

Sur la musique populaire

Theodor W. Adorno, 1937

Étude publiée, avec la contribution de George Simpson, dans *Studies in Philosophy and Social Science*, New York : Institute of Social Research, 1941, IX, p. 17-48. Reprise dans *Essays on Music*, University of California Press, 2002, p. 437-469.

Traduction française S.G., 13 février 2014.

1. Le matériau musical

Les deux sphères de la musique

La musique populaire, qui produit les stimuli que nous étudions ici, est habituellement caractérisée par sa différence avec la musique sérieuse. Cette différence est généralement considérée comme reconnue et est vue comme une différence de niveau ; elles sont si bien définies que la plupart des gens regardent leurs valeurs internes comme totalement indépendantes l'une de l'autre. Nous estimons ce travail nécessaire, cependant, avant tout pour traduire les soi-disant niveaux en des termes plus précis, musicaux comme sociaux, qui non seulement les distinguent de façon non équivoque mais jettent une lumière sur l'ensemble des deux sphères musicales en même temps.

Une méthode possible pour arriver à cette clarification serait une analyse historique de la division advenue dans la production musicale et les origines des deux sphères principales. Puisque, cependant, la présente étude concerne la fonction réelle de la musique populaire selon son statut présent, il est plus convenable de suivre la ligne de caractérisation du phénomène lui-même, comme il est donné aujourd'hui, plutôt que de remonter à ses origines. Cela est bien justifié puisque la division en deux sphères de la musique est intervenue en Europe longtemps avant que la musique populaire américaine n'apparaisse. La musique américaine, dès sa naissance, a accepté la division comme quelque chose de pré-donné, et donc l'arrière-plan historique de la division s'applique à elle seulement indirectement. C'est pourquoi nous cherchons, tout d'abord, à jeter un regard sur les caractéristiques fondamentales de la musique populaire au sens le plus large.

Un jugement clair concernant la relation de la musique sérieuse avec la musique populaire peut être formé seulement par une attention stricte à la caractéristique fondamentale de la musique populaire : la standardisation¹. La structure d'ensemble de la musique populaire est standardisée, même lorsque la tentative est

1 L'importance fondamentale de la standardisation n'a pas entièrement échappé à l'attention de la littérature ordinaire sur la musique populaire. « La principale différence entre une chanson populaire et un standard ou une chanson sérieuse, comme *Mandalay*, *Sylvia* ou *Trees*, est que la mélodie et le texte d'une chanson populaire sont construits à l'intérieur d'un modèle défini – ou forme structurale, alors que le poème, ou texte, d'un standard n'a pas de limites structurales, et que la musique est libre d'interpréter le sens et le sentiment des mots sans suivre un modèle ou une forme établis. Pour dire cela autrement, la chanson populaire est « construite par habitude », alors que le standard permet au compositeur un jeu plus libre d'imagination et d'interprétation. » (Abner Silver et Robert Bruce, *How to*

faite de transgresser la standardisation. La standardisation va des traits les plus généraux aux plus spécifiques. Le plus connu est la règle que le chorus consiste en 32 mesures et que la portée est limitée à une octave et une note. Les types généraux des tubes sont aussi standardisés : non seulement les types de danses, dont la rigidité des modèles est connue, mais aussi les « caractères » tels les chansons de mères, les chansons de la maison, les chansons insensées ou « nouveauté », les pseudo-chansons pour bébés, les lamentations pour une fille perdue. Le plus important de tous, la pierre angulaire harmonique de chaque tube – le début et la fin de chaque partie – doit ouvrir la voie au schème standard. Ce schème accentue les faits harmoniques les plus primitifs sans tenir compte de ce qui survient harmoniquement. Les complications sont sans conséquence. Ce dispositif inévitable garantit que, quelles que soient les aberrations qui se produisent, le tube reviendra toujours vers la même expérience familière, et que rien de fondamentalement neuf ne sera introduit. Les détails eux-mêmes ne sont pas moins standardisés que la forme, et toute une terminologie existe comme *break*, *accords bleus*, *notes sales*. Leur standardisation, cependant, est quelque peu différente de celle du cadre. Elle n'est pas aussi évidente que pour le précédent mais est cachée sous un vernis d'« effets » individuels dont les prescriptions sont maniées comme des secrets d'experts, alors que ce secret est en général connu des musiciens. Ce caractère de la standardisation contrastant l'ensemble et la partie construit un cadre grossier et préparatoire à l'effet sur l'auditeur.

L'effet premier de cette relation entre le cadre et le détail est que l'auditeur devient enclin à privilégier les réactions les plus fortes aux parties plutôt qu'à l'ensemble. Il ne saisit pas l'ensemble pendant l'expérience vivante de cette pièce concrète de musique qu'il écoute. L'ensemble est pré-donné et pré-accepté, même avant que commence l'expérience réelle de la musique : donc, il n'est pas possible d'influencer, à une grande échelle, la réaction aux détails, sauf à leur donner des degrés variables d'accentuation. Des détails qui occupent musicalement des positions stratégiques dans le cadre – le début du chorus ou son retour après la *bridge* – ont une chance plus grande d'être reconnus et favorablement reçus que les détails situés, par exemple, dans les mesures entre les *bridges*. Mais ce lien local n'interfère jamais avec le schème lui-même. Dans ce cadre local, limité, le détail dépend du tout. Mais aucun accent n'est jamais posé sur le tout en tant qu'événement musical, pas plus que la structure du tout ne dépend des détails.

La musique sérieuse, en comparaison, peut être caractérisée ainsi : chaque détail tire son sens musical de la totalité concrète de la pièce qui, à son tour, consiste en la relation vivante entre les détails et jamais de la simple exécution du schème musical. Par exemple, dans l'introduction du 1^{er} mouvement de la 7^e symphonie de Beethoven, le second thème (en *do* majeur) prend son vrai sens seulement du contexte. Seulement, par rapport au tout, il acquiert ses qualités lyriques et expressives particulières – c'est-à-dire un tout construit, en propre contraste avec le *cantus firmus* – comme caractère du 1^{er} thème. Pris isolément, le second thème serait dépouillé jusqu'à l'insignifiance. Un autre exemple peut être trouvé dans le début de la récapitulation après le coup de pédale du premier mouvement de l'« Appassionata » de Beethoven. Parce qu'il suit l'explosion précédente, il culmine au plus haut moment dramatique. En omettant l'exposition et le développement et le lancement avec cette répétition, tout serait perdu.

Rien de cela ne peut arriver dans la musique populaire. Le sens de la musique ne serait pas affecté si un détail était ôté du contexte ; l'auditeur peut suppléer le « cadre » automatiquement, puisqu'il s'agit d'un simple automatisme. Le début du chorus est remplaçable par le début d'innombrables autres chorus. L'interrelation

Write and Sell a Song Hit. New York, 1939, p. 2). Les auteurs ne parviennent pas, cependant, à faire apparaître le caractère surimposé, commercial de ces modèles qui vise à canaliser les réactions ou, dans le langage de l'annonce habituelle d'un programme de radio, à « une écoute facile ». Ils confondent les modèles mécaniques avec des organisations fortes et strictes des formes artistiques : « Certainement il y a beaucoup moins de formes strictes de formes de vers dans la poésie que dans le sonnet, et alors les plus grands poètes de tous les temps ont tissé une beauté immortelle à l'intérieure d'architectures petites et limitées. Un compositeur a juste autant d'occasions pour montrer son talent et son génie dans les chansons populaires que dans une musique plus sérieuse » (p. 2-3). Ainsi le modèle standard de la musique populaire leur apparaît-il virtuellement au même niveau que la loi de la fugue. C'est cette contamination qui donne l'intuition de la standardisation comme base de la musique populaire stérile. Il faudrait ajouter que ce que Silver et Bruce appellent une « chanson standard » est justement l'opposé de ce que nous voulons dire par une chanson populaire standardisée.

entre les éléments ou la relation des éléments avec le tout ne serait pas affectée. Chez Beethoven, la position importe seulement comme relation vivante entre une totalité concrète et ses parties concrètes. Dans la musique populaire la position est absolue. Chaque détail est substituable; il sert sa fonction seulement comme un rouage dans une machine.

Établir seulement cette différence n'est pas encore suffisant. On peut objecter que les schèmes des standards de grande envergure et les types de musique populaire sont liés à la danse, et donc sont aussi applicables aux dérivés de la danse dans la musique sérieuse, par exemple, le minuetto et le scherzo de l'École de Vienne classique. On peut soutenir aussi que cette partie de la musique sérieuse doit également être interprétée en termes de détails plutôt que de tout, ou que si le tout est encore perceptible dans les types de danse dans la musique sérieuse, malgré la récurrence des types, il n'y a aucune raison pour qu'il ne soit pas perceptible dans la musique populaire moderne.

Les considérations qui suivent apportent une réponse aux deux objections en montrant les différences radicales, même lorsque la musique sérieuse emploie des types de danse. Selon les vues formalistes courantes, le scherzo de la 5^e symphonie de Beethoven peut être tenu pour un minuetto hautement stylisé. Ce que Beethoven prend au schème du minuetto traditionnel pour ce scherzo est l'Idée d'un contraste franc entre un minuetto en mineur, un trio en majeur, et la répétition du minuetto en mineur; et aussi certaines autres caractéristiques comme le rythme accentué en $\frac{3}{4}$ souvent accentué sur le premier quart et, en gros, une symétrie comme en danse dans la séquence des mesures et des périodes. Mais la forme-idée spécifique de ce mouvement en tant que totalité concrète revalorise les parties empruntées au schème du minuetto. Le mouvement du tout est conçu comme une introduction au final afin de créer une tension forte, non seulement par son expression menaçante, annonçante mais encore plus par la voie même suivie par son développement formel.

Le schème du minuetto classique requiert d'abord l'apparition du thème principal, ensuite l'introduction d'une seconde partie qui peut conduire vers des régions tonales éloignées – formellement semblables, sûrement, au « bridge » de la musique populaire d'aujourd'hui – et finalement à la récurrence de la partie initiale. Tout cela arrive chez Beethoven. Il adopte une idée de dualisme thématique dans la partie scherzo. Mais il renforce ce qui était, dans le minuetto conventionnel, une règle du jeu muette et dépourvue de sens, pour parler sensément. Il termine par une cohérence complète entre la structure formelle et son contenu particulier, c'est-à-dire l'élaboration de son thème. La partie du scherzo entier de ce scherzo (c.-à-d., ce qui arrive avant l'entrée des cordes graves en *do* majeur qui marque le début du trio), consiste dans le dualisme de ces deux thèmes, la figure ascendante dans les cordes et la réponse « objective », comme une pierre, des instruments à vent. Le dualisme n'est pas développé selon une voie schématique, de sorte que, d'abord la phrase des cordes est élaborée, puis la réponse des cordes et ensuite le thème des cordes est mécaniquement répété. Après la première occurrence du 2^e thème des cors, les deux éléments essentiels sont alternativement interconnectés à la manière d'un dialogue, et la fin de la partie scherzo est vraiment marquée, non par le 1^{er} mais par le 2^e thème, qui a submergé la 1^{re} phrase musicale.

