

**MUSIQUE MEDIATISEE: UNE EVALUATION SUR LA  
MASSIFICATION DE LA MUSIQUE**

**Uğur Zeynep GÜVEN<sup>1</sup>**

**Résumé**

Cet article propose une évaluation historique et critique sur la médiatisation de la musique, processus largement influencé et reconstitué par le modus operandi des nouvelles technologies de la communication. La musique massifiée d'abord par la radio, ensuite par la télévision et enfin par internet, exige aujourd'hui une écoute préparée au préalable et aboutit à une dégradation de la réception partout dans le monde. Cette recherche a pour but d'analyser les composants des stratégies de l'industrialisation de l'offre de la musique, supposées être illimitées, tout en étant cependant implicitement répétitives et manipulatrices. Les évaluations montrent qu'il y a une sorte d'uniformisation de la sphère musicale, due à une rationalisation de l'hégémonie de la culture populaire, renforcée par des technologies de la communication à travers l'entrelacement des critères artistiques qui autrefois servaient à distinguer les genres musicaux. La médiatisation musicale risque donc de créer une préférence musicale réduite et d'aboutir à la standardisation des goûts et des modes de vie.

*Mots-Clés* : massification de la musique, musique médiatisée, industrie culturelle, communication et musique

**ARACILANDIRILMIŞ MÜZİK: MÜZİĞİN KİTLESELLEŞMESİ ÜZERİNE  
BİR DEĞERLENDİRME**

**Özet**

Bu çalışma, yeni iletişim teknolojilerinin işleyiş tarzının etkisi altında inşa edilen aracılandırılmış müzik kavramı üzerine tarihsel ve eleştirel bir değerlendirme sunmaktadır. Önce radyo, ardından televizyon ve son olarak internet aracılığıyla toplumsal düzlemde kitleselleşen müzik, günümüzde tüm dünyada önceden hazırlanmış ve paketlenmiş bir dinleme tecrübesi sunarak alımlamada bozunmaya sebep olmaktadır. Bu çerçevede bu çalışma, müziğin arzı bağlamında sınırsız gibi

<sup>1</sup>Doç. Dr., İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü.  
[ugurzeynepguven@yahoo.com.tr](mailto:ugurzeynepguven@yahoo.com.tr)

görünüp esasen tekrarcı ve manipülatif bir endüstrinin bileşenlerini analiz etmeyi hedeflemektedir. Değerlendirmeler, önceleri müzik türlerini ayırt etmeye yarayan estetik kriterlerin birbiri içinde eridiğine ve iletişim teknolojileriyle güçlenmiş tahakküm sahibi popüler kültürün rasyonelleştirici etkisi altında tek tipleşen bir müzik alanının ortaya çıktığına işaret etmektedir. Dolayısıyla aracılandırılmış müzik, dinleyici açısından indirgenmiş bir müzik tercihi yaratmaya muktedir olup, beğeni ve yaşam şekillerinin de tek tipleşmesine yol açmaktadır.

*Anahtar Sözcükler:* müziğin kitleselleşmesi, aracılandırılmış müzik, kültür endüstrisi, iletişim ve müzik

### Introduction

La musique comme incarnation de la créativité artistique se trouve dans la période post-industrielle au sein d'un nouveau capitalisme culturel, marqué par la redéfinition des termes socio-économiques, par la fusion des méthodes de création et de production et par la transformation de celles-ci en marchandises. Elle est dotée d'une forte visibilité matérielle, de modes industrialisés de reproduction et de représentation avec des circuits élargis de diffusion. Ainsi, l'art et la culture sont incorporés dans une large gamme majeure de produits.

De même, au cours des dernières décennies, une multiplicité de facteurs a provoqué une mutation fondamentale favorisant la marchandisation de la musique, notamment par l'intermédiaire des industries et des entreprises culturelles multinationales et mondiales. Parmi ces facteurs, il faut compter la montée des nouvelles technologies de la communication. De nos jours, notamment grâce à l'internet, les productions culturelles y compris celles de musique, accompagnées des marchés de l'information et du divertissement s'élargissent perpétuellement. La reproduction artistique engendrée par le marché du disque atteint le sommet avec le développement de l'informatique et de la micro-électronique qui s'avère dans le téléchargement gratuit des pièces musicales au format MP3 grâce aux sites internet.

Dans le monde post-industriel, une part importante de la culture se trouve soumise aux lois du marché, de la propriété, du profit et de l'accumulation capitaliste. Donc, les pièces de divers genres musicaux peuvent devenir des produits de large diffusion et de consommation de masse. De ce point de vue, la distinction entre les genres musicaux selon leurs 'caractères industrielles' au lieu de leurs caractères esthétiques est devenue inévitable. La réévaluation de l'art et notamment de la musique au sein ces valeurs postindustrielles, s'observe partout dans le monde avec l'essor du processus de mondialisation. Au-delà du jugement de valeur esthétique de la musique, si nous nous penchons sur le succès commercial d'une pièce musicale, nous voyons qu'il fait face à une massification suivie d'une popularisation, parfois

même à celle des genres les plus artistiques, à travers un processus de la médiatisation. Elles trouvent finalement place dans un marché parmi d'autres pièces qui ont déjà été converties en marchandises musicales standardisées.

A cet égard, le présent article s'appuie sur la revue de la littérature existante. Dans cet article de recherche théorique, dans un premier temps, on va se pencher sur la redéfinition de la musique au sein du nouvel esprit du monde et on va mettre l'accent sur le rôle de l'industrie musicale et la médiatisation de la sphère musicale dans le monde à l'ère postmoderne. Deuxièmement, cette recherche vise à analyser les composantes du processus de la médiatisation à travers une étude sur les étapes de la massification en matière de l'offre et de l'écoute musicale. La dernière partie de cet article met en question les enjeux de l'industrie musicale et cherche à éclairer les modèles de standardisation des préférences musicales sous l'influence d'une sphère musicale médiatisée.

