
Globalisation, identité et cultures de goût : le cas de la musique populaire

Roger Chamberland
Département des littératures
Université Laval

La musique populaire participe d'un processus de socialisation qui engage l'échange et la communication entre des groupes sociaux qui se définissent en fonction de leurs intérêts et de leurs goûts. Au Québec, la musique populaire, obéissant à un effet de cadrage institutionnel, a d'abord servi à établir les bases d'un principe identitaire prenant appui sur le développement du sentiment de conscience nationale, plus particulièrement durant les années 1960 où la chanson a été reconnue comme genre artistique à travers la légitimation et la consécration de Félix Leclerc, que l'on considère volontiers aujourd'hui comme le père des boîtes à chanson (Chamberland et Boivin, 1996). Cette activité chansonnière, entendue comme la mise en place d'un genre spécifique, à savoir la chanson poétique ou à texte, a été soumise à un effet de cadrage institutionnel desservant la lecture politique des pratiques artistiques de cette décennie. En déplaçant l'angle d'approche, on constate que cette chanson est doublée par un autre type de pratique associé à la musique populaire, c'est-à-dire à l'ensemble des styles et des genres qui profitent d'une diffusion à grande échelle (radio, télévision, discothèque, etc.) et qui procèdent d'une industrialisation de la musique populaire, comme l'a bien définie Simon Frith :

L'industrialisation constitue en effet l'une des médiations clés de la vie culturelle contemporaine. Cette médiation peut être définie comme le

processus au sein duquel se crée, se produit, se diffuse et se reçoit la musique, ainsi que les outils servant à en définir et en mesurer la popularité (Palmarès) – un processus complexe où se combinent, se fondent et se confondent des arguments techniques, économiques et musicaux (Frith, 1989 : 88)¹.

Toutefois, en rester à cette constatation revient à réduire l'industrialisation à un déterminisme, à une contrainte qui gomme la réception même des œuvres et qui élargit le fossé entre les offensives de l'industrie de la musique populaire et les options idéologiques opérant dans le système de classification de la mesure de la popularité. Le palmarès est en quelque sorte le sismographe de cette activité de réception, le lieu de reconnaissance, voire de légitimation, des pratiques hybrides, mais il est aussi définitoire de ce qui constitue le *mainstream*, la culture de goût dominante à un moment donné.

L'existence même au Québec d'un double palmarès, anglophone et francophone, balise le champ de la réception et force les divers agents à définir leurs positions en fonction du domaine de la francophonie. Ainsi, Kashtin, qui chante en montagnais, ou les Gypsy Kings, qui chantent en espagnol, se trouvent au même palmarès francophone².

À première vue, ce métissage culturel pourrait être interprété comme un avatar de la globalisation des marchés, marquée par la concentration des compagnies de disques désormais intégrées à une structure de commercialisation de l'industrie du loisir et du divertissement, par des transformations structurelles aux plans des droits de reproduction et d'exploitation de la musique dans différents médias – cinéma, télévision – et bien sûr la vente de disques et de vidéos et, enfin, par l'élargissement des pratiques d'écoute qui fait éclater les frontières du patrimoine musical national. Néanmoins, le *forcing* de la mondialisation tend à s'amenuiser dans la récupération du principe de la protection des identités nationales, du moins si on

1. Traduction de l'auteur.

2. À l'inverse, rappelons la sortie de Céline Dion qui s'était vu remettre le Félix de la meilleure interprète anglophone lors du Gala de l'ADISQ (l'Association du disque et de l'industrie du spectacle et de la vidéo au Québec) en 1993.

s'en remet à l'observation de l'activité musicale au Québec. Arjun Appadurai souligne à juste titre que « la globalisation de la culture n'est pas synonyme de l'homogénéisation, puisque la globalisation entraîne l'usage de la variété des instruments de l'homogénéisation qui sont absorbés par les politiques locales et les économies culturelles » (Appadurai, 1990 : 307). C'est dire que la globalisation est reconfigurée à partir de pratiques locales qui s'accommodent de ces transformations et se les approprient en fonction de leurs intérêts sociaux, politiques, économiques et culturels.

