californie sont porteur d'une libéralisation des moeurs (sexe, drogues) et d'un ras le bol de la guère du Vietnam. Pourtant, il ne faudrait pas trop vite conclure à l'existence d'un « peuple jeune »¹⁹. Les jeunes de classe ouvrière, exclus symboliquement et réellement des nouveaux enjeux, préfèrent souvent le hard rock naissant, les bandes de hell's angels(ou les blousons noirs en France), de même que les premiers skinheads effraient, en Europe, les grands festivals²⁰. De plus, aux Etats-Unis, les noirs sont pris dans d'autres mouvements de revendications, qu'ils soient pacifistes ou violents. Enfin, les courants musicaux venus des anciennes colonies ne sont acceptés qu'après un formatage aux logiques occidentales. Par exemple le reggae de Bob Marley and the Wailers est importé de Jamaïque après que Chris Blackwell y est ajouté un son "rock" occidental, des solos de guitare et que les morceaux aient été présenté sous le format "album".

Le contrôle du « marché » : de la production à la distribution

C'est que la forme oligopolistique permet aux majors de contrôler un certain nombre de mutations, notamment celle des supports. Pour l'émergence du rock'n'roll le disque vinyle, moins fragile et plus fiable, notamment dans les fréquences basses est commercialisé aux Etats-Unis en 1950, à la suite d'un accord entre RCA et CBS (les deux plus puissantes majors du moment) sur les vitesses et les dimensions. De même le disque compact sera lancé en Europe et aux Etats-Unis en 1983, à la suite d'un accord entre Sony et Phillips (a nouveau les deux plus puissantes majors du moment !) en parti pour pallier la plus importante crise des ventes ayant eu lieu en 1978. Le calcul s'averera payant puisque la majorité des mélomanes se reconstitueront une discothèque dans les années 80²¹ et que les majors travaillent depuis leurs fonds de catalogue inédits en CD²². La fin des années 90 montrera pourtant un nouvel essoufflement de l'industrie du disque, signe de nouvelles mutations du secteur

Au delà des phénomènes classiques de concentrations horizontales et verticales en effet, les majors du disque doivent être désormais étudiées comme un secteur des multinationales de l'industrie de la communication, l'industrie de la musique étant tributaire des développements considérables dans les secteurs voisins, en particulier ceux de l'écrit, de l'audiovisuel et des multimédias, voire de la communication au sens large.

La synergie pouvant exister depuis le début des années 80 entre cinéma et musique en est un exemple. On cite souvent à ce titre le "Purple rain" de Prince pour la promotion duquel Warner a su articuler album et *singles*, film, clips (sur MTV qui appartenait alors à Warner) et cassette vidéo. Le stock de musique enregistrée aidant, on assiste d'ailleurs de plus en plus

¹⁸ MORIN Edgar, *L'esprit du temps*, Paris, Livre de Poche, 1975, p. 36

¹⁹ YONNET Paul, *Jeux, modes et masses*, Paris, Gallimard, 1985

²⁰ JOUFFA François, *La culture pop des années 70*, Europe 1/Spengler, 1994

²¹ LANGE André, « Le nouveau tempo de l'industrie de la musique (1986-1989) » dans WANGERMEER Robert (coord.), *Les Malheurs d'Orphée. Culture et profit dans l'économie de la musique*, Bruxelles, Mardaga, 1990, pp. 197-218

²² Il faut compter sur le fait que les premières générations du baby boom qui ont dépassé la cinquantaine ont un pouvoir d'achat important

à la sortie de bandes originales de films constitués de musiques provenant de la “réserve” des principaux éditeurs.

Dès les années 80, les grands groupes de communication ont également diagnostiqué l'importance de la maîtrise d'une distribution internationale. Bertelsmann, qui avait fait son apparition dans le disque au début des années 80 par le biais de sa filiale Ariola adopte au disque le savoir-faire acquis dans le domaine de la distribution du livre, et en particulier la maîtrise des clubs (tels que France-loisirs) en pratiquant la distribution de petits labels (dont Virgin avant son rachat par EMI) plus que la production. Elle se taille très rapidement des parts de marché importantes et acquiert une présence telle qu'en 1987, elle peut racheter la filiale disque de RCA et sa maison d'édition musicale Doubleplay, la filiale disque de Bertelsmann s'appelant dorénavant BMG. En plus des synergies économiques possibles entre différents contenus, on peut penser que la fusion ayant eu lieu entre Time Inc. et Warner Communications en 1989 permette à la branche disque de Warner (WEA) de parfaire son circuit de distribution.