### **Redéfinition de la sphère de la musique : de la fin de l'histoire vers la fin de l'art**

La nouvelle économie musicale domine la perception de la créativité artistique et présente clairement les enjeux de la culture des masses. En raison du marché des disques, la littérature musicale confronte désormais à l'histoire de la *musique reproduite*. Ainsi, trouver des repères de débats sur la fin de l'art qui reste encore caché face à l'hégémonie de la culture consumériste, peut nous aider à redéfinir la dimension sociale de la musique au sein du nouvel esprit du monde.

La question de l'art s'est transformée à l'heure actuelle dans la légitimation de son propre cadre de production et de diffusion, comme le simple terme d'une évolution technique des médiums artistiques. "L'art pour l'art est, depuis longtemps, une pensée aussi étrange que la richesse pour la richesse, la science pour la science, etc., puisque, l'art doit avoir en vue quelque bien essentiel et ne pas être un plaisir stérile" (Plekhanov, 1949, p. 91). D'ailleurs dans l'art, en général, à notre époque, les interrogations telles que "est-ce de l'art ?" ou "qu'est-ce que l'art ?", ne peuvent faire l'objet que d'une discussion superflue et futile, et la question peut être trop fondamentale pour avoir du sens au sein du relativisme postmoderne. De la même manière, la quête artistique dans la musique est hautement transformée et remplacée plutôt par l'innovation artistique. Par conséquent, dans l'ère postmoderne où la définition de la créativité artistique et celle de la musique semblent essentiellement flottantes, et dans l'ère post-industrielle où l'esprit du capitalisme avancé se manifeste dans des marchés de l'industrie culturelle, cette incertitude concernant la définition de l'art, y compris la définition des différents genres musicaux se dirige vers l'inquiétude.

Certes, le concept de la fin de l'histoire ne signifie pas la fin des événements mondiaux. Pourtant, ce phénomène désigne un tournant en ce qui concerne la pensée humaine. Wallerstein le considère comme la victoire du libéralisme tandis que selon Fukuyama (1992, s. 26), c'est la fin des idéologies qui prétendent subvertir l'ordre établi. Cependant il ne suffit pas de suggérer que l'avenir garde en réserve d'énormes événements ; il faudrait démontrer qu'ils seraient déclenchés par une idée systématique de la justice politique et sociale qui prétend remplacer le libéralisme. En tout cas, la conjoncture dans laquelle nous nous trouvons est entourée des crises idéologiques (Wallerstein et Hopkins, 1999, p. 258). Donc une telle condition historique va de l'impérialisme culturel au capitalisme mondial en passant par l'impérialisme médiatique, qui donne naissance aux spéculations sur la fin de l'art. Jameson (1998, p. 84) précise que la fin de l'art a une part politique en ce qu'elle consiste à un niveau très élevé de l'investissement à la culture formelle qui accepte la haute culture comme un moyen du pouvoir d'Etat. La notion de 'la fin de l'art' est considérée comme une déduction où il existe la juxtaposition des schémas conceptuels ou des modèles et des prémisses. D'où le discours postmoderne se coïncide avec la fin de l'art et se dirige vers la redéfinition de l'art, ainsi que celle de la musique. D'ailleurs, Jameson (1984, p. 53-54) ajoute à un autre moment, que les dernières années qui ont été marquées par un millénarisme inversé dans lequel des prémonitions du futur catastrophique ou rédempteur ont été remplacées par des sens de la fin de ceci ou de cela.

Dans ces circonstances, est-ce qu'il est possible de parler d'une musique postmoderne? Lyotard (1979, p. 93) en situant le début de l'ère postmoderne à la fin des années cinquante, présentait John Cage comme le musicien postmoderne par excellence. C'est à ce moment-là que l'impact de l'œuvre de Cage, qui dépasse les frontières formelles, commence à se faire sentir. Cela indique clairement la fascination pour la musique expérimentale des années soixante et suggère qu'il y a une tentative pour comprendre la pensée musicale de Cage. Une telle expérimentation artistique rappelle l'avant-garde, un concept selon Chevassus (2004, p. 24), au sein de la sphère musicale qui veut atteindre la fin à travers les possibilités d'une forme, jusqu'au point où il confronte le silence comme celui de Cage dans sa pièce musicale 4'33''. Elle parle aussi de la conceptualisation de l'avant-garde qui constitue le point avancé du moderne ; l'avant-garde se situe entre les deux termes, l'histoire et ce qui nous reste de l'histoire. L'histoire est la base de la conscience moderne tandis que, pour la conscience postmoderne, l'histoire devient seulement un lieu de jeu.

Toutefois, il semble encore très douteux si la musique postmoderne est une aventure ou bien une initiation éclectique ou rétrospective. Puisque à l'ère postmoderne, la volonté de contourner une grande masse d'auditoire s'est épanouie et les auditeurs commencent à considérer la sphère musicale plus accessible. La production musicale postmoderne qui est exécutée par la logique de la société de consommation de la période post-industrielle et qui se diffuse à travers le marché du disque et de la radio, suivi par des autres moyens de communication de masse, se caractérise par l'abondance des pièces musicales. C'est pourquoi Chevassus (2004, p. 104) affirme que la période postmoderne ressemble à l'époque baroque.