Plus encore, la répétition du scherzo après le trio est notée si différemment qu'elle sonne comme une simple ombre du scherzo et affirme une hantise qui s'évanouit seulement avec l'entrée affirmative du thème du Final. Le dispositif complet est devenu dynamique. Non seulement les thèmes, mais la forme musicale elle-même ont été soumis à la tension : la même tension qui est déjà manifeste dans la structure double du premier thème qui consiste, comme on l'a vu, en question-réponse, et ensuite, encore plus manifeste dans le contexte, entre les deux principaux thèmes. Le schème entier est soumis aux demandes inhérentes de ce mouvement particulier.

Pour résumer la différence : chez Beethoven et en général dans toute bonne musique sérieuse – nous ne sommes pas concernés ici par la mauvaise musique sérieuse qui peut être aussi rigide et mécanique que la musique populaire – le détail contient virtuellement le tout et conduit à l'exposition du tout, alors que, en même temps, il est le produit de la conception du tout. Dans la musique populaire la relation est fortuite. Le détail n'est pas lié au tout, qui semble être un cadre étranger. Ainsi, le tout n'est jamais altéré par un événement particulier et donc reste, comme on l'a vu, à l'écart, imperturbable et non remarqué pendant

toute la pièce. En même temps, le détail est mutilé par un moyen qu'il ne peut jamais influencer ou altérer, de sorte que le détail reste sans conséquence. Un détail musical qui ne peut être développé devient une caricature de ses propres potentialités.

Standardisation

La discussion qui précède montre que la différence entre musique populaire et sérieuse peut être établie en termes plus précis que celle qui se réfère aux niveaux musicaux comme « terre-à-terre et intellectuel », « simple et complexe », « naïf et sophistiqué ». Par exemple, la différence entre les sphères ne peut être exprimée adéquatement en termes de complexité et de simplicité. Tous les travaux des débuts de l'École de Vienne classique sont, sans exception, rythmiquement plus simples que le fonds des arrangements du jazz. Mélodiquement, les larges intervalles d'un bon nombre de tubes comme *Deep Purple* ou *Sunrise Serenade* sont plus difficiles à suivre *per se* que beaucoup de mélodies de, par exemple, Haydn, qui consistent principalement en restrictions de triades toniques et de seconds temps. Harmoniquement, le nombre des accords des dits classiques est sûrement plus limité que celui d'un compositeur ordinaire de Tin Pan Alley qui emprunte à Debussy, Ravel et même à des sources plus tardives. La standardisation et la non-standardisation sont les termes-clés pour contraster la différence. *La standardisation structurale vise des réactions standards*. L'écoute de la musique populaire est manipulée non seulement par ses promoteurs mais, comme si c'était dans la nature inhérente à cette musique elle-même, par un système de mécanismes de réponse absolument antagonique à l'idéal d'individualité d'une société libre et libérale. Cela n'a rien à faire avec la simplicité et la complexité. Dans la musique sérieuse, chaque élément musical, même le plus simple, est « lui-même », et plus une œuvre est fortement organisée, moins il y a de possibilité d'une substitution des détails. Dans la musique des tubes, cependant, la structure sous-jacente à la pièce est abstraite, elle existe indépendamment du cours spécifique de la musique. Ceci fonde l'illusion que certaines harmonies complexes sont plus faciles à comprendre dans la musique populaire que les mêmes harmonies dans la musique sérieuse. Car ce qui est compliqué dans la musique populaire ne fonctionne jamais pour « soi-même » mais seulement comme un masque ou un embellissement derrière lesquels le schème peut toujours être perçu. Dans le jazz l'auditeur amateur est capable de remplacer des formules rythmiquement ou harmoniquement compliquées par les schèmes qu'elles représentent et qu'elles suggèrent toujours, aussi aventurées qu'elles semblent. L'oreille traite les difficultés de la musique du tube en réalisant de légères substitutions qui dérivent de sa connaissance des modèles. L'auditeur, confronté au compliqué, entend vraiment seulement le simple qu'il représente et il perçoit le compliqué seulement comme une distorsion parodique du simple.

De telles substitutions mécaniques par des modèles stéréotypés ne sont pas possibles dans la musique sérieuse. Ici même l'événement le plus simple nécessite un effort pour y parvenir immédiatement au lieu de le résumer vaguement selon les prescriptions institutionnalisées capables de produire seulement des effets institutionnels. Sinon la musique n'est pas « comprise ». La musique populaire, cependant, est composée de telle façon que le procès de traduction de l'unique en norme est déjà planifié et, jusqu'à un certain point, terminé dans la composition elle-même.

La composition entend pour l'auditeur. C'est ainsi que la musique populaire prive l'auditeur de sa spontanéité et provoque des réflexes conditionnés. Non seulement il ne lui demande pas l'effort de suivre son mouvement; il lui donne vraiment les modèles selon lesquels tout ce qui concrètement existe doit être placé. La construction schématique impose la façon dont il doit écouter en même temps qu'il rend tout effort pour écouter inutile. La musique populaire est « pré-digérée » d'une façon qui ressemble beaucoup à la manie des « digest » dans les imprimés. C'est la structure de la musique populaire contemporaine qui, en dernière analyse, explique les changements d'habitude d'écoute que nous allons discuter.

Jusqu'ici la standardisation de la musique populaire a été considérée en termes structuraux – c'est-à-dire comme une qualité inhérente, sans faire référence au processus de production ou aux causes sous-jacentes de la standardisation. Bien que toute production industrielle de masse en vient nécessairement à la standardisation, la production de la musique populaire peut être appelée « industrielle » seulement dans la

promotion et la distribution, alors que l'acte de production d'un tube reste encore au stade artisanal. La production de la musique populaire est hautement centralisée dans son organisation économique, mais elle est encore « individuelle » dans son mode social de production. La division du travail entre le compositeur, l'harmoniste et l'arrangeur n'est pas industrielle mais simule l'industrialisation, de façon à paraître plus à la mode, alors qu'elle a vraiment adapté les méthodes industrielles pour la technique de sa promotion. Les coûts de production n'augmenteraient pas si les différents compositeurs de tubes ne suivaient pas certains modèles standards. Donc, il faut chercher d'autres raisons à la standardisation des structures – des raisons très différentes de celles qui s'imposent pour standardiser les voitures ou les aliments pour petit-déjeuner.

L'imitation offre un point de départ pour comprendre les raisons à la base de cela. Les standards musicaux de la musique populaire étaient à l'origine développés dans le cadre d'un processus de compétition. Lorsque une chanson particulière connaissait un grand succès, des centaines d'autres jaillissaient en imitant celle qui avait réussi. Plus les types de tubes avaient du succès et que les « ratios » entre les éléments étaient imités, plus le processus culminait dans la cristallisation des standards. Dans les conditions de centralisation comme il en existe aujourd'hui, ces standards se sont « gelés »². C'est-à-dire qu'ils ont été pris en charge par des cartels d'agences, résultat final du processus de compétition, et été imposés fermement sur des supports pour être diffusés. Ne pas se plier aux règles de ce jeu mène à l'exclusion. Les modèles originaux sont désormais standardisés et ont évolué sous l'action de la compétition. La concentration économique à grande échelle a institutionnalisé la standardisation et l'a rendue obligatoire. Résultat, les innovations par des individualistes farouches ont été mises hors la loi. Les modèles standards ont été investis de l'immunité de la grandeur – « le Roi ne peut faire le mal ». Ceci aussi importe pour les renaissances en musique populaire. Les modèles standards n'ont pas le caractère éculé des produits standardisés manufacturés selon un modèle donné. Le souffle de la libre compétition est encore vivant en eux. D'un autre côté, les fameux vieux tubes qui revivent rétablissent des modèles qui ont été standardisés. Ils sont l'âge d'or des règles du jeu. Ce « gel » des standards est socialement renforcé par les agences elles-mêmes. La musique populaire doit simultanément répondre à deux demandes. L'une, de stimuli qui provoquent l'attention de l'auditeur. L'autre, d'un matériel qui tombe dans la catégorie de ce que l'auditeur musicalement novice pourrait appeler une musique « naturelle » : c'est-à-dire, la totalité de toutes les conventions et formules de matériaux de musique auxquelles il est accoutumé et qu'il considère comme le langage naturel et simple de la musique elle-même, compte non tenu de ce que ce langage naturel viendrait du passé. Ce langage naturel pour les auditeurs Américains est lié à leurs expériences musicales précoces, les chansons d'enfants, les hymnes chantés à l'école du Dimanche, les petits airs qu'ils sifflent quand ils rentrent de l'école. Tout cela est infiniment plus important dans la formation du langage musical que la capacité à distinguer le début de la 3^e symphonie de Brahms de celui de la 2^e. La culture musicale officielle est, en grande part, une simple superstructure de ce langage musical sous-jacent, soit, les tonalités majeure et mineur et toutes les relations tonales qu'elles impliquent. Mais ces relations tonales du langage musical primitif établissent des barrières contre tout ce qui ne se conforme pas à elles. Des extravagances sont tolérées seulement dans la mesure où elles peuvent être intégrées au dit langage naturel.

En termes de demande du consommateur, la standardisation de la musique populaire est seulement l'expression de cette double exigence qui lui est imposée par le cadre musical de l'esprit du public – soit une « stimulation » par déviation par rapport au « naturel » connu, et le maintien du naturel contre de telles déviations. L'attitude des publics envers le langage naturel est renforcée par la production standardisée, qui institutionnalise les exigences qui, à l'origine, auraient dû venir du public.

Pseudo-individualisation

Le paradoxe avec ces exigences – stimulation et naturel – provient du caractère duel de la standardisation elle-même. La stylisation du cadre toujours le même est seulement un des aspects de la standardisation. La concentration et le contrôle dans notre culture les masquent dans leurs propres manifestations. Évidents,

2 Voir Max Horkheimer, *Zeitschrift für Sozialforschung*, 8 (1939), p. 115.

ils provoqueraient une résistance. Donc l'illusion et, jusqu'à un certain point, même une réelle initiative individuelle doivent être maintenues. Ce maintien est établi sur la réalité matérielle même, car alors que le contrôle administratif sur les processus vitaux est concentré, l'appropriation personnelle reste diffuse.

Dans la sphère de la production de luxe, à laquelle appartient la musique populaire et dans laquelle aucune des nécessités de la vie n'est immédiatement impliquée, alors que, en même temps, les restes d'individualisme y sont très vivants sous la forme de catégories idéologiques comme le goût et le libre choix, il est impératif de cacher la standardisation. L'« arriération » de la production musicale de masse, le fait qu'elle est encore au niveau artisanal et non au niveau industriel, est parfaitement conforme à cette nécessité essentielle pour le grand commerce culturel. Si les éléments de l'artisanat individuel de la musique populaire étaient entièrement effacés, le dispositif de synthèse qui masque la standardisation devrait évoluer. Ces éléments existent aujourd'hui.