De plus en plus, les phénomènes oligopolistique à l'œuvre dans la production, l'édition, la distribution et la promotion des « produits culturels » sont relayés, de part leur concentrations parallèles, par les magasins de disques et les radios et télévisions²³. En France, la part de la grande distribution (Carrefour, Auchan et Leclerc principalement) et des multispécialistes²⁴ dans la vente de disque ne cesse d'augmenter au détriment des disquaires indépendants (cf. Tableau 3). Ainsi, pour de nombreux labels indépendants, distribués par de petites structures indépendantes elles aussi, la FNAC et Virgin deviennent les seuls points de ventes possibles (les hypermarchés n'étant pas preneurs à cause des faibles profits qui en résultent) et acquiert un pouvoir extrêmement important sur ces structures. Pour les entreprises vendeuses de disque, il est clair que la bataille, aujourd'hui entre grande distribution et multispécialistes, est plutôt axée sur le prix que sur la qualité de service et que les profits viennent de la concentration des ventes sur un petit nombre de références²⁵.

Les médias accentuent cette concentration de l'offre, les radios privés proposant un nombre de nouveautés de moins en moins importantes et augmentant la fréquence de passage du même titre. La provenance des titres qui passent en radio ou qui bénéficient d'un clip pour passer en télévision montre que la pluralité de la création originale est encore filtrée. Comme en témoigne le tableau 2, seul 1% des 400 titres les plus diffusés dans les principales radios provient de labels autre que les 5 majors. Le budget promotionnel nécessaire est en effet très important (publicité télévisée, publicité ou couverture de magazine, PLV ou écoute en magasin...). D'ailleurs pour H. Rony, directeur du SNEP, quand on parle d'économie de la musique, un disque qui ne passe pas en radio est un échec et un autoproduit ne peut être considéré comme un véritable album, mais reste une maquette²⁶.

Do It Yourself: de la technique à l'esthétique, acte 2

²³ Quand il ne s'agit pas des mêmes entreprises. Outre le cas Warner évoqué, on peut citer la polémique récente (premier semestre 2001) sur les éventuelles conséquences de la prise de participation de M6 via RTL par Bertelsmann

²⁴ La FNAC est le premier disquaire de France et Largardère qui possédait Extrapole, vient de racheter la chaîne des Virgin Megastore (été 2001)

²⁵ Certaines voix proposaient encore au début des années 90 d'adapter comme pour le livre, le dispositif du prix unique (Loi Lang de 1981), qui a permis de conserver un nombre de libraire important et donc une pluralité de choix, mais l'internationalisation des ventes fait que le prix unique ne pourrait fonctionner qu'à un niveau plus large que le pays.

²⁶ « Vers le disque... », ESTEVES Ferdinand (coord.), *Musiques émergentes et éducations populaire, La Lettre des maisons des jeunes et de la culture*, n°13, Mai 1998, pp. 32-45

Qu'est devenu l'expression des musiques amplifiées par le biais des labels indépendants ? Même si, comme on l'a abordé, les indépendants ne menacent plus depuis longtemps l'industrie du disque d'un point de vue économique, l'effervescence créative dont ils sont porteurs est encore d'actualité. On évoquera à ce sujet deux moments marquants, l'explosion du punk et celle des musiques électroniques.