Line Grenier et Val Morrison, en reprenant un modèle développé par William Straw, proposent d'envisager la question sous l'angle de la constitution de l'espace musical au Québec, qui s'articule selon deux axes, dont le premier est la communauté musicale, entendue comme :

l'espace culturel qu'occupe une population relativement stable lorsque son engagement musical s'actualise principalement par le biais de l'exploration continue d'un petit nombre de formes musicales idiomatiques supposément enracinées dans un héritage historique spécifique, géographiquement circonscrit (Grenier et Morrison, 1994-1995 : 86).

Le deuxième axe, celui de la scène musicale, est défini par Straw comme un espace culturel :

within which a range of musical practices coexist, interacting with each other within a variety of processes of differentiation, and according to widely varying trajectories of change and cross-fertilization (Straw, 1993 : 373).

Cela dit, la communauté musicale aussi bien que la scène musicale sont définies selon qu'on se place à l'intérieur ou aux limites de leur frontière respective. En suivant le parcours de ce modèle, on parvient à reconstituer l'archéologie de l'espace musical au Québec tout en observant la circulation des divers sujets qui y font carrière et la manière dont sont redéfinies les limites de ces frontières respectives³.

3. Pour prendre la mesure d'un tel type de travail, on lira avec profit l'article précité de Grenier et Morrison (1994-1995).

Malgré l'efficacité de ce modèle quant à sa manière de circonscrire les lieux d'inclusion et d'exclusion des divers agents, force est de constater que la musique populaire sollicite autre chose dans l'esprit de l'amateur que la seule question linguistique ou ethnique. La musique et le texte participent de la réception de la musique populaire comme je l'ai constaté en étudiant les rites de réception des spectacles *punk* et *heavy metal* (Chamberland, 1995). On peut donc se demander s'il existe un substrat musical transnational ou, au contraire, une culture de goût propre à des groupes culturels ? Autrement formulé, on peut se demander si la musique écoutée au Canada est la même que celle qui est écoutée au Québec ? Le terme « culture de goût » pourra faire sursauter ceux et celles qui sont familiers avec l'essai de Herbert J. Gans (1974), *Popular Culture and High Culture*, car c'est à lui que nous devons l'une des premières études sur le rapport existant entre genre musical et classe sociale. Pour Gans, la culture de goût (en anglais *Taste Culture*), qui a partie liée avec les origines socioéconomiques des individus, s'incarne également dans diverses autres pratiques culturelles et quotidiennes.

Cette façon de voir, qui date des années 1970, devrait être fortement nuancée aujourd'hui ; une analyse portant sur la musique country que j'ai menée (Chamberland, 1997) révèle par exemple que les femmes, grandes consommatrices de musique country, sont plus scolarisées que les hommes qui écoutent cette musique et occupent de meilleurs emplois qu'eux. Elles sont plutôt sensibles au texte à la différence des hommes qui préfèrent le rythme. Au terme de cette étude, j'avais l'impression que l'image du chauffeur de camion lourd écoutant du country devrait être revue afin de présenter une femme, secrétaire ou chef de direction, chantant le dernier succès de Shania Twain ou de Garth Brooks. Quoi qu'il en soit, l'expression « culture de goût » semble recouvrir une réalité plus large que celle que Gans décrit et elle est définitoire d'un espace musical commun.

Je m'attarderai ici à l'étude des palmarès canadiens et québécois publiés dans les journaux⁴. Pour chacun des dix titres du *top ten*, j'analyserai le genre, le style, la composition musicale et les thèmes qui y sont développés pour ensuite les comparer afin d'établir une grille statistique, couvrant une quinzaine d'années, représentative de la culture musicale de chaque communauté socioculturelle. Cette étude permettra d'esquisser un profil des goûts du public canadien et du public québécois, tel que le révèle le palmarès, et de constater que l'industrie de la musique populaire n'a pas le monopole du succès, qui dépend largement de la culture de goût de la société d'accueil.

Par ailleurs, il faut être bien conscient que je ne me suis intéressé qu'à la pointe visible de l'iceberg, aux chansons qui ont connu un succès d'écoute et de vente et qu'il n'y a pas de corrélation entre une pièce et la popularité de l'album sur laquelle elle figure, pas plus d'ailleurs que le succès d'un vidéoclip n'est lié à celui du disque correspondant. Je suis conscient de l'existence de sous-cultures dont l'activité n'est absolument pas prise en compte dans les relevés statistiques du palmarès. Ici encore, je renverrai à la musique country dont l'importance est indéniable sur le marché de la musique, mais qui n'apparaît pas au palmarès pour des raisons qui tiennent aux structures de diffusion plus qu'à autre chose. En effet, si le disque est le support premier de la musique populaire en général, la cassette directement vendue aux amateurs lors des spectacles, ou repiquée, caractérise la musique country.