Le corrélat nécessaire à la standardisation musicale est la *pseudo-individualisation*. Par pseudo-individualisation nous voulons attribuer à la production culturelle de masse le halo du libre choix ou du marché ouvert, sur la base de la standardisation même. La standardisation des tubes maintient les consommateurs en éveil en écoutant pour eux, en un sens. La pseudo-individualisation, pour sa part, les maintient en éveil en leur faisant oublier que ce qu'ils écoutent a déjà été écouté pour eux, ou « prédigéré ».

L'exemple le plus frappant de standardisation des traits présumés individuels se trouve dans les soi-disant improvisations. Même si dans la pratique les musiciens de jazz improvisent toujours, leurs improvisations sont devenues si « normalisées » qu'elles génèrent toute une terminologie qui est développée pour rendre compte des moyens standards d'individualisation : une terminologie qui à son tour est matraquée par les agents publicitaires du jazz pour nourrir le mythe de l'artisanat pionnier et en même temps flatter les fans en leur permettant apparemment de voir derrière le rideau et de connaître l'histoire de l'intérieur. Cette pseudo-individualisation est prescrite par la standardisation du cadre. Ce dernier est si rigide que la liberté qu'il autorise à n'importe quelle improvisation est sévèrement limitée. Les improvisations – passages où l'acte spontané des individus est autorisé (« Swinguez ça les gars ») – sont confinées à l'intérieur des murs du schème harmonique et métrique. Dans la plupart des cas, comme pour le « break » du jazz pré-swing, la fonction musicale du détail improvisé est complètement déterminée par le schème : le break peut n'être rien d'autre qu'une cadence déguisée. Ici, vraiment très peu de possibilités d'une véritable improvisation subsistent, ce qui est dû à la nécessité de simplement circonscrire mélodiquement les mêmes fonctions harmoniques sous-jacentes. Puisque ces possibilités sont très rapidement épuisées, les détails improvisés deviennent vite stéréotypés. Ainsi, la standardisation de la norme renforce de façon purement technique la standardisation de sa propre déviation – la pseudo-individualisation.

Cette soumission de l'improvisation à la standardisation explique deux qualités socio-psychologiques de la musique populaire. L'une est le fait que le détail reste ouvertement connecté au schème sous-jacent pour que l'auditeur se sente toujours en terrain sûr. Le choix des altérations individuelles est si restreint que la récurrence perpétuelle des mêmes variations est un signe rassurant de l'identique derrière elles. L'autre est la fonction de « substitution » – les traits improvisés interdisent qu'on les reçoivent comme des événements musicaux en eux-mêmes. Ils peuvent être reçus seulement comme des embellissements. C'est un fait bien connu que dans les arrangements de jazz osés les notes fatiguées, les notes sales, en autre terme, les fausses notes, jouent un rôle éminent. Elles sont perçues comme des stimuli excitants seulement parce qu'elles sont corrigées en note juste par l'oreille. Cela, cependant, est seulement l'extrémité de ce qui se produit moins évidemment dans toute individualisation de la musique populaire. Toute hardiesse harmonique, tout accord qui ne tombe pas précisément dans le plus simple schème harmonique demande à être perçu comme « faux », c'est-à-dire, comme un stimulus qui apporte avec lui la prescription sans ambiguïté de lui substituer le détail juste, ou plutôt le schème nu. Comprendre la musique populaire signifie obéir à de tels commandements d'écoute. La musique populaire impose ses propres habitudes d'écoute.

Il y a un autre type d'individualisation revendiquée en termes de genres de la musique populaire et en termes de différences entre les noms des groupes. Les genres de la musique populaire sont soigneusement

différenciés à la production. L'auditeur est présumé capable de choisir entre eux. Les différenciations les plus couramment reconnues sont celles entre *swing* et *sweet* et autres noms de groupes comme Benny Goodman et Guy Lombardo. L'auditeur est rapidement capable de reconnaître les genres de musique et même le groupe qui joue, cela malgré l'identité fondamentale du matériau et la grande similitude des présentations, mises à part les distinctions revendiquées des marques commerciales. Cette technique de labélisation, qui concerne les genres de musique et les groupes, est une pseudo-individualisation, un moyen sociologique extérieur au royaume de la technologie strictement musicale. Elle procure des marques d'identification pour différencier ce qui est en fait indifférencié.

La musique populaire devient un questionnaire à choix multiples. Il existe deux grands types avec leurs dérivés entre lesquels choisir. L'auditeur est encouragé psychologiquement, par la présence inévitable de ces types, à écarter ce qui lui déplaît et à adopter ce qui lui plaît. La limitation inhérente de ses choix et l'alternative tranchée qu'elle implique provoque des comportements modèles de goût-dégoût. Cette dichotomie mécanique interdit l'indifférence à l'impératif de privilégier *swing* ou *sweet*, si l'on tient à continuer d'écouter de la musique populaire.

2. Présentation du matériel

Condition minimum

La structure du matériau musical requiert une technique propre qui la renforce. Ce processus pourrait être grossièrement défini comme « matraquage ». Le terme « matraquage » a, à l'origine, le sens restreint de répétition incessante d'un tube particulier pour en faire un « succès ». Nous l'utilisons ici au sens large, pour désigner la continuité des procès inhérents à la composition et à l'arrangement du matériau musical. Le matraquage vise à briser la résistance à ce qui est toujours le même musicalement en fermant, en quelque sorte, les voies pour échapper au toujours la même chose. Cela conduit l'auditeur à être comme ravi par ce à quoi il ne peut échapper. Et ainsi cela conduit à l'institutionnalisation et à la standardisation des habitudes d'écoute elles-mêmes. Les auditeurs sont si accoutumés à la récurrence des mêmes choses qu'ils réagissent automatiquement. La standardisation du matériau requiert une mécanique de matraquage imposée de l'extérieur, puisque tout est égal à tout, à un tel point que l'insistance sur la présentation qui est apportée par le matraquage doit remplacer le manque de véritable individualité du matériau. L'auditeur d'intelligence musicale normale qui entend le motif de Kundry dans *Parsifal* pour la première fois est aussitôt capable de le reconnaître quand il est joué à nouveau, parce qu'il est évident et ne peut être confondu avec quoi que ce soit d'autre. Si le même auditeur était confronté avec un tube moyen, il ne serait pas capable de le distinguer de tous les autres, à moins qu'il soit répété si souvent qu'il serait bien obligé de s'en souvenir. La répétition confère une importance psychologique qui n'existerait pas autrement. Ainsi le matraquage est-il le complément inévitable de la standardisation³.

À condition que le matériau remplisse certaines conditions minimales, n'importe quelle chanson peut être matraquée et devenir un succès, si les coordinations adéquates entre les maisons d'édition, les noms des groupes, la radio et le cinéma existent. Plus importante est la condition suivante : pour être matraqué, un tube doit avoir au moins un trait qui le distingue des autres chansons, et reste pourtant aussi conventionnel et trivial que les autres. Le véritable critère par lequel une chanson est jugée matraquable est paradoxal. L'éditeur veut un morceau de musique qui soit fondamentalement le même que tous les autres tubes courants et en même temps soit fondamentalement différent des autres. Seulement s'il est le même a-t-il une chance d'être vendu automatiquement, sans demander aucun effort de la part du consommateur, et de se présenter comme une institution musicale. Et seulement s'il est différent peut-il être distingué des autres chansons – une condition pour être remémoré et donc avoir du succès.

3 Puisque la véritable action de la mécanique de matraquage sur la scène américaine de la musique populaire est décrite très en détail dans une étude de Duncan MacDougald, l'étude présente se limite à une discussion théorique de quelques-uns des aspects les plus généraux de la mise en œuvre du matériau.

Bien sûr cette double exigence ne peut être remplie. Dans le cas des chansons réelles publiées et matraquées, on trouvera généralement une sorte de compromis, quelque chose qui est en gros le même et porte juste une seule marque de fabrique qui la fait apparaître originale. Le trait distinctif ne doit pas nécessairement être mélodique⁴, mais doit consister en irrégularités métriques, en accords particuliers ou en couleurs sonores particulières.

Charme

Une condition plus nécessaire encore au matraquage est une certaine richesse et rondeur du son. Cette condition développe ce trait dans la mécanique du matraquage la plus ouvertement liée à la publicité en tant que commerce autant qu'au divertissement en tant que commerce. Elle est aussi particulièrement représentative de la relation intime entre la standardisation et la pseudo-individualisation. C'est le charme musical (*glamour*) : ces innombrables diffusions des arrangements des chansons pour communiquer l'attitude du « et maintenant nous présentons ». Les fanfares qui accompagnent le lion rugissant de la MGM dès qu'il ouvre sa gueule majestueuse sont semblables aux sons non-léonins de charme musical entendu au-dessus de l'air.

Le charme pourrait être considéré de façon optimiste comme la construction mentale d'une histoire à succès dans laquelle un pionnier Américain dur au travail triomphe de la nature impassible, finalement contrainte à lui livrer ses richesses. Cependant, dans un monde qui n'est plus celui de la frontière, le problème du charme ne peut être considéré sous un angle aussi simple. Le charme est le fait de la chanson éternelle du conquérant homme ordinaire ; lui, ce qu'il ne peut jamais conquérir dans la vie, il le conquiert dans le charme. Ce triomphe est vraiment le triomphe auto-proclamé de l'homme d'affaires qui annonce qu'il va proposer le même produit à un prix plus bas.

Les conditions de fonctionnement du charme sont totalement différentes de celles de la vie de la frontière. Elles relèvent de la mécanisation du travail et de la vie quotidienne laborieuse des masses. L'ennui est devenu si grand que seules les couleurs les plus éclatantes ont quelque chance d'être reconnues dans la grisaille générale. De plus, ce sont justement ces couleurs violentes qui portent témoignage de la toute-puissance de la production mécanique et industrielle elle-même. Rien de plus stéréotypé que les néons rose-rouge qui abondent aux devantures des magasins, des cinémas et des restaurants. En charmant, ces couleurs attirent l'attention. Mais la façon dont elles sont utilisées pour triompher de la réalité ennuyeuse est encore plus ennuyeuse que la réalité elle-même. Ce que le charme vise à atteindre se transforme en une activité plus uniforme que ce qu'il cherche à rendre charmant. Si cela était en soi attirant, il n'y aurait pas besoin d'autres moyens que ceux d'une composition populaire originale. Ce qui violerait la loi du même non-même recherché. Le terme charme s'applique à ces visages, ces couleurs, ces sons qui, par la lumière dont ils rayonnent, diffèrent du reste. Mais toutes les filles charmantes se ressemblent et les effets charmeurs de la musique populaire sont équivalents les uns aux autres.

