

**UNIVERSITE GALATASARAY
INSTITUT DES SCIENCES SOCIALES
DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE**

**LES PRATIQUES D'ECOUTE MUSICALE DES JEUNES
EN TANT QUE STRATEGIES IDENTITAIRES:**

UNE ETUDE SOCIOLOGIQUE À İSTANBUL

THESE DE MASTER RECHERCHE

İdil GÜNEY

Directeur de Recherche: Prof. Dr. Ali ERGUR

MAI 2015

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier à mon directeur de recherche Prof. Dr. Ali Ergur qui a consacré son temps pour me guider et conseiller. Je voudrais lui également remercier pour sa confiance et son soutien moral tout au long de mon étude de master à l'université de Galatasaray. Je remercie tous mes professeurs, ma famille et mes amis qui m'ont fait confiance pendant mes études académiques.

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS.....	ii
ABREVIATIONS.....	vi
RESUME.....	vii
ABSTRACT.....	xii
ÖZET.....	xvi
INTRODUCTION.....	1
I. Les goûts musicaux en mutation dans le processus de mondialisation.....	5
A. Les deux mouvements de la mondialisation.....	5
1. L'intégration du marché mondial unique.....	6
2. L'interpénétration des spécificités culturelles à l'échelle globale	9
B. La musique mondialisée comme enjeu du marché et domaine de rencontres culturelles	14
1. L'effacement graduel des hiérarchies des goûts.....	14
2. Les circulations des produits musicaux à travers le globe.....	16
C. La Turquie comme actrice dynamique de l'intégration culturelle et la place particulière de la musique.....	21
1. L'intégration mondiale comme la phase ultime de la modernisation.....	21
2. La musique comme révélatrice de la modernité et indicatrice de classe sociale en Turquie.....	23

II. Les fonctions spatio-temporelles de la musique.....	28
A. Permanence de la musique.....	29
1. L'omniprésence de la musique dans l'espace sociale.....	29
2. La crainte relative à l'absence de la musique.....	32
3. L'ennui d'être.....	34
4. Combler la lacune.....	35
B. Rythme de la vie et temporalités sociales à travers l'expérience musicale.....	37
1. Musique comme fil conducteur de la vie sociale.....	38
2. La perception de l'espace à travers la musique.....	40
3. La primauté du rythme et des paroles dans l'écoute musicale.....	42
4. La musique comme l'arrière-plan de la vie.....	44
III. Significations et interactions autour de la musique.....	46
A. Les significations issues des pratiques d'écoute.....	47
1. Constituer le lien social.....	48
2. Les modes de distinction à travers la musique.....	52
B. Musique comme plan d'interaction.....	55
1. Le rapport individu-musique.....	55
2. Interactions virtuelles par la musique.....	57
C. Modes de partage.....	60
IV. Les stratégies identitaires et les modes de consommation à travers la musique.....	64
A. Modes de consommation musicale	64
1. Musique comme déterminant de l'action économique.....	65

2. L'achat et l'échange de la musique.....	67
3. Consommation des moyens d'écoute musicale.....	69
 B. Les stratégies identitaires par l'écoute musicale.....	71
1. Personnalisation de la musique.....	72
2. L'expression du soi	74
3. Musique comme capital social.....	76
 CONCLUSION.....	79
 BIBLIOGRAPHIE.....	82
 ANNEX.....	86
1. GUIDE D'ENTRETIEN:	96
2. DISPERSION DES INTERVIEWEES	98
3. SILENT DISCO (Rock'n Coke, İstanbul, 2014).....	100
4. BIOGRAPHIE.....	101

ABREVIATONS

AKP	:	Adalet ve Kalkınma Partisi
ANAP	:	Anavatan Partisi
DP	:	Demokrat Parti
PUF	:	Presses universitaires de France
TIC	:	Technologies de Communication et d'Information
UNESCO	:	L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim, Kültür Örgütü)
UNO	:	L'Organisation des Nations Unies
BM	:	Birleşmiş Milletler
EUROSTAT	:	Avrupa İstatistik Ofisi

RESUME

Cette recherche vise à contribuer à la sociologie de la musique et aussi à la sociologie des identités en partant des pratiques d'écoute musicale des jeunes. Lors de notre recherche, nous avons questionné les pratiques d'écoutes musicales des jeunes et comment la musique fonctionne dans leur vie. Nous avons envie de savoir pourquoi la musique a une si grande place dans leur vie, en plus dans la société contemporaine. Nous avons essayé de répondre aux plusieurs questions comme est-ce que la musique est un moyen d'éviter le sentiment d'être vide? Quelles sont les fonctions de la musique, est-ce qu'elle fonctionne comme un fil conducteur qui dépasse du temps et de l'espace? Quelles sont les significations attribuées à la musique? Comment les individus entrent dans une interaction avec la musique? Quel est le rôle des réseaux sociaux? Bref, notre problématique de recherche est le suivant:

Au sein de cette fragmentation et la fluidité, la musique fonctionne comme un fil conducteur face à la crise identitaire des individus envahis par le sentiment d'être vide, qu'il faut prendre en compte en faisant le lien avec les développements technologiques.

Notre hypothèse principale est le suivant : Les individus créent des stratégies identitaires dans toutes leurs subjectivités qui se cristallisent bien à travers leurs pratiques d'écoute musicale avec des casques audio. Ils créent une politique spatio-temporelle individuelle. Dans cette construction de la réalité sociale passant par un isolement, la musique en tant qu'un élément social intensifie le sentiment d'existence et d'unité avec son rythme et pulsion.

Nos hypothèses sont: a) La pratique d'écoute musicale avec des casques est bien observable chez les jeunes de toutes couches sociales. b) La consommation et la pratique d'écoute musicale se distingue à partir de la situation socio-économique des jeunes. c) La classe sociale existe toujours mais ce n'est pas une épreuve sur la préférence et le goût musicale. Nous ne pouvons plus dire que certaine classe écoute certain type de musique. d) Le partage de la musique fait preuve de la fonction sociale de la musique comme un plan d'interaction, dans la vie de la réalité physique, aussi

bien que la réalité virtuelle e) La musique est partout pour combler le vide et l'ennui d'être. f) La musique est un moyen à utiliser pour s'exprimer et construire sa propre identité.

Nous avons interrogé les jeunes parce qu'ils se trouvent au sein de changement mondiales. Les travaux concernant la jeunesse se diversifient les uns des autres. Il n'existe pas une définition commune sur le concept, car la jeunesse est traitée dans plusieurs domaines. Pour nous, la jeunesse ne veut pas dire un intervalle d'âge biologique. Notre échantillon est composé donc des jeunes de 15-25 ans. Nous avons traité la jeunesse comme une catégorie composée des personnes qui représente la partie tout au plus touchée par la transformation mondiale après les années '80. De même nous avons fait une division entre les jeunes de 15-19 ans et 20-25 ans ayant le but de montrer qu'il existe une différence dans les pratiques d'écoute musicale chez les jeunes lycéens et universitaires, ou bien les jeunes diplômés et en même temps à voir les influences du changement social au niveau macro concernant la fin des années '80 et '90.

Pour notre recherche, nous avons réalisé 40 entretiens semi-directifs avec les jeunes, afin de comprendre la fonction de la musique dans leur vie. Ces 40 interviewés ont été déterminés par la méthode de boule de neige. Ils ont été réalisés aux mois d'août et de septembre 2014 à Istanbul. Lors de notre terrain, nous avons essayé de faire attention à une dispersion égale entre femmes et hommes, en plus entre les couches moyennes et supérieures, afin de voir s'il existe ou non une différence selon le sexe et le niveau socio-économique des personnes. Nous avons choisi comme la ville İstanbul qui montre bien ces diversités économiques et en même temps culturelles car c'est une métropole.

L'accès au terrain n'était pas facile au début parce que certain interviewées étaient discrets et ils ne voulaient pas parler de leur vie privée. La musique et leur rapport avec elle étaient émotionnels. En plus, ils ont voulu de savoir des détails concernant notre recherche.

Lors de notre recherche, nous avons obtenu plusieurs données sur le rapport entre individu et la musique et les effets de la condition postmodernes sur les individus. Avant de notre terrain nous avons précisé quelques thèmes concernant notre recherche. Hors de questions démographiques, nous avons commencé par les moments

concernant leur temps de loisir, après nous avons essayé d'apprendre leurs expérience musicale et qu'elles types de musique ils écoutent. Après avoir posé ces questions, nous avons un peu plus approfondi le sujet et demande des questions existentielles. Dans une seconde partie, nous avons demandé des questions politico-économiques concernant la consommation des moyens technologiques et s'ils elles traitent la musique comme une marchandise ou pas. Et enfin, notre guide se référé au processus de socialisation et de création de stratégies identitaires en partant de la musique. Nous avons-nous intéressé comment la musique fonctionne dans leur vie, est-ce qu'elle est un moyen d'isolation ou pas, s'ils partagent elle ou pas. A nos avis, ces questions jouent un rôle important dans notre analyse de recherche.

En premier lieu, nous avons traité la société contemporaine à partir des littératures sociaux-politiques. Nous avons interrogé les effets économiques et culturels de la mondialisation dans un cadre théorique. Nous avons traité l'industrie culturelle et son effet de standardisation, en plus, les synthèses culturelles à travers les canaux mondiaux. Nous avons consacré une sous-partie concernant la Turquie. Nous avons parlé le processus de l'intégration mondiale de la Turquie et la fonction de la musique comme révélatrice de la modernité.

En second lieu, nous avons passé aux chapitres concernant notre terrain où nous avons commencé à analyser nos 40 entretiens semi-directifs. Nous avons commencé par les fonctions spatio-temporelles de la musique. Nous avons observé comment les individus créent un micro-espace par l'écoute musicale et comment la définition du temps n'est pas fixe, ça veut dire que nous pouvons supporter l'idée d'Elias qu'il est un produit social. Nous avons observé la crainte et l'ennui d'être relative à l'absence de la musique. Dans l'autre sous-partie, nous avons analysé la musique en partant des paroles et des rythmes et comment elle s'est remplacée comme l'arrière-plan dans la vie des personnes.

En troisième lieu, nous avons interrogé les significations et les interactions autour de la musique. Nous avons analysé les fonctions de la musique dans la vie des interviewées comme un moyen de la construction d'un lien social, ou bien, comme un moyen de distinction. En plus, le rapport entre la musique et la personne et les modes de partage étaient un cas à analyser pour nous, dans la vie de la réalité physique aussi bien que virtuelle.

En quatrième lieu, nous avons questionné les modes de consommation musicale et les stratégies identitaires par l'écoute musicale. D'abord, nous avons essayé d'analyser la musique comme déterminant de l'action économique. Après, nous avons demandé l'attitude de l'achat et l'échange de la musique de nos interviewées. Enfin, nous avons questionné la consommation des moyens d'écoute musicale, comme les supports techniques. Dans la dernière sous-partie, nous avons bien observé comment les individus s'expriment par la musique et comme ils personnalisent la musique.

Ce que nous avons obtenu à partir de notre terrain est que la pratique d'écoute musicale avec des casques offre une nouvelle sorte de sociabilité plus qu'un isolement. Les individus réalisent cette pratique en dépendant du regard d'autrui. Concernant nos autres hypothèses, « la pratique d'écoute musicale avec des casques est bien observable chez les jeunes de toutes couches », nous pouvons dire que oui, c'est juste, ce qui se distingue sont les supports techniques utilisés. Pourtant, nous ne pouvons pas dire que la « classe sociale » est un signe de goût car il s'agit d'un glissement des frontières entre la haute culture et la culture populaire, car le marché musical est envahi par l'industrie culturelle. Grâce aux mass media, la standardisation culturelle s'adresse à une grande majorité de couches sociales.

La musique, la plus répandue d'aujourd'hui, par rapport à nos résultats est le pop. La raison pour cela est liée au fait que ce genre musical à un rythme répétitif et les auditeurs sont satisfaits de cette familiarité.

Pour la plupart de nos interviewés, la musique est une nécessité dans l'espace public, aussi bien que dans l'espace privé. La présence de la musique dans l'espace public élimine le bruit extérieur, l'ennui d'être, en plus elle procure le plaisir et l'énergie aux individus pour supporter la vitesse de la vie quotidienne. Grâce à la musique, les auditeurs créent un espace individuel par la spatialisation des éléments sonores. Puis, elle élimine la fragmentation à un certain degré par sa continuité.

Toute au long de notre recherche, nous avons observé que les personnes entrent dans une interaction non-verbale avec la musique. Les personnes font expérience des divers états d'émotions par les rythmes et les paroles de la musique.

Nous avons obtenu le résultat que les individus préfèrent écouter de la musique par les casques audio au lieu d'aller aux concerts, ce qui nous montre bien la

transformation dans la société contemporaine. Elle est devenue une activité plutôt individuelle.

Un autre résultat marquant est le partage de la musique. Pour nos interviewés, les commentaires et les « likes » de l'autre sont des signes de leurs caractéristiques personnelles et du goût musical. Et la plupart agissent selon le public qu'ils ont devant eux.

En outre, nous avons bien vu que les personnes n'achètent pratiquement plus de CDs. Ils préfèrent télécharger la musique en ligne qui nous montre la marchandisation de l'œuvre musicale selon les règles de l'économie mondiale.

Pour conclure, nous avons essayé de répondre à notre problématique d'une façon limitée. Ce que nous avons obtenu comme résultat de notre terrain ne sont pas forcément des réponses concrètes. Il est à noter que cette recherche est faite dans un milieu restreint. En partant d'un fait social et culturel, nous avons eu la possibilité de trouver des réponses à plusieurs questions. Au final, notre point de départ, donc nos observations et nos hypothèses reflètent à la fin, une bonne partie de la réalité sociale.

ABSTRACT

This study has the aim of analyzing the social function of music, based upon the practices how young people listen to music and what they attribute to it. With this, I also aim to contribute to the literature of sociology of music and also identities in social sciences. Throughout this research, I questioned music listening practices of youth and how music works in their lives. I wanted to know why the music has an important place in their lives, and also in contemporary society. I tried to answer following questions: Is music a way to avoid the sense of emptiness? What are the functions of music, does it work as an *orienting line* that goes beyond time and space? What are the significations attributed to the music? How do individuals enter in an interaction with music? What are the roles of social networks? In short, my problematic is:

Within this fragmentation, fluidity and developing technologies, individuals are face to identity crisis who are invaded by sense of emptiness. In that case, music functions as an orienting line. My main hypothesis is: Individuals create identity strategies in all their subjectivities that crystallize well through their music listening practices with headphones. They create an individual space-time policy. In this social reality built through isolation, the music as a social element intensifies the sense of existence and unity with its rhythm and pulsion.

My hypotheses are: a) The practice of listening to music with headphones is observable among young people of all social strata. b) Consumption and practice of music listening differs from the socio-economic situation of young people. c) Social classes still exist but it is not a proof for preference and musical taste. I can no longer say that some classes listen some kind of music. d) Sharing music demonstrates the social function of music as a plan of interaction, both in physical and virtual reality. e) Music is everywhere to fill the void and boredom to be. f) The music is a way to express themselves and build their own identity.

Therefore, interviewed young people who are born into these global changes. I need to say that researches on youth diversify each other. There is no common definition of the concept, because youth is treated in several disciplines. For me, the youth does not mean a biological age interval. Correspondingly, my sample is

composed of young people aged 15-25. I treated youth as a category composed of interviewees representing the part of people effected by the global transformation after the 80s. In addition, I divided the interviewees into two categories of age (15-19, 20-25) , with the aim of showing if there is a difference in the music listening practices among youth and university students, or recent graduates and at the same time to see the influences of social changes at the macro level on the late 80s and 90s. However, I can denote that this division did not change the results generally.

For my research, I conducted 40 semi-structured interviews with young people, to understand the function of music in their lives. These 40 respondents were determined by snowball method. The interviews were made in August and September 2014 in Istanbul. In my fieldwork, I tried to pay attention to equal dispersion between women and men, additionally, between the upper- middle and inferior strata, to see whether or not there will be a difference by gender and socioeconomic level of people. I chose Istanbul as the city that shows well economic and cultural differences and that is one of the metropolis of global market.

At first, access my fieldwork was not easy because some interviewees were discreet and they did not want to talk about their private life. The music and their relationship with it was emotional. In addition, they wanted to know about my research details.

Throughout my research, I have obtained more data on the relationship between the individual and the music and the effects of the postmodern conditions on individuals. Before my fieldwork, I have had some specific issues concerning my research. Out of demographic questions, I began with the questions of how they spend their leisure time, after I tried to find out their musical experience and what kind of music they listen to. After all, I asked some existential questions. In the second part, I demanded political and economic questions concerning the consumption of technological supports and if they treat music as a commodity or not. And finally, my questionnaire referred to socialization process and creation of identity strategies according to music. I was interested how music works in their lives, if it is a way of isolation or not, if they share it or not. In my opinion, these issues play an important role in our research analysis.

First, I treated contemporary society from social-political literature. I questioned the economic and cultural effects of globalization in a theoretical framework. I treated the cultural industry and its standardization. Indeed, I analyzed cultural syntheses across global channels. Also, I spent a subpart for Turkey talking about the process of its global integration and function of music as indicative of modernity in Turkey.

From the second chapter onwards, I presented the results from my fieldwork where I made 40 semi-structured interviews. Starting with the space-time functions of music, we have observed how individuals create a micro-space by listening to music and how the definition of time is not fixed, it means that we can bear the thought of Elias that time is a social product. I observed the fear and boredom of being on the lack of music. In the other subpart, we analyzed the role of lyrics and rhythms in music and how it is replaced as a background in the lives of people.

Third chapter concentrates on the significations and interactions with the music. Here, the functions of music in the lives of the interviewees were analyzed as a way of building a social bond, or as a way of self-distinction. In addition, the relationship between music and the person and also sharing modes were cases to analyze for me in both, the interviewees' physically real and virtual lives.