Une équipe, formée de Jolin Ferland, de Marie Fradette, de Suzanne Lemay et de moi, a analysé 101 chansons francophones et 100 textes anglophones, sur une possibilité de 110 – les textes manquants tiennent au succès éphémère de l'artiste – qui ont occupé les dix premières positions de ces palmarès respectifs entre 1983 et 1993. Les diverses stations de musique populaire de la ville de Québec nous ont en effet permis de reconstituer ce corpus sans que nous puissions pour autant en exhumer toutes les pièces. À partir de la transcription des textes et d'écoutes répétées de ces

4. Le palmarès qu'on publie dans les journaux est compilé à partir des ventes qui sont faites chez les disquaires et de la fréquence de diffusion à la radio.

grands succès, nous avons établi une grille d'analyse comprenant dix paramètres et tenant compte du texte de la chanson et, dans une moindre mesure, de la musique⁵. Nous avons également tenu compte de la règle qui prévaut dans la musique populaire et qui stipule qu'une pièce doit durer entre trois minutes et trois minutes et demie, rarement plus. Cette contrainte temporelle fait en sorte qu'une chanson est un condensé, d'une trentaine de vers tout au plus, d'une histoire, d'un état d'âme, d'une anecdote, etc. Les thèmes comme les sentiments qui y sont exprimés n'ont pas la profondeur d'un drame lyrique ou d'un opéra ; la visée même de ces pièces n'est pas de reconstituer l'univers intérieur de l'auteur, mais d'évoquer une situation dans un langage direct ou poétique : l'auditeur fera le reste du travail. En conséquence, nous avons été sensibles à la manière de codifier nos paramètres d'analyse afin que plusieurs personnes rendent compte de leurs propres perceptions.

Pour chaque pièce, nous avons codifié :

1. le rythme, selon qu'il était lent, modéré ou rapide ;
2. le genre, soit lyrique (expression du je plus ou moins profond), narratif (un récit sert de structure de fond) ou dramatique (fait appel à des personnages, au dialogue). Comprendons bien ici que ces catégories ne sont pas exclusives et encore moins étanches, elles se ramifient en plusieurs combinatoires de deux ou trois éléments ;
3. la rime (régulière/irrégulière), que nous avons distinguée du rythme, comme élément discriminant dans notre étude ;
4. la forme, avec ou sans refrain, avec structure récurrente (ABC) et coda (finale marquée) ;
5. le thème principal de la chanson ;
6. le thème secondaire ou, le cas échéant, les thèmes secondaires ;
7. les valeurs dégagées par le texte, voire la morale sous-jacente dans certains cas. Thème primaire, secondaire et valeurs ont été le plus possible notés, car il semblait opportun d'être

5. Quoique Jolin Ferland, un des étudiants qui travaillaient à ce projet, est musicien de carrière et a été sensible à la composition et à la structure musicales.

sensible aux nuances que comporte chaque chanson afin d'éviter de tomber dans des généralisations excessives qui masquent le contenu réel des textes ;

8. la « métaphorisation » qui recouvre l'utilisation de procédés rhétoriques dans l'écriture ; plus il y avait de figures de discours, plus la cote attribuée était haute, cette échelle est graduée de zéro à trois. Ceci ne concerne évidemment pas la « poéticité » des textes, à savoir que les figures de discours sont complexes ou affinées et sous-tendent une herméneutique comme celle qui prévaut souvent dans la chanson dite à texte ou poétique. La métaphorisation s'oppose au langage direct, entendu comme l'expression la plus réaliste possible d'une situation ou d'une condition. En d'autres termes, Richard Desjardins utilise la métaphore de façon tout à fait différente d'Alain Morisod et de Sweet People ou de Mitsou ! ;
9. la proportion d'hommes, de femmes et de groupes qui ont occupé les meilleures places ;
10. l'étiquette et le distributeur qui ont été considérés comme facteurs possibles de mise en place d'un succès dans la mesure où un producteur indépendant n'a pas la même force de pénétration du marché qu'un major de l'industrie.