Tant que le caractère pionnier du charme est en cause, il y a recouvrement et changement de fonction plutôt que renaissance innocente du passé. Pour triompher, le monde du charme doit être un spectacle, apparenté aux stands de tir, aux lumières brillantes des cirques et aux orchestres aux cuivres aveuglants. C'est pourquoi, la fonction du charme a pu être au départ associée avec un genre de publicité qui s'efforçait de

4 L'analyse technique doit ajouter quelques réserves pour accepter les réactions des auditeurs comme elles se présentent dans le cas du concept de mélodie. Les auditeurs de musique populaire parlent principalement de la mélodie et du rythme, quelquefois d'instrumentation, rarement ou jamais d'harmonie et de forme. À l'intérieur du schème standard de la musique populaire, cependant, la mélodie elle-même n'est jamais autonome dans le sens d'une ligne indépendante se développant dans la dimension horizontale de la musique. La mélodie est, plutôt, une fonction de l'harmonie. Les soi-disant mélodies de la musique populaire sont généralement des arabesques, dépendant de la séquence des harmonies. Ce qui apparaît à l'auditeur comme étant en premier mélodique est en fait fondamentalement harmonique, sa structure mélodique n'étant qu'une simple dérivée. Il vaudrait la peine d'étudier exactement ce que les profanes appellent une mélodie. Probablement en viendrait-on à une succession de tons reliés l'un à l'autre par des fonctions harmoniques simples et aisément compréhensibles, à l'intérieur d'une architecture de huit mesures. Il y a un abîme entre l'idée de mélodie d'un profane et la connotation strictement musicale.

produire des besoins dans un cadre social pas encore complètement pénétré par le marché. Le capitalisme post-compétition actuel utilise pour ses propres buts les moyens d'une économie non encore parvenue à maturité. Ainsi, le charme a une qualité entêtante de renaissance historique à la radio, comparable à la réapparition de l'aboyeur des cirques dans l'annonceur de radio qui supplie son auditoire invisible de ne pas manquer d'acheter des marchandises et le fait sur un ton qui fait naître des espoirs au-delà de la possibilité d'y parvenir. Tout charme est lié à une sorte de supercherie. Nulle part les auditeurs ne sont plus dupés par la musique populaire que dans les moments de charme. Les ornements et les jubilations expriment les remerciements triomphants pour la musique elle-même – une auto-louange accomplie en exhortant l'auditeur à exulter et à s'identifier avec l'objectif de l'agence qui promeut un grand événement. Cependant, comme l'événement n'a pas d'autre importance que sa propre célébration, l'action de grâces triomphale offerte par la musique est une véritable trahison. Elle est capable de se faire sentir comme telle inconsciemment par les auditeurs, justement comme l'enfant qui ressent l'éloge que l'adulte fait des cadeaux qu'il offre à l'enfant comme l'octroi du privilège à les utiliser.

Langage d'enfant

Ce n'est pas par hasard que le charme mène à se conduire comme un enfant. Le charme, qui joue du désir de l'auditeur pour se renforcer, est concomitant avec le langage musical qui marque la dépendance. Les plaisanteries des enfants, les fautes d'orthographe volontaires, l'emploi d'expressions infantiles par les publicitaires, prend la forme d'un langage musical d'enfant dans la musique populaire. Il y a un grand nombre d'exemples de paroles caractérisées par une ironie ambiguë en ce que, alors qu'elles affectent un langage enfantin, en même temps elles affichent le mépris de l'adulte pour l'enfant ou même donnent un sens dérivé ou sadique aux expressions enfantines (« Goody, Goody », « A Tisket a Tasket », « London Bridge is Falling Down », « Cry, Baby, Cry »). Les chansons d'enfant authentiques ou simulées sont combinées avec des altérations préméditées des paroles de vraies chansons enfantines, de façon à en faire des tubes commerciaux.

La musique, aussi bien que les paroles, vise à simuler un tel langage enfantin. Quelques-unes de ses principales caractéristiques sont : répétition persistante d'une formule musicale particulière, comparable à l'attitude d'un enfant qui répète sans cesse la même phrase (« Je veux être heureux »)⁵ ; la limitation de bien des mélodies à quelques tons, est comparable à la façon dont un petit enfant parle avant qu'il ne dispose de l'alphabet complet ; les harmonisations sciemment fausses ressemblent à la façon dont les petits enfants s'expriment avec une grammaire incorrecte ; de même certaines couleurs de sons mièvres fonctionnent comme des biscuits ou des bonbons musicaux. Traiter les adultes comme des enfants est impliqué par cette représentation du plaisir qui vise à les décharger du poids de leurs responsabilités d'adulte. Plus encore, le langage enfantin sert à rendre « populaire » pour les sujets le produit musical en essayant d'abolir, dans la conscience des sujets, la distance entre eux-mêmes et les agences qui matraquent, en les rapprochant de l'attitude confiante de l'enfant demandant l'heure à un adulte même quand il ne connaît ni l'étranger, ni le sens de l'heure.

Matraquer le champ entier

Le matraquage des chansons n'est qu'une partie de la mécanique qui ne prend tout son sens qu'à l'intérieur du système pris comme un tout. Fondamental pour le système est le matraquage de styles et de personnalités. Le matraquage de certains styles est contenu, par exemple, dans le mot *swing*. Ce terme n'a ni sens défini sans ambiguïté, ni ne marque une différence tranchée avec la période de hot jazz pré-swing du milieu des années trente. Le manque de justification dans le matériau pour employer ce terme fait naître le soupçon que son emploi est entièrement dû au matraquage – afin de régénérer un vieil article en lui attribuant un titre nouveau. De la même façon toute la terminologie du swing suscitée par les journalistes de jazz et les danseurs est matraquée, terminologie qui, d'après Hobson, fait grimacer les musiciens de jazz⁶. Moins

5 L'exemple littéraire le plus connu de cette attitude est « Je veux boire les roues bornées » (John Habberton, *Helen's Babies*, New York, p. 9 ff). On peut facilement imaginer une chanson « nouvelle » fondée par cette expression.

6 Wilder Hobson, *American Jazz Music*, p. 153, New York, 1939.

les caractéristiques matraquées par la terminologie des pseudo-experts sont inhérentes au matériau, plus les forces auxiliaires telles que les annonceurs et les commentaires sont nécessaires. Il y a une bonne raison pour croire que ce journalisme appartient en partie immédiatement à la mécanique du matraquage, dans la mesure où il dépend des éditeurs, des agences et des noms des groupes. À ce point, cependant, une qualification sociologique est pertinente. Dans les conditions économiques contemporaines, il est souvent futile de parler de « corruption », puisque les gens sont obligés de se comporter volontairement de la façon que l'on attend qu'ils se comportent, au moins quand ils sont payés pour cela. Les journalistes qui prennent part à la promotion de « La fille qui a du peps » d'Hollywood n'ont pas du tout besoin d'être soudoyés par l'industrie du cinéma. La publicité faite à la fille par l'industrie elle-même est en accord complet avec l'idéologie qui imprègne le journalisme qui s'en occupe. Et cette idéologie est devenue celle du public. La rencontre semble s'être passée au ciel. Les journalistes parlent d'une voix qui n'est pas achetée. Une fois qu'un certain niveau de soutien économique au matraquage a été atteint, le processus de matraquage dépasse ses propres causes et devient une force sociale autonome.

Au-dessus des autres éléments de la mécanique du matraquage, il y a le matraquage des personnalités, en particulier des meneurs des groupes. La plupart des traits vraiment attribuables aux arrangeurs de jazz sont officiellement portés au crédit des chefs d'orchestre ; les arrangeurs, qui sont probablement les musiciens les plus compétents des États-Unis, restent dans l'obscurité, comme ceux qui écrivent les scénarios des films. Le chef est l'homme qui est tout de suite face au public ; il est tout près de l'acteur qui influence le public soit par sa jovialité et ses manières talentueuses, soit par sa gestuelle de dictateur. C'est la relation de face-à-face avec le chef qui rend possible de lui attribuer tout le succès.

De plus, le chef et son orchestre sont largement considérés par le public comme capables d'improviser spontanément. L'improvisation la plus vraie disparaît au cours du processus de standardisation et plus elle est remplacée par des schèmes élaborés, plus l'idée d'improvisation doit être entretenue dans le public. L'arrangeur reste obscur en partie à cause de l'obligation d'éviter la moindre allusion au fait que la musique populaire ne serait pas improvisée, mais doit, la plupart du temps, être fixée et systématisée.

3. Théorie de l'auditeur

Reconnaissance et acceptation

Aujourd'hui, l'écoute de masse gravite autour de la reconnaissance. La musique populaire et son matraquage sont centrés sur l'habitude. Le principe de base est celui selon lequel on doit seulement répéter quelque chose jusqu'à ce qu'il soit reconnu pour le rendre acceptable. Cela s'applique autant à la standardisation du matériau aussi bien qu'à son matraquage. Ce qui est nécessaire pour comprendre les raisons de la popularité du type ordinaire de tube musical est une analyse théorique des processus impliqués dans la transformation de la répétition en reconnaissance et de la reconnaissance en acceptation.

Le concept de reconnaissance, cependant, pourrait sembler trop peu spécifique pour expliquer l'écoute de masse moderne. On pourrait opposer que toujours, lorsque la compréhension de la musique est concernée, le facteur de reconnaissance, étant l'une des fonctions de base de la connaissance humaine, doit jouer un rôle important. Il est certain que l'on comprend une sonate de Beethoven seulement si l'on reconnaît certains de ses traits comme étant abstraitement identiques à d'autres que l'on connaît par expérience, et en les reliant avec l'expérience présente. L'idée qu'une sonate de Beethoven pourrait être comprise dans le vide, sans relation avec les éléments du langage musical que l'on connaît et reconnaît – serait absurde. Ce qui compte, cependant, c'est ce qui est reconnu. Qu'est-ce que reconnaît un auditeur réel dans une sonate de Beethoven ? Il reconnaît certainement le « système » sur lequel elle se fonde : la tonalité majeure-mineure, l'interrelation des clés qui détermine la modulation, les différents accords et leur valeur expressive relative, certaines formules mélodiques, et certains modèles structurels. (Il serait absurde de nier que de tels modèles existent dans la musique sérieuse. Mais leur fonction est d'ordre différent. Une fois accepté, cet ensemble de reconnaissances n'est toutefois pas suffisant pour comprendre le sens de la musique). Tous les éléments reconnaissables sont organisés, dans la bonne musique sérieuse, par une totalité musicale concrète

et unique de laquelle ils tirent leur signification particulière, dans ce sens qu'un mot dans un poème tire sa signification de la totalité du poème et non de l'usage quotidien du mot, quoique la reconnaissance du caractère quotidien du mot puisse être un présupposé nécessaire de toute compréhension du poème.