### **Emergence de l'industrie musicale: médiatisation de l'écoute de la musique**

Avec l'interpénétration des sphères de musiques à l'ère postmoderne en accord avec la redéfinition de l'art, les usages et les fonctions sociales de la musique ont été entièrement changés, notamment sous l'impact du développement technologique. Il s'agit d'une massification de la musique qui jusque-là était réservée à un public restreint, ce qui signifie en fait la popularisation de la musique pour être destinée à un grand public. Une telle critique élaborée concernant la phase de la popularisation de la musique au sein de l'industrie de la culture est désignée par Horkheimer et Adorno (1994, p. 153) qui dénoncent les effets globalement nuisibles de l'industrie de la culture, visant au conditionnement des esprits sur une vaste échelle, à leur asservissement dans une société où il s'agissait d'obtenir à tout prix l'intégration de la masse des individus et l'élimination de toute dissidence et de tout esprit critique.

Ainsi, par la massification de la musique, il faut entendre l'industrie musicale où la musique devient une commodité standardisée. Aujourd'hui cela signifie particulièrement la circulation gratuite de la musique sur l'internet. Pour mieux comprendre cette phase précoce de la médiatisation, il faut analyser chaque étape historique qui élabore au fur et à mesure la musique accessible à tous.

Dans les périodes préhistoriques, la musique qui entourait la vie sociale et la relation entre l'être humain et la nature en désignant un certain ordre à travers des rythmes et des voix, était un moyen de l'enthousiasme qui l'incitait à travailler et à combattre (Fisher 1985, p. 204). Durant l'Antiquité, la musique commence à devenir réservée à la classe noble. Dans son livre sur l'histoire de la musique, Say (2006, p. 122) explique que la composition et l'exécution musicales étaient les droits réservés aux nobles qui avaient la liberté de consacrer leur temps à s'occuper de l'art. Dans le Moyen Age, l'aristocratie s'intéressait à l'exécution de la musique plutôt qu'à la composition et cela a rendu la classe noble un groupe social

d'auditeurs. De plus, c'était l'Eglise qui détenait le pouvoir sur l'éducation, la composition et l'utilisation de la musique. Avec la Renaissance, l'édition des notes apporte une nouveauté à la tradition musicale. La musique s'avère comme un moyen de divertissement vers la fin du Moyen Age, quand elle commence, à côté de l'aristocratie, à s'adresser au peuple à travers les concerts de rue. C'est au 17<sup>e</sup> siècle que le peuple s'habitue à aller aux concerts (Mimaroglu 2006, p. 48). Ainsi, dans l'histoire, après les prêtres et les princes, c'est le tour de la bourgeoisie de se canaliser au goût musical.

Ce n'est qu'au milieu du 19<sup>e</sup> siècle que se sont dessinées les lignes de démarcation entre la haute culture musicale et les spectacles de musique commerciale ouverts à tous. Au début de ce siècle, la conception nouvelle d'un art au service du peuple favorise simultanément l'expansion de l'enseignement et de la pratique musicale. Dans la société bourgeoise du 19<sup>e</sup> siècle, la musique, parmi les élites, devient peu à peu un domaine de spécialité, de moins en moins soumise au goût et à la mode. Donc, la vie musicale subit également d'importants changements. A propos de cette période, Letterier (1999) précise que les artistes, comme plus tard les intellectuels, cherchèrent dans le peuple non seulement la source vive de leur art, mais les moyens d'un renouvellement culturel et d'un nouveau contrat social. Dans la première moitié du 19<sup>e</sup> siècle, il existe un lien étroit entre la découverte de la culture populaire et la réflexion sur la question sociale. En outre, la musique conserve sa fonction de divertissement. Jouée d'abord dans les salons, puis dans les salles de concert, la musique savante, composée et interprétée par des professionnels, presque toujours écrite et imprimée, mise sur le marché dans des circuits commerciaux, commence à se séparer progressivement de la musique populaire. Boivert (2013, p. 7) ajoute qu'avant le 18<sup>e</sup> siècle, les concerts de musique classique attiraient un public qui venait chercher dans ces événements un plaisir collectif et un partage, une communion, tandis qu'aujourd'hui les concerts de musique classique représentent un événement particulier où la cible devient une clientèle. Ils sont parfois considérés comme des événements élitistes avec un rituel précis et des règles implicites. Ainsi, le désir de promotion sociale et les intérêts économiques des professions musicales contribuèrent dans un premier temps aux succès d'une industrie musicale. En plus, la démocratisation de la musique s'insère beaucoup, dans la première moitié du siècle, à des facteurs techniques et instrumentaux.

Dans le dernier quart du 19<sup>e</sup> siècle, des instruments de musique qui avaient fait l'objet dans le courant du siècle d'inventions techniques, étaient introduits dans toute la population. On en témoigne l'exécution par les ensembles de la musique instrumentale jusqu'alors

réservée dans les sphères de la haute culture et les milieux spécialisés tels que des milieux religieux et militaires, et cette pratique se propage dans les communautés villageoises et les plus petites villes. Les concerts et les performances musicales de masse deviennent accessibles à presque tous les publics. Enfin, au début du 20<sup>e</sup> siècle, il est possible de voir la naissance des logiques commerciales qui imposèrent la loi du marché dans le domaine de l'art comme ailleurs. Donc, la massification de la musique s'accélère. La commercialisation de la musique passe par la création de nouveaux rapports marchands avec le public afin d'élargir l'audience. Dans la sphère musicale, la massification culturelle et sociale qui entraîne le poids de nouveaux contextes démographiques, socio-économiques et politiques accompagnées par le progrès et la modernité, s'explique par l'industrialisation de la musique.