Le punk apparaît vers 77, en pleine crise économique. Il exprime un ras le bol de la jeunesse, à la fois contre le système économique tel qu'il est perçu dans son ensemble (chômage, précarité...) mais aussi contre la génération hippie et ce qu'elle est devenue : libéralisation et marchandisation à outrance du sexe et des drogues, production musicale et technique d'interprétation qui grèvent toute spontanéité, argent et embourgeoisement des stars de la "pop music"... Dans son aspect positif, le punk promeut le "Do It yourself". "Puisque l'industrie du disque ne veut pas de toi, va directement vers les gens qui pourront t'écouter". S'enregistrer en "live" dans la cave ou sur un 4 pistes pourra être synonyme d'authenticité, tout comme le fait de ne pas travailler la technique de son instrument. De nombreux petits labels qui, comme le dit John Peel, ne possèdent souvent rien d'autres qu'un papier à en tête et une boîte aux lettres seront créés et feront presser des vinyles. Ce mouvement créatif qui transformera la façon d'aborder la musique sera possible d'abord parce que les moyens techniques évoluent : démocratisation de l'enregistrement magnétique grâce à la cassette, commercialisation de la photocopieuse qui permet une nouvelle esthétique et la réalisation de fanzines, affiches et tracts à moindre prix.

Avec le punk, c'est une nouvelle vision du label indépendant qui apparaît, il n'est plus seulement économique, mais aussi politique. C'est une logique qui sera reprise par de nombreux courants musicaux. En France, l'essor des radios libres (avant qu'elle ne deviennent des groupes privés) accompagnera l'essor du rock alternatif.

Dans une certaine mesure, on peut considérer l'émergence de la techno comme une évolution de cet esprit Do It Yourself poussé à son terme. Là, plus besoin d'aucun intermédiaire. De la conception musicale jusqu'à la distribution, on peut réaliser chaque étape sur informatique à l'aide de logiciels, internet permettant une distribution potentiellement mondiale.

Aussi, certains ont vu dans les supports utilisés par les nouveaux courants (vinyles et MP3) le symbole d'une certaine indépendance retrouvée vis à vis des majors. La réintégration du vinyle d'abord, que les majors considéraient mort depuis 1993, l'utilisation du MP3 ensuite, que les majors ne pensaient pas viable et qu'elles ont dans un premier temps choisi de combattre pour cause de piratage.

Le dernier mot des majors ?

Si, de façon similaires aux radios libres, internet a pu apparaître dans ses premières années comme une alternative efficace à l'oligopole de quelques entreprises, les évolutions en place depuis 1998 tendent à relativiser ces premières impressions. La logique des multinationales de la culture et de la communication s'articule désormais autour des notions de contenus et de tuyaux. Il ne s'agit plus seulement d'articuler produits culturels et distribution physique, mais bien droits des œuvres (« contenus ») et moyens de diffusion (« tuyaux ») tel que serveurs internet ou téléphonie ; logique illustrée par la fusion entre AOL et Time Warner puis par celle de Vivendi et d'Universal.

Peu à peu les multinationales de la culture et de la communication investissent les rouages de la « toile ». En 2001, pour la vente des titres qu'ils ont en catalogue, Universal et Sony

fondent Duet²⁷ alors que dans le même temps Bertelsmann rachète Napster. A une époque où le stock de musique enregistrée n'a jamais été aussi important et où le support se dématérialise de plus en plus, une bataille importante semble être le respect des « ayants droits » (c'est à dire producteurs, éditeurs et auteurs) car en dépendent des sommes de plus en plus imposantes provenant de la multiplication des échanges de musique par fichiers informatiques (MP3...), du développement toujours croissant des lieux et des médiums de diffusion de la musique, mais aussi de l'invention d'une nouvelle manière de réaliser la musique, à partir d'échantillons d'enregistrements déjà existants (samples)²⁸. Ces enjeux amènent les sociétés civiles à passer des accords de collaboration avec les majors du disque, qui sont leurs principaux pourvoyeurs de fond. Pourtant, si on prend l'exemple de la SACEM, de nombreuses critiques s'élèvent chez les auteurs et compositeurs quant à son mode de rémunération, considéré comme trop inégalitaire (droits irrépartissables, attribution des aides...) et son mode de fonctionnement trop « décalé » face à l'évolution des expressions musicales (multi-projets et multi-patronymes des compositeurs de hip-hop et de musiques électroniques, utilisation des samples...).

Pour gagner en liberté d'action et financer de nouvelles créations, de nombreux compositeurs (qu'il appartiennent au milieu punk ou à celui des musiques électroniques) que nous avons interrogés sont prêts à renoncer aux valeurs humanistes du droit d'auteur à la française (droit moral en plus du patrimonial) pour une simple somme d'argent !