L'analyse a été menée d'abord de façon diachronique puis synchronique, afin de vérifier s'il y avait des procédés stables ou en croissance/décroissance. Les chiffres ainsi étalés sur une dizaine d'années révèlent des différences notables entre les musiques francophone et anglophone ainsi que des constantes. L'une des différences importantes entre les deux *top ten* concerne le sexe des artistes ; du côté francophone, on affectionne à parts égales les voix d'hommes et de femmes (45 % et 46 %) tandis que les groupes occupent la part congrue (9 %). Du côté anglophone, la situation est fort différente puisque les succès des groupes est à 39 %, celui des femmes 36 % et celui des hommes 35 %. Étant donné que ce sont surtout des hommes qui sont solistes dans la majorité des groupes qui obtiennent la faveur populaire (Genesis, Mike and the Mechanics, Gipsy Kings, The Box, Level 42, Human League, etc.), le pourcentage précédent augmente considérablement. Cependant, au-delà de la voix – d'hommes ou de femmes –, ce qui caractérise cette

empathie pour les groupes du côté anglophone tient au fait que très souvent la structure musicale est différente puisque le soliste n'est pas nécessairement la vedette et qu'il doit partager son succès avec des musiciens qui excellent avec leur instrument ou qui ont directement partie prenante dans les arrangements musicaux. L'exemple de Genesis est assez éloquent à ce sujet : Peter Gabriel est à la voix, alors que Stephen Hackett, que d'aucuns considèrent comme l'un des meilleurs guitaristes rock au monde, développe une performance parallèle à celle du chanteur.

Le second écart concerne l'écriture même des textes : 61 % des chansons francophones utilisent la rime régulière contre à peine 21 % pour les chansons anglophones ; corollairement, 47 % des succès francophones ont un niveau de métaphorisation plutôt élevé (2+3), contre 23 % du côté anglophone. La musique francophone tend donc à respecter les formes traditionnelles de la chanson tandis que la musique anglophone s'écarte plus souvent des règles qui prévalent dans l'écriture de celle-ci. Rime et métaphorisation sont les pierres de touche de la forme canonique de la chanson, ce sont très souvent les éléments discriminants que la critique utilise pour différencier la musique populaire et la chanson à texte ou poétique. Toutefois, cette affirmation doit être nuancée puisque la musique francophone fait un plus large emploi de la chanson sans refrain que les anglophones, même si, *grosso modo*, près de 80 % des textes ont un refrain. À l'opposé, sur le plan musical, les anglophones affectionnent la forme avec une coda – donc une finale plus marquée – et, surtout, ils utilisent la technique du *bridge* – une partie médiane de transition vers la répétition, souvent marqué par des riffs de guitare. Cet emploi du *bridge* corrobore l'hypothèse émise précédemment à propos des groupes et portant sur l'importance du rôle des musiciens dans la composition, les arrangements et l'interprétation d'une pièce. Du côté du rythme, la ventilation observée au début des années 1980 entre lent, modéré et rapide, tend à s'estomper au profit d'une musique au mouvement plutôt lent, et ce, tant dans la musique francophone qu'anglophone.

Sur le plan de la thématique, l'amour est le sujet de prédilection dans l'une et l'autre des cultures de goût, mais de façon fort différente : pour les francophones, 33 % des chansons

développent prioritairement ce thème contre 56 % du côté anglophone. Cette statistique renverse donc la topique généralement entendue à l'effet que la ballade est le genre de prédilection au Québec. Pire encore pourrait-on dire puisque, du côté anglophone, l'amour se vit toujours sur le mode de la célébration tandis que du côté francophone, il s'agit d'amours malheureuses et de séparations, particulièrement depuis le début des années 1990. Fondamentalement, l'amour est plus qu'un thème qui revient en tête de liste, mais une valeur première présente dans plus de 70 % des pièces du palmarès. Viennent ensuite des chansons qui portent sur le rêve, les souvenirs, la quête de liberté et la soif de vivre. Cruellement absent de cette nomenclature, tout ce qui concerne la critique sociale, la dénonciation du système, la contestation de l'ordre établi, les questions criantes des jeunes portant sur le suicide, le sida, leur avenir ou celui de la planète. Sur le plan des thèmes et des valeurs, tout semble aller pour le mieux dans le meilleur des mondes ; la profondeur de l'existence et l'altruisme sont gommés par le procès de personnalisation et la légèreté des relations. En somme, la musique populaire doit être joyeuse dans son expression pour qu'elle ait quelque chance de recevoir l'aval des amateurs.