En ce qui concerne l'industrialisation de la musique, Frith (2000, p. 73) précise qu'elle ne peut pas être comprise comme un phénomène subi par la musique elle-même, mais plutôt comme un processus qui fond et confond des arguments monétaires, techniques et musicaux. Donc, la recherche sur la musique comme phénomène social, en relation avec des processus industriels, présume que la musique est un point de départ du processus industriel. Ceci implique non seulement que l'industrialisation de la musique ne peut être prise comme un indicateur de sa valeur, mais que la seule façon d'évaluer la musique d'une manière critique est de prendre en considération la façon dont elle est produite et utilisée. En plus, Morin (1975, p. 67) montre la contradiction structurelle propre à l'industrie culturelle entre la standardisation et l'innovation, entre 'production' et 'création'. D'une part, les industries culturelles doivent plaire au plus grand nombre tout en amortissant leurs investissements, ce qui conduit à la fois à un conformisme moral et culturel et à une forte standardisation répétitive. D'autre part, les industries culturelles doivent renouveler leur style d'offre, à la fois pour introduire des ruptures vis-à-vis de la concurrence et pour accompagner les ruptures effectuées au sein de l'espace public et des pratiques sociales, ce qui conduit à la fois à des innovations et à des transgressions, tant dans la forme que dans le fond. Morin (1975, p. 72-85) introduit aussi au cœur de l'industrie culturelle, un principe d'instabilité des modèles de la culture de masse, lié à l'intensité des tensions existantes, à la fois au sein de l'industrie culturelle et au sein du contexte plus large de production. Ici, il s'agit des illustrations au sein de l'espace public et des théories du public imaginé par les programmeurs. Cela se réalise le plus souvent de façon inconsciente, par des stratégies de marketing.

Selon Adorno (1994, p. 227), la question sociale du rapport entre les forces productives qui signifient l'ensemble des techniques et du travail artistique, et les rapports de

production en ce qui concerne les conditions économiques implique que la musique ait un aspect idéologique là où les rapports de production en elle acquièrent la primauté sur les forces productives, comme s'il fabriquait une 'fausse conscience' par le détournement transfigurant de l'existence banale et par l'affirmation abstraite. Donc, il s'agit d'une modification du goût du public par les productions artistiques dont la base essentielle semble devenir l'industrialisation de la création musicale. Sur le même sujet, Attali (2001, p. 159) explique que l'industrie de la musique semble naître quand la représentation musicale ne fournit plus assez de musique à tous ceux qui en ont envie, ni les moyens d'en acheter. D'où est née la nécessité de transmettre à distance sa représentation ou vendre des objets sur lesquels elle est enregistrée. C'est ainsi, avec la demande de musique que le marché expose le rêve de gramophone qui est suivi par d'autres innovations technologiques destinées aux autres objets produits en série. Donc, l'industrialisation des moyens de diffusion de la musique signifie aussi la production en série.

L'industrie du disque se caractérise par un éclatement dans les années 1920, par un déclin dans les années 1930 et encore une fois par un éclatement dans les années 1940 avant qu'elle se divise en grandes entreprises indépendantes dans les années 1950 (Frith 2000, p. 75). Les entreprises étaient en concurrence, ce qui se renforce par la quête de suivre les nouveautés technologiques. De plus, les années 1920 et 1930 témoignent de l'émergence de nouveaux professionnels qui s'occupent de la musique, parmi lesquels se trouvent des chanteurs de la musique pop, les producteurs, les musiciens dans des studios d'enregistrement, les ingénieurs de studios d'enregistrement, les disc-jockeys et les critiques d'albums. Ainsi, le contexte historique du développement de l'industrie musicale signifie un processus où les discours musicaux, financiers et technologiques sont en intersection. Autrement dit, c'est une industrie qui se renforce avec un marché qui désigne l'offre de la musique.

### **Médiatisation des émissions musicales : massification de l'offre de la musique**

En ce qui concerne l'émergence des moyens d'émission musicale, avant que les sites internet et les chaînes de télévision de musique soient fondés, les diffusions systématiques de musique ont pour origine l'établissement de la radio. A partir des années 1920, c'était la radio qui a fait déclencher la circulation des pièces musicales. C'était le premier outil accessible pour tous à travers les émissions publiques. Elle a été plus tard transformée d'un moyen d'information en un moyen de divertissement destiné au public. Frith (2007, p. 172) explique qu'en tant que moyen de divertissement, la radio a mis en lumière les choix professionnels au lieu des choix individuels parce que les auditeurs n'avaient pas la chance d'écouter ce qu'ils

voulaient. Cependant, ses prédécesseurs tels que le pick-up, étaient au service de l'auditeur. Ainsi, la radio devient un instrument de diffusion et du lancement des pièces musicales massives. Vers la fin des années 1930, quand le vocal devient plus important que les instruments et la composition musicale, commence la domination des chanteurs de la musique populaire, situation renforcée par la radio et ensuite par la télévision.

Ici, il faut préciser que le terme de 'la chanson hit' qui devient plus tard l'un des éléments essentiels de la musique médiatisée est né grâce à la diffusion massive de la radio. C'est avec ce terme qu'une chanson pourrait être instantanément très populaire et pourrait disparaître à la même vitesse. C'est d'abord la répétition qui crée cette rapide popularisation et dépopularisation. Ce fait a aussi donné naissance au concept de devenir 'star' pour des chanteurs. C'est grâce à ces concepts que le marché de musique devient capable de désigner le choix musical. Les chartes des musiques hits commencent à déterminer la popularité et le degré de succès des chansons. Cela aboutit à la monopolisation et à la concurrence à l'intérieur du marché musical.