In the fourth chapter, the musical consumption patterns and identity strategies by listening to music were analyzed by observing how people express themselves through musical experiences. First, I tried to analyze the music as a determinant of economic action. After, I asked the attitude of the purchase and exchange of the music of my interviewees. Finally, I questioned the consumption of music listening tools, such as technical supports. In the last sub-section, we observed how people express themselves through music and how they personalize the music.

What I got from our fieldwork is that the practice of listening to music with headphones offer a new kind of sociability more than isolation. Individuals realize this practice dependent gaze of others. Regarding our other hypotheses, "the practice of listening to music with headphones is observable among young people of all social strata," I can say, yes, that's right, what stands out is the technical support used. Yet we cannot say that "social class" is a sign of preferences because the boundaries between high culture and popular culture are disappearing, music market is invaded

by culture industry. Through the mass media, cultural standardization is there for the vast majority of society.

The music, the most common today, compared to my results is pop. The reason for this lies in the fact that the genre has a repetitive rhythm and listeners are satisfied with this familiarity.

For most of my interviewees, music is a necessity in the public space, as well as in the private space. The presence of music in public spaces eliminates noise from outside, being of boredom, and also provides pleasure and energy to individuals to support the speed of everyday life. Through music, the listeners create an individual space by the spatial sound elements. In addition, music eliminates fragmentation to some degree by its continuity.

All throughout our research I observed that people enter into a non-verbal interaction with music. People do experience of various states of emotion by the rhythms and lyrics of the music. Another result I got is that people prefer listening to music by headphones instead of going to concerts, which shows the transformation in contemporary society. As a result, music listening became rather an individual activity.

Another striking result is the mode of sharing of music. For my respondents, comments and "likes" of other are signs of their personal characteristics and musical taste and most of them, act according to the public before them.

In addition, I have seen that people hardly buy more CDs. They prefer to download online music that shows the commodification of the musical piece under the rules of the global economics.

Finally, I tried to answer to my problematic in a limited way. What I have obtained as a result from my fieldwork is not necessarily concrete answers. It should be noted that this study is done in a small community. Starting from a social and cultural fact, I had the opportunity to find answers to several questions. My starting point, therefore my observations and assumptions reflected in the end, a part of the social reality. In the end, I can say that this study has enabled to understand the social function of music.

ÖZET

Bu araştırma, sosyal bilimlerde müzik dinleme pratikleri ve kimlik stratejileri ile ilgili olup, müzik ve kimlikler sosyolojisi literatürüne katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Araştırmamız esnasında, gençlerdeki müzik dinleme pratiklerini gözlemleyerek, müziğin hayatlarında nasıl bir rol oynadığını sorguladık. Merak ettiğimiz nokta; gençlerin hayatında müziğin neden bu kadar önemli bir yere sahip olduğunu günümüz toplumu çerçevesince araştırmaktır. Bu doğrultuda, bir çok soruya yanıt aradık: Müzik, günümüz toplum bireylerinin boşluk duygularından kaçınmak için başvurduğu bir yol mudur? Müziğin sosyal işlevleri nelerdir? Müzik, sadece duyguların bir ifade ediliş biçimi midir? Aynı duyguları paylaşan insanların etkileşim aracı mıdır? Müzik, zaman ve mekan sınırlarını aşarak, sürekliliği sağlayan bir “*yön gösterici*” gibi düşünülebilir midir? Müziğe atfedilen anlamlar nelerdir? Bireyler, müzik ile nasıl bir etkileşime girmektedirler? Sosyal ağların bu konudaki rolü nedir? Bütün bu sorular ışığında, sorunsalımızı şu şekilde ifade edebiliriz:

Günümüz parçalanmış ve akışkan toplumunun içinde; teknolojik gelişmelerle birlikte kimlik krizleri ortaya çıkmıştır. Kimlik krizi yaşayan ve boşluk duygusuna düşmüş bireyler için, müzik sürekliliği ve bütünlüğü sağlayan bir *yön gösterici*dir.

Temel hipotezimize gelince, kulaklıkla müzik dinleme pratikleriyle birlikte, bireyler, öznelliklerinin kristalize olduğu kimlik stratejileri geliştirmektedirler. Aynı zamanda, bu bireyler, öznel bir zaman-mekan politikası geliştirerek, toplumsal gerçekliğin inşasında, izolasyon gibi duran bu aktivitede müziğin ritm ve temposuyla, aslında, varoluşlarını ve bütünlük duygularını yoğunlaştırmaktadırlar.

Hipotezlerimizi ise şu şekilde sıralayabiliriz: a) Müzik dinleme pratiği, her sosyal tabakadan gençlerde gözlenmektedir. b) Gençlerin tüketim alışkanlıkları ve müzik dinleme pratikleri sosyo-ekonomik durumlarına göre farklılık göstermektedir. c) Sınıf kavramı günümüzde varlığını sürdürmektedir ancak müzik beğenisi ve zevki hakkında gösterge değildir. Günümüzde, belli bir sınıf belli bir müziği dinler demek artık mümkün değildir. d) Müzik paylaşımı, müziğin sosyal işlevinin bir kanıtıdır.

Müzik ile hem fiziksel gerçeklikte hem de sanal gerçeklikte etkileşime girilmektedir. e) Müzik, boşluğu sarmak ve varoluşsal sıklınlığı gidermek için her yeredir. f) Müzik, bireyin kendini ifade etmesi ve kimliğini inşaa etmesi için bir araçtır.

Bu çalışmada, küresel değışmelerin ortasında bulunan gençleri ele aldık. Gençlik kavramı üzerine yapılmış araştırmalarda ortak bir tanım olmadığını ve gençlik kavramının farklı farklı birçok disiplinde ele alındığını gördük. Araştırmamızda, gençliği biyolojik bir yaş aralığı olarak görmedik. Sahamızı, 15-25 yaş arası gençlerle gerçekleştirdik. Ek olarak, bu yaş aralığını iki kategoride ele aldık. (15-19 ve 20-25). İki kategoride ele almamızın altında yatan sebep, lise ve üniversite öğrencileri ile yeni mezunlar arasındaki müzik dinleme pratiklerinde bir farklılık olup olmadığını gözlemlemektir. Makro düzlemde ise, 1980 ve 1990 sonrası gençleri ele almış olacaktık. Ancak belirtmek gerekir ki, bu ayrım saha bulgularımız üzerinde belirgin bir fark yaratmadı.

Araştırma metodumuza gelince, bu yaş grubundaki 40 görüşmeciyi, kartopu yöntemiyle seçerek, saha araştırmamızı, Ağustos-Eylül 2014 tarihlerinde İstanbul'da gerçekleştirdik. Sahamızı oluştururken, cinsiyet ve sosyoekonomik grupların dağılımına dikkat ettik. Bu noktada, İstanbul metropol oluşu ve global dünyaya entegre olmuş bir şehir olması nedeniyle ekonomik ve kültürel çeşitliliği göstermek için iyi seçilmiş bir adrestir. Saha bulgularımız, cinsiyet, yaş ve sosyal sınıfın bulgularımız üzerinde çok büyük farklılıklar yaratmadığını gösterdi. Ayırt edici veri olarak, üst katman pop türüne ek olarak chill out, lounge gibi müzik tarzlarını dinlese de, müziğe atfedilen anlam çerçevesince bir fark gözlemlemedik. Cinsiyet olarak baktığımızda yine keskin bir ayrım yapmak mümkün değildi.

Saha araştırmamız esnasında, görüşmecilere ulaşmakta başlangıçta biraz zorluk çektik çünkü bir kısmı özel hayatları hakkında konuşmak istemiyordu. Müzikle kurdukları ilişki, duygusal boyuttaydı ve araştırmaya yönelik çekinceleri ve merakları vardı. Bu çekinceleri alt sosyal katmanda daha çok gözlemledik, özellikle ebeveny mesleğini dile getirmek istemeyenler oldu.

Araştırmamız esnasında, müzik-birey ilişkisi ve post modern değerlerin birey üzerindeki etkilerine yönelik birçok bulgu topladık. Saha öncesinde, araştırmamız kapsamında belirlediğimiz ele alınacak konu başlıklarımız vardı. Demografik sorular dışında, başlangıçta görüşmecilerimize boş zaman aktivitelerine yönelik, müzik

deneyimlerini ve dinledikleri müzik tarzını anlamaya yönelik sorular yönelttik. Bu soruların ardından, biraz daha derinleşerek, varoluşsal problemleri kapsayan sorularımız oldu. İkincil olarak, sosyo-ekonomik sorular ışığı altında, teknolojik alet tüketimlerini ve müziği bir meta olarak görüp görmediklerini değerlendirdik. Son olarak ise; müziğin sosyalleşme sürecinde kimlik stratejilerinin oluşumuna yönelik rolünü gözlemledik. İlginizi çeken, müziğin görüşmecilerimizin hayatındaki işleviydi, müzik bir izolasyon aracı mıydı? Yoksa, sosyalleşmek adına paylaşılan bir aktivite miydi? Saha verilerimiz ışığında diyebiliriz ki, kulaklıkla müzik dinlemek; izolasyondan çok yeni bir tip sosyalleşme biçimiydi. Her ne kadar yaş grubu ve sosyal sınıf bazlı değişken kullanmış olsak da, çoğu görüşmecimiz müziğin pazarla olan ilişkisine dair bir bilince sahipti.

İlk olarak, günümüz toplumunu sosyopolitik okumalar ışığında değerlendirdik. Kavramsal bir çerçevede, küreselleşmenin ekonomik ve kültürel boyutlarını ele aldık. Alt başlık olarak, kültür endüstrisini ve getirisi standartlaşmayı ve küreselleşme sonucu gerçekleşen kültür sentezlerini inceledik. Yaptığımız okumalar, bize alt sınıf, üst sınıf, alt kültür, üst kültür gibi kavramların küreselleşem ve dijital dünya sayesinde belirgin sınırları olmadığını gösterdi. Artık, üst kültür jazz dinler, alt kültür arabesk diyemiyorduk. Çünkü aynı zamanda kültür sentezleri vardı. Müzik alt yapılarında batı-doğu sentezleri mevcuttu. Pop, her kesime hakimdi. Ek olarak, araştırmamız İstanbul'da gerçekleştiği için, Türkiye'yi ele aldık ve Türkiye'nin modernleşme ve küresel dünyaya dahil olma sürecinde müziğin işlevini ele alarak araştırdık.

İkinci olarak, saha bulgularımızı kapsayan bölüme geçerek, görüşmelerimizin analizlerini, müziğin zamansal ve mekansal işlevlerini tartıştık. Bu bağlamda, görüşmecilerin müzik ile kendilerini küçük bir mekan yarattıklarını ve zaman kavramının Elias'ın dediği gibi toplumsal bir olgu olduğunu ele aldık. Görüşmecilerin, müziğin olmaması durumunda hissettikleri korku ve sıklık duyusunu gözlemledik. Çarpıcı bir bulgu olarak, kulaklık, cüzdan ve telefon kadar önemli bir kişisel eşyaydı. Ek olarak, görüşmecilerin hayatında müziğin arka plan olarak hep var olmasını ve görüşmecilerin sözler ve ritm sayesinde müzikle kurdukları ilişkiyi ele aldık. Müziğin, cafelerden, asansörlere, tuvaletlere kadar her yerdeliği görüşmecilerimizin çoğunluğu için olumlu bir izlenim bırakıyordu. Buradan yola çıkarak, üçüncü kısımda, müzikle girilen etkileşimler doğrultusunda müziğin sosyal olarak birleştirici mi ayrıştırıcı mı olduğu sorusuna yönelik cevaplar aradık. Bu noktada, müzik birleştirici olduğu kadar

ayrıştırıcı da bir rol oynamaktaydı. Müzik, birçok görüşmeci için bireyin kendisiyle ilgili fikir sahibi olunmasına yardımcı olan bir öğeydi. Aynı zamanda, yaşam tarzı, giyim tarzı ve müzik tarzı arasında karşılıklı bir ilişki mevcuttu. Totalde, hepsi bir yaşam stiliydi. Ayrıca, fiziksel gerçeklik ve sanal gerçeklik kavramları içerisinde, müzik paylaşımını ele aldık. Müzik paylaşımının da kimlik stratejisi olarak, daha çok öteki gözünde yapıldığını gördük.

Dördüncü kısımda ise, müzik tüketimini ve müzik dinleme pratikleri üzerinden gerçekleştirilen kimlik stratejilerini sorguladık. Öncelikle, müziği ekonomik faaliyetin bir belirleyicisi olarak inceledik, ardından görüşmecilerin müzik satın alma alışkanlıklarını ve kullandıkları teknolojik ürün eğilimlerini gözlemledik. Son alt başlıkta ise ; görüşmecilerin kendilerini müzikle nasıl ifade edebildiklerini ve müziği nasıl kişiselleştirdiklerini gözlemledik. Müziğin ritmi, sözleri; daha çok kişilerin kendi yaşamışlıklarıyla ilişkilendiriliyordu.

Sahadan edindiğimiz bulgular doğrultusunda, kulaklıkla müzik dinleme pratiklerinin izolasyondan çok yeni bir sosyalleşme biçimi olduğunu gördük. Bireylerin kendilik tanımı öteki üzerinden gerçekleşiyordu. Hipotezlerimize baktığımızda, kulaklıkla müzik dinleme her sosyal katmanda mevcuttu, ayırt edici unsur ise bu noktada, kullanılan teknolojik ekipmandı. « Sınıf », müzik beğenisi için bir gösterge değildi çünkü müzik pazarı, popüler kültür tarafından ele geçirilmişti ve bu noktada, üst kültür-alt kültür tanımları arasındaki keskin ayrımlar artık yok olmuştu. Saha bulgularımız ışığında, günümüzde en yaygın müzik türünün pop olduğunu gördük. Pop müziğin sevilme sebebi, tekrarlayan, akılda kalıcı ritimlerden oluşması ve bireylerin kendilerine tanıdık gelen ezgilerle tatmin olmasıydı.

Birçok görüşmecimiz için, müziğin kamusal alanda ve özel alanda vazgeçilmez bir öğe olduğunu gözlemledik. Müziğin kamusal alandaki varlığı, dış sesleri engellemekte, içsel sıklıknlığı gidermekte ve bireylere gündelik hayatın hızına dayanmak için haz ve enerji vermektir. Ses öğelerinin mekansallaşmasıyla, bireyler kendilerine ufak bir mekan yaratmakta ve parçalanmışlığın içinde bir derece bütünlük ve devamlılık sağlayabilmekteydiler. Sosyal gerçeklikten kaçabilmek için, müzik vazgeçilmiş bir araçtı.

Sahadan edindiğimiz bir başka bulgu ise görüşmecilerin, müzikle sözsüz bir iletişime girmekte olduğu yönündeydi. Ritm ve sözler sayesinde birçok farklı duygu durumu yaşamak ve paylaşmak mümkündü.

Başka bir saha bulgusu ise, müziğin bireyselleşmesine örnek teşkil ediyordu. Görüşmecilerimizin birçoğunun konsere gitmek yerine kulaklıkla müzik dinlemeyi tercih ettiklerini gördük. Ses kalitesi gibi argümanlar gerekçe olarak gösterilmiş olsa da, daha içsel, rahat, hazza yönelik sebepler olduğunu gözlemledik.

Bir diğer çarpıcı bulgu ise, müziğin paylaşımı konusundaydı. Sosyal mecralarda, müzik paylaşımı, performansla eşdeğerdi ve alınan yorumlar ve beğeniler doğrultusunda müzik zevkleri ve karakteristik özellikler oluşturulmaktaydı. Alınan “like” doğrultusunda, müzik zevki olmadığı örneğin lounge olmadığı halde, o doğrultuda paylaşımlarda bulunanlar mevcuttu.

Ek olarak, görüşmecilerimizin artık CD satın almadıklarını ve müziği internet ortamı üzerinden indirdiklerini gözlemledik. Müzik eserinin artık bir meta olduğu hipotezini bu bulguyla, pazar kuralları bize doğrulattı. Alışveriş merkezilerindeki pazarlama stratejilerinden, birçok görüşmeci haberdardır.

Sonuç olarak, sorunsalımızı kısıtlı da olsa cevaplamaya çalıştık. Sosyal ve kültürel bir olgudan yola çıkarak, birçok soruya cevap bulma imkanına sahip olduk. Sonuçta, gözlemlerimizin ve hipotezlerimizin kısıtlı da olsa sahamız çerçevesinde toplumsal bir gerçekliği yansıttığını gördük. Araştırmamız, bulgularımız ışığında, müziğin sosyal işlevlerini anlamamızı sağladı. Müzik dinleme pratiği, aktif bir süreç olmakla birlikte, bireyin kendi düşüncelerinin, hayallerinin, iç dünyasının dahil olduğu yoruma dayalı bir süreçtir. Bu noktada, boşluk çağının narsistik ve performans kaygılı bireylerinin fiziksel gerçeklikteki performans kaygısını, seçtikleri kulaklık, kullandıkları teknolojik ekipman markası, renkleri üzerinden gözlemlerken, sanal gerçeklikteki performans kaygılarını ise ötekinin yorumu ve beğenisi üzerinden gerçekleştirdiklerini gözlemledik.

Kültürel sentezler ve teknolojik erişimler sayesinde, sosyal sınıfın araştırma konumuz çerçevesince bizim için bir gösterge olmayacağını, popüler kültür sayesinde çoğunluğun aynı tarz müziklere erişimi olabildiğini gördük. Arabesk ve türkü dinleyen görüşmeci sayısı, pop müzik yanında eşğin çok altında kaldı. Klasik müzik ve jazz ise üst sosyal katmanlarda da çok etken değildi. Bütün bu bulgular bize gösterdi ki; müzik

parçalanmış ve akışkan sanayi sonrası toplumda, kimlik krizi yaşayan, yaş, cinsiyet, sosyal katman farketmeksizin, bireyler için varoluşsal bir gereksinim, zaman ve mekanın sürekliliğini sağlayan bir *yön gösterici* gibi işlev göstermektedir.