Une dernière remarque, d'ordre général celle-là, se dégage de l'étude de ces listes. D'une part, la chanson française, de France s'entend, est présente pour à peine une douzaine de titres – donc un peu plus de 10 % de tout le palmarès –, si on excepte les Gypsy Kings, qui chantent *Bamboléo* en espagnol – (ces mêmes Gypsy Kings se trouvent la même année au palmarès anglophone avec Djobi Djoba, toujours chanté en espagnol), et Alain Morrisod et le Sweet People qui sont suisses ; le reste des palmarès est constitué de musique québécoise. D'autre part, la musique anglophone est essentiellement composée des succès des vedettes américaines. Cette domination est tellement grande qu'on peut se demander quel est l'impact des quotas du CRTC qui, rappelons-le, exigent au moins 10 % de contenu canadien. Dans ce portrait, les noms de Céline Dion et de The Box, tous deux québécois, apparaissent comme des moutons noirs. Seule Alannah Myles, de Toronto, vient donner une couleur un peu plus *canadian* à cet ensemble américano-anglais. Bien sûr, la situation du Québec est différente où l'industrie locale

occupe tout de même près de 60 % du marché francophone, si l'on se fie au seul palmarès.

* * *

Ces analyses permettent de dégager quelques lignes de force concernant les cultures de goût francophone et anglophone. Les différences majeures qui opposent l'une et l'autre culture tiennent d'abord et avant tout à leurs structures formelles, tant textuelles que musicales. D'une part, la chanson francophone montre une plus grande préoccupation pour l'écriture des textes ; cette préoccupation se remarque principalement dans la régularité des vers et de la rime et dans l'utilisation plus répandue des figures du discours tandis qu'au plan musical, on adopte un style plus conservateur minimisant les effets électriques non sans tendre vers une certaine homogénéisation des arrangements musicaux. D'autre part, la chanson anglophone, joue beaucoup plus sur ces mêmes effets et travaille plus librement sur la versification, dans les limites imparties au genre de la musique populaire, sans pour autant céder à l'intelligibilité des textes. En somme, les premiers cherchent un prolongement à la tradition de la chanson française, celle des *caf'conc*, des années 1950-1960 (Brassens, Ferré, Barbara, Brel) – texte « poétique » avec accompagnement musical cherchant à mettre ces textes en valeur – tandis que les seconds se rapprochent de la musique populaire dont les règles tiennent plus à la structure musicale qu'à la profondeur des paroles. À ce sujet, Adorno rappelle l'existence, dès les années 1930, d'un manuel populaire américain qui enseignait « comment écrire et vendre des succès », mais dont l'actualité reste vive à la lumière de la présente étude. L'idée de base des auteurs de ce manuel tient au *custom built* ; Voici comment Adorno la résume :

La règle de base, dans la pratique américaine qui sert de référence dans son entier, est que le refrain soit constitué de trente-deux mesures, avec un *bridge* [...] Avant tout, les charnières métriques et harmoniques de chaque succès, c'est-à-dire le début et la fin des différentes parties, doivent être fabriquées d'après le schéma standard. Celui-ci confirme les structures de base les plus simples, quels que soient les écarts qui se produisent entre les piliers. Les complications restent sans conséquences : le succès reconduit à quelques catégories de base archiconnues de la perception, rien de vraiment nouveau ne doit s'y glisser uniquement des

effets calculés qui assaisonnent l'omni-identité, sans la menacer, et qui eux-mêmes sont dirigés d'après des schémas (Adorno, 1994 : 31).

La forme décrite ici n'est pas l'apanage exclusif de la musique anglophone ; elle sied également bien à la musique francophone, hormis peut-être le *bridge* qui en est très souvent absent. Ce rapprochement au niveau des structures musicales se remarque également dans le contenu des textes, dans les thèmes qui y sont développés et les valeurs qui y sont défendues, comme je l'ai précédemment souligné. Les cultures de goût anglophone et francophone tendent de plus en plus vers les mêmes préoccupations.