L'émergence des chaînes de musique, fortement liées à ce dernier phénomène, même avec des politiques différentes chacune, sert à la satisfaction des besoins des auditeurs non pas seulement par les émissions des vidéo-clips des divers types musicaux mais aussi à travers des émissions télévisuelles qui relèvent parfois peu de la musique. Bourdon (2001, p. 209-219) explique que l'histoire de la télévision présente souvent les années 1950 et 1960 comme l'âge d'or de services publics forts, mettant en valeur d'abord l'information et l'éducation, reléguant au second plan le divertissement. Par contraste, les années 1980 et 1990 ont été celles de la déréglementation, favorisant une américanisation globale des télévisions, à travers l'importation non seulement d'émissions, mais aussi de formats et de pratiques de programmation. Par conséquent, *MTV*, la première chaîne de la musique a été fondée en 1981 aux Etats-Unis. Straw (1993, p. 8) constate que l'un des buts essentiel de *MTV* était de faire sortir de nouveaux albums et de mesurer leur impact sur l'auditoire avant qu'ils soient distribués aux différentes stations. Ce n'était pas seulement un moyen alternatif de promotion plus efficace et moins cher, parce qu'avec la vente des albums ou à travers la musique jouée aux clubs, la musique était destinée plutôt à un public urbain tandis que *MTV* avait la capacité d'atteindre un grand public provincial et suburbain.

En plus, Frith (2002, p. 277-281) souligne qu'il n'est pas possible de concevoir l'histoire de la télévision séparément de la musique parce que cette dernière est le moyen crucial pour saisir et maintenir l'intérêt visuel des spectateurs. Il ajoute que la télévision offre

une série d'événements qui sont constitués pour susciter la curiosité des spectateurs, que ce soit un feuilleton ou un match de football ou une publicité. La question essentielle est ce qui se passe après. C'est tout-à-fait le même pour les émissions de musique ; Qui est le numéro 1 ? Est-ce que cet album est un hit ou un échec ? Donc, il est possible de voir que la même logique se cristallise dans divers domaines.

Bref, en ce qui concerne l'industrie de musique, avant que les chaînes de musique émergent, c'était largement la radio qui désignait la popularité d'une musique. C'est un processus interactionnel où les différents canaux d'émission musicale concurrent en se suivant l'un et l'autre. D'autre part, selon Hirsch (1969), dans ce système, les membres de l'industrie de musique s'occupent d'un processus de *présélection* où les décideurs font une sélection parmi un bon nombre d'albums et de chansons en considérant les attentes et le feed-back. La standardisation et la prévisibilité deviennent institutionnalisées avec ces étapes. Dans ce cas, les musiciens deviennent d'une manière ou d'une autre, obligés de créer des musiques adéquates aux exigences de ce marché. Par ailleurs, il est possible de désigner que la plupart des auditeurs qui achètent les albums subissent aussi des stratégies de ce système.

Aujourd'hui, dans les rayons de musique des magasins, environ les trois quarts de l'espace est occupé des sections divisées en pop, rock, techno, sous-types de genres récemment nés sous le nom de new-age, chill-out et autres exemplaires de 'fusion' souvent à base électronique, est le reste est réservé aux genres dits 'sérieux'. D'autre part, si le fait d'être un bestseller signifie le sommet de la popularité en tant que moyen de la culture populaire, les CD box de Mozart et de Beethoven peuvent être qualifiés comme 'bestsellers'. Cette situation ambiguë constitue les racines de popularisation de la sphère de la musique sérieuse et met en question évidemment la distinction entre les différents types musicaux, distinction qui commence à être peu claire.

A l'époque de sa reproduction mécanisée, l'existence unique de l'œuvre d'art au lieu où elle se trouve, autrement dit son *hic et nunc* sont sûrement perdus (Benjamin 2004, p. 53). Nous sommes, aujourd'hui au-delà de cette critique, car personne ne sait si le disque est la copie 'originale' ou non au sein de ce marché. D'ailleurs, cela a perdu son importance. Donc, l'authenticité dans le marché du disque qui implique l'originalité des CD est en train de disparaître, car le téléchargement des pièces musicales, y compris la musique savante, est très répandu grâce aux sites internet libres.

Aujourd'hui, après la radio et la télévision, lorsqu'on expérimente l'ère de l'internet, le *streaming* est devenu une composante importante de l'offre de la musique et de l'écoute

musicale. Des milliers de chansons et de pièces musicales au format MP3 sont désormais au service des milliers d'écouteurs. Le seul critère est d'avoir l'accès à l'internet. Avec l'arrivée du nouveau millénaire, le succès des plate-formes technologique au sein de l'industrie musicale s'est rapidement propagé. Seulement deux décennies après la fondation des sites internet pour le téléchargement gratuit des MP3s parmi lesquels se trouve *Napster*, *Kazaa*, *Limewire* ou bien *Torrent*, aujourd'hui *Spotify* constitue l'apogée d'une écoute musicale régulière en streaming au sein d'un mode d'exploration élaboré, individualisé et presque supposément illimité.

La musique en streaming gratuit et illimité permet de créer, partager et découvrir des millions de chansons. Les sites de streaming musicaux offrent une écoute gratuite. Ils ont en commun un pool de musique de différents genres. Une partie d'entre eux propose une écoute entrecoupée par des publicités, tandis qu'une autre partie de ces sites offre un téléchargement des MP3s moyennant une adhésion payée. Autrement dit, pour télécharger les morceaux, il faut payer et devenir un membre inscrit. L'utilisateur peut accéder à la plate-forme *Spotify* sur le navigateur de son ordinateur ou sur une application installée sur son téléphone mobile.