INTRODUCTION

La société contemporaine comme Bell l'a définie la société « *post-industrielle* »¹ est le résultat d'une transformation au sein de capitalisme qui consiste aux changements dans le rapport de production. C'est pour cette raison qu'avec les termes de Baudrillard, nous nous trouvons dans une « *société de consommation* »². Cependant, il faut déjà considérer que la société où nous vivons dans un lien avec le concept de la mondialisation qui peut expliquer le processus de cette transformation.

La mondialisation est devenue un concept signifiant depuis le dernier quart du 20^{ème} siècle en se référant à « *une compression du monde et puis une intensification de conscience du monde dans sa totalité* »³. Pourtant, elle est un concept pluridimensionnel et complexe à définir. Nous pouvons dire qu'il existe une expansion des flux, plus exactement ceux des biens, des capitaux, des cultures, des technologies et des informations etc. Sous l'influence de la mondialisation, nous ne pouvons plus percevoir les frontières. La dimension technologique de la mondialisation semble à dissoudre le sens physique du temps et de l'espace qui facilite la transformation mondiale entre les États en interaction.

La mondialisation s'observe aussi sur d'autres dimensions telles que l'économie, la politique, la culture et la société. Dans ce nouveau monde, avec les termes de Moreau Defarges, dans cet « *espace mondial unique* »⁴, nous nous témoignons au fait qu'une grande partie de la vie sociale et des rapports sociaux se déterminent sous l'influence de ce processus global. Il s'agit d'une « *connectivité complexe* »⁵ qui joue aussi un rôle sur nos pratiques, sur nos goûts et nos expériences car nous ne parlons pas seulement d'un échange monétaire dans un marché mondial, mais en même temps de celui des valeurs culturelles comme la musique, la cuisine, la

¹ Daniel Bell, **Vers la société post-industrielle**, Paris : Robert Laffont, 1976, p.156.

² Jean Baudrillard, **La société de consommation**, Paris : Denoël, 1970, p.114.

³ Roland Robertson, **Globalisation, Social Theory and Global culture**, London : Sage, 1992, p.8.

⁴ Philippe Moreau Defarges, **Mondialisation- Que sais-je?**, Paris : Presses universitaires de France (PUF), 1997, p.23.

⁵ John Tomlinson, **Küreselleşme ve Kültür**, İstanbul : Ayrıntı, 2004, p.12, (Orig : karmaşık bağlantılılık)

danse etc. Dans ce monde global, il s'agit d'une part d'une standardisation culturelle d'autre part d'une différenciation.

Selon Touraine, l'individu crée ses propres appartenances. La construction de l'identité se fait par l'effort individuel au sein de cette fluidité et la diversité⁶. Dans ce contexte là, ce mémoire examine les stratégies identitaires et les productions de significations issues des pratiques d'écoute musicale. Nous avons interrogé la fonction de la musique dans la société de consommation où tout devient mobile en temps et en espace. Au sein de cette fragmentation et la fluidité, nous avons essayé de voir si la musique fonctionne comme un fil conducteur, face à la crise identitaire des individus envahis par le sentiment d'être vide, qu'il faut prendre en compte en faisant le lien avec les développements technologiques qui est notre problématique.

Notre hypothèse principale est la suivante : Les individus créent des stratégies identitaires dans toutes leurs subjectivités qui se cristallisent bien à travers leurs pratiques d'écoute musicale avec des casques audio. Ils créent une politique spatio-temporelle individuelle. Dans cette construction de la réalité sociale passant par un isolement, la musique en tant qu'un élément social intensifie le sentiment d'existence et d'unité avec son rythme et pulsion.

Nos hypothèses sont les suivantes : a) La pratique d'écoute musicale avec des casques est bien observable chez les jeunes de toutes couches sociales. b) La consommation et la pratique d'écoute musicale se distingue à partir de la situation socio-économique des jeunes. c) La classe sociale existe toujours mais ce n'est pas une épreuve concernant la préférence et le goût musicale. Nous ne pouvons plus dire que certaine classe écoute certaine type de musique. d) Le partage de la musique fait preuve de la fonction sociale de la musique comme un plan d'interaction, dans la vie de la réalité physique, aussi bien que la réalité virtuelle e) La musique est partout pour combler le vide et l'ennui d'être. f) La musique est un moyen à utiliser pour s'exprimer et construire sa propre identité.

Notre échantillon est composé des jeunes de 15-25 ans. Les travaux concernant la jeunesse se diversifient les uns des autres. Il n'existe pas une définition commune sur le concept, car la jeunesse est traitée par les différents aspects psychologiques,

⁶ Alain Touraine, **La Société post-industrielle**, Paris : Denoël, 1969, p.273.

biologiques et aussi socio-économique.⁷ Le passage de la jeunesse à l'adolescence est très attaché à la prise de responsabilité du travail et de famille. Pourtant, aujourd'hui l'éducation dure un peu plus longtemps, ce qui nous montre que les jeunes sont influencés des changements sociaux économiques et politiques d'une société. Selon la déclaration de quelques institutionnels comme l'UNESCO ; L'ONU, le BM et l'Eurostat l'intervalle d'âge de la jeunesse est 15-24⁸. Les sous-groupes sont 15-19 et 20-24 ans⁹. Cependant, dans quelques recherches, les jeunes sont considérés comme des personnes entre 12-25, 15-29 ans.

Pour nous, la jeunesse ne veut pas dire seulement un intervalle d'âge biologique. Nous avons traité la jeunesse comme une catégorie composée des personnes qui représente la partie tout au plus touchée par la transformation mondiale après les années '80. De même nous avons fait une division entre les jeunes de 15-19 ans et 20-25 ans ayant le but de montrer qu'il existe une différence dans les pratiques d'écoute musicale chez les jeunes lycéens et universitaires, ou bien les jeunes diplômés et en même temps à voir les influences du changement social au niveau macro concernant la fin des années '80 et '90.

Pour notre recherche, nous avons réalisé 40 entretiens semi-directifs avec les jeunes, afin de comprendre la fonction de la musique dans leur vie. Ces 40 interviewés ont été déterminés par la méthode de bulle de neige. Ils ont été réalisés aux mois d'août et de septembre 2014 à Istanbul. Lors de notre terrain, nous avons essayé de faire attention à une dispersion égale entre femmes et hommes, en plus entre les couches moyennes et supérieures, afin de voir s'il existe ou non une différence selon le sexe et le niveau socio-économique des personnes.

⁷ Adnan Çelik, « Türkiye'de Gençlik Politikaları Bütüncül Bir Yaklaşım », p.10, voir : <http://ehess.academia.edu/Adnan%C3%87EL%C4%B0K> site consulté dernièrement en janvier 2015.

⁸ Bekir S. Gül, İbrahim Dalmış, Nur Kırmızıdağ, Zafer Çelik, Nevfel Boz, « Türkiye'nin Gençlik Profili », Ankara : Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), 2012, voir : http://www.gsb.gov.tr/content/files/turkiyenin_genclik_profili_web.pdf site consulté dernièrement en février 2015.

⁹ İstanbul Bilgi Üniversitesi Gençlik Çalışma Birimi Araştırma Raporu, No: 2, 2007, voir : <http://arsiv.setav.org/ups/dosya/10409.pdf> site consulté dernièrement en février 2015.

En d'autres termes, ce mémoire vise à déchiffrer la pratique d'écoute musicale chez les jeunes de différentes couches sociales, à travers un regard sociologique, afin de comprendre la fonction de la musique dans la société post-industrielle et comment est-elle influencée par les grands changements sociaux culturels et économiques.

I. Les goûts musicaux en mutation dans le processus de mondialisation

Afin de pouvoir comprendre les goûts musicaux et les pratiques musicales chez la jeunesse, il est d'abord important de nous concentrer sur la société contemporaine dans laquelle nous vivons. Il faut la considérer en rapport avec le concept de mondialisation qui est devenue un concept significatif en sciences sociales depuis le dernier quart du 20^{ième} siècle. En effet, nous allons commencer notre étude en examinant les deux mouvements de la mondialisation : économique et culturelle.

A. Les deux mouvements de la mondialisation

La mondialisation est un concept pluridimensionnel à définir mais nous pouvons dire que c'est la tendance «*à la création d'un marché mondial unique pour le travail, le capital, les biens et les services* »¹⁰. Grâce à sa dimension technologique, nous ne pouvons plus percevoir les frontières conceptuelles aussi bien que géographiques, car le sens physique du temps et de l'espace semble dissoudre. Dans cet espace mondial unique où il s'agit d'une connectivité complexe, nous nous témoignons qu'une grande partie de la vie sociale et les rapports sociaux se déterminent sous l'influence des processus globaux. Ceci est aussi observable dans nos pratiques, nos goûts et nos expériences. La mondialisation n'est pas seulement une question d'échange monétaire dans un marché mondial, mais en même temps d'un échange des valeurs culturelles, comme la musique, la danse, la cuisine etc.

Nous allons donc traiter la mondialisation autour de deux mouvements ; d'une part dans une perspective économique en partant de l'intégration du marché mondial, d'autre part, dans une perspective culturelle en s'adressant à l'interpénétration des spécificités culturelles à l'échelle globale.

¹⁰Dorothée Picon, « Du bon usage de la mondialisation », dans **Sciences humaines**, 2006/4, Numéro : 170, p.35.

1. L'intégration du marché mondial unique

S'il faut faire un petit rappel, nous pouvons dire qu'au 19^e siècle, avec l'adoption du libéralisme, une économie mondiale tend à se mettre en place, pourtant elle n'avait pas la possibilité d'unifier la planète à cause du manque du progrès technologique. Cependant, la logique du libéralisme avait le but de «*déterritorialiser l'économie et à construire un espace fluide et homogène, structuré par la seule géographie des prix* »¹¹.

Pour comprendre la situation du capitalisme contemporain, il faut avant tout analyser le changement au sein du capitalisme en l'analysant par trois stades : le capitalisme marchand, puis le capitalisme industriel au 19^e siècle et ensuite le capitalisme financier.

Le capitalisme naît avec l'échange monétaire et au sens propre du terme avec l'économie de marché. Ce marché s'est élargi grâce à des Grandes découvertes, après avec la révolution industrielle et puis avec le développement des activités de banques et de finance. Marseille cite les mots suivants de François Perroux, «*le capitalisme est un mot de combat* »¹² pour montrer que ce n'est pas un mot neutre. Le mot contient la volonté de posséder le capital et d'en tirer le profit. C'est le désir à obtenir la richesse et pour cela, il faut accumuler. Il est à noter que le capitalisme est lié à la modernité, à l'introduction de la machine et à la productivité. C'est la machine qui est la «*puissance créatrice du capital* »¹³.

Selon les termes de Babeuf qui a été reconnu par Marx et Engels comme le précurseur du communisme, le capitalisme veut dire «*travail beaucoup, mange peu, sinon tu n'auras pas de travail et tu ne mangeras pas du tout* »¹⁴. Dans ce point de vue critique, le capitalisme cause une lutte de classe entre la bourgeoisie et le prolétariat par l'exploitation de l'homme par l'homme, par le remplacement de l'homme par la machine qui va s'évoluer par la suite vers le machinisme et l'aliénation, mais ceci dépasse le cadre notre propos.

¹¹ François Chaubet, **La mondialisation culturelle**, Paris : P.U.F, Que sais-je?, 2013, p. 35.

¹² François Perroux cité par Jacques Marseille « Six questions sur le capitalisme », **L'Histoire**, 2006/ 10, p.89

¹³ **Ibid.**

¹⁴ Babeuf cité par Stanislaw Ossowski, **Class Structure in the Social Consciousness**, 104/3 London: Routledge, 1998, p. 26.

Nous allons nous intéresser surtout aux caractéristiques essentielles de passage d'une société industrielle dominée par le capitalisme industrielle à la «*société post-industrielle*» comme dit Bell ¹⁵. Comme nous avons précisé, le signe principal pour le capitalisme moderne était la machine, alors que dans la société post-industrielle, l'accent est mis sur l'information. Aujourd'hui nous vivons dans le nouvel âge de l'information. Le discours sur ce nouvel âge se réfère aux développements de nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC)¹⁶. Les TIC sont bien appréciés en raison des opportunités qu'ils fournissent, mais elles sont en même temps critiquées, car ce nouvel âge semble être modelé avec les politiques néolibérales.

Avant tout, il faut chercher le lien entre l'Etat et le marché. La doctrine néolibérale indique les rôles des Etats qui se trouvent à la fois dans une coopération et une compétition qui nous amène au concept de «*co-opétition*¹⁷ ». Il faut observer ce marché concurrencé avec une idéologie néolibérale, mais aussi dans un contexte politique, car dans ce nouveau monde, nous sommes face à la déconstruction des idées propres à l'Etat-m

oderne et centralisé. Selon Boltanski et Thevenot, pour accéder à un marché de monde, on doit se libérer de monde domestique qui veut dire des particularismes comme des spécificités, des liens locaux et des attaches personnelles¹⁸. Dans ce monde global et concurrencé, dans la «*global marketplace*»¹⁹, il s'agit d'une décentralisation et d'une mobilité.

Pour rendre possible un marché global, une «*société en réseau* » semble être un moyen idéal. Bell exprime que les systèmes informatiques jouent un grand rôle pour le stockage, le traitement, la transmission et la diffusion de l'information. Selon lui, «*Par la centralisation de l'information et l'augmentation de la part des services*

¹⁵ Bell, **op.cit.**, p. 156.

¹⁶ Olivier Simioni, « Un nouvel esprit pour le capitalisme: la société de l'information ? », dans **Revue européenne des sciences sociales**, XL-123, 2002, pp.75-90.

¹⁷ Liviu Drugus, « Experienced Based Management- A post/trans/modern vision », Romania: George Bacovia University, [http://www.ugb.ro/etc/etc2009no2/s0104%20\(2\).pdf](http://www.ugb.ro/etc/etc2009no2/s0104%20(2).pdf) site consulté en février 2015. Co-opetition est un néologisme depuis 1980s qui est le mélange de deux mots : cooperative + competition voir : <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/coopetition>, site consulté dernièrement en mars 2015.

¹⁸ Luc Boltanski et Laurent Thevenot, **De la justification : Les économies de Grandeur**, Paris : Gallimard, 1991, p.321.

¹⁹ Simioni, **op.cit.**, pp.75-90.

économique en compagnie avec d'une classe dominante qui est formé par des professionnelles, des ingénieurs, des techniciens et des scientifiques »²⁰. Le principe est lié à des formes de contrôle et à la maîtrise de l'information.

Dans un point de vue marxiste, nous allons essayer d'expliquer ces transformations économiques en partant du mode de production des années '70 jusqu'à aujourd'hui. À partir des années '70, le fordisme et le keynésianisme sont devenus insuffisants pour gérer les antagonismes au sein du capitalisme. La reconstruction de la crise du capitalisme industriel s'est réalisée donc par une restructuration du processus de l'accumulation fordiste. Il fallait trouver une méthode fournissant la flexibilité pour la production et changer le rôle et la fonction du travail dans la production²¹. De cette façon, nous observons l'émergence d'une consommation de masse qui influence l'ordre économique dès le début des années '60²². La nature de ce changement peut se définir comme le remplacement de la production des biens standardisés par la consommation, selon les principes fordistes par les modes de production basés sur des principes post fordistes. Cette transformation a renversé la rigidité du système ancien concernant l'investissement en capital fixe. Par conséquent, la fonctionnalité des biens et le principe de rationalité sont remplacés également par un système flexible et individualiste²³.

Autrement dit, nous constatons un passage de la production des biens à la production des services et ceci ne peut pas être considéré comme indépendant du processus de mondialisation. Le développement dans les champs informatique et communicationnel a rendu le monde une seule unité économique intégrée.

La restructuration du capitalisme par les instruments de la mondialisation a ouvert une nouvelle période par l'émergence de consommation de masse. Les biens sont achetés non seulement pour leur « valeur d'usage »²⁴, mais aussi pour leur « valeur-

²⁰ Bell, *op. cit.*, p.85.

²¹ David Harvey, **The Condition of Postmodernity**, Oxford: Blackwell, 1990, p. 142.

²² Ash Amin, « Models, Fantasies and Phantoms of Transition » dans **Post-Fordism**, Oxford: Blackwell, 1994, pp. 1-37.

²³ Centre nationale de la Recherche Scientifique, « Le capitalisme cognitif comme sortie de la crise du capitalisme industriel » voir :

http://vadeker.org/humanite/prospective/capitalisme_cognitif/le_capitalisme_cognitif_comme_sortie_de_la_crise_du_capitalisme_industriel.pdf site consulté dernièrement en janvier 2015.

²⁴ Karl Marx, **Le Capital**, Livre I, Section I: Marchandise et Monnaie, 1867, voir: <https://www.marxists.org/francais/marx/works/1867/Capital-I/kmcapI-I-1.htm>, site consulté dernièrement en mars 2015.

signe »²⁵, qui est explicable avec la fragmentation du marché de masse en petites sections par le post-fordisme, d'où vient ainsi la flexibilité. Dans un point de vue critiquant, les individus de notre époque ne s'intéressent plus à la fonctionnalité des biens, mais ils ont tendance à créer leur style de vie et leur identité à travers les biens achetés. Cela nous montre le remplacement du principe de rationalité du capitalisme industriel par la prééminence du goût et du choix individuel²⁶. Ce passage s'est réalisé comme nous avons déjà mentionné par le transfert d'activité de l'industrie vers les services qui a affecté directement la structure sociale²⁷.

Même si le capitalisme est un projet économique, nous ne pouvons pas écarter sa fonction sociale qui s'intègre presque dans la totalité de la vie quotidienne grâce au système de mondialisation. En second lieu, il est nécessaire d'analyser, la dimension culturelle de la mondialisation à l'échelle mondiale.

2. L'interpénétration des spécificités culturelles à l'échelle globale

La dimension culturelle de la mondialisation est un grand thème à traiter autour de thèses de « uniformisation » de cultures et celle de leur « diversification »²⁸. D'une part, nous pouvons mettre l'accent sur l'hybridation, d'autre part sur les questions identitaires. Le pouvoir du marché mondial a la capacité de diffuser les mêmes standards de consommation et de culture par les canaux de l'industrie de l'imaginaire comme la télévision, le cinéma, les séries télévisées, la publicité, la musique, la langue etc. Il faut questionner si la mondialisation de culturelle causerait une destruction des cultures ou pas.