Le sens musical de n'importe quel morceau de musique peut évidemment être défini comme la dimension du morceau qui peut être comprise par la seule reconnaissance, par son identification avec quelque chose que l'on connaît. Il peut être construit par la seule liaison spontanée des éléments connus – réaction aussi spontanée chez l'auditeur qu'elle a été spontanée chez le compositeur – de façon à faire l'expérience de la nouveauté inhérente à la composition. Le sens musical est le Nouveau – quelque chose qui ne peut être retrouvé dans et mis sous la dépendance de la configuration du connu, mais qui surgit de lui, si l'auditeur vient à son aide.

C'est justement cette relation entre connu et nouveau qui est abolie dans la musique populaire. La reconnaissance devient un objectif au lieu d'être un moyen. La reconnaissance du familier mécanique dans un tube ne livre rien qui puisse être reconnu comme nouveau en reliant les différents éléments. En effet, le lien entre les éléments est pré-donné dans la musique populaire, autant que, sinon plus, les éléments eux-mêmes. De là que la reconnaissance et la compréhension doivent coïncider, alors que dans la musique sérieuse la compréhension est l'acte par lequel la reconnaissance complète conduit à l'émergence de quelque chose de fondamentalement nouveau.

Un début approprié pour enquêter sur la reconnaissance concernant une chanson particulière pourrait être d'établir un schème qui divise l'expérience de reconnaissance en ses différents composants. Psychologiquement, tous les facteurs que nous allons énumérer sont entremêlés à un tel degré qu'il serait impossible de les séparer les uns des autres dans la réalité, et leur attribuer un ordre chronologique serait hautement problématique. Notre schème est plutôt orienté vers les différents éléments objectifs engagés dans l'expérience de reconnaissance, plutôt que vers la façon dont l'expérience réelle est ressentie par tel ou tel individu.

Les composants que nous considérons engagés sont les suivants :

- a) vague souvenir.
- b) véritable identification.
- c) étiquetage.
- d) réflexion sur l'acte de reconnaissance.
- e) transfert psychologique de l'autorité de reconnaissance à l'objet.

a) La plus ou moins vague expérience de se souvenir de quelque chose (« Je dois avoir entendu ça quelque part »). La standardisation du matériau prépare la place pour un souvenir vague dans pratiquement toute chanson, puisque chaque air rappelle un modèle général ou n'importe quel autre. Un pré-requis primitif pour cette sensation est l'existence d'un grand stock d'airs, d'un flux incessant de musique populaire qui rend impossible de se souvenir de chaque chanson en particulier.

b) Le moment de reconnaissance réelle – la véritable expérience du « c'est ça ». Cela se produit quand un vague souvenir est illuminé par une prise de conscience soudaine. Cela est comparable à l'expérience que l'on fait en s'asseyant dans une pièce sans éclairage lorsque soudain la lumière électrique éclaire de nouveau. Par la soudaineté de cet éclairage, le mobilier familier prend, pendant un court instant, l'apparence d'être nouveau. Le fait de réaliser spontanément que ce morceau même est « le même que » celui que l'on a entendu à un autre moment, tend à s'opposer, pour un moment, au danger toujours menaçant que quelque chose ne soit pas comme il a toujours été.

Il est caractéristique de ce facteur de l'expérience de reconnaissance qu'il soit marqué par une rupture soudaine. Il n'y a pas de gradation entre le vague souvenir et la pleine conscience mais, plutôt, une sorte de « saut » psychologique. Cette composante peut être considérée comme apparaissant un peu plus tard dans le temps que le vague souvenir. Cela se confirme en considérant le matériau. Il est probablement très difficile de reconnaître de nombreux tubes aux deux ou trois premières notes de leurs refrains ; au moins le premier

motif doit avoir été joué, et le véritable acte de reconnaissance serait relié dans le temps avec l'aperception – ou réalisation – de la première « Forme » motivée du refrain.

c) Les éléments d'étiquetage : interprétation de l'expérience du « c'est ça » par une expérience telle que « c'est ça le tube *Night and Day* ». C'est cet élément qui, dans la reconnaissance (probablement liée avec le souvenir du titre déposé de la chanson ou des premiers mots de ses paroles⁷), relie cette reconnaissance plus intimement au facteur de renforcement social.

L'implication la plus immédiate de cette composante peut être la suivante : au moment où l'auditeur reconnaît le tube comme le *machin* – c'est-à-dire comme quelque chose d'établi et de connu non simplement de lui seul – il se sent rassuré et suit la foule de tous ceux qui ont entendu la chanson avant et qui sont supposés avoir fait sa réputation. Ceci est concomitant avec ou marche sur les talons de l'élément b). La réaction de connexion consiste en partie dans la révélation à l'auditeur que son expérience apparemment isolée et individuelle d'une chanson particulière est une expérience collective. Le moment de l'identification de quelque clou socialement reconnu a souvent un double sens : on ne l'identifie pas innocemment comme étant ceci ou cela, l'étiquetant sous telle ou telle catégorie, mais, par l'acte même de l'identifier, on vise aussi inconsciemment à s'identifier avec les agents socialement objectifs ou avec le pouvoir de ces individus qui placent cet événement singulier dans une catégorie existante et ainsi l'« établit ». Le fait lui-même qu'un individu soit capable d'identifier un objet comme étant ceci ou cela, lui permet de prendre sa part, par procuration, dans l'institution qui produit l'événement comme il est et pour s'identifier soi-même avec cette institution même.

d) L'élément de réflexion sur l'acte d'identification. (« Oh, je le connais; cela m'appartient. ») Ce mouvement peut être compris correctement en considérant la disproportion entre le grand nombre des chansons moins-connues et celles nouvellement établies. L'individu qui se sent noyé par le courant de la musique ressent une sorte de triomphe dans la seconde soudaine pendant laquelle il est capable d'identifier quelque chose. Des foules de gens sont fiers de leur capacité à reconnaître n'importe quelle musique, comme le prouve l'habitude très répandue de fredonner ou siffler un air d'un morceau de musique familier qui vient juste d'être cité, de façon à indiquer qu'on le connaît, et comme la complaisance évidente accompagnant une telle exhibition.

En identifiant et en étiquetant l'expérience d'écoute présente sous la catégorie « c'est le tube Machin », on fait de ce tube, pour l'auditeur, un objet fixe et permanent. Cette transformation de l'expérience en objet – le fait qu'en reconnaissant un morceau de musique on prend du pouvoir sur lui et qu'on peut le reproduire à partir de sa propre mémoire – le rend plus appropriable que jamais. Il a deux éminentes propriétés caractéristiques : sa permanence et le fait d'être soumis à la volonté arbitraire du propriétaire. La permanence consiste dans le fait que, si quelqu'un se souvient d'une chanson et peut la reprendre tout le temps, il ne peut pas en être exproprié. L'autre élément, celui du contrôle sur la musique, consiste dans la capacité de l'évoquer probablement à volonté n'importe quand, de s'arrêter, et de la traiter par-dessus la jambe. Les propriétés musicales sont, n'est-ce pas, à la discrétion de celui qui les possède. Pour élucider cet élément, il serait approprié de pointer sur une manifestation extrême, quoique, en tout état de cause, peu rare. Beaucoup de gens, quand ils sifflent ou fredonnent un air qu'ils connaissent, ajoutent de petites notes de rythme qui sonnent comme s'ils fouettaient ou taquinaient la mélodie. Leur plaisir de maîtriser cette mélodie prend la forme de pouvoir

7 Le jeu entre les paroles et la musique dans la musique populaire est semblable au jeu entre image et mot dans la publicité. L'image apporte le stimulus sensuel, les mots ajoutent les slogans ou les astuces qui visent à fixer la marchandise dans les esprits du public et à l'« étiqueter » sous des catégories définies et établies. Le remplacement du *ragtime* purement instrumental par le jazz qui a de fortes tendances au vocalisme depuis le début, et le déclin général des tubes purement instrumentaux, sont étroitement liés à l'importance croissante de la structure publicitaire de la musique populaire. L'exemple de *Deep Purple* peut aider. C'était au départ une petite pièce de piano peu connue. Son succès soudain est au moins dû en partie à l'addition de paroles marque-déposée. Un modèle pour ce changement structurel existe dans le champ du divertissement d'élite au XIX^e siècle. Le premier prélude du *Clavier bien tempéré* de Bach est devenu un tube « sacré » quand Gounod a conçu l'idée diabolique d'extraire une mélodie de la séquence d'harmonies et de la combiner avec les mots de l'« Ave Maria ». Cette procédure, factice dès sa conception, a depuis été généralement acceptée dans le champ du commerce musical.

être libre d'en mésuser. Leur conduite envers la mélodie est comparable à celle d'un enfant qui tire la queue du chien. Ils se plaisent, même, à faire en sorte que la mélodie grimace ou gémissse.

e) L'élément du « transfert psychologique ». « Nom de dieu, *Night and Day*, c'est bien ! » Telle est la tendance à transférer la gratification de l'appropriation à l'objet lui-même et à lui attribuer, en terme de plaisir, de préférence, ou de qualité objective, le plaisir de l'appropriation que l'on a obtenu. Le processus de transfert est renforcé par le matraquage. Alors qu'il évoque vraiment le processus psychique de reconnaissance, d'identification et d'appropriation, le matraquage promeut simultanément l'objet lui-même et l'investit, dans la conscience de l'auditeur, de toutes ces qualités qui sont en réalité largement dues au mécanisme de l'identification. Les auditeurs exécutent l'ordre de transférer à la musique elle-même leur auto-congratulation pour cette appropriation.

On peut ajouter que la valeur sociale reconnue inhérente à la chanson tube est comprise dans le transfert de la gratification de l'appropriation à l'objet qui ainsi devient « aimé ». Le processus de labellisation vient ici pour collectiviser le processus d'appropriation. L'auditeur se sent flatté parce que lui aussi s'approprie ce que tout le monde possède. En s'appropriant un tube apprécié et commercialisé, on obtient l'illusion de la valeur. L'illusion de la valeur chez l'auditeur est la base pour une évaluation du matériau musical. Au moment de reconnaître un tube connu, une utilité pseudo-publique subit l'influence de l'auditeur privé. Celui qui s'est approprié la musique et qui a le sentiment de « J'aime ce tube particulier (parce que je le connais) », succombe à une illusion de grandeur comparable au rêve éveillé de l'enfant à qui appartient un train. Comme les devinettes dans un jeu publicitaire, les tubes ne posent que des questions de reconnaissance auxquelles n'importe qui peut répondre. Cependant les auditeurs se plaisent à donner les réponses parce qu'ils s'identifient ainsi avec les pouvoirs en place.