Il existe 159 millions d'utilisateurs et 71 millions d'abonnés de *Spotify* dans 61 pays dans le monde à la fin de l'année 2017<sup>2</sup>. Cette plate-forme offre plus de 35 millions de chansons à travers plus de 2 billions de *playlist*. Parmi ces 61 pays se trouve la Turquie où, selon les données de l'Institut national de la statistique turque, 80,7% des ménages ont l'accès à l'internet en 2017<sup>3</sup>. Dans un autre bulletin<sup>4</sup> publié par le même Institut, 53,5% des biens culturels importés sont des biens audiovisuels. Donc, on peut constater que l'écoute musicale en streaming d'ores et déjà très répandu semble remplacer les moyens précédents de la médiatisation de la musique.

### **Les enjeux de l'écoute de la musique face à la sphère de la musique médiatisée**

Dans la distinction des genres musicaux, en ce qui concerne la question de la vérité de la musique, il s'agit de la division du rapport entre les deux sphères, celle de la musique sérieuse et celle de la musique légère. Cette distinction faite par Adorno (1994, p. 228) réservait le premier choix aux maîtres et l'ordinaire à la 'populace' où les différences culturelles ont sans doute imprégné les différences esthétiques. Aujourd'hui une telle

---

2 <https://press.spotify.com/us/about/>

3 <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862>

4 <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24693>

distinction rigide est justement et largement critiquée par la plupart des chercheurs en sociologie de la musique. Mais ici, la même distinction peut servir de modèle, d'idéaltype ou bien de catégorie générique pour mieux saisir les influences de la massification de la musique sur les préférences des auditeurs.

Dans ce contexte, la sphère de la musique légère signifie brusquement la musique populaire et est destinée à la consommation. Elle n'a jamais été appréciée en fonction des catégories de la musique sérieuse, mais elle peut bien divertir. Selon Adorno (2002, p. 289) la musique de divertissement apparaît surtout comme le complément de la perte de parole chez les hommes, de l'extinction du langage en tant qu'expression, de l'incapacité à communiquer ; elle loge dans les failles du silence qui s'installe entre les hommes déformés par l'angoisse, la routine et la docile soumission. Donc, elle n'est perçue que comme un bruit de fond.

Cette distinction avait été évaluée aussi par Wangermée (1970, p. 219) qui a résumé qu'au 19<sup>e</sup> siècle, une rupture s'est manifestée entre un art qui se référait au passé et qui, à travers des genres reconnus comme nobles, telles que la symphonie ou la musique de chambre, s'assignait aux ambitions culturelles, un art qui n'avait d'autre fin que lui-même, et d'autre part, une marchandise musicale, très 'fonctionnelle', qui n'avait d'ambition que dans le divertissement. Donc, selon lui, c'est dans les années 1830 que s'est marquée une opposition entre ce qu'on a appelé la 'musique légère' et la 'musique sérieuse'.

Tout au long des dernières décennies du 20<sup>e</sup> siècle, la sphère de la musique légère ou populaire entraîne des lamentations conventionnelles au sujet du déclin du goût musical. Il existe de nombreux thèmes parmi lesquels se trouve l'attrait sensuel qui rendrait le sujet inapte au comportement héroïque. Une telle idée se présentait déjà dans la République platonicienne où les modes 'plaintifs' et 'féminins' sont bannis. A l'origine de la situation sociale actuelle de la musique légère, en ce qui concerne les considérations poussiéreuses et passionnelles qui qualifient la musique légère comme 'dégénérant', Beadle (1993, p. 174) précise que le déclin du goût musical atteint aujourd'hui le sommet dans la musique populaire par le collage des morceaux plus ou moins similaires.

Contrairement, la musique sérieuse n'est pas réductible à ces caractéristiques de la musique légère, parce que, notamment dans la perspective d'Adorno, sa grandeur se mesure par rapport à son pouvoir de synthétiser la diversité des stimulations sensuelles et de l'expression. Pourtant, comme nous avons déjà souligné, de nos jours la définition de 'l'art pour l'art' devient une expression extrême. Cependant, il semble que, seulement la production

avant-gardiste s'est détachée de la consommation. Le reste de la musique sérieuse lui est soumis au prix de son contenu et sous le danger de sombrer dans l'écoute-marchandise.

Aujourd'hui, les nouveaux genres musicaux signifient le mélange des différents types musicaux, parfois sous le titre de la fusion dont le prétexte est d'en faire un moyen pour cultiver le globe et démocratiser l'art. D'autre part, ces tentatives sont parfois susceptibles d'être banalisées. Ceux-ci nous renvoient à Baudrillard (1970, p. 165), qui constate que le kitch s'avère comme une catégorie culturelle, équivalente du cliché dans le discours et qui se définit comme pseudo-objet, simulation, copie, stéréotype, comme pauvreté de signification réelle et, résulte de la multiplication industrielle, de la vulgarisation et de la culture de masse. Quant au kitch musical, selon Adorno (2002, p. 504) le kitsch a transformé l'existence de la bourgeoisie et du prolétariat qui se trouvaient au sein de la lutte des classes et il est aujourd'hui adopté par le *juste milieu* devenant un moyen idéologique pour défendre une culture modérée. On peut dire qu'aujourd'hui ce juste milieu inclut désormais toutes les couches sociales.

Donc, en ce sens, la distinction entre la musique sérieuse et la musique légère se dissout et la musique de divertissement n'accomplit pas nécessairement la confirmation de répétition de la part de la performance musicale. Cependant, de la part des auditeurs satisfaits de la familiarité et du rythme répétitif, qui constituent des masses submergées, la musique accompagne seulement la vie quotidienne. Ainsi, ce n'est pas forcément la musique qui divertit, mais c'est plutôt des auditeurs prêts à s'amuser même avec des pièces musicales artistiques qui se divertissent.