Pour cela, il est évident à partir de la définition de la culture. Selon Edward B. Taylor, la culture désigne un « *ensemble complexe qui inclut les connaissances, les croyances, les arts, la morale, les lois, les coutumes, ainsi que les autres capacités et*

²⁵ Jean Baudrillard, « Le meurtre de la réalité », Interview with Telerama Magazine, Interviewer: Antoine Perraud, dans **International Journal of Baudrillard Studies**, Vol.5, Numéro 1, 2008, voir: http://www.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol5_1/v5-1-article4-perraud.html, site consulté dernièrement en mars 2015.

²⁶ David Bell, Joanne Hollows, **Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste**, Berkshire: Open University Press, 2005, p.3

²⁷ Luc Boltanski, **Le Nouvel Esprit du Capitalisme**, Paris : Gallimard, 1999, p.296.

²⁸ Danic Parentau, « Diversité culturelle et mondialisation », dans **Politique et Société**, Vol.26, Numéro 1, 2007, p.133-145.

habitudes acquises par l'homme en tant que membre de la société »²⁹. Cependant, c'est le sens anthropologique du terme. Ici, la culture est considérée comme une création et transmission par l'homme, par opposition à la nature.

Dans le domaine de la sociologie, la culture moderne a été traitée par les théoriciens classiques comme Durkheim, Marx, Weber et Simmel. Nous pouvons dire que le rapport entre culture et la société est réciproque. « *La culture est un produit social et la société est un produit culturel* »³⁰. Simmel, par exemple, a analysé le rapport entre l'argent et la pluralité des modes de vie qui ont des influences sur le lien entre l'individu et la société, entre le mode de vie moderne et la culture de la modernité. Selon lui, « *la culture est le chemin vers l'individu lui-même qui part d'une entité fermée à une pluralité composée de ces entités* »³¹. Rocher montre ainsi une vision similaire sur le rapport complexe de l'individu avec son environnement.

*« la culture est un ensemble lié de manières de penser, de sentir et d'agir plus ou moins formalisées qui, étant apprises et partagées par une pluralité de personnes, servent, d'une manière à la fois objective et symbolique, à constituer ces personnes en une collectivité particulière et distincte »*³².

Nous ne pouvons pas éviter de mentionner la théorie wébérienne en prenant en compte du processus de rationalisation et du concept d'ascétisme³³. D'une façon intéressante, Weber a déjà éclairé, avec sa perception culturelle, notre société contemporaine. En partant du lien entre le capitalisme moderne occidental et l'ascétisme, nous pouvons essayer de comprendre la société contemporaine et la culture de masse, car dans cette société post-industrielle, c'est la culture de consommation qui règne, donc un marché qui se nourrit de l'industrie culturelle.

²⁹ Guy Rocher, «Culture, civilisation et idéologie», dans **Introduction à la Sociologie Générale**, Montréal: Hurtubis, 1992, 3^{ième} Edition, pp. 101-127.

³⁰ Matthias Junge, **Kultursoziologie : Eine Einführung in die Theorien**, Berlin : UTB, 2009, p. 17. (Orig. « Kultur ist auch ein soziales Produkt und Gesellschaft ist auch ein kulturelles Produkt. »)

³¹ Georg Simmel: **Philosophische Kultur : Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne, Gesammelte Essays**. Berlin: Wagenbach 1983, p. 197 (Orig. « Weg der Seele zu sich selbst von der geschlossenen Einheit durch die entfaltete Vielheit zur entfalteten Einheit »)

³² Rocher, **op.cit.**, pp. 101-127.

³³ Max Weber, **Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus** von Dirk Kaiser, München : Beck, 2006.

a. L'industrie culturelle et l'effet de standardisation :

Aujourd'hui la culture ne fonctionne pas seulement esthétiquement, mais elle fonctionne comme un moyen ayant le but de gagner du profit dans le marché. D'une part elle est influencée par les goûts du public, d'autre part elle forme les goûts de la majorité. D'où il s'agit d'une production de masse qui nous amène à une culture de masse. Celle-ci est « *l'ensemble des objets culturels (et des pratiques qui leur sont liées) produits par les industries culturelles (quels que soient les médias) à destination (et ce n'est pas paradoxal) d'un grand public hétérogène (groupes et individus, contextes sociaux et références culturelles)* »³⁴.

C'est la masse media, donc, la radio, la télévision, la presse et les publicités qui sont des moyens de standardisation culturelle s'adressant à une grande majorité des couches sociales. Par le développement des techniques du capitalisme mondial, millions de personnes ont la possibilité de se connecter simultanément aux mêmes programmes de télé, des sites internet, de médias ou d'accéder aux mêmes biens dans le marché. La culture de masse n'est pas une forme de culture supérieure ou inférieure sur l'échelle de la culture³⁵. D'un autre côté, il ne veut pas dire que la culture de masse appelle aux goûts esthétiques. Encore, dans les mots de Morins :

*«Le produit culturel est étroitement déterminé par son caractère industriel d'une part, son caractère de consommation quotidienne de l'autre, sans pouvoir émerger à l'autonomie esthétique. Il n'est pas policé, ni filtré, ni structuré par l'Art, valeur suprême de la culture des cultivés»*³⁶.

Nous pouvons tirer l'attention sur le fait que la grande différence entre la culture des cultivés et la culture de masse est lié à l'opposition de qualité à quantité, créativité, l'esthétisme à l'objet et à la marchandise. La critique contre le concept de culture de masse est d'abord faite par Adorno. En s'intéressant sur la production de la culture, il a critiqué sa transformation en marchandise, par les effets de l'industrie culturelle comme standardisation et sérialisation³⁷.

L'idéologie de l'industrie culturelle se développe avec le slogan de l'individualité. Les publications s'adressent aux consommateurs en touchant leurs personnalités et en

³⁴ Macé Éric, « Sociologie de la culture de masse : Avatars du social et vertigo de la méthode », dans **Cahiers internationaux de Sociologie**, Numéro : 112, 2002, pp. 45-62

³⁵ Friedmann Georges, « Réflexions finales. Culture supérieure et culture de masse », dans **Communications**, Numéro : 5, 1965, pp. 5-51.

³⁶ Edgar Morin, **L'esprit du temps**, Paris : Grasset, 1962, p.17.

³⁷ Théodore W. Adorno, « L'industrie culturelle » dans **Communications**, Numéro : 3, 1964. pp. 12-18.

les faisant tomber dans une mensongère: Les publicités touchent les personnalités des consommateurs avec l'illusion de l'individu émancipé. Les consommateurs deviennent ainsi dépendants du consumérisme³⁸. Les slogans qui mettent l'accent sur l'individualité vont de pair avec la visée de la création de goûts de masse.

Un moment décisif pour ces événements parallèles est le passage au post-fordisme dans les années '70, déjà traité dans notre première partie. Nous avons commencé non seulement nous interroger sur les effets de standardisation ou la fonction idéologique de l'industrie culturelle, mais plutôt sur le trajet du capital dans les différentes branches industrielles liées à la production des biens culturels. Il est devenu important de comprendre et analyser où se trouvent les acteurs sociaux dans ce système d'interaction car ces interactions créent une synthèse culturelle.

b. Les multiples synthèses culturelles à travers les canaux mondiaux

Dans la partie consacrée à l'étude du processus de mondialisation, nous avons observé que le système capitaliste mondial n'est pas seulement économique. Dans ce monde global, il s'agit d'une culture globale de consommation grâce au marché international. La logique de consommation se base sur l'insatisfaction perpétuelle. Dans ce monde, *« il y a les besoins qui naissent du désir, libérés par le progrès technique et qui naissent au rythme des objets proposées, désir monnayé en désirs, aussi bien de jouissance que de loisir, de longévité, de sante ... »*³⁹.

Le succès de cette culture de consommation est lié au fait que certains individus participent à ce processus volontairement en devenant des prototypes. Les grands labels mondiaux comme Mc Donald's, Starbucks, Coca-Cola, Ikea, Zara etc. sont des « choix » proposés à nous. En plus, les villes et les centres de commerce commencent à se ressembler. L'homogénéité nous présente la mondialisation comme une standardisation de la culture et la façon de consommation de la culture⁴⁰. Dans ce sens, l'industrie culturelle transforme les valeurs locales culturelles en des intérêts commerciaux, afin de résoudre les complexités culturelles. L'ensemble de la production de masse reproduit une culture de consommation standardisée.

³⁸ Bernard Stiegler « Le consumérisme a atteint ses limites », voir : <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20090723trib000402565/bernard-stiegler-le-consumerisme-a-atteint-ses-limites.html>, site consulté dernièrement en février 2015.

³⁹ Jacques Ellul, *Le bluff technologiques*, Paris: Hachette, 1998, p.172.

⁴⁰ John Tomlinson, *op.cit.* p.49.

Le développement technologique assure l'internationalisation des médias. Historiquement, nous pouvons considérer l'apparition de la télévision comme la première phase de la diffusion culturelle⁴¹. A titre d'exemple, nous pouvons donner la série télévisée « Dallas » en disant qu'une grande partie de la population est devenue spectateurs de cette série⁴². D'autre part, Robertson accentue l'augmentation de pluralisme en partant du terme « *glocalisation* »⁴³. Il s'oppose à l'idée que la mondialisation cause une homogénéisation culturelle. Selon lui, il existe toujours une tension entre l'hétérogénéité et l'homogénéité de la mondialisation et l'homme se trouve dans cette tension dans sa vie quotidienne⁴⁴. Au début, nous avons donné l'exemple de McDonald's, mais si nous entrons dans les détails, nous observons que le marché donne une place aux goûts locaux par exemple, en reformulant les menus. Par exemple, en Turquie nous avons Mc turco et Mc köfte.

Bref, d'une part les goûts qui se sont rapprochés par la création d'une culture de masse d'autre part, le pluralisme augment. Nous ne pouvons donc pas ignorer les conditions globales et les valeurs locales. Nous pouvons dire qu'il s'agit d'une hybridation culturelle. Le champ artistique est une meilleure occasion pour observer cette hybridation culturelle. « *Les offres culturelles démultipliées auxquelles ont accès les pays du globe dans le cadre de mondialisation constituent d'importants éléments stimulant la production culturelle locale* »⁴⁵. Les produits artistiques appartiennent non seulement à leurs terres. Après être intégrées dans le monde, ils sont reproduits et reformulés par les signes, les valeurs et les traditions locales.

La musique en constitue un bon exemple pour citer. Nous rencontrons la musique occidentale jouée par les instruments orientaux, ou bien les combinaisons de différents genres musicaux comme le rap et le pop. En outre, en partant de la culture des noirs, de l'identité africaine -mais sous l'influence américaine et la logique de la commercialisation- nous rencontrons le reggae. Notre thèse va s'intéresser aux goûts

⁴¹ Tristan Mattelart, « Enjeux intellectuels de la diversité culturelle » dans **Culture Prospective**, Numéro: 2, 2009, voir: <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/cp-2009-2.pdf>, site consulté dernièrement en mars 2015.

⁴² **Ibid.**

⁴³ Roland Robertson, « Glocalisation : Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity » dans **Global Modernities**, ed. Mike Featherstone, Scott Lash and Roland Robertson, London : SAGE Publication, 1995, p. 28.

⁴⁴ **Ibid.** p. 27.

⁴⁵ Mattelart, **ibid.**, p.6.

musicaux en mutation et aux pratiques d'écoutes musicales dans notre société contemporaine, autour de tout ce que nous avons essayé de traiter jusqu'au maintenant.

B. La musique mondialisée comme enjeu du marché et domaine de rencontres culturelles

La musique pourrait être considérée comme un produit culturel, un élément social et aussi une marchandise à consommer. Nous avons essayé d'étudier la société contemporaine dans un point de vue multidimensionnel. Par le processus de mondialisation et le développement des TIC, par le passage aux modes de production postfordistes et par la construction d'une société en réseaux, la musique devient un fait social et économique. D'une part, elle sert comme enjeu du marché, d'autre part, comme un moyen principal dans la création de stratégie identitaire pour les individus contemporains.

1. L'effacement graduel des hiérarchies de goûts

Selon Bourdieu, les goûts se forment par une construction sociale et il faut considérer la hiérarchie des goûts en rapport avec la hiérarchie sociale. Dans son œuvre « Les formes de capital », Bourdieu distingue trois formes de capital : *économique, social culturel*. Premièrement, le capital économique est le patrimoine, donc le revenu d'un individu. Deuxièmement, le capital social est les ressources actuelles ou potentielles d'un individu pour créer un réseau durable de relations. Dernièrement, le capital culturel est l'ensemble des ressources culturelles dont un individu dispose⁴⁶. Ces trois capitaux, économique, social et culturel, déterminent les actions de l'homme. La somme de ces trois montre le rapport d'un individu avec son environnement ; c'est ainsi que la personne possède un « *capital symbolique* ⁴⁷ » par rapport à ces capitaux. Selon la disposition de capitaux, l'individu développe une certaine forme de comportements intériorisés, ce que nous appelons « l'*habitus* ⁴⁸ ».

D'ailleurs, il souligne particulièrement le rôle du capital culturel dans la reproduction sociale. C'est plutôt le capital culturel et économique qui détermine les

⁴⁶ Pierre Bourdieu, « Les trois états du capital culturel » dans **Actes de la recherche en sciences sociales**, Vol. 30, 1979, L'institution scolaire, pp. 3-6.

⁴⁷ Pierre Bourdieu, **Distinction: Critique sociale du jugement**, Paris: Editions de Minuit, 1979, pp.171-197. (La culture et le goût sont les composants du capital symbolique.)

⁴⁸ **Ibid.** p. 190. (Les goûts et les styles de vie sont des produits de l'*habitus*.)

critères de différenciation entre les groupes sociaux. Dès lors, les pratiques culturelles et les goûts se distinguent et y apparaissent les styles de vie qui s'opposent.

« Les styles de vie sont [...] les produits systématiques des habitus qui, perçus dans leurs relations mutuelles selon les schèmes de l'habitus, deviennent des systèmes de signes socialement qualifiés (comme « distingués », « vulgaires », etc.). La dialectique des conditions et des habitus est au fondement de l'alchimie qui transforme la distribution du capital, bilan d'un rapport de forces, en système de différences perçues, de propriétés distinctives, c'est-à-dire en distribution de capital symbolique, capital légitime, méconnu dans sa vérité objective⁴⁹ ».

Cependant, la relecture de la « Distinction » apporte beaucoup de critiques. Bellevance a résumé les différents points de vue en citant Peterson. Ses idées concernant le glissement des hiérarchies qu'il faut considérer en concert avec la transformation de rapports de pouvoir dans la société. En prenant en considération l'esprit de la mondialisation, notre société contemporaine pourrait se définir par la diversité et l'hybridation qui sont les meilleurs « *rendements symboliques* » qu'un goût pur⁵⁰. Selon les critiques post-modernes, nous vivons actuellement, d'une façon motivée par l'hédonisme et la jouissance du présent. Ensemble avec la logique du temps : les individus tentent à partager les mêmes styles de vie. Grâce à l'internet et l'espace virtuelle, cela était rendu possible d'apprendre les styles de vie et les goûts culturels que Bourdieu a analysés dans le contexte de groupes sociaux. Selon lui, le style de vie est un produit de l'habitus⁵¹. Mais comme nous avons précisé, les TIC par exemple permettent la mobilité culturelle et effacent la distinction rigide entre les groupes différents.

Aujourd'hui il devient plus difficile de faire une distinction entre ces concepts comme haute culture, goût légitime, culture supérieure, inférieure etc. car il existe une mobilité dans la hiérarchie sociale qui effectue bien sûr les pratiques culturelles des individus. Avoir la capacité à acquérir les dispositifs culturels d'une classe supérieure veut dire accéder et adopter le même style de vie avec eux. L'ancienne distinction entre la haute culture et la culture de masse est disparue⁵². La classe bourgeoise, ne

⁴⁹ *Ibid.*, p.192.

⁵⁰ Peterson cité par Guy Bellavance et al, « Distinction, omnivorisme et dissonance : La sociologie du goût entre démarches quantitative et qualitative », dans **Sociologie de l'Art**, 2006, p.135.

⁵¹ Bourdieu, *op.cit*, p. 190.

⁵² Guy Bellevance, Myrtille Valex, Laure de Verdalle « Distinction, omnivorisme et dissonance : la sociologie du goût entre démarches quantitative et qualitative », dans **Sociologie de l'Art**, Numéro :2, 2006 p. 125-143.

s'intéresse pas, par exemple, seulement à la musique classique- à la haute culture- mais aussi au rock, aux séries télévisées, donc à la culture de masse. Nous pouvons dire que le choix musical est plutôt lié à des goûts personnels au lieu de statut sociaux-économique dont on trouve dans les musiques populaires. S'il faut donner un autre exemple de la Turquie, Demet Akalin est un nom populaire qui est écoutée par les couches moyens-supérieurs et en même temps inférieurs. Il reste toujours une société de différents groupes sociaux mais par la diffusion de la culture populaire, il se forme un goût commun dans la société. Ecouter de jazz n'est pas un signe d'appartenance à une classe mais c'est avoir un statut.

2. La circulation des produits musicaux à travers le globe

Comme nous avons traité dans les parties précédentes, la culture n'est pas seulement une œuvre artistique et esthétique, mais elle est un produit dynamique qui influence le marché avec le processus de mondialisation. En plus, l'accès à ce produit n'est pas aux mains d'un certain groupe, il s'agit des transitions entre les groupes. Il faut l'observer donc dans le « *global market place* » en tant qu'un produit. Adorno fait une critique très importante en soulignant le rapport entre la production musicale et la demande du marché.