Il est évident que ces composantes n'apparaissent pas à la conscience comme elles le font dans l'analyse. Comme la divergence entre l'illusion d'une propriété privée et la réalité d'une propriété publique est très importante, et comme tout le monde sait que ce qui est désigné « Spécialement pour vous » est soumis à la clause « toute copie des mots ou de la musique de cette chanson ou d'une partie quelconque rend le contrevenant susceptible d'être poursuivi sous la loi du copyright des États-Unis », on peut ne pas considérer ces processus comme étant plus inconscients que d'autres. Il est probablement correct de faire l'hypothèse que la plupart des auditeurs, afin de converger avec ce qu'ils considèrent comme des exigences sociales et pour donner la preuve de leur « citoyenneté », « rejoignent » avec un certain humour la conspiration⁸ comme caricature de leurs propres possibilités et évitent la prise de conscience des mécanismes opératoires en insistant auprès d'eux-mêmes et des autres sur la chose entière qui est seulement un bon et sain divertissement de toute façon.

La dernière composante dans le processus psychologique de reconnaissance est un transfert conduisant l'analyse jusqu'au matraquage. La reconnaissance est socialement effective seulement appuyée par l'autorité d'une agence puissante. C'est-à-dire, la reconnaissance reconstruite ne s'applique à aucun air mais seulement aux airs « à succès » – le succès étant évalué par l'appui des agences centrales. En bref, la reconnaissance, en tant que déterminant social des habitudes d'écoute travaille seulement sur du matériau matraqué. Un auditeur ne se contenterait pas d'une chanson répétée au piano. Une fois l'air joué, il est toléré avec joie sous toutes ses réalisations.

Les mécanismes psychologiques en cause ici peuvent être pensés comme fonctionnant de cette manière : si un tube est joué et rejoué, l'auditeur commence à penser qu'il est déjà un succès. Ce qui est complété par la façon dont les chansons matraquées sont annoncées à la radio, souvent sous la forme caractéristique de « Vous allez entendre maintenant le dernier succès fou ». La répétition elle-même est acceptée comme un signe de popularité⁹.

8 Cf. Hadley Cantril and Gordon Allport, *The Psychology of Radio*, New York, 1935 p. 69.

9 La même astuce de propagande peut être retrouvée plus explicitement dans le champ de la publicité radiophonique pour les marchandises. *Le Beautyskin Soap* est qualifié de « fameux » puisque l'auditeur a entendu le nom du savon un grand nombre de fois avant et donc sera d'accord avec cette « renommée ». Sa « renommée » est seulement la somme de toutes les annonces qui s'y réfèrent.

Musique populaire et « temps de loisir »

Jusqu'ici l'analyse a été menée sur les raisons qui font accepter n'importe quel tube en particulier. De façon à comprendre pourquoi tout *type* de cette musique domine les masses, des considérations plus générales seront plus appropriées.

L'état d'esprit auquel fait appel à l'origine la musique populaire, dont elle se nourrit, et sur lequel elle s'appuie en permanence, est celui de la distraction en même temps que de l'inattention. Les auditeurs sont distraits des questions posées par la réalité par le divertissement, qui ne demande d'ailleurs pas d'attention.

La notion de distraction peut être proprement comprise seulement à l'intérieur du champ social et non dans les termes auto-suffisants de la psychologie individuelle. La distraction est liée au mode actuel de production, au procès de travail rationalisé et mécanisé auquel, directement ou indirectement, sont soumises les masses. Ce mode de production, qui engendre peurs et anxiété à propos du chômage, de la perte de revenu, de guerre, a ses corrélats « non-productifs » dans le divertissement ; c'est-à-dire, la relaxation, qui n'a aucun besoin de concentration. Les gens veulent s'amuser. Une expérience de l'art, concentrée et consciente, n'est possible que pour ceux dont les vies ne pèsent pas tant sur eux que sur leur temps libre, qui veulent être délivrés à la fois de l'ennui et simultanément de l'effort. Toute la sphère du divertissement commercial à bas prix reflète ce double désir. Elle demande de la relaxation parce qu'elle est modélisée et pré-digérée. Être modélisée et pré-digérée est utile dans la vie psychologique quotidienne des masses afin de leur épargner l'effort de cette participation (que ce soit en écoutant ou en observant) sans laquelle il n'y a pas de réceptivité à l'art. D'un autre côté, les stimuli ainsi provoqués permettent d'échapper à l'ennui du travail mécanisé.

Les promoteurs du divertissement commercialisé s'exonèrent eux-mêmes en disant qu'ils donnent aux masses ce qu'elles veulent. Cette idéologie est appropriée aux objectifs commerciaux : moins les masses discriminent, plus grande est la possibilité de vendre sans discrimination des marchandises culturelles. Mais cette idéologie du droit acquis ne peut être évacuée si facilement. Il n'est pas possible de nier totalement que la conscience de masse peut être modelée par les agences opérant seulement parce que les masses « veulent de cette camelote ».

Pourquoi veulent-elles de cette camelote ? Dans notre société actuelle, les masses elles-mêmes sont broyées par le même mode de production que les matériaux artisanaux qui leur sont refilés. Les clients du divertissement musical sont eux-mêmes des objets ou, bien sûr, produits par le même mécanisme qui détermine la production de la musique populaire. Leur temps libre sert uniquement à reproduire leur force de travail. C'est un moyen au lieu d'être une fin. Le pouvoir du procès de production s'étend sur les intervalles de temps qui, superficiellement, semblent être « libres ». Ils veulent des biens standardisés et une pseudo-individualisation, parce que leurs loisirs sont un moyen d'échapper au travail et en même temps ils sont pris dans le moule des attitudes psychologiques auxquelles le monde du travail quotidien les a formés. La musique populaire est pour les masses comme les vacances pour un garçon de café. Ainsi, il y a une justification à parler d'une harmonie préétablie aujourd'hui entre la production et la consommation de la musique populaire. Les gens réclament ce qu'ils vont avoir de toute façon.

Échapper à l'ennui et éviter l'effort sont incompatibles – donc même incompatibilité quand la reproduction de l'attitude à laquelle échapper est recherchée. Assurément, la façon dont les gens travaillent sur la chaîne de montage, dans les usines ou à la salle des machines leur interdit toute nouveauté. Ils recherchent la nouveauté, mais la charge et l'ennui associés avec le travail réel conduisent à éviter l'effort pendant le temps libre qui offre la seule chance pour une véritable expérience nouvelle. Comme substitut, ils recherchent un stimulant. La musique populaire vient l'offrir. Ses stimulations favorisent la tendance à investir dans du toujours-le-même. Cela signifie l'ennui à nouveau. C'est un cercle auquel il est impossible d'échapper. L'impossibilité de s'échapper est cause de la large diffusion d'une attitude d'inattention envers la musique populaire. Le moment de la reconnaissance est celui de la sensation de l'absence d'effort. L'attention soudaine accordée à ce moment se consume elle-même *instanter* et relègue l'auditeur dans un royaume d'inattention et de distraction. D'un côté, le domaine de la production et du matraquage présume la distraction et, de l'autre, la produit.

Dans cette situation l'industrie affronte un problème insoluble. Elle doit attirer l'attention au moyen de produits toujours nouveaux, mais cette attention décide de leur destin. Si aucune attention n'est accordée à une chanson, elle ne peut être vendue; si de l'attention lui est accordée, il existe toujours la possibilité que les gens ne l'acceptent pas longtemps, parce qu'ils la connaissent trop bien. Cela concerne en partie les efforts constamment renouvelés pour envahir le marché avec de nouveaux produits, pour les mener à leur mort; puis pour recommencer la manœuvre infanticide encore et encore.

D'un autre côté, la distraction n'est pas seulement présumée, mais elle est aussi produite par la musique populaire. Les airs mêmes bercent d'inattention l'auditeur. Ils lui disent de ne pas s'en faire puisqu'il ne manquera de rien¹⁰.

Le ciment social

On peut assurément avancer que la musique écoutée avec une inattention générale seulement interrompue par de soudains éclairs de reconnaissance ne peut constituer une séquence d'expériences qui ont un sens clair et tranché en elles-mêmes, saisies dans l'instant et reliées à tous les moments précédents et suivants. On peut même aller jusqu'à suggérer que la plupart des auditeurs de musique populaire ne comprennent pas la musique comme un langage en soi. S'ils le faisaient, il serait grandement difficile d'expliquer comment ils peuvent tolérer l'apport incessant d'un matériau largement indifférencié. Alors, que signifie la musique pour eux? La réponse est que le langage qu'est la musique est transformé par des processus objectifs en un langage qu'ils pensent être le leur – dans un langage qui sert de réceptacle pour leurs besoins institutionnalisés. Moins la musique est un langage *sui generis* pour eux, plus il s'établit comme réceptacle. L'autonomie de la musique est remplacée par une fonction socio-psychologique simple. Aujourd'hui la musique est en grande part un ciment social. Et le sens que les auditeurs attribuent à un matériau, dont la logique inhérente leur est inaccessible, est avant tout un moyen par lequel ils parviennent à une certaine adaptation psychique aux mécanismes de la vie quotidienne. Cette « adaptation » se concrétise de deux façons différentes, correspondant aux deux types majeurs socio-psychologiques de comportement de masse envers la musique en général et la musique populaire en particulier, le type « obéissant au rythme » et le type « émotif ».

Les individus du type obéissant au rythme se trouvent principalement parmi les jeunes – la soi-disant génération radio. Ils sont les plus accessibles à un processus d'adaptation masochiste au collectivisme autoritaire. Ce type n'est pas réservé à une seule orientation politique. L'adaptation au collectivisme anthropophage se trouve aussi bien chez les groupes de l'aile gauche politique que chez les groupes de l'aile droite. Bien sûr, les deux se recouvrent : la répression et l'esprit moutonnier s'emparent de ceux qui suivent les deux courants. Les psychologies tendent à se confondre malgré les différences de surface des attitudes politiques. Cela devient évident dans la musique populaire qui paraît être à l'écart des positions politiques partisans. On doit noter qu'une production théâtrale modérément de gauche comme *Pins and Needles* (comédie musicale 1937) utilise le jazz ordinaire comme accompagnement musical, et qu'une organisation communiste de jeunesse a adapté la mélodie d'« Alexander's Ragtime Band » à ses propres paroles. Ceux qui demandent à une chanson d'avoir un sens social le font à un médium qui est privé de signification sociale. L'usage des inexorables médias populaires musicaux est répressive *per se*. De telles inconsistances indiquent que la conviction politique et la structure socio-psychologique ne coïncident en aucun cas.