Par conséquent, par le biais de l'entrelacement des critères qui, autrefois servaient à distinguer les genres musicaux, s'observe une popularisation sous la force manipulatrice de la culture populaire dans la sphère musicale. Cette popularisation opère une homogénéisation de la sphère musicale qui se reflète sur les modes de vies. La disproportion entre l'offre culturelle du marché de disque et la réception du public que l'on avait déjà soulignée est un autre facteur pour cette situation. En outre, la transformation de l'usage social du temps engendre un consumérisme culturel. Le marché du disque qui signifie essentiellement l'offre de la musique sert évidemment à ce phénomène, car il crée la possibilité d'acheter ou de télécharger la musique. Une telle tentative implique partiellement la réalisation du soi.

### **Vers la standardisation simultanée des goûts et des modes de vie**

Les processus de la mondialisation culturelle opèrent à la manière standardisant sur toutes les sphères de la vie. En effet, dans un monde où les marchandises, notamment

culturelles, circulent librement et sont susceptibles d'une diffusion rapide, les chances pour se protéger des importations et des impositions culturelles sont faibles. La standardisation est désormais due aux moyens de la culture populaire qui surveille la société sans cesse, afin de 'mieux standardiser'. La surveillance au sens moderne est assurée désormais par les moyens de la communication de masse.

En plus, comme Baudrillard (1970, p. 112) avait souligné, l'individu semble interioriser "le principe de maximisation de l'existence par multiplication des contacts, des relations, par usage intensif de signes, d'objets, par exploitation systématique de toutes les virtualités de jouissance". L'individu quasi-isolé des temps modernes subit les sanctions voilées de la culture populaire, dont les répercussions se cristallisent désormais dans toutes les sphères de sa vie. Une telle situation est favorisée par le développement diversifié des communications, interactions, échanges et relations, qui s'établissent à travers une infinité de réseaux planétaires qui s'avèrent aussi dans la sphère musicale sous l'influence des industries culturelles.

Afin de globaliser certains styles de vie et de diffuser une culture de marché et de consommation, le cadre de la standardisation se dilate également vers toutes les sphères musicales. Il est nettement visible dans les chansons populaires qui semblent être chantées par le même interprète. C'est grâce au 'jungle' de la musique populaire avec des rythmes répétitifs qui frappent et captive entièrement les auditeurs, et c'est par ce caractère que la culture populaire acquiert facilement la capacité de pénétrer dans la conscience des auditeurs. Les composants de la médiatisation de la musique symphonique ne constituent pas une exception. A cause de sa sublimation à la fois par la haute culture, notamment par des élites, et par la culture populaire, par exemple, à travers les émissions télévisées qui déclarent ouvertement qu'elles sont destinées à une 'minorité', les traces de la standardisation ne sont pas apparentes. Ce sont surtout les auditeurs qui désignent le caractère standardisé de la musique symphonique. La musique symphonique leur offre prétendument une possibilité d'ascension sociale, pas au sens économique, mais au sens culturel. Les auditeurs s'accordent sur le fait que la musique symphonique exige 'un certain niveau culturel' et porte l'étiquette 'élite'. Donc, le simple fait d'être l'auditeur de la musique symphonique suffit de les faire approcher au seuil d'élitisme. De même, la fréquentation des concerts est due à la tendance de se distinguer des autres. D'ailleurs, dans le monde, ce sont parfois les salles élégantes qui attirent la plupart des auditeurs plutôt que la musique elle-même. Bref, il n'est plus facile de garder son autonomie et d'agir selon le choix libre lorsqu'il s'agit des préférences musicales.

## Conclusion

L'industrie culturelle, y compris le marché de la musique, est sans cesse à la recherche d'innovations artistiques, esthétiques et culturelles pour la création continue et indispensable de la demande des auditeurs. Parallèlement, elle se trouve en quête de nouveaux moyens pour captiver les désirs, créer de nouveaux états de conscience, sensibiliser les consommateurs à la valeur symbolique des nouveautés. Par conséquent, l'industrie de la musique doit les persuader du plaisir d'une (pseudo-)différenciation et de l'individualisation prétendue des goûts et des styles de vie. De plus, la transformation de l'usage social du temps et l'élévation des niveaux de vie engendrent inévitablement un consumérisme culturel.

La grande sphère de la musique médiatisée qui signifie essentiellement l'offre de la musique sert donc à ces phénomènes, car elle crée de nombreuses possibilités pour l'expression identitaire. Ce qui est désigné et imposé par les moyens du marché musical, qui à son tour contribue à la perte de l'autonomie du goût des auditeurs. Ces répercussions ont des effets sur la construction des identités sociales de leur auditoire vulnérable et ouvert à plusieurs influences à la fois économiques et culturelles des médias.

Comme la production culturelle englobe actuellement des formes musicales dont les statuts sont très variés, il existe aujourd'hui une oscillation entre la massification et l'individualisation à l'écoute musicale. Cette réflexion peut s'inscrire dans le cadre d'une réflexion plus globale au sein des industries culturelles, parce que toute la musique est médiatisée en tant qu'une production culturelle qui a une relation réciproque avec la société au sein de laquelle elle est composée, jouée et perçue.

Autrement dit, il n'est plus possible de parler à l'heure actuelle de la musique sans médias. Il semble que c'est la forme du moyen de la médiatisation qui change et non pas le contenu et l'idéologie qui y est sous-jacente. Parce qu'après l'apparition des techniques de mass-média, la radio a été remplacée par les chaînes de musique télévisées et plus tard par l'internet. Donc, l'utilisation de streaming qui s'ajoute à la médiatisation de la radio et de la télévision a entièrement changé l'offre et l'écoute de la musique.