« Une sociologie de la musique centrée sur le conflit entre forces productives et rapports de production n'aurait pas seulement à faire avec ce qui se réalise et est consommé, mais également avec ce qui ne parvient pas à la réalisation et ce qui est anéanti. La pression sociale n'a pas laissé, et ne laisse peut-être toujours pas aujourd'hui, se déployer des talents importants. Même les plus grands furent contrariés⁵³ ».

Nous pouvons nous interroger si l'œuvre musicale, en tant qu'une création artistique d'un compositeur, pourrait rester l'autonome et authentique dans un marché concurrentiel. Sa valeur commerciale augmente si elle s'adresse à une plus grande majorité. D'ailleurs, étudier la musique seulement dans le champ artistique serait impossible et restreint.

Dans ce contexte, en faisant le lien avec le sous-titre précédent, le goût du public est le rapport de production lorsque la création de la musique est la force productive.

« Il s'agit d'appliquer sans violence à la sociologie de la musique la question du rapport entre forces productives et rapports de production. Les forces

⁵³ Théodore W. Adorno, **Introduction à la sociologie de la musique**, Genève : Contrechamps, 1994b, p.224.

productives n'incluent pas seulement la production au sens musical étroit, à savoir le fait de composer, mais aussi le travail artistique vivant de ceux qui reproduisent et l'ensemble de la technique, constituée en soi de façon hétérogène : la technique compositionnelle-intra musicale, la capacité de jeu de ceux qui reproduisent et les procédés de reproduction mécanique, auxquels revient aujourd'hui une importance éminente. À l'opposé, les rapports de production sont les conditions économiques et idéologiques dans lesquelles s'inscrit chaque son, ainsi que les réactions à celui-ci ⁵⁴».

Nous allons essayer d'analyser la place de la musique dans une perspective socio-économique en se référant aux dynamiques changeantes de la société. Nous allons traiter en premier lieu, l'industrie musicale, et en second l'hybridation musicale afin de comprendre le chemin vers la musique contemporaine.

a. L'industrie musicale

L'industrie musicale calcule aussi la « *crise d'identitaire* » des individus dans cette « *ère du vide* » selon les termes de Lipovetsky. La musique en tant qu'un produit de consommation aide aux individus dans leurs processus de construction identitaire et elle devient un moyen à se réaliser.

S'il faut revenir au rapport entre la musique et les nouvelles technologies, l'entrée de la musique dans l'internet rend possible à la télécharger. La musique numérisée signifie la dématérialisation de la musique et déclenche cette fois-ci la question de piraterie commerciale dans un ordre mondial. Frith par exemple dit ; « *Pour l'industrie de la musique, l'âge de fabrication est maintenant terminée. Les entreprises (et les profits de l'entreprise) ne sont plus organisées autour des choses, mais dépendent de la création de droits*⁵⁵ ». Par l'institutionnalisation de la musique enregistrée, la musique est sortie de « l'espace » et entrée aux mains des individus sous les formes de cassettes, des discs, des mp3, des USB etc. La musique n'est plus considérée comme une activité commune et publique et elle se conforme bien avec l'idée de notre ère et commence à se privatiser. Cette idée est propre à l'idéologie du marché qui adopte

⁵⁴ Pierre-Michel Menger, « Ya-t-il une sociologie possible de l'œuvre musicale ? Adorno et au-delà », PUF, dans **L'Année sociologique**, Vol. 60, Numéro :2, 2010, pp. 331-360.

⁵⁵ Simon Frith, « Copyright and the music business » dans **Popular Music**, Vol.7, Cambridge, University Press, 1988, pp.57-75. (Orig : « for the music industry, the age of manufacture is now over. Companies (and company profits) are no longer organized around making things, but depend on the creation of rights »).

l'objectif d'atteindre à tous les consommateurs en les attaquant par leurs choix et préférences.

Ici, nous pouvons observer le lien entre le développement du capitalisme et leurs influences sur la production et la consommation de la musique. Dans notre société de consommation, la musique devient un produit pour la masse, grâce auquel on obtient du profit. Par le développement technologique, le rôle des mass media et les transformations socio-économiques, comme l'élargissement des secteurs de divertissement, la musique sert aussi comme un enjeu idéologique du marché. Mais aujourd'hui nous vivons dans un plus grand marché, dans le global market place. En partant de ça, il y a un autre aspect important à souligner qui est l'apparition d'une nouvelle expression de musique sous le nom de « musique du monde ». World Music contient des composants traditionnels et ethniques qui se distinguent des autres courants occidentaux comme pop, rock, jazz, musique classique etc. Elles sont des records non-anglais⁵⁶. L'apparition du terme dans les années 1980s montrait que World music n'est qu'une classification de musique de marketing. World music crée la perception d'une musique planétaire, qui sert ainsi à la logique de l'industrie musicale et aux échanges commerciaux⁵⁷. S'il faut donner un exemple, Mercan Dede avec son album de « Su » a pris sa place dans les listes de musique du monde de l'Europe par les instruments turcs et en même temps par des mélodies turques⁵⁸.

b. L'hybridation musicale

La musique actuelle « *prend racine dans un imaginaire commun, mixte de cultures urbaines, de culture de masse et des traditions populaires locales* »⁵⁹. Les formes, les rythmes, les sons et les genres sont combinés. Il s'agit de « *syncrétisme, donc de l'union d'éléments distincts dans un nouvel ensemble, quant à l'hybridation, elle est*

⁵⁶ **World Music:** <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/648600/world-music>, site consulté dernièrement en juin 2015.

⁵⁷ Michael Tenzer, John Roeder, **Analytical and Cross-Cultural Studies in Worldmusic**, New York : Oxford University Press, 2011, p. 389.

⁵⁸ Müzikte Globalleşmeye bir bakış: <http://www.musikidergisi.net/?p=621>, site consulté dernièrement en juin 2015.

⁵⁹ Bertrand Ricard, **La fracture musicale: Les musiques populaires à l'ère du populisme de marché**; Paris: L'Harmattan, 2006, p. 291.

une réorganisation des espaces sociaux »⁶⁰. Au sens sociologique, elle renvoi à l'étude de « l'entre deux ».⁶¹

L'interculturalité n'est pas seulement des rencontres de cultures, mais aussi elle se reflète dans l'entrecroisement des instruments et des époques. Nous pouvons dire que le mixage des cultures donne naissance à la créativité dans l'art. Il faut prendre en considération dans une perspective politique aussi le temps colonial, les rencontres des cultures dominants et dominées, et aussi la période postcoloniale⁶². Nous allons rester dans le cadre de l'hybridation musicale, en faisant la définition de cette interculturalité et musique :

*« L'hybridation désigne des combinaisons sonores singulières, inouïes au sens propre, obtenues par mélange de sons et de timbres produits par des familles instrumentales différentes ou, depuis la fin des années 1980, en recourant à toutes les possibilités de l'électronique et de l'informatique. »*⁶³

L'hybridation dans la musique donne naissance à une nouvelle catégorie comme nous avons dit, la « musique actuelle ». Avec cette expression nous voulons désigner l'ensemble de courants comme musique traditionnelle, chanson, jazz, rap, rock, qui se combinent par les nouvelles techniques de mixage et de reproduction. Ce sont des musiques populaires actuelles. Le genre musical qui domine dans le marché, c'est la musique populaire. La diversité culturelle est intégrée dans l'industrie musicale par la musique populaire et elle s'adresse aux masses. Un bon exemple pour la musique hybride peut être la mélodie Beirut d'Ibrahim Maalouf qui est un trompettiste franco-libanais. Dans sa pièce, il joue des genres musicaux comme de jazz et du rock. Ou bien quand nous écoutons Dolapdere Big Gang, un groupe turc qui fait des arrangements par des musiques turcs, nous entendons des mélodies romanes dans les chansons rock et pop. Hybridation a déjà existé dans le domaine de la musique. Dans le 19. Siècle, quelques instruments occidentaux comme clarinette a été utilisé dans la musique africaine de l'ouest⁶⁴. Ou bien dans les années 1960s, nous observons l'influence des

⁶⁰ Ibid.

⁶¹ Roselyn de Villanova, Genevieve Vermes: **Le métissage interculturel: créativité dans les relations inégalitaires**, Paris : L'Harmattan, 2005, p. 102.

⁶² Emmanuel Molinet, « L'hybridation : un processus décisif dans le champ des arts plastiques » voir : <http://leportique.revues.org/851#quotation> site consulté dernièrement en février 2015.

⁶³ Hybridation : Musique voir : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/hybridation-musique/>, site consulté dernièrement en février 2014.

⁶⁴ Hybridisation : site consulté dernièrement en juin 2015, <http://www.frw.rug.nl/persons/groote/cursus/global%20village/websites/0708/music/hybridization.htm>, site consulté dernièrement en juin 2015,

mélodies indiennes sur Beatles. Ils ont influencé d'autres cultures et les styles de vie lors de leur création musicale avant de processus de mondialisation⁶⁵. Ce que nous pouvons dire aujourd'hui est que le progrès technologiques et la mondialisation avec son aspect d'explorer les ethnicités encouragent la hybridation.

3. Les nouveaux usages et les modes d'appropriation pour les individus

Nous avons met l'accent à la fois sur la particularité esthétique de la musique mais aussi sur son rapport à la société. « *La musique est une abstraction qui a une réalité et qui est isolée dans sa nature mais se définit aussi comme un fait social, qui est produit, créé, perçu et consommé* »⁶⁶. La musique crée un lien entre le compositeur et l'auditeur qui « *est lui aussi impliqué dans la production du sens de l'œuvre. Par son écoute, l'auditeur, co-auteur dans le jeu de l'énoncé musical, (ré) compose l'œuvre, le (ré) constitue. Il lui donne un sens.* »⁶⁷.

Dans ce contexte, le fait musical pourrait être considéré comme une communication à un autre niveau, un niveau sensoriel, affectif en prenant la forme d'émotions⁶⁸. C'est un mode d'expression sociale. Dans un point de vue psychanalytique, la musique provoque des « excitations externes », ainsi que des « excitations internes ». Elle donne un plaisir ambivalent qui permet aux individus de sortir en dehors de la réalité de la vie quotidienne⁶⁹. Pourtant le sens de la musique, sa pratique, son rapport avec l'intime des individus ont changé.

Ainsi, le support et la mode de distribution de la musique et son rapport avec les individus ont changé. Les nouveaux usages de la musique sont liés à l'enregistrement et la numérisation de celle-ci. En partant de cela, nous pouvons distinguer

⁶⁵ Music in the World : <https://blogs.longwood.edu/musicintheworld/2012/04/27/classic-indian-musics-influence-on-george-harrison-and-the-beatles/>, site consulté dernièrement en juin 2015.

⁶⁶ Julien Guedj, Antoine Heimann, « Sociologie politique du rap français : nouvelle approche du mouvement rap », voir : <http://heimann.antoine.free.fr/> site consulté dernièrement en février 2015.

⁶⁷ Françoise Escal, « Les compositeurs et ses modèles », Paris : PUF, 1984, p.6 citée par Anne Marie Green, **De la musique en sociologie**, Paris : L'Harmattan, p. 202.

⁶⁸ Sylvain David, « La musique: Sociologie d'un art non conceptuel », ouvrage recensé **De la musique en sociologie** Anne Marie Green, L'Harmattan, « Logiques Sociale » série « Musique et Champ social », 225 p. voir: <http://www.erudit.org/culture/spirale1048177/spirale1061713/16750ac.pdf>, site consulté dernièrement en mars 2015.

⁶⁹ Joseph Delaplace, Olga Moll, « Musique et inconscient », Filigrane, Numéro : 6, 2007, voir : <http://revues.mshparisnord.org/filigrane/index.php?id=19> site consulté dernièrement en mars 2015.

l'appropriation par l'objet et par l'outil⁷⁰. La première passe par un support physique, comme un CD, alors que la deuxième se rapporte au téléchargement de la musique sur internet. *Dans l'appropriation par l'objet, l'objet a des aspects socialisateurs, constructeurs et authentiques*⁷¹.

Ces objets deviennent pour les individus « *une source de distinction* » et « *de différenciation* » qu'il va mettre en avant⁷². Et ils jouent un rôle dans la construction identitaire alors que l'appropriation par l'outil est le processus de dématérialisation et le passage au fichier musical qui rend possible aux individus une consommation illimitée propre avec l'idéologie du marché.

C. La Turquie comme actrice dynamique de l'intégration culturelle et la place particulière de la musique

Notre étude de terrain a été réalisée à Istanbul, par conséquent, nous avons consacré une sous-partie concernant la place de la musique en Turquie. Il faut bien analyser l'intégration de la Turquie au monde global aux niveaux culturels et économiques. En même temps, il faut nous concentrer sur la modernisation turque et les trajets par lesquels elle se réalise à travers la musique. La musique en tant qu'un fait social nous offre les réalités et les caractéristiques d'une société, car elle s'est produite sur ces terres, mais elle sert aussi aux idéologies politiques comme la création d'une culture nationale. Par l'effacement de concept d'Etat-nation, cette fois-ci elle sert aux idéologies avançant la diversité, le multiculturalisme, et à la logique du marché au niveau nationale et internationale. Nous allons étudier donc le processus de la modernisation turque et après la relation réciproque entre la modernité et la musique.

1. L'intégration mondiale comme la phase ultime de la modernisation en Turquie

Ce n'est pas possible de traiter toute l'histoire de la modernisation turque pourtant nous savons que la modernisation est très attachée au processus de l'occidentalisation dans le contexte turque. La construction d'un nouvel Etat-Nation a nécessité

⁷⁰ Damien Chaney, « Le concept d'appropriation: une application au domaine de la musique enregistrée », dans **Actes de 6, Journée normandes de recherche sur la consommation**: Société et consommation, Groupe ESC ROUEN, 2007.

⁷¹ **Ibid.**

⁷² **Ibid.**

naturellement la connotation sur des valeurs nationales, sur la culture et identité nationale turques. Cependant, comme dit Mardin, il y avait toujours une question de centre-périphérie dans l'histoire politique turque⁷³. En Turquie, la modernisation ne se fait pas comme cela a été le cas en Europe occidentale, car la modernisation est liée au capitalisme industriel. Mais il n'existait pas de lutte de classe et la bourgeoisie comme en Occident⁷⁴. Selon Boran, le capitalisme en Turquie doit s'installer par la spécialisation dans la terre au lieu de passer à l'industrie⁷⁵. En 1947, la Turquie reçoit l'aide Marshall et après les années 1950, les dynamiques socio-économiques et politiques changent. Nous passons au gouvernement de parti politique de DEMOKRAT PARTI (Le parti démocrate, DP) qui est la voix de la périphérie. L'exode rural commence, un mouvement d'industrialisation s'est amorcé. Les années '60 ont marqué par la domination de classe de notables et de commerçants. Quant aux années 1970, la bourgeoisie nationale arrive à un niveau international par monopolisation et conglomération. Selon la théorie de Gramsci, après avoir déterminé la base, la superstructure est déterminée et avec le temps, la superstructure détermine la base⁷⁶.

Pourtant en Turquie, dans les années '70, il ne s'agissait pas d'une superstructure dépendante de base qui veut dire le risque de la fracture de système. Il existait un système dans lequel nous ne pouvons pas parler de l'hégémonie bourgeoise. Avec l'arrivée d'Özal qui est le 19ième Premier Ministre (en 1983 et 1987) puis le 8ième Président de la République Turque nous commençons à parler de l'intégration de la bourgeoisie monopoliste au système capitaliste mondiale. Jusqu'à l'époque des gouvernements de Turgut Özal, la bourgeoisie turque ne représentait pas tellement une force hégémonique au sens gramscien. Il adopte la politique économique néolibérale avec les décisions du 24 janvier 1980 dont le principal moyen est le capital financier⁷⁷. Le capital international s'initie dans le pays sur par le contrôle des médias. Par conséquent la superstructure joue un rôle déterminant sur la société. L'histoire

⁷³ Şerif Mardin, « Center and periphery relations : A key to Turkish politics », **Daedalus**, Vol.102, Winter, 1973, pp. 169-190.

⁷⁴ Ahmet İnsel, « Türkiye'de Burjuvazinin Serüveni », dans **Görüş Dergisi**, Tüsiad, Numéro: 76, 2012, p.14.

⁷⁵ Behice Sadık Boran, « Köylerin Şehirleşmesi: Ova Köyleri » **Toplumsal Yapı Araştırmaları** (İki Köy Çeşidinin Mukayeseli Tetkiki), İstanbul : Sarmal, 1992, pp.219-248

⁷⁶ Şengül Yavuz, « Antonio Gramsci'nin Felsefesi ve Eleştirel Tutumu », **İlim Dünyası** 2, 2011, pp. 12-16.

⁷⁷ Güngör Uras, **Ekonomi'de Özal'ın yıllar**, İstanbul : Afa, 1993, 13-18.

complexe de la Turquie marquée par les coups d'Etats, tenaient une lutte de classe en arrière-plan. Selon certains, l'intervention au 28 février 1997 a non seulement un aspect politique mais en même temps un aspect économique sur la lutte entre la bourgeoisie nationale et les nécessités de la capital internationale.

Par le passage à la société-post industrielle, nous avons besoin d'un parti politique monopoliste et défenseur de capital international, et qui est capable d'intégrer la grande bourgeoisie au processus de la mondialisation par l'utilisation de TIC d'où Adalet ve Kalkınma Partisi (Parti de justice et de développement, AKP). Hors de ces aspects politico-économiques, il s'agissait des mouvements identitaires, des mouvements pour la démocratisation et les droits de l'homme, la dissolution du concept d'Etat-Nation au niveau mondial. Toute cette transformation reflète ses influences dans la société en la transportant du moderne au postmoderne.

2. La musique comme révélatrice de la modernité et indicatrice de classe sociale en Turquie

Si nous voulons traiter l'histoire de la modernisation turque depuis l'empire ottoman, nous pouvons mentionner en quelques lignes qu'il existait la musique de palais, de l'armée, des sectes et du peuple. La modernisation dans la musique turque a commencé par les réformes faites dans le Tanzimat qui désigne la période de rénovation de l'Empire ottoman en 1839 avec la promulgation du *khatt-i sharif* (charte impériale) de Gül-Hane par le sultan Abdülmecit jusqu'à la promulgation de la Constitution et l'institution d'un Parlement en 1876⁷⁸.