Enfin, une autre évolution sensible dans l'industrie du disque est le développement, après la transition entre marketing de masse et one-to-one de ce qu'on pourrait appeler "etho-marketing" ou "street marketing". Afin de toucher les diverses "tribus" (qui correspondent à autant de modes de vie et de styles musicaux liés) on cherche à s'implanter jusque dans l'"underground" : achat d'encart publicitaire dans les fanzines et la presse spécialisée, repérage des "leaders d'opinion", un phénomène particulièrement développé au sein de la scène hip-hop²⁹. C'est la même logique qu'on peut observer auprès des entreprises d'affichage, des plus importantes aux plus petites : avec les affiches qui annoncent les concerts du moment, on retrouve dorénavant des affiches qui annoncent les sorties de disques³⁰. En terme d'emploi, le street marketing, comme les collaborations avec les petits labels fonctionnent en principe de sous-traitance, la main d'oeuvre étant le plus souvent précaire.

Les évolutions socio-économiques de la "matière musicale" en place entre le musicien et l'auditeur depuis la naissance des musiques amplifiées et les questions éthiques qu'elles engendrent se retrouve à l'identique dans nombre de pratiques sociales. Pourtant, et cela doit être considéré comme un fondement, le mythe du musicien qui part du bas de l'échelle pour devenir une star, (indépendamment de toute logique économique ou marketing, d'offre ou de demande ou bien de mode) reste important dans l'esprit de la plupart des musiciens, notamment chez les jeunes amateurs qui commencent à jouer³¹.

Ce souhait caché, celui de "décrocher le jackpot" peut être paradoxal avec la critique du système, présente dans la démarche et les paroles de nombreux artistes. Dénonçant le

²⁷ *Le Monde*, Vendredi 23 Février 2001, p. 20

²⁸ Prenant sa source dans le hip-hop, où différents vinyles sont mixés, le principe s'étend à de nombreux styles par le biais de l'informatique

²⁹ GUIBERT Gérard, « L'éthique hip-hop et l'esprit du capitalisme », *Mouvements* n°11, septembre-octobre 2000

³⁰ Un budget est même parfois prévu par les majors pour les litiges qu'entraînerait l'affichage sauvage...

³¹ Comme nous avons pu nous en rendre compte dans nos études de terrain, notamment GUIBERT Gérard, MIGEOT Xavier, « Les dépenses des musiciens des musiques actuelles . Elements d'enquêtes réalisées en Pays de la Loire et Poitou-Charentes » in Teillet Philippe (coord.), *2èmes Rencontres Nationales Politiques Publiques et Musiques Amplifiées/Actuelles*, Hors série *La Scène*, Avril 1999 ainsi que GUIBERT Gérard, *Etat des lieux des Musiques Amplifiées en Vendée*, rapport pour la DDJS Vendée, Octobre 2001

tryptique majors/radios commerciales/tourneurs importants, les artistes ont bien souvent du mal à assumer leurs critiques quand ils “signent”. Le combat contre la mondialisation économique libérale et les multinationales a été relayé par plusieurs artistes, pourtant signés sur des majors. On pense à Manu Chao (Virgin/EMI) ou encore Noir Désir (chez Barclay/Universal). Citons cette interview pour *Le Monde*

“Bertrand Cantat [chanteur de Noir Désir] : “Barclay, c’est Barclay ; le gros “blob” au dessus, c’est encore autre chose. Ce qu’on reconnaît, c’est qu’on travaille avec Barclay”.

Journalistes : “Le gros “blob” en question s’appelle Vivendi-Universal, auquel Barclay appartient. Votre position – être contre le système mais dans le système n’est-elle pas un peu schizophrénique ?”

Bertrand Cantat : “C’est une question et je ne sais pas comment on va faire pour la résoudre. Quelque part, on sert la soupe à ces gens-là. Nous sommes au centre de quelque chose de symptomatique. Qui, aujourd’hui, est indépendant du point de vue du financement ? Vivendi regroupe tout. C’est du délire. Ca va peut-être finir par poser un problème (...)”³²

Osons une hypothèse : on est là face à des enjeux qui détermineront sans doute l’avenir de l’économie des musiques amplifiées, et donc en partie l’esthétique de ces musiques.