En dernier lieu, le caractère médiatisé d'une pièce musicale, dans les formes les plus sérieuses, aussi bien que celles massivement consommées, se construit par le traitement stylistique du matériau sonore, qui engendre plus ou moins une perception de familiarité. La standardisation et la circulation massive des pièces musicales à travers les moyens de communication, y compris la radio, la télévision et l'internet, facilitent effectivement une telle perception. Si l'individu est capable d'accéder librement à l'écoute musicale de n'importe

quel genre, et s'il peut deviner le reste d'une pièce musicale ou d'une chanson dès qu'il entend les premières notes, la musique n'est plus pour écouter mais pour 'accompagner' la vie de celui-ci.

Donc, la médiatisation de la musique crée un paquet pré-conditionné d'écoute qui promet de procurer un plaisir pré-désigné à l'auditeur. Certes, l'entrelacement des critères artistiques et esthétiques qui sont amplifiés par diverses stratégies de l'industrie de musique médiatisée d'aujourd'hui semble continuer à se diriger vers une massification de la musique plus fragmentée, multidimensionnelle et irréversible.

### Bibliographie

- Adorno, T.W. (2002). *Essays on Music*. London: University Of California Press Ltd.
- Adorno, T. ve Horkheimer, M. (1994). *La dialectique de la raison: fragments philosophiques*. Paris: Gallimard.
- Attali, J. (2001). *Bruits*. France : Fayard.
- Beadle, J.J. (1993). *Will pop eat itself ?* London: Faber and Facer Ltd.
- Benjamin, W. (2004). *Pasajlar*. (A. Cemal, Çev.). İstanbul: YKY.
- Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation*. Paris: Denoël.
- Boisvert, D. (2013). Médiation de la Musique Classique : De la Scène à la Salle. *Composite*, 16(2), 4-26.
- Bourdon, J. (2001). Genres televisuels et emprunts culturels. L'américanisation invisible des télévisions européennes. *Réseaux*, 3(107), 209-236.
- Chevassus, B.R. (2004). *Müzikte Postmodernlik*. (İ. Usmanbaş, Çev.). İstanbul : Pan Yayıncılık.
- Fisher, E. (1985). *Sanatın Gerekliliği*. (C. Çapan, Çev.). Ankara: Kuzey Yayınları.
- Frith, S. (2007). *Taking Popular Music Seriously: Selected Essays*. London: Ashgate Publishing.
- Frith, S. (2000). Popüler müziğin endüstrileşmesi. (T. İblağ, Çev.) J. Lull, (Ed.), *Popüler Müzik ve İletişim içinde* (s. 71-106), İstanbul: Çiviyazıları.
- Frith, S. (2002). Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television. *Popular Music*, 21(3), 277-290.
- Fukuyama, F. (1992). *La fin de l'histoire et le dernier homme*. Paris : Flammarion.
- Jameson, F. (1998). *Kültürel Dönemeç*. (K. İnal, Çev.). Ankara: Dost Kitapevi.
- Jameson, F. (1984). *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. NY: Routledge.
- Hirsch, P.M. (1969). *The structure of the popular music industry*. Ann Arbor, MI: Institute for Social Research.
- Letterier, S.A. (1999). Musique populaire et musique savante au XIXe siècle. Du 'peuple' au 'public'. *Revue d'histoire du XIXe siècle, Aspects de la production culturelle au 19e siècle*. Erişim 26 Ağustos 2008.
- Lyotard, J.F. (1979). *La condition postmodern*. Paris : Minuit.
- Mimaroglu, İ. (2006). *Müzik Tarihi*. İstanbul: Varlık Yayınları.

Morin, E. (1975). *L'esprit du temps*. Paris : Grasset.

Plekhanov, G. (1949). *L'art et la vie sociale*. Paris : Editions Sociales.

Say, A. (2006). *Müzik Tarihi*. İstanbul: Müzik Ansiklopedisi Yayınları.

Straw, W. (1993). Popular Music and Postmodernism in the 1980s. S. Frith ve A. Goodwin (Eds.), *Sound & Vision: The Music Video Reader* içinde (s. 3-25), London: Routledge.

Wallerstein, I. ve Hopkins, T. (1999). *Geçiş Çağı*. (İ. Soy, Çev.). İstanbul : Avesta Yayınları.

Wangermée, R. (1970). La profession de musicien, Une Enquête de Jacqueline de Clercq, *International Review of Music Aesthetics and Sociology*, 1(2), 210-225.

Sites d'Internet Consultés :

Spotify Verileri (2017). Erişim 3 Şubat 2017, <https://press.spotify.com/us/about/>

TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Verisi (2017). Erişim 6 Mart 2017, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862>

TÜİK Kültür Harcamaları Verisi (2017). Erişim 6 Mart 2017, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24693>

## MEDIATED MUSIC: AN EVALUATION ON THE MASSIFICATION OF MUSIC

### Abstract

This article proposes a historical and critical evaluation of the mediated music, which is highly influenced and reconstructed by the modus operandi of the new communication technologies. The representation of music, initially massified by the radio, then by the television and finally by the Internet, creates nowadays a prepared listening and generates a degraded musical reception in the world. This study aims to analyze the components of the strategies of the industrialization process of the musical offer, which is supposedly unlimited but implicitly repetitive and manipulative. The evaluations herein state that there happens to be a standardization of the musical sphere yielded by the rationalization process of popular culture's hegemony strengthened by the new communication technologies, where the artistic criteria that used to distinguish the music genres have now been interweaved. The mediatization of music is therefore capable of creating a reduced musical preference and giving rise to the standardization of taste and ways of life.

**Keywords:** Massification of Music, Mediated Music, Culture Industry, Communication and Music