La connaissance des mécanismes sociaux qui décident du choix, de la diffusion et de l'effet pourrait porter à croire que l'effet de la musique populaire est totalement prédéterminé. Les chansons qui deviennent des *hits* seraient simplement « fabriquées » par les médias de masse sans que le goût des auditeurs y soit pour quelque chose. Cette vision réductrice est trop simple, même dans le contexte actuel de la concentration des industries culturelles. Bien entendu, la pratique de reproduction par la radio, par le disque et, depuis le milieu des années 1980, par la télévision constitue une condition préalable pour qu'un *hit* devienne un *hit* : ce qui n'a pas l'occasion d'être entendu par un cercle élargi d'auditeurs sera difficilement plébiscité par celui-ci. Plus encore, les responsables de la programmation radio opèrent une première sélection qui doit correspondre à l'image musicale qu'ils veulent donner de leur station. Coïncé entre les contingences du CRTC, qui fixe le créneau musical de toutes les stations et veille à son respect, et les exigences de ses annonceurs, le radiodiffuseur doit définir une ligne musicale à partir de laquelle il programmera ses choix musicaux ou, si l'on préfère, ceux qui correspondent le mieux au style et au créneau musical qu'il cherche à privilégier. Le choix de l'auditeur est certes restreint par rapport à cette seule station, mais il trouve une plus grande diversité si on l'étend à l'ensemble de toutes les stations qui couvrent la bande FM, par exemple. Malgré tous les efforts que déploient les directeurs artistiques pour que l'album de leur artiste contienne au moins deux pièces « commerciales », il arrive que le *single* tombe à plat et ne joue pas. De toutes les conditions nécessaires aucune n'est suffisante pour garantir le succès d'une

chanson, car pour atteindre le *top ten*, une pièce doit d'abord et avant tout respecter les règles en vigueur.

Les erreurs techniques de composition n'ont que peu d'importance à cet égard : en revanche, il faut éliminer le matériau dont la forme déroge d'avance à l'usage du moment : avant tout, donc, ce qui appartient manifestement à une mode déclarée du passé, ou ce qui utilise essentiellement des moyens plus modernes que ceux dont on a l'habitude. À l'évidence, les modes normatives sont manipulées dès le départ ; elles ont néanmoins tendance à devenir formes de réaction du public, et c'est d'après elles que ce dernier mesure très rapidement, quasi spontanément, ce qui lui est imposé, peut-être parce qu'à travers cette insistance sur les standards à la mode, il s'imagine détenir comme un reste de liberté à choisir (Adorno, 1994 : 40).

Reste tout de même une spécificité aux hits des *top ten* que même une analyse plus raffinée ne pourrait cerner à moins de faire appel à des enquêtes auprès de *focus groups* afin d'en établir la valeur sociopsychologique. Que cette valeur sociopsychologique relève de culture de goût différenciée, voilà une hypothèse de recherche qui devrait nous permettre de mieux saisir le processus sémiologique de la réception et de la consécration d'une chanson.

Bibliographie

- Adorno, Theodor W. (1994), *Introduction à la sociologie de la musique*, Genève, Contrechamps.
- Appadurai, Arjun (1990), « Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy », dans Mike Featherstone, *Global Culture : Nationalism, Globalization, and Modernity*, Londres, Newbury Park, Sage Publications, p. 295-310.
- Chamberland, Roger (1995), « Rage et rites *destruy*, le vouloir-vivre sociétal des jeunes », dans Maryse Souchart, Denis Saint-Jacques et Alain Viala (dir.), *Les jeunes. Pratiques culturelles et engagement collectif*, Belfort, Conseil général du territoire de Belfort, p. 85-95.
- Chamberland, Roger (1997), « La chevauchée lyrique de la musique western au Québec », dans Paul Bleton et Richard Saint-Germain, *Les hauts et les bas de l'imaginaire western*, Montréal, Triptyque, p. 203-217.
- Chamberland, Roger, et Aurélien Boivin (1996), *Tout Félix en chansons*, préface d'André Gaulin, Québec, Nuit Blanche.
- Frith, Simon (dir.) (1989), *World Music, Politics, and Social Change : Papers from the International Association for the Study of Popular Music*, Manchester, G.-B., Manchester University Press.
- Gans, Herbert J. (1974), *Popular Culture and High Culture ; an Analysis and Evaluation of Taste*, New York, Basic Books.
- Grenier, Line, et Val Morrison (1994-1995), « Le terrain socio-musical populaire au Québec », *Études littéraires*, 27, 3 (hiver), p. 75-98.
- Straw, William (1993), « Systems of articulation, Logics of Change : Communities and Scenes in Popular Music », *Cultural Studies*, 5, 3, p. 358-377.