³² *Le Monde*, Jeudi 13 septembre 2001, p. 34

ANNEXES

Tableau 1 – Part de marché des firmes de disques, pour le marché mondial et le marché français

	Marché mondial 1998 (1)	Marché français 1999 (2)
BMG (Bertelsmann)	13.9 %	6.3%
EMI (incluant Virgin)	14.9%	17.6%
Universal Music	23.2%	34.3%
Sony Music	16.9%	30.5%
Warner Music (Time Warner)	14.7%	7.7%
Autres	16.4%	3.6%

(1) Source MTI, *Musique Infos Hebdo*, n° 108, 28 janvier 2000, p. 31

(2) Source SNEP, *L'année du disque 1999*, Paris, MBC, 2000, p. 133 (quelques indépendants ne sont pas pris en compte)

Tableau 2 - Part des différentes firmes distributrices dans les diffusions radios en France

Universal	Warner	EMI/Virgin	Sony	BMG	Indépendants
23%	10%	16%	34%	11%	1%

Source IPSOS, 400 plus fortes rotations de l'année 1999

Tableau 3 - Evolution des parts de marché de chaque réseau de distribution de disque, une comparaison 1972/1998

Année	1972	1998
Hyper et super + grands magasins	40%	55%
Multispécialistes, chaînes de disquaires	7%	33%
Disquaires traditionnels	36%	7%
VPC et autres	17%	5%

L'Année du disque 1998

Tableau 4 - Vente internationale de CD par type (en millions d'unité)

	1997	1998	1999
Formats courts (singles),	42	40	36
Formats longs (albums)	113	118	115
CD vierges	10	36	90

SNEP, tableaux de bords de la production, communication Midem, 2000, p. 2

**Tableau 5 - Droits d'auteurs par tranche
Pour les 21 573 auteurs et/ou compositeurs vivants inscrits à la SACEM en 1992**

Tranches de revenus	Nombre d'auteurs	% cumulés
De 1 à 6000 francs	15 823	73%
De 6 000 à 60 000 francs	4 302	93%
De 60 000 à 100 000 francs	461	95%
De 100 000 à 150 000 francs	272	96%
De 150 000 à 300 000 francs	312	97%
De 300 000 à 500 000 francs	172	98%
De 500 000 à 1 million de francs	143	99%
Plus de 1 million de francs	88	100%

Source Direction des Statistiques, de l'évaluation et de la Recherche, *Arts et Spectacles*, ANPE - La Documentation Française, Paris, 1995, p. 198

Résumé

Au delà des problématiques esthétiques qui opposeraient musique savante écrite à musique populaire orale et produits d'une industrie musicale de masse à œuvres d'art, l'histoire des musiques amplifiées révèle la constitution d'un champ culturel complexe marqué par les révolutions industrielles de la fin du XIX^e et du XX^e siècle. L'évolution des musiques amplifiées, en effet, est en grande partie liée aux conditions économiques de production et de diffusion qui se mettent progressivement en place (Industrie du disque, supports (du cylindre au disque laser), médias (radio, télé, Internet...), technologie (enregistrement, amplification...), distribution). Economiquement dominé par quelques majors, l'industrie du disque évolue vers toujours plus de concentration du capital et d'externalisation du travail (sous-traitance). Les intégrations verticales et horizontales ayant lieu dans le secteur des industries culturelles font que la promotion et la majorité des ventes se concentrent sur un nombre toujours plus petit de références. Pourtant, il a toujours existé une création alternative qui a permis une diversité de styles musicaux et une remise en cause de l'activité « mainstream ». On peut citer comme exemple l'émergence, à certaines périodes de labels indépendants, la constitution de la jeunesse comme classe d'âge ou la démocratisation tarifaire des matériels d'écoute et d'enregistrement.

Après avoir exposé, à partir de variables socio-économiques et techniques, un ensemble d'éléments concernant l'évolution des musiques amplifiées depuis la naissance de l'enregistrement jusqu'à nos jours, on s'attardera sur quelques problématiques actuelles du secteur musical.