Le type obéissant est le type rythme, le mot « rythme » étant utilisé dans son sens commun. Toute expérience musicale de ce type est fondée par l'unité de temps sous-jacente continue de la musique – son « beat ». Jouer en rythme signifie pour ces gens jouer de telle façon que même si de pseudo-individualisations – contre-accents et autres « différenciations » – se produisent, la relation au mètre de référence est préservée. Être musical signifie pour eux être capable de suivre des modèles rythmiques donnés sans être troublé par des aberrations « individualisantes », et d'adapter même les syncopes dans les unités de base du temps. C'est de

10 L'attitude d'inattention n'est pas universelle. En particulier les jeunes qui investissent leurs sentiments dans la musique populaire ne sont pas blasés devant ses effets. Tout le problème des niveaux d'âge concernant la musique populaire, cependant, est au-delà du champ de l'étude présente. Les problèmes démographiques, également, ne seront pas pris en considération.

cette façon que leur réponse à la musique exprime immédiatement leur désir d'obéir. Cependant, comme le mètre standardisé de la musique de danse et de marche fait penser aux bataillons coordonnés d'une collectivité mécanisée, l'obéissance à ce rythme en soumettant les individus qui répondent les conduit à se concevoir comme intégrés à l'immense masse qui doit être également soumise. Ainsi les débonnaires hériteront-ils de la terre¹¹.

De plus, si l'on considère les compositions sérieuses qui correspondent à cette catégorie d'écoute de masse, on trouve un trait réellement caractéristique : celui de la désillusion. Tous ces compositeurs, parmi lesquels Stravinsky et Hindemith, ont exprimé un sentiment « anti-romantique ». Ils ont pour objectif de s'adapter à la réalité – une réalité comprise par eux en termes d'« âge de la machine ». Le renoncement au rêve de la part de ces compositeurs est une indication du fait que les auditeurs sont prêts à remplacer le rêve par une adaptation à la réalité brute, qu'ils récoltent un plaisir nouveau en acceptant ce qui déplaît. Ils ont perdu leurs illusions quant à la possibilité de réaliser leurs propres rêves dans le monde dans lequel ils vivent, et, par conséquent, ils s'adaptent eux-mêmes à ce monde. Ils adoptent ce qu'on appelle une attitude réaliste et espèrent récolter la consolation en s'identifiant aux forces sociales extérieures dont ils pensent qu'elles constituent l'« âge de la machine ». De plus la désillusion même qui sert de point de départ à leur coordination est là pour gâter leur plaisir. Le culte de la machine qui est représenté par les battements soutenus du jazz implique une auto-renonciation qui ne peut que prendre racine dans le malaise flottant quelque part dans la personnalité de celui qui obéit. Car la machine est une fin en soi seulement sous des conditions sociales données – quand les hommes sont les appendices des machines sur lesquelles ils travaillent. L'adaptation à la musique de la machine implique nécessairement une renonciation à ses propres sentiments humains et en même temps un fétichisme de la machine tel que son caractère instrumental en est en quelque façon obscurci.

Pour ce qui est de l'autre, le type « émotif », il est justifié de le lier avec un type de spectateur de film. La parenté est avec la pauvre vendeuse qui obtient une gratification en s'identifiant avec Ginger Rogers, qui, avec ses jolies jambes et sa pureté, épouse le patron. Atteindre la satisfaction d'un désir est considéré comme le principe directeur pour la psychologie sociale du Cinéma et de même pour le plaisir obtenu avec une musique émouvante et érotique. Cette explication, cependant, est seulement superficiellement appropriée.

Hollywood et Tin Pan Alley sont peut-être des fabriques de rêve. Mais elles n'apportent pas seulement la satisfaction catégorique d'un désir à la jeune fille derrière le comptoir. Elle ne s'identifie pas immédiatement avec Ginger Rogers se mariant. Ce qui se passe peut être décrit comme suit : lorsque le public d'un film sentimental ou de la musique sentimentale prend conscience qu'il existe une possibilité infinie de bonheur, ils osent se dire que toute l'organisation de la vie contemporaine le leur interdit, c'est-à-dire, qu'ils n'ont vraiment aucune part au bonheur. Ce qui est supposé satisfaire un désir est seulement la libération limitée qui se produit avec la réalisation que, à la fin, on ne doit pas se le cacher, le bonheur est celui de savoir que l'on est malheureux et que l'on pourrait être heureux. L'expérience de la vendeuse est reliée à celle de la vieille dame qui pleure à la messe de mariage des autres, heureuse de prendre conscience du naufrage de sa propre vie. Même le plus jobard des individus ne peut finalement pas croire que tout le monde peut gagner aux courses. La fonction réelle de la musique sentimentale se trouve plutôt dans la décharge provisoire donnée par la prise de conscience que l'on a raté la satisfaction.

L'auditeur émotif reçoit tout en termes du dernier romantisme et des marchandises musicales qui en dérivent, qui sont déjà fabriquées pour convenir aux besoins de l'écoute émue. Ils consomment de la musique afin de pouvoir pleurer. Ils sont pris par l'expression musicale de la frustration plutôt que par celle du bonheur. L'influence de la mélancolie slave standard incarnée par Tchaïkovsky et Dvořák est bien plus grande que celle des moments les plus « pleins » chez Mozart ou le jeune Beethoven. Le soi-disant élément de décharge de la musique est simplement l'occasion de ressentir quelque chose. Mais le vrai contenu de cette émotion peut seulement être de la frustration. La musique émouvante est à l'image de la mère qui dit « Viens pleurer, mon enfant ». C'est une catharsis pour les masses, mais une catharsis qui les maintient

11 Note du traducteur : *Évangile selon Matthieu 5.5.*

bien fermement en rang. Celui qui pleure ne résiste pas plus longtemps que celui qui défile. La musique qui permet à ses auditeurs de confesser leur état de malheur les réconcilie, au moyen de cette « décharge », avec leur état social de dépendance.

Ambivalence, ressentiment et fureur

Le fait que l'« adaptation » psychologique obtenue par l'actuel écoute de masse soit illusoire et que l'« évacuation » fournie par la musique populaire assujettit réellement les individus aux pouvoirs sociaux mêmes auxquels ils veulent échapper se fait sentir dans l'attitude même de ces masses. Ce qui apparaît être une acceptation immédiate et une gratification sans problème est vraiment d'une nature fort complexe, couverte par le voile des rationalisations sans consistance. Les habitudes d'écoute de masse sont aujourd'hui ambivalentes. Cette ambivalence, qui reflète la grande question de la popularité de la musique populaire, doit être observée avec attention afin de jeter quelque lumière sur les potentialités de la situation. Cela peut être rendu clair à travers une analogie avec le champ visuel. Tout spectateur de film et tout lecteur de magazine de fiction est familier de l'effet que l'on peut appeler celui de la modernité obsolète. Les photographies des danseuses fameuses qui étaient considérées attrayantes il y a vingt ans, les reprises des films de Rudolph Valentino qui, quoique les plus charmeurs en leur temps, apparaissent désespérément vieillies. Cet effet, découvert à l'origine par les surréalistes français, est maintenant usé. Il y a aujourd'hui de nombreux magazines qui se moquent des modes passées, bien que leur popularité ne remonte qu'à quelques années et bien que les mêmes femmes qui semblent ridicules avec leur style du passé sont en même temps regardées comme le sommet de l'élégance pour la mode présente. La rapidité avec laquelle le moderne devient obsolète a une implication très significative. Elle conduit à se demander si le changement d'effet peut vraiment être dû aux objets en eux-mêmes, ou si le changement ne devrait pas être en partie le résultat de l'état d'esprit des masses. Beaucoup de ceux qui rient de la Babs Hutton de 1929 non seulement admirent la Babs Hutton de 1940 mais étaient émus par elle en 1929 de même. Ils ne peuvent maintenant se gausser de la Barbara Hutton de 1929, à moins que leur admiration pour elle (ou pour ses pairs) alors ne contînt en elle les éléments déjà prêts pour être transformés en leurs opposés quand l'histoire le demanderait. La « toquade » ou frénésie pour une mode particulière contient en soi des possibilités latentes de délire.

La même chose se produit avec la musique populaire. Dans le journalisme du jazz cela est connu comme « corniness » (*daté*). N'importe quelle formule rythmique qui est dépassée, qu'importe combien elle soit « hot » par elle-même, est considérée comme ridicule et donc aussi bien nettement rejetée qu'adoptée avec le sentiment fat que les modes maintenant familières à l'auditeur sont supérieures.

Il ne serait pas possible d'offrir quelque critère musical pour expliquer pourquoi certaines formules musicales sont aujourd'hui taboues parce que datées – telle qu'une seizième au premier accent avec une huitième pointée à la suite. Elles n'ont pas besoin d'être moins sophistiquées que n'importe quelle des soi-disant formules swing. Il est même possible que dans les jours pionniers du jazz les improvisations rythmiques aient été moins schématiques et plus complexes qu'elles le sont aujourd'hui. Néanmoins, l'effet d'être daté existe et se fait sentir très nettement.

Une explication adéquate qui pourrait être donnée même sans entrer dans des questions qui relèvent d'interprétation psychanalytique serait la suivante : les préférences qui ont été imposées aux auditeurs provoquent une vengeance lorsque la pression est retombée. Ils compensent leur « culpabilité » en pardonnant à ce qui est sans valeur en s'en amusant. Mais la pression ne retombe que si des essais sont faits pour refler quelque chose de « nouveau » au public. Ainsi, la psychologie de l'effet de daté est reconduite encore et encore et peut donc continuer indéfiniment.

L'ambivalence illustrée par l'effet de daté est due à l'énorme augmentation de la disproportion entre l'individu et le pouvoir social. Un individu est confronté à une chanson particulière qu'il est apparemment libre soit d'accepter soit de rejeter. Par le matraquage et le soutien apporté à la chanson par de puissantes agences, il est privé de la liberté de rejeter qu'il aurait toujours pu être capable d'exercer quant à cette chanson. Ne pas aimer la chanson n'est plus l'expression d'un goût personnel mais bien une rébellion contre la sagesse d'un service public et un désaveu opposé aux millions de gens qui se chargent de soutenir ce que les agences

leur donnent. La résistance est considérée comme une marque de mauvaise citoyenneté, comme une incapacité à s'amuser, comme une absence de sincérité d'intellectuel, car, comment une personne normale pourrait-elle se dresser contre une telle musique normale ?

Une telle augmentation d'influence au-delà de certaines limites, cependant, altère fondamentalement la composition de l'individualité elle-même. Un prisonnier politique à la volonté solide peut résister à toutes sortes de pressions jusqu'à ce que des méthodes comme de le priver de sommeil pendant plusieurs semaines soient employées. Quelque chose de semblable arrive avec la résistance de l'auditeur consécutive à l'énorme intensité des forces qui agissent sur lui. Ainsi, la disproportion entre la force d'un individu et la structure sociale concentrée s'exerçant sur lui détruit-elle sa résistance et en même temps ajoute la mauvaise conscience parce qu'il voudrait quand même résister. Quand la musique populaire est répétée à un degré tel qu'elle n'apparaît plus comme un produit mais plutôt comme un élément du monde naturel, la résistance devient quelque chose de différent, parce que l'unité de l'individualité commence à craquer. Cela bien sûr n'implique pas l'élimination totale de la résistance. Mais cela pénètre dans des strates de plus en plus profondes de la structure psychologique. De l'énergie psychique doit être immédiatement investie pour vaincre la résistance. Car cette résistance ne disparaît pas complètement en cédant aux forces extérieures, mais reste vivante dans l'individu et survit encore même au moment de l'acceptation. Alors le ressentiment devient terriblement actif.