Nous observons d'une part la transformation des styles musicaux traditionnels sous l'influence des valeurs occidentales et d'autre part ; l'émergence d'une nouvelle musique dans le style occidental⁷⁹. Dans la musique classique turque, il existe des maqâms qui ne sont pas conçus comme compatibles avec la musique moderne et il y a eu la tendance de les éliminer et aussi la tendance d'abandonner les rythmes complexes.⁸⁰ Pourtant, il faut ajouter que ce soit un processus normal. Le passage à des rythmes simples s'explique par deux phénomènes sociaux qui sont l'accélération

⁷⁸ Robert Mantran, « Tanzimat », voir : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/tanzimat/> site consulté dernièrement en septembre 2014.

⁷⁹ Ali Ergur, Yiğit Aydın, « Patterns of modernisation in Turkish music as indicator of a changing society », dans *Musicae Scientiae*, Special Issue 2005-2006, 89-108.

⁸⁰ **Ibid.**

du rythme de la vie sociale, de la culture urbaine et l'émergence d'une attitude mondaine. Ces symptômes sociaux proviennent bien sûr des rapports capitalistes.

Après la période de la construction de la république turque, l'Etat réorganise les institutions musicales à travers les modèles occidentaux. Par conséquent la musique du peuple a été promue par l'État. Mustafa Kemal dit:

« *La musique d'ottoman n'est pas compatible avec les réformes en République turque. Nous avons besoin d'une nouvelle musique qui va prendre sa source de la musique folk mais sera polyphonique*⁸¹. »

En 1934, nous étions face à l'interdiction de la musique *alla turca* (monophonique) à la radio qui dure vingt-deux mois. Avec cette interdiction, les questions idéologiques apparaissent. Selon Falih Rıfkı Atay, ce que Mustafa Kemal a dit est clair, il parle d'une musique d'origine turque, mais créée par les méthodes occidentales qui ouvrent la voie à la nouvelle musique. Selon ses propres termes: « *La musique alla turca avec ses ghazals*⁸², *chansons et outils est vieux et comme si elle pleure et se plaint dans l'air de la nouvelle république jeune*⁸³. » Selon certains, cette interdiction a été interprétée comme si la jeune république apercevait la musique traditionnelle ottomane en tant qu'une chose « déshonorante » Qu'il faut préserver de l'engourdissement d'arabe⁸⁴.

Comme nous avons déjà mentionné les années '50 se caractérisent par l'exode rural qui cause l'apparition des bidonvilles. - Selon les termes de Kıray, c'étaient « *les mécanismes articulatoires* » qui rendent possible la capacité d'adaptation aux villes⁸⁵. Les changements politiques avec le gouvernement de DP apportent aussi les changements socio-culturels et économiques. Dans ces conditions nous observons l'émergence d'un nouveau genre musical appelé « l'Arabesk ». Selon la définition de Nazife Güngör l'Arabesk:

⁸¹ Yakup Kaya; « Erken Cumhuriyet Döneminde Kökten modernleşmenin bir göstergesi olarak musiki inkılabı »; dans **History Studies**, 2012, p.283. (Orig. « Osmanlı musikisi Türkiye Cumhuriyeti'ndeki büyük inkılapları terennüm edecek kudrette değildir. Bize yeni bir musiki lazımdır ve bu musiki özünü halk musikisinden alan çok sesli bir musiki olacaktır. »)

⁸² Dans la poesie turque et persane, ce sont des poemes lyrics

⁸³ **Ibid.** p.291. (Orig : « Alaturka musiki, gazelleri, şarkıları ve aletleri ile, genç ve öz inkılap havası içinde ihtiyar ve her şeyden usanmış, her şeyden şikayetçi bir şekilde ağlamaktadır ».)

⁸⁴ Poyraz Kolluoğlu, « Türk Müzik Devriminden Popüler Kültür Müziğine çoksesselilik gündüşleri: Türk Müzik inkılabından garbiyatçı endişeler ve fantaziler », Queens University, 2013, p.4.

⁸⁵ Mübeccel B. Kıray, « Toplumsal Değişme ve Türkiye » « Türk Toplumunda Yapısal Değişme »: **Toplumsal Yapı, Toplumsal Değişme**, İstanbul : Bağlam, 1999, pp.312-341 (Orig : tampon mekanizma)

« Est un genre musicale qui se forme selon l'environnement culturelle et la société d'où elle est née, manquée d'une base théorique et cohérente, en plus concernant la mélodie inspire de la musique d'arabe mais des instruments occidentales. Au début elle est née dans le village mais avec le temps elle s'est diffusée ainsi aux villes. Elle est un genre qui a généré pour notre société. »⁸⁶

Suat Sayın était la star d'arabesk dans les années 1960. Sa chanson de “sevmek günahım” concernait les mélodies d'une chanson de chanteur égyptienne Abdülvahab. La musique Arabesque avec la culture arabe commence à se répandre. A la fin des années 60, Orhan Gencebay apporte une nouvelle vision à la culture d'Arabesk. Selon Özbek; Les chansons de Gencebay possède un code émotionnel.

« (...) Il semble que les expériences émotionnelles sont des sommets de la tête et en même temps des problèmes quand il s'agit de donner un sens aux pratiques et relations quotidiennes. L'amour, le droit à la vie, la rébellion, le destin sont des concepts traités, l'amant, son rapport avec lui-même et les autres, les réactions qu'il montre sont présentes autour de l'amour. »⁸⁷

Dans les années '70-'80 nous observons l'apparition de la culture de *gazino* et tavernes et l'interaction des chanteurs avec les auditeurs. *Gazino* est un phénomène du vingtième siècle qui se distingue d'autres types de salles de divertissement avec ses caractéristiques uniques. Tant le salon de *gazino* que son arrangement physique produisent de turc (Alaturka) et les prédécesseurs de style occidentaux (Alafranga) du 19.ème siècle İstanbul. Les clients du *gazin*os étaient les intellectuelles turcs et habitants d'İstanbul non-musulmanes. *Gazino* lui-même est un espace *Alafranga* mais le public est caractérisé comme un mélange de l'alaturka et d'Arabesk⁸⁸. Quant à la musique de tavernes, c'est le changement de l'Arabesk dans l'environnement sonore.

⁸⁶ Nazife Güngör, **Sosyokültürel açıdan arabesk müzik**, İstanbul : Bilgi, 1990, p.23. (Orig« İçinden çıktığı toplumsal ve kültürel çevreye göre biçimlenmiş, tutarlı bir kuramsal dayanaktan yoksun, ezgi yönünden Arap müziğinden, çalgı yönünden de batı müziğinden esintiler taşıyan, önceleri taşradan başlamakla birlikte zamanla toplumun tüm kesimlerinden gelen yaygın bir dinleyici kitleye sahip toplumumuza özgü bir türdür. »)

⁸⁷ Meral Özbek, **Popüler kültür ve orhan Gencebay arabeski**, İstanbul : İletişim, 2013, p.103. (Orig. « gündelik ve pratik ilişkileri anlamlandırırken, kavramsallaştırırken ve öte yandan aynı zamanda gündelik hayatta yönelimler yaratırken, duygusal tecrübeyi baştaçı etmiş, problem haline getirmiş görünmektedir. Aşk, yaşama hakkı ve isyandan kader ve derde dek tüm kavramları kendisine bağlamakta; 'seven'in kendine, ötekine, başkalarına, ve sorunlara gösterdiği tepkiler 'aşk'la bütünleştirilerek, aşk süzgecinden geçirilerek ifade edilmektedir. »)

⁸⁸ Münir Nurettin Beken, « Aesthetics and Artistic criticism at the Turkish Gazino », 1998, voir : http://www.umbc.edu/MA/index/number8/gazino/bek_00.htm site consulté dernièrement en octobre 2014.

On commence à utiliser le synthétiseur et les rythmes électroniques, avec lesquelles les chanteurs changent en même temps leur manière à chanter⁸⁹.

La première époque consiste sur le fait qu'il soit un produit culturel, une sous-culture, concernant les problèmes de bidonvilles de l'urbanisation, tandis que pendant la deuxième époque elle s'intègre au système sous le régime d'ANAVATAN Partisi (Parti de la mère-patrie, ANAP). Il n'existait plus d'un seul type de l'Arabesk ou de l'écouter. Pourtant il faut souligner que l'Arabesk d'après les années '80 se diffère celui d'Orhan Gencebay⁹⁰. Les chanteurs et leurs régions d'où ils viennent soulignent la fonction sociale de la musique encore une fois. Ils font leur musique en se référant aux valeurs de leurs régions et traditions.

L'Arabesk n'est pas seulement un produit musical mais c'est une culture produit par les effets de l'industrialisation et l'urbanisme, donc le capitalisme. « *La culture arabesk est aussi le lieu d'affrontements entre les tenants du traditionalisme et de la modernité*⁹¹ ». Elle montre la réalité sociale en s'intégrant aussi dans le cinéma turc, Yeşilçam. Yeşilçam est le premier secteur du cinéma turc qui est examiné autour de quatre notions : turquification, rêve, mélodramatique modalité et imitation. Yeşilçam est dans le désir d'être comme le cinéma populaire occidental.⁹²

Par les effets de l'industrie culturelle et par le développement de l'industrie musicale, le marché d'Unkapanı apparait et la musique devient une industrie de divertissement. Les années '80 sont marquées par İbrahim Tatlıses qui ajoute aussi les paroles kurdes dans ses chansons en Turc, ce qui montre les changements politiques dans la société. Les questions identitaires sont traitées aussi par l'expression musicale⁹³.

Le gouvernement d'Özal joue un rôle significatif dans l'histoire moderne de la Turquie, car Özal voulait intégrer la Turquie dans le monde international par privatisation, par la motivation de peuple pour la consommation, et par la transposition

⁸⁹ Ahmed Tohumcu, « Müzik ve Kültürel Doku », Uluslararası Müzik Araştırmaları Sempozyumu, Trabzon, 2012, p. 47.

⁹⁰ Özbek, **op.cit.** p.103.

⁹¹ Luc Weissenberg, « Jérôme Cler : Musiques de Turquie », dans **Cahiers d'ethnomusicologie**, Numéro :13,| 2001, 236-242.

⁹² Savaş Arslan, « Hollywood alla Turca: A history of popular cinema in Turkey », Ohio State University, 2005, voir : <https://etd.ohiolink.edu/>, site consulté dernièrement en octobre 2014.

⁹³ Anne Elingsen, « İbrahim Tatlıses and the popular music genre in Turkey », dans **Studia musicologica norvegica**, Oslo : Scandinavian University Press, 1997, pp.65-74.

des valeurs américaines. Hors de l'Arabesk, il s'agissait des arrangements qui veulent dire transcription d'une œuvre musicale pour un ou plusieurs instruments différents de ceux pour lesquels elle avait été primitivement écrite⁹⁴. L'Arabesk a perdu sa primauté, et le pop entre dans la vie sociale en apportant un nouveau style de vie, rythme de la vie et la jouissance. Au lieu de casinos, les bars et les clubs ont été préférés. Le marché de musique se combine avec des clips qui, progressivement accentuent la visualité. A la fin des années '90, la musique se reproduit comme une marchandise standardisée et perd son aspect esthétique et devient elle-même un bien. Le produit musical, sa publicité, les médias sociaux, sont tous en rapport avec l'industrie musicale. C'est le marché qui détermine la valeur de la musique et c'est la musique populaire qui constitue la portion la plus large.

⁹⁴L'arrangement voir : <http://www.larousse.fr/archives/rechercher?q=arrangemen&base=musique>, site consulté dernièrement en mars 2015.

II. Les fonctions spatio-temporelles de la musique

Selon Giddens, le temps et l'espace sont des éléments importants de la théorie sociale, ainsi notre expérience du temps est construite socialement. Les systèmes sociaux sont structurés par des règles et sont conditionnés dans le temps et l'espace. L'utilisation de l'absence et de la présence dans le temps et l'espace indique la présence et l'absence d'une interaction. Les acteurs régulent ses relations en utilisant les caractéristiques spatio-temporelles de leurs interactions⁹⁵.

*« Le son est une action se déroulant dans un espace donné pendant un temps donné et que quand nous apprenons à associer son et case, nous apprenons également à associer son et lieu, et à entendre le son dans son espace »*⁹⁶. Notre rapport avec le son est distillé à travers une expérience qui nous incite à penser qu'il existe toujours une cause qui le crée et l'insère dans l'espace. Les développements techniques ont changé complètement la perception de l'espace-temps. Déjà, il fallait être physiquement présent dans les concerts, dans les salles etc. mais à l'heure actuelle, les individus eux-mêmes possèdent le contrôle, par conséquent ils créent leur propre espace. Par la transmission de l'enregistrement, la coexistence géographique entre la production et la perception est dissociée. L'enregistrement et des différentes techniques de production et de contrôle permettent une libre organisation et conception de la musique.

La fonction de la musique commence au moment nous la percevons subjectivement et par la suite, nous la construisons socialement, car nous avons besoin des cadres normatifs et le sens commun. En interprétant le monde, l'homme rend les choses significatives et les choses deviennent alors objets. Blumer qui propose les perspectives interactionnistes sur les phénomènes sociaux, fait les hypothèses suivantes : Les être-humains agissent face aux choses selon les significations que les choses ont pour eux, parce que les objets n'ont pas de significations innées. Les

⁹⁵ Anthony Giddens, **La Constitution de la société- Eléments de la théorie de la structuration**, Paris : PUF, 1987.

⁹⁶ Daniel Teruggi, « Ecouter la musique », Firenze : Firenze University Press, 2010, pp. 45-57.

significations des choses se dégagent en interaction sociale et elles sont modifiées à travers un processus interprétatif⁹⁷.

Les individus entrent dans l'espace et dans le temps par la compagnie de la musique à travers le support d'écoute. Tia De Nora précise que la musique, en se diffusant par les technologies, permet aux individus d'entrer dans une « *médiation interactionnelle* »⁹⁸. Dans un point de vue interactionniste, la vie quotidienne est composée de plusieurs interactions inconnues. Dans une interaction entre l'individu et la musique, l'individu peut changer le contenu où le support et redéfinir son propre environnement sonore, ce qui veut dire le changement dans la médiation et la perception. Grâce à l'environnement musical, l'individu attribue du sens aux espaces.

A. Permanence de la musique

Comme nous l'avons précisé, l'espace comme le temps est créé par les structures sonores qui ne sont plus des entités fixes mais qui sont relatives, variables et mobiles. Pourtant, la musique construit dans cette fluidité une continuité par son rythme et sa mélodie⁹⁹. La musique ayant une structure, possède un certain système consécutif et répétitif. Dans les rituelles il existe des rythmes comme dans la musique, qui laisse les individus à motiver. La musique peut être considérée comme une action rythmique; elle conditionne les individus à sortir des frontières de la vie quotidienne et de la réalité sociale. Grâce à la musique, les individus vivant dans une société fragmentée, construisent leur environnement et cette fragmentation est dans un certain degré, éliminée par la continuité de la musique. C'est la raison pour laquelle la musique est partout dans la vie sociale et aussi dans les oreilles des individus.

1. L'omniprésence de la musique dans l'espace social

L'omniprésence de la musique veut déjà dire que les individus ne choisissent pas la musique qu'elles écoutent, de même la musique n'est pas écoutée pour ce qu'elle est. La musique est partout, dans les cafés, dans les restaurants, dans les centres commerciaux, dans les transports communs et parfois dans les ascenseurs et les toilettes. Les questions que nous proposons dans cette sous-partie sont les suivantes :

⁹⁷ Herbert Blumer, **Symbolic interactionism, Perspective and method**, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1969.

⁹⁸ Tia De Nora, **Music in Everyday Life**, Cambridge : Cambridge University Press, 2000, p. 160.

⁹⁹ Charles Koechlin, **Esthétique et Langage Musicale**, Sprimont: Mardaga, 2006, p. 227.

pourquoi s'agit-il d'une telle omniprésence de la musique ? Quelle est l'attitude des individus à travers cette profusion de la musique ? Est-ce qu'ils sont conscients de cette transcendance ?

L'omniprésence de la musique nous montre sa marchandisation par les industries technologiques est culturelles¹⁰⁰, que nous pouvons bien observer dans le cas de centre commercial où la musique incite les individus à consommer. Un autre cas est celui des restaurants de fast-food. La stratégie de marketing est basée sur la rapidité qui est représentée par la musique à tempo et à niveau de son élevé. La musique influence la perception des individus sur les objets, le temps, leur concentration et elle les poussaient à l'action. Un interviewé de 16 ans venant d'une couche moyenne-supérieure a dit :

« Je considère bien qu'il existe de la musique dans les centres commerciaux, la musique attire les gens et les convoquent à dire que c'est un bon endroit et en regardant les objets, ils commencent à faire du shopping –mais hors de sa volonté. C'est une bonne stratégie de marketing.» (Entretien, 16, homme, étudiant, no : 1)

Donc, les conditions économiques de la société post-industrielle impliquent que la musique a un aspect idéologique dans le marché. Un autre interviewé de 25 ans fait une analogie entre les drogues et la musique :

« La musique est une drogue gratuite et les personnes aiment les drogues, je ne connais pas une personne qui peut rester neutre à l'égard de la musique. » (Entretien, 25, homme, diplômé de l'université, no : 2)

L'industrialisation de la musique constitue un nouveau régime culturel en modifiant le goût du public. La musique destinée à la consommation peut divertir les personnes. Pourquoi dire « non » au divertissement dans la routine de la vie ?

« La culture de consommation nécessite la télé et la musique partout peut-être à cause de l'utilisation technologique et en même temps de créer une perception entre la musique et l'endroit. Les consommateurs obtiennent un lien émotionnel par rapport à la musique de cet endroit. Il s'agit d'une nutrition réciproque. » (Entretien, 21, homme, étudiant dans l'université, no : 3)

La musique satisfait les besoins des personnes en leur donnant l'opportunité de se réaliser, mais l'importance est liée à la distinction entre les vrais et faux besoins. Car

¹⁰⁰ Escande-Gauquié Pauline, Vermoesen Noémie, «Critique de la culture et musiques populaires enregistrées», dans **Volume !** 1/2014 (10:2), p. 218-220

les besoins sont créés par les publicités et la stratégie de marketing sur lesquelles l'individu n'a pas de contrôle. Selon un autre interviewé (Entretien, Homme, 25, cols blanc, no : 4) :

« Les individus contemporains sont devenus dépendant d'un stimulus extérieur afin de les empêcher de penser, d'interroger. La musique est utilisée pour combler le vide entre l'individu et ses pensées. Nous sommes dans une société matérialiste et la musique n'est pas seulement une marchandise mais aussi un stimulus ».

Ces citations montrent la conscience des interviewées concernant les dynamiques de la société contemporaine. Nous avons déjà mentionné qu'il s'agit d'une industrie culturelle dans laquelle la musique populaire est le phénomène plus répandue. La musique est un des produits demandés pour le temps de loisirs.

A partir de notre terrain, composé de deux groupes selon les critères comme la profession, l'école et le lieu d'habitation, nous avons analysé l'ubiquité de la musique dans plusieurs domaines de la vie sociale. Les réponses de la couche moyenne-supérieure concernant l'omniprésence de la musique sont liées aux indices de la société de consommation lorsque pour les interviewées de couche inférieure « la musique est nécessaire dans ces endroits » sans avoir donné une argumentation. Seulement, un homme de 25 ans de couche inférieure a souligné qu'on n'a pas de choix dans les cafés qui est un argument important dans une autre perspective. Il dit, « nous écoutons obligatoirement la musique qu'elle a nous été proposée. Là, nous ne pouvons pas dire, changez-vous la musique ».

La musique dans les cafés fonctionne comme un émancipateur. « *S'il n'existait pas de musique dans l'espace public, ça serait irritant d'être en société* » Nous avons obtenu cette réponse presque chez tous nos interviewées. Cela nous montre que la fonction sociale de la musique est la même pour eux tous, sans prendre en considération la distinction socio-économique. Une autre ajoute,

« Les personnes ne veulent pas entrer dans un contact, ils ont peur et la musique crée un espace-micro par exemple pour trois amis, dans un espace-macro, café composé de 50 personnes. » (Entretien, no : 4)

En ce moment, nous pouvons nous référer à Ehrenberg : D'après lui, l'individu incertain se trouve dans un dilemme face à la distance, premièrement face à lui-même,

deuxièmement face à autrui et aux relations interpersonnelles¹⁰¹. Le développement technologique et le cyberspace sont des thèmes importants pour comprendre le problème de l'intimité et de la distance chez les individus contemporains.

2. La crainte relative à l'absence de la musique

Lors de notre recherche, nous nous sommes concentrés en même temps sur les pratiques d'écoute musicale avec des casques audio et nous avons posé la question suivante : « Ça vous dit quoi si vous oubliez votre casque audio ou bien qu'est-ce qui se passe si votre batterie est épuisée ». C'était le moment le plus précis où nous avons observé la crainte des individus. Un homme de 21 ans dit :

« Si je remarque que j'ai oublié mon casque, je retourne chez moi, sinon je m'ennuie pendant le voyage » (Entretien, 21, homme, étudiant dans une université privée, no : 5)

L'une de nos interviewées de 25 ans venant de la couche inférieure a dit :

« Ça ne causerait pas un grand problème car j'aime ainsi le silence. La nature a sa propre voix, les arbres, les oiseaux etc. Après un moment donné, vous n'entendez pas le bruit de la ville, des autos. Donc, avoir l'anxiété n'est pas nécessaire, d'après moi. » (Entretien, 25, femme, no : 28)

La plupart des interviewés ont besoin d'écouter de la musique dans la vie quotidienne quand ils voyagent ou ils marchent. Les résultats nous montrent que les gens veulent rester isolés. Au lieu d'entrer dans une interaction communicative, ils préfèrent rester seuls avec la musique.

Oublier le casque audio cause une anxiété chez les interviewées, car cela leur rappelle l'ennui et la perte de la capacité du management de temps.

« Si j'oublie mon casque, je ne sais pas ce que je pourrais faire, soit je regarde dehors soit je parle avec un ami. » (No : 1)

Concernant les espaces publics, l'absence de la musique veut dire le bruit de la ville et de la foule. Dans les centres commerciaux ou bien dans les cafés et les restaurants, la musique est perçue comme une nécessité afin d'éliminer les autres voix extérieures.

¹⁰¹ Alain Ehrenberg, **L'individu incertain**, Paris : Hachette, 1999.

Deux hommes de 25 ans : (Entretien, no : 4, Entretien, homme, ingénieur, no : 6)

« Même dans les rues, il faut avoir de la musique afin d'éviter le chaos de la métropole et de sentir comme si nous avions une vie tranquille et stable ».

Cela nous montre la fonction sociale de la musique dans notre société contemporaine, qui est fluide, liquide et chaotique. Nous avons observé que même dans le monde professionnel, une moitié des interviewées ont la volonté d'écouter de la musique.

« Quand le travail est fini, la première chose que je fais c'est prendre mon téléphone portable et mon casque audio ». Ils ajoutent : « d'accord, au bureau ça ne marche pas, mais ça serait mieux d'y avoir dans les toilettes ou bien dans les ascenseurs de du bâtiment » (Entretien, femmes, 17-18, lycéennes, stagiaires, no : 7-8)

Selon Schafer, *« la musique exécutée sur la place publique n'appelle pas le silence. Elle se mêle aux sons environnants. Elle ne possède le plus souvent ni début ni fin »*¹⁰². Le sociologue Peter Martin cerne le concept de l'environnement en le définissant comme suivant:

*« L'environnement (sonique) inclut l'environnement "naturel" des sons, comme le bruit, mais aussi les compositions et les sculptures sonores qui invitent les individus à écouter »*¹⁰³.

Donc, cela veut dire que l'individu participe au quotidien simplement comme il est. Il se réalise dans une continuité historique et il se trouve dans un dilemme face à son passé et avenir. Elle peut se construire une identité en s'appropriant ses savoir-faire¹⁰⁴. A la différence de la musique de concert, la musique exécutée en plein air invite les auditeurs à une écoute périphérique par hasard¹⁰⁵.

Dans la vitesse de la vie métropolitaine, nous pouvons dire que la musique joue comme quelque chose magique qui crée un moment distant du quotidien. Le postmoderne privilégie la quête du plaisir. Les individus contemporains qu'elles soient analysées du

¹⁰² R. Murray Schafer, « Musique/Non-musique: Ecoute rapprochée et écoute à distance » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p. 1192.

¹⁰³ Peter J. Martin, **Sounds and Society: Themes in the Sociology of Music**, Manchester University Press, 1995, p.14 et p. 44.

¹⁰⁴ Anthony Giddens, La théorie de Structuration, voir : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/anthony-giddens/1-la-theorie-de-la-structuration/>, site consulté dernièrement en mars 2015.

¹⁰⁵ Schaefer, **op.cit.**, p.1192.

point de vue de la postmodernité, sont envahis par les crises identitaires¹⁰⁶ ainsi que le sentiment d'être vide. En ce moment-ci, la musique fonctionne comme un élément conduisant la permanence spatiale et existentielle.

3. L'ennui d'être

La caractéristique de notre temps renvoi à un processus de personnalisation et d'une animation rythmique de la vie privée. Nous sommes encadrés par l'explosion de la musique et le rythme qui sont devenus un environnement permanent. Au fur et mesure que les institutions et la vie sociale deviennent flexibles, les individus aspirent au rythme. Le nouvel « individu hypermoderne »¹⁰⁷ et « narcissique »¹⁰⁸ possède le désir de se sentir plus.

« En ce que les grandes valeurs du modernisme, se trouvent à leur tour cosmopolitisme, la vitesse, la mobilité tout comme la Révolution se sont vidées de leur substance¹⁰⁹ ».

Nous nous n'intéressons plus au futur et nous vivons dans le moment. Bien sûr ce sont des conditions inséparables de la logique du marché. L'instant est devenu divin. La musique doit prendre sa place dans toutes ces instances. Pour la plupart des interviewées, oublier le casque est un moment terrible :

« Si je n'ai pas mon casque, je me sens absent, elle me complète, je ne sais pas à quoi elle sert, mais elle sert à quelque chose dans ma vie. »

Nous avons souvent écouté les réponses comme « S'il n'y pas de musique, nous devons entendre les voix des gens », « S'il n'y pas des casques, le voyage dure encore plus qu'il compte, la musique fait raccourcir le temps » et « Je ne sais pas comment je peux passer du temps, si je n'écoute pas de la musique ou bien mon portable n'a plus de batterie. » Nous observons l'incapacité de management du temps chez les interviewés.

¹⁰⁶ Jacques Hedoux, Claude Dubar, « La crise des identités. L'interprétation d'une mutation » dans **Revue française de pédagogie**, Volume 139, 2002. Dispositifs, pratiques, interactions pédagogiques: approches sociologiques. pp. 158-162.

¹⁰⁷ Nicole Aubert, « L'urgence, symptôme de l'hypermodernité : De la quête de sens à la recherche de sensations », dans **Communication et organisation**, Numéro: 29, 2006, 11-21.

¹⁰⁸ Gilles Lipovetsky, « Narcisse ou la stratégie du vide », dans **Réseaux**, Paris : Gallimard, 1986, Volume 4, Numéro : 6, pp. 7-4.

¹⁰⁹ Gilles Lipovetsky, **L'ère du vide**: Essais sur l'individualisme contemporain, Paris : Gallimard, 1989, p. 58.

La construction identitaire passe par l'écoute musicale qui est un moyen pour s'exprimer. L'individu a besoin de l'écouter.

« Si je sors, il faut avoir des casques, sinon j'envoie des messages, je joue des jeux sur mon portable, je regarde sur Facebook, twitter. »

Ce qui attire notre attention est encore une fois l'individu contemporain, son ennui d'être et sa recherche de l'hédonisme. La musique procure un plaisir immédiat à ces « *interprètes créateurs* »¹¹⁰. Lipovetsky parle d'un « *néo-narcissisme* », c'est-à-dire, « *une attitude qui renonce à l'effort au bénéfice de l'accomplissement immédiat du désir* »¹¹¹.

Selon ses termes, nous avons passé de l'homo politique à l'homo psychologique et l'importance est liée au mieux-être¹¹². Vivre au présent c'est « *perte du sens de la continuité historique* »¹¹³. Et nous vivons pour nous-mêmes. Mais cette hyper investissement amené à une perte d'unité de Moi. Moi devient aussi un espace flottant. Encadré par l'ennui d'être, le Moi est à la recherche de combler le vide.

4. Comblant la lacune: Musique comme accompagnatrice

Dans cette ère, nous observons une augmentation de la responsabilisation des individus, même si nous parlons d'un excès de liberté. La société de consommation contraint les individus à choisir et changer leur mode de vie, elle les incite à s'adapter à la mobilité et à la vitesse de la vie. En ce moment, les dynamiques des rapports interindividuels, les valeurs et les goûts changent. Il s'agit d'une explosion des syndromes psychopathologiques liés au stress. Les individus souffrent de la dépression. Ehrenberg parle de la maladie de responsabilité dans laquelle domine le sentiment d'insuffisance. Il dit :

*« Fatigués et vides, agités et violents, bref, nerveux, nous mesurons dans nos corps le poids de la souveraineté individuelle »*¹¹⁴.

¹¹⁰ Dominique Olivier, « Les musiques actuelles: Individualisme contemporain » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p. 1344.

¹¹¹ Lipovetsky, **op.cit.**, p.

¹¹² Lipovetsky, **op.cit.** p. 73

¹¹³ **Ibid.**

¹¹⁴ Alain Ehrenberg, **La fatigue d'être soi: Dépression et société**, Paris : Odile Jacob, 1998, p.15.

Deux notions « intériorité et conflit » désigne le dedans d'une personne qui se manifeste par des signes¹¹⁵. Par conséquent, l'intériorité selon lui est « *une fiction qu'ils ont fabriquée pour dire ce qui se passe à l'intérieur d'eux-mêmes* »¹¹⁶. Quant au conflit, il est institutionnalisé et les personnes confrontent librement à des intérêts contradictoires. La perte de normes ; l'excès de liberté, le concours, donc le passage de la culpabilité à la responsabilité autonome ont créé une lacune déjà au for intérieur d'une personne.

La musique s'est mise dans la vie de nos interviewées comme une accompagnatrice, une amie. Elle est dans les routes, dans les maisons, dans les voitures, dans les lits, mais en même temps dans l'espace public où l'individu n'a pas la possibilité de personnaliser la musique. Nous écoutons souvent « *La musique rend possible de faire face à mes émotions et mes idées. Je me détend.* » ou « *Avant de dormir, j'écoute de la musique. Elle me fait dormir facilement et doucement* ».

C'est l'auditeur qui la prend, interprète et attribue un sens à la musique. Tia de Nora souligne aussi le rôle de l'auditeur dans la construction d'un sens à propos des sons. Le sens de la musique dépend des procédures interprétatives.¹¹⁷ En certains moments, la musique incite les personnes à interpréter et à s'interroger elles-mêmes et vaincre le sentiment de vide.

« *Quand j'écoute de la musique, je reste chez moi et je m'interroge. Si j'ai des problèmes, au lieu d'en parler avec un ami, je préfère d'écouter de la musique. Dans la musique, il s'agit d'une communication non-verbale. Je ne sais pas mais la musique te donne ce qu'une personne ou un objet peut donner, alors nous entrons dans une interaction avec celle-ci* » (Entretien, homme, no : 6)

et

« *Quand je suis chez moi, je préfère à écouter de la musique au laptop avec les haut-parleurs et la musique se diffuse partout dans la maison, dans les chambres, dans la cuisine. Je peux entendre aux toilettes etc.* » (Entretien, homme, 24, étudiant, no : 9)

¹¹⁵ Ibid. p. 16.

¹¹⁶ Ibid.

¹¹⁷ Tia de Nora, *op.cit.*, p.6.

D'après nous, nous pouvons considérer le vide comme partie intégrante du silence. Nous ne pouvons pas supporter le silence. Un homme de 25 ans a touché ce point en disant :

« Contrairement à toutes nos idées concernant la fonction communicative et interactive de la musique ; la musique nous retienne de penser. Si l'on n'avait pas de la musique dans nos oreilles, c'est là qu'on doit s'interroger, faire face à nos actes etc. » (Entretien, no : 4)

Cela signifie que la musique peut être considérée en même temps comme un moyen d'éliminer le silence, c'est-à-dire les moments où nous sommes complètement seuls. Nous ne sommes plus dans l'ère moderne de la raison. Dans cette nouvelle ère, il ne faut pas penser, il faut éviter la monotonie et la routine ; il faut toujours satisfaire de nouveaux besoins. Bref, il ne faut pas avoir de temps libres abritant des lacunes.

B. Rythme de la vie et temporalités sociales à travers l'expérience musicale

Daniel Mercure mentionne que le temps, dimension du rapport de l'homme au monde, est une expérience subjective¹¹⁸. Elle se représente comme un vécu individuel et social. Pour le premier cas, les individus consacrent du temps au travail, aux loisirs et pour la seconde, il dit que la société possède ses propres rythmes¹¹⁹. Chaque société possède un temps commun et par rapport à cela, une culture propre et temporelle. Selon lui, *« la réalité des temps vécus par les groupes, c'est-à-dire la multiplicité des conduites temporelles et des représentations du temps liées à la diversité des situations sociales et des modes d'activités dans le temps »*¹²⁰.

Avec l'industrialisation, le temps est marqué par la précision pour qu'on puisse régler la durée du travail pour imposer un rythme de travail. Là il s'agissait d'une distinction entre le temps du travail et le temps de la vie quotidienne. Dominé par l'économie, le temps était orienté vers le futur et donc vers le progrès. Pourtant à l'heure actuelle, nous sommes face à une réorganisation du temps. En considérant le rapport entre le temps du travail et la société post-industrielle, *« la durée et l'organisation du temps sont induites par les secteurs du travail et par la*

¹¹⁸ Daniel Mercure, **Les temporalités sociales**, Paris : L'Harmattan, Collection : Logiques Sociales, Séries : Théories sociologiques, 1995, 175 p.

¹¹⁹ **Ibid.**

¹²⁰ **Ibid.** p.13.

profession »¹²¹. Il s'agit d'une flexibilité et fluctuation. Le postmoderne ignore le futur et avance le moment. Le temps réel régissant l'économie et l'avènement des nouvelles technologies de communication permettent l'apparition d'un temps-espace mondialisé et notre société est devenue une société du présent immédiate¹²². Les mots-clés sont : *l'urgence, l'instantanéité et l'immédiateté*.

Nous sommes passés d'une période où nous agissons selon les rythmes du temps et les contraintes du temps à une période où nous essayons de dominer et de posséder le temps grâce aux nouvelles TICs. Celle-ci est bien observable ensuite dans les interactions flexibles et éphémères à cause desquelles les individus ont des difficultés de trouver de sentiments vrais. Dans cette partie nous allons essayer d'analyser le rapport des individus avec le temps à travers leurs expériences musicales.

1. Musique comme fil conducteur de la vie sociale

Les auditeurs se chargent de remplir le vide par la musique dans la vie sociale comme nous avons déjà mentionné. La musique est partout, elle est dans les oreilles des individus cependant nous avons vu qu'il s'agit parfois des individus qui n'écoutent pas vraiment de la musique.

Par rapport à notre terrain, nous avons remarqué qu'il existe des interviewés qui ne sont même pas au courant si la musique continue ou elle-t-elle finie. Il y avait des individus qui préfèrent à écouter de la musique pour dormir. Ils ont précisé que la musique empêche les autres bruits venant de l'extérieur et après un temps déterminé ils n'entendent pas la musique. Un autre cas concernant les horaires du travail, certains travaillent en écoutant de la musique.

« La musique élimine le bruit au bureau. Je ne veux pas entendre les voix des autres collègues. Dans la salle de sport, dans le voyage, chez moi, au travail, je peux dire que j'écoute toujours de la musique. » Dit un homme de 25 ans. (Entretien, étudiants, no : 4-9)

Ils ajoutent :

« Quand j'écoute de la musique, j'ai le sentiment de ne pas avoir un lien avec le monde extérieur. »

¹²¹ Sophie Boutillier, **Travailler au 21. Siècle, Nouveaux Modes d'Organisation du Travail**, Bruxelles: De Boeck, 2006, p. 267.

¹²²Nicole Aubert, **op.cit**, pp 11.21.

Un autre interviewé de 22 ans a mentionné le rôle du rythme et son rapport à la vie sociale en disant :

« Quand je sors, je préfère d'écouter de la musique rapide qui me conduit à marcher plus rapide. C'est comme m'adapter à la vie dans une métropole. Istanbul est une grande ville, il y a de la foule et du chaos. La musique facilite ma vie. » (Entretien, homme, 22, étudiant, no : 10)

Même si les interviewés s'occupent d'autres choses comme envoyer des messages, lire les nouvelles, jouer des jeux : Ils valorisent la musique, sinon ils se sentent absents. La musique doit être là, il y avait trois interviewés sur 40 ; qui ont dit qu'ils n'auraient pas conscience si la musique est finie ou que le portable n'a plus de charge. L'un dit ; *« parfois j'ai plus de batterie mais mes casques-audio restent dans mes oreilles. »* (Entretien, femme, 21, manucure, no : 11)

La musique comme fil conducteur de la vie sociale est toujours dans les oreilles des interviewés, soit dans l'espace public soit dans l'espace privé.

L'un de nos interviewées de couche inférieure a dit qu'elle n'écoute pas de la musique dans l'espace public, plutôt dans les transports communs en raison du fait qu'elle peut déranger les autres membres de la société qui nous montre bien l'influence de conscience collective et les normes sociaux. Elle l'écoute plutôt chez soi mais avec des casques, encore une fois en raison de la présence des autres membres de sa famille. (Entretien, femme, 16, no : 27)

Le genre de la musique dépend de l'état émotionnel et des moments. La musique est écoutée pour créer, modifier, renforcer certains états d'âme. Selon Hochschild ; la musique est appelée *« travail émotionnel »*. Elle la décrit comme *« une coopération corporelle avec une image, une pensée, un souvenir-une coopération dont l'individu a conscience »*.¹²³ La musique dans la vie sociale fonctionne comme un dispositif pour éliminer l'ennui d'être, pour obtenir le plaisir, pour prendre conscience, pour faire face à des émotions, pour augmenter l'énergie, pour supporter la vitesse de la vie quotidienne ou bien pour la stratégie de marketing dans le but de manipuler les consommateurs etc. Donc, nous observons que la musique fonctionne comme le rythme social.

¹²³ Arlie Russell Hochschild, « Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure », dans **American Journal of Sociology**, Vol. 85, No. 3, 1979, pp. 551-575.

2. Perception de l'espace à travers la musique

Nous voulons mettre l'accent sur le changement spatial par rapport aux dynamiques sociales. La géographie postmoderne favorise un monde fluide et changeant, Edward Soja utilise le terme « postmetropolis » en montrant les différences dans la vie urbaine en comparaison avec la vie moderne et solide dans la 20^{ième} siècle¹²⁴. Selon lui, il faut aujourd'hui analyser, l'expérience de la temporalité et la spatialisation dans une autre contextualisation hors du positivisme, elle est un produit social.¹²⁵

Norbert Elias considère que le temps n'existe pas en soi, selon lui, il est un produit social. « Une heure est chose invisible » mais nous pouvons saisir la durée d'une journée de travail. Donc, c'est une chose socialement standardisé par les hommes¹²⁶.

Dans la société de l'information, nous pouvons dire que la réalité géographique est en mouvement et elle se transforme en permanence grâce aux nouvelles technologies. Un territoire est un ensemble complexe d'éléments en interaction ; c'est ainsi que nous parlons des temps multiples. Selon Elias, « *la prédominance d'une conception du passé comme histoire favorise en fait les discontinuités. Elle habitue l'homme à considérer le passé comme une multitude des périodes non reliées les uns aux autres.* »¹²⁷

Donc chaque structure sociale a ses propres rythmes et produit des systèmes spatiaux. Déjà, dans une société agraire, il s'agissait d'un temps cyclique. Aujourd'hui nous insistons sur l'idée de rupture dans un continuum. Nous ne pouvons pas considérer l'espace sans penser sur le temps. Le fait que le temps est un produit social et qu'il est en permanence, nous amené à l'idée que l'espace est aussi en mouvement.

S'il faut venir au rapport entre cet espace en mouvement et la musique, il y a d'un part la spatialisation des éléments sonores et d'autre part la création d'un espace individuel à travers la musique. Nous avons déjà souligné l'omniprésence de la

¹²⁴ Edward W. Soja, «Six discours on the postmetropolis» dans **The Blackwell City Reader**, (edit) Gary Bridge, Sophie Watson, Oxford: Blackwell, pp. 374-382.

¹²⁵ Edward W. Soja, *Postmodern Geographies*, London :Verson, p. 129.

¹²⁶ Norbert Elias, **Du Temps**, traduit par Michèle Hulin, Fayard, 1996, pp. 7-8.

¹²⁷ Elias, **op.cit**, p. 214.

musique dans l'espace public et la fonction sociale de la musique en tant qu'un fil conducteur est combler le vide. Maintenant nous mettons l'accent sur la création d'un espace-micro à travers la musique. L'utilisation des casques est expliquée par les interviewés comme un moyen à isolation. Une femme de 21 ans dit : « *Je me sens isolée, je ne sais pas mais c'est mon espace.* »

Une autre femme de 25 ans a dit :

« *Je marche dans les rues avec mon espace privé, ici, voyez, ici c'est mon espace privé, je peux le voir comme ça, dans l'espace public. Il s'agit de mon espace privé. Pour moi, écouter de la musique avec les casques, c'est cette attitude-là.* » (Entretien, femme, 25, étudiante, no : 12)

Il est remarquable de noter ses paroles qui succèdent, tout en sachant qu'elle exerce le métier d'architecte.

« *Les individus entrent dans une communication avec les espaces. Ce sont les parements qui construisent le pavé, ce sont les bâtiments ce que tu vois, mais ce sont des acteurs silencieux. Tu te trouves dans un tempo et tu coules vite, tu vis ces espaces plus fortement. Tu les aperçois, tu veux ou tu ne veux pas, tu laisses les espaces s'engraver sur toi-même. La ville métropolitaine est rapide, oui, toutes les choses ont une vitesse d'afflux. Tu passes à l'intérieur de ces fragments, tu te bouges, et c'est toi, qui fais le lien entre les gens et les espaces, c'est ce mouvement, ce sentiment, cette attitude. Il n'y a pas une fragmentation au-delà de l'individu mais tous les espaces possèdent leur propre voix, leur propre caractère.* » (Entretien, no : 12)

Ces lignes montraient que l'espace privé consiste à la suraccentuation des valeurs de l'autonomie individuelle, lorsque l'espace public établit le lien dans la société. Selon Arendt, dans le monde moderne l'articulation hiérarchique du privé et du public devient plus complexe. Les frontières entre les deux ne sont pas claires¹²⁸. « *Le social, c'est la forme de collectivité humaine, dans lesquelles les qui, les quelque'un perdent leur pouvoir d'apparaître et de parler dans la confusion de la rumeur anonyme où il n'y a plus ni public ni privé* »¹²⁹. Dans le social tout s'exhibe mais la personne n'y apparaît pas.

L'individu est exposé en permanence aux yeux des autres. L'utilisation des casques ne signifie pas seulement de créer son propre espace et d'être isolé. Dans notre terrain nous avons posé la question si les autres auditeurs de la musique avec des

¹²⁸Hannah Arendt, « The Public and the private realm » dans *The Human Condition*, Chapter 2, p.6, voir: <http://frontdeskapparatus.com/files/arendt.pdf>, site consulté dernièrement en avril 2015.

¹²⁹ Collin Françoise, « Du privé et du public » dans *Les Cahiers du GRIF*, N. 33, 1986, pp. 47-68.

casques attirent leur attention, la réponse est oui. Certaines réponses que nous avons obtenues soutiennent cet argument comme un exemple :

« J'ai envie de voir ce qu'il/ elle écoute »

et

« Je regarde son/casque. »

et

« S'il/ elle fait des rythmes, murmure des paroles, ça me donne plaisir. J'aimerais être une personne comme lui/elle. »

ou

« La plupart des gens écoutent de la musique, c'est pour ça que nous ne pouvons pas simplement dire, oui je me sens proche de lui/elle. Mais, dans l'espace public, par exemple dans les bateaux, les autres auditeurs de la musique signifient pour moi un groupe dans un autre groupe. Ceux qui écoutent de la musique ont peut-être des motivations pareilles. »

Habermas soulignant l'aspect mouvant de cette frontière entre le privé et le public, il avance la supériorité de la sphère publique sur la sphère privée¹³⁰. Nous pouvons considérer la pratique d'écoute musicale des individus avec des casques comme une nouvelle forme de socialisation.

3. La primauté du rythme et des paroles dans l'écoute musicale

Il faut déjà distinguer la musique instrumentale et les chansons. La chanson est « *la composition brève de texte et de musique* »¹³¹. Elle est une œuvre réalisée par celui qui compose avec art, des paroles harmonisées par une modulation. Le matériel musical avec des paroles répond à une fonction particulière : Dans les chansons il se trouve des éléments textuels et musicaux qui se répètent et qui se basent sur une même structure métrique¹³². Cette politique de répétition influence la composition musicale à travers laquelle nous pouvons questionner la primauté de textes ou des unités musicales. C'est ce qu'on observe particulièrement dans le champ de la musique

¹³⁰ Jürgen Habermas, **L'espace public**. Traduit par Marc B. de Launey, 17. Edition. 1992, Paris: payot, p.p 149-188.

¹³¹ Franco Fabbri, « La Chanson: Qu'est-ce qu'une chanson? » **dans Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p. 675.

¹³² Robert Leger, **Ecrire une Chanson**, Montreal : Quebec Amerique, 2007, p. 65.

populaire. Dès le 20^e siècle, nous sommes face au problème entre la musique savante et la musique légère.

Il existe d'autres moyens d'attirer l'attention de l'auditeur hors de la répétition. Le refrain peut être placé au début sur un rythme récitatif. La logique de la ligne mélodique nous fournit le plaisir immédiat ou d'autres émotions, ainsi que l'ambivalence entre le plaisir et la tristesse. Et la production des chansons est une activité industrielle de masse¹³³. Dans la pratique d'écoute, il existe une sorte d'identification entre auteur et interprète.

Nous avons demandé aux interviewés les critères du goût d'une musique et la réponse la plus répandue étaient le rythme et les paroles, le chanteur et le groupe prennent la deuxième place.

Un homme de 25 ans dit :

« La musique doit être « catchy » par le rythme, qu'elle soit atonale ou dérangement, mais le rythme a un rôle primordial. Les paroles sont importantes dans le cas où elles seraient en harmonie avec le rythme et la mélodie ; car celle-ci est une puissance phonétique. Il n'y pas de musique dans les paroles, nous sommes dans les fréquences et les sonores, les mots sont associatifs. La musique et la langue sont très attachées mais d'après moi la musique est grande égale à la langue. » (Entretien, no : 2)

Il ajoute :

« Le rythme a une puissance, il peut te faire entrer dans une routine, c'est la raison pour laquelle la musique est utilisée dans les rituels. Le rythme rend facile à focaliser et le temps amoindrit son importance et sa dimension réelle et physique. S'il n'existe pas de rythme, il n'y aurait pas de routine et de rituelle, la musique est l'expression du rythme de la vie. »

Selon un autre homme de 22 ans, « les paroles n'ont pas de sens, elles se perdent dans les sonores ». (Entretien, no : 5)

Par rapport à notre terrain, nous avons observé que les paroles deviennent importantes si elles sont dans la langue maternelle, en le Turc en l'occurrence. Elles sont plus touchantes et expressives car nous pouvons les bien comprendre et saisir.

¹³³ Umberto Eco. « La chanson de consommation » dans **Communications**, 6, Chansons et disques. 1965, pp. 20-33.

Une femme de 22 ans :

« D'abord c'est la mélodie qui doit m'emporter à un autre univers, après, ce sont les paroles, je dois trouver quelque chose appartenant à moi ». (Entretien, femme, étudiante, 22, no:13)

La plupart des interviewés regardent la traduction des paroles étrangères en Turc, dans le but de faire une identification. Les paroles ont de sens si elles leur montre leur propre vécu, leur propre sentiment. La musique n'est pas le langage, elle est similaire, car il s'agit d'une logique de système de sons, d'une cohérence organisationnelle, d'une structure. Pourtant selon Adorno, la musique n'a pas de concepts et elle ne forme pas de signes. Les concepts musicaux sont inhérents à la musique¹³⁴. Et Adorno ajoute: *« Cette qualité d'être une énigme, de dire quelque chose que l'auditeur comprend et encore ne comprend pas, est quelque chose qu'il partage avec tous les arts »*¹³⁵.

4. La musique comme l'arrière-plan de la vie

Pour la musique comme l'arrière-plan, le terme « musak » est utilisé pour renvoyer la musique comme ayant peu de valeur esthétique et pour qu'elle soit diffusée dans les lieux publics¹³⁶. Pour cela, bien sûr, il a fallu attendre le développement technologique qui nous rend possible l'enregistrement, l'amplification et la transmission du son à distance. Dans la partie consacrée à l'omniprésence de la musique, nous avons mentionné les lieux où la musique est présente, comme les lieux de travail, les cafés, les lieux commerciaux, les transports communs, les ascenseurs, les toilettes etc. Ensemble avec son omniprésence, elle fonctionne comme un arrière-plan, par exemple dans une réunion avec des amis, chez soi quand on s'occupe d'autres choses.

Selon La Motte-Haber, *« la musique ne doit pas distraire [...] elle doit occuper, tel un bouche-trou, les espaces résiduels de la conscience »*¹³⁷. Nous pouvons considérer la musique dans les lieux de travail comme un élément productif qui couvre certains bruits et des tâches ennuyantes et répétitives.

¹³⁴ Theodor W. Adorno, **Essays on Music** traduite par Susan H. Gillespie, University of California Press, 2002, p. 113.

¹³⁵ Ibid. p. 122. « This quality of being a riddle, of saying something that the listener understands and yet does not understand, is something it shares with all art ».

¹³⁶ Luca Marconi, « Muzak, Jingles et Videoclips » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003 p. 807.

¹³⁷ La Motte-Haber (1972) cité par Marconi **Ibid.**, p. 808.

Selon les récentes études psychologiques, la perception du temps dépend de l'état d'esprit. Si nous sommes captés par l'ennui ou la fatigue, nous avons le sentiment que le temps ne passe pas dans à moment-ci, la musique crée l'illusion que le temps passe plus vite¹³⁸.

Concernant les réunions avec des amis; la musique en arrière-plan, pour les interviewés, donne une ambiance amicale et facilite le partage.

« Ce que nous pouvons parler avec nos amis sont parfois limité. Dans de telles situations, la musique est émancipatrice. Nous pouvons chanter, ou regarder le clip-vidéo et parler de cela. » (Entretien, no :)

et

« Quand je fais mon travail, j'écoute de la musique, elle ne dissout pas mon attention, par contre elle me fait séparer des éléments qui la font. » (Entretien, homme, 20, étudiant et propriétaire d'un bureau, no:14)

Une jeune femme de 18 ans qui fait son stage professionnel a dit:

« Dans mon lieu de travail, je n'ai pas de droit à écouter de la musique. Il n'y pas de musique dans les ascenseurs ou dans les toilettes. Quand je travaille, je murmure toujours, dans ma tête il y a des mélodies. Quand le travail est fini, la première chose que je fais c'est mettre mes casques à mes oreilles. » (Entretien, no:7)

D'après nous c'est une réponse marquante, car dans cette situation, la musique n'est pas présente réellement comme arrière-plan. Elle est dans la perception des interviewés et elle est continue. Comme la stratégie dans le lieu de travail ou les magasins, la musique fonctionne ici, comme un élément combattant contre le silence et créant une perception agréable et confortable.

¹³⁸ La singularité de la perception du temps, voir : www.psy-luxeuil.fr site consulté dernièrement en avril 2015.

III. Significations et interactions autour de la musique

L'utilisation de la musique peut avoir des fonctions différentes selon les sujets ou les situations. Le point à analyser est l'association de la musique à une situation particulière, à une activité humaine et alors les raisons de cette fonction¹³⁹. Quand nous disons la musique, nous ne parlons pas seulement d'une œuvre musicale mais nous nous intéressons ainsi à ses fonctions sociales. Quelle est la signification sociale de la musique pour les individus ou plus généralement pour une société ?

Dans ce contexte, nous analysons la musique non seulement en tant qu'un fait musical mais en rapport avec la réalité sociale. La musique crée une relation affective, un contact avec le récepteur, donc avec l'auditeur. C'est le moment dans lequel les goûts et les besoins culturels se rapprochent ou se distinguent. C'est ce que nous appelons la vie musicale. L'évènement musical est produit par l'exécution, l'interprétation et la présentation de la musique, donc, par une certaine médiation. Cet évènement musical sert pour dire à quelqu'un quelque chose¹⁴⁰.

Même si l'œuvre musicale se produit sous différents formes et différents rythmes, à des époques différentes, dans une diversité de cultures, elle est fonctionnelle. Pourtant, nous pouvons questionner si la musique après le 19^e siècle a perdu sa fonction musicale en tant qu'un fait musical pure ou pas et si elle est devenue une marchandise. Aujourd'hui nous pouvons dans un point de vue critiquant, dire que sa