Tel est le trait le plus évident de l'ambivalence des auditeurs face à la musique populaire. Ils protègent leurs préférences contre toute imputation d'être manipulé. Rien n'est plus déplaisant que de confesser sa dépendance. La honte surgie de l'adaptation à l'injuste interdit la confession pour celui qui a honte. De là, ils retournent leur haine plutôt contre ceux qui montrent leur dépendance que contre ceux qui resserrent leurs chaînes.

Le déplacement de résistance monte en flèche vers ces sphères qui semblent offrir un refuge contre les forces matérielles de répression dans notre société et sont considérées comme le refuge de l'individualité. Dans le champ du divertissement, la liberté du goût est saluée comme la plus haute. Confesser que l'individualité n'existe pas, ici comme dans la vie pratique, pourrait conduire au soupçon que l'individualité a tout à fait disparu ; c'est-à-dire qu'elle a été réduite par les modèles de comportement standardisés à une idée totalement abstraite qui n'a désormais plus aucun contenu précis. La masse des auditeurs a été amenée à accepter de rejoindre la conspiration vaguement réalisée conduite sans véritable malveillance contre eux, afin qu'ils s'identifient avec l'inéluctable, et afin de garder en mémoire la liberté qui a cessé d'exister en tant que réalité. La haine de la déception est transférée vers la menace de concrétiser la déception et ils défendent passionnément leur propre attitude parce qu'elle leur permet d'être volontairement trompé.

Le matériau, pour être accepté, nécessite ce ressentiment, aussi. Son caractère de marchandise, sa standardisation dominante, n'est pas assez dissimulée pour être tout à fait imperceptible. Il demande une action psychologique de la part de l'auditeur. La passivité seule n'est pas suffisante. L'auditeur doit s'obliger à accepter. Le ressentiment est plus apparent dans le cas de ceux qui sont fanatiques de la musique de « danse populaire agitée » (*jitterbug*).

Superficiellement, la thèse concernant l'acceptation de l'inéluctable ne semble indiquer rien d'autre que l'abandon de la spontanéité : les sujets sont privés de toute trace de volonté libre face à la musique populaire et l'acceptation vise à provoquer des réactions passives à l'égard de ce qui leur est donné et à devenir de simples centres de réflexes socialement conditionnés. Le terme d'entomologie *jitterbug* souligne cela. Il renvoie à un insecte qui a la frousse, qui est passivement attiré par quelque stimulus donné, comme la lumière. La comparaison des hommes avec les insectes est le signe de la reconnaissance qu'ils ont été privés de leur libre volonté.

Mais cette idée demande des qualifications. Elles sont déjà présentes dans la terminologie officielle du *jitterbug*. Les termes comme « dernière rage », « frénésie swing », « alligator », « couteau à tapis » désignent un courant qui va au-delà des réflexes socialement conditionnés : la fureur. Personne ayant assisté à une rencontre de *jitterbug* ou discuté des morceaux courants *jitterbugs* de la musique populaire ne peut ignorer

l'affinité de leur enthousiasme avec la fureur, qui peut d'abord se diriger contre ceux qui critiquent leurs idoles mais qui peut aussi frapper les idoles elles-mêmes. Cette fureur ne peut être tenue simplement pour être une acceptation passive de ce qui est donné. Il est essentiel pour l'ambivalence que le sujet ne réagisse pas seulement passivement. Une passivité complète requiert une acceptation sans ambiguïté. Cependant, ni le matériau lui-même ni l'observation des auditeurs ne confirment l'hypothèse d'une telle acceptation unilatérale. Simplement l'abandon de la résistance n'est pas suffisant pour que l'inéluctable soit accepté.

L'enthousiasme pour la musique populaire demande une décision volontaire des auditeurs, qui doivent transformer le commandement extérieur auquel ils se soumettent en un commandement intérieur. L'attribution de libido aux marchandises musicales est manipulée par l'ego. Cette manipulation n'est donc pas entièrement inconsciente. On peut avancer que parmi ces *jitterbugs* qui ne sont pas des experts et sont pourtant fanatiques d'Artie Shaw ou Benny Goodman, l'attitude d'enthousiasme « allumé » prévaut. Ils « rejoignent les rangs », mais cette jonction n'implique pas seulement qu'ils se conforment aux standards donnés; elle implique aussi la décision de se conformer à. L'appel lancé par les éditeurs de musique au public de « rejoindre les rangs » montre que cette décision est un acte de la volonté, proche de la surface de la conscience¹².

Tout le royaume du fanatisme *jitterbug* et de l'hystérie de masse pour la musique populaire est sous le charme d'une décision volontaire de ressentiment. L'enthousiasme frénétique implique non seulement l'ambivalence en tant qu'il est prêt à se retourner en véritable fureur ou en mépris envers ses idoles mais aussi est le résultat de cette décision volontaire de ressentiment. L'ego en exagérant l'enthousiasme, peut le brutaliser, puisqu'un enthousiasme « naturel » ne suffit plus à faire le travail et à surmonter la résistance. C'est cet élément d'exagération délibérée qui caractérise la frénésie et l'hystérie consciente de soi¹³. Un fan de musique populaire doit être vu comme quelqu'un qui va son chemin en fermant fortement les yeux et en grinçant des dents de façon à éviter de dévier de ce qu'il a décidé de reconnaître. Une vision claire et calme mettrait en danger l'attitude qui lui a été imposée et que maintenant il cherche à s'imposer. La décision volontaire première sur laquelle son enthousiasme est fondé est si superficielle que la moindre considération critique la détruirait à moins qu'elle ne soit renforcée par la toquade qui ici est un objectif quasi rationnel.

Finalement une tendance peut être mentionnée qui se manifeste dans la gestuelle du *jitterbug* : la tendance à la caricature de soi-même qui semble être recherchée par les gestes gauches des *jitterbugs* si souvent publiés dans les magazines et les journaux illustrés. Le *jitterbug* paraît vouloir se faire des grimaces à lui-même, à son propre enthousiasme et à son propre amusement qu'il récuse même quand il prétend s'amuser. Il se ridiculise comme s'il espérait secrètement voir le jour du jugement dernier. Par sa raillerie, il cherche à s'exonérer de la fraude qu'il a commise au détriment de lui-même. Son sens de l'humour rend les choses si changeantes qu'il ne peut être gêné – ou plutôt s'embarrasser lui-même – par une quelconque de ses réactions. Son mauvais goût, sa fureur, sa résistance cachée, son insincérité, son mépris latent de soi, tout cela est travesti en « humour » et ainsi neutralisé. Cette interprétation est d'autant plus justifiée qu'il est presque impossible que la répétition incessante des mêmes effets puisse apporter un divertissement authentique. Personne ne se réjouit d'une plaisanterie qu'il a entendue cent fois¹⁴.

Il y a une part de fiction dans tout enthousiasme pour la musique populaire. Rarement un *jitterbug* est rendu totalement hystérique par le swing ou totalement fasciné par une représentation. En plus, une véritable réponse aux stimuli, l'hystérie de masse, le fanatisme et la fanatisation eux-mêmes sont en partie des images publicitaires auxquelles les victimes conforment leur comportement. Cette auto-tromperie se

12 Au dos de la version papier d'un certain tube, là, apparaît l'appel : « Suivez votre chef, Artie Shaw. »

13 Un tube dit : « Je ne suis qu'un *jitterbug*. »

14 Il vaudrait mieux aborder ce problème expérimentalement en filmant des *jitterbugs* en action et en les examinant ensuite en termes de psychologie des gestes. Une telle expérience pourrait aussi fournir des résultats estimables concernant la question de savoir comment les standards musicaux et les « déviations » dans la musique populaire sont appréhendés. Si l'on pouvait enregistrer le son simultanément avec les images on pourrait analyser jusqu'où les *jitterbugs* réagissent gestuellement aux syncopes dont ils assurent qu'ils sont fous et jusqu'où ils répondent seulement aux grondements du sol. Si ce dernier cas était le bon, cela fournirait une autre indication du caractère fictif de ce type de frénésie.

fonde sur l'imitation voire l'histrionisme. Le *jitterbug* est l'acteur de son propre enthousiasme ou l'acteur du modèle de la couverture de journal qui lui est présentée. Il partage avec l'acteur le caractère arbitraire de son interprétation. Il peut éteindre son enthousiasme aussi facilement et brusquement que l'allumer. Il est seulement sous le charme de son propre acte.

Mais plus la décision volontaire, l'histrionisme et l'imminence de l'auto-dénonciation du *jitterbug* sont proches de la surface de la conscience, plus grande est la possibilité que ces tendances transperceront la masse, et, une fois pour toutes, distribueront un plaisir contrôlé. Les *jitterbugs* ne peuvent être tout à fait ce tas d'insectes mous fascinés comme on les appelle et à qui ils aiment eux-mêmes ressembler. Ils ont besoin de leur volonté, ne serait-ce que pour terrasser le pressentiment trop conscient qu'il y a quelque chose de « faux » dans leur plaisir. Cette transformation de leur volonté montre que la volonté est encore vivante et que, dans certaines circonstances, elle peut être assez forte pour s'affranchir des influences imposées qui s'attachent à tous leurs pas.

Dans la situation présente il serait approprié, pour toutes ces raisons – qui ne sont que des exemples de bien plus de données de la psychologie de masse – de se demander jusqu'où la distinction psycho-analytique entre le conscient et l'inconscient est toujours justifiée. C'est un paradoxe de la situation qu'il est presque impossible de lever ce mince voile. Pourtant la vérité ne peut rester aussi longtemps inconsciente qu'on le prétend. Cela est corroboré par le fait que dans la pratique politique des régimes autoritaires le mensonge franc en lequel personne ne croit vraiment est de plus en plus remplacé par les « idéologies » du passé qui ont le pouvoir de convaincre ceux qui croient en elles. De là, nous ne pouvons nous contenter d'établir simplement que la spontanéité a été remplacée par l'acceptation aveugle du matériau imposé. Même la croyance que les gens réagissent aujourd'hui comme des insectes et dégénèrent en de simples centres de réflexes socialement conditionnés appartient toujours à la façade. Cela sert trop bien le but de ceux qui bavardent sur le Nouveau Mythos et les pouvoirs irrationnels de la communauté. Plutôt, la spontanéité est consommée par les terribles efforts que chaque individu doit faire afin d'accepter ce qu'on lui impose – un effort qui a été développé pour la bonne raison que le vernis masquant les mécanismes de contrôle est devenu trop fin. Afin de devenir un *jitterbug* ou simplement d'« aimer » la musique populaire, en aucun cas il ne suffit de s'abandonner ou de se mettre passivement en rang. Pour être transformé en insecte, un homme a besoin de cette énergie qui pourrait permettre de le transformer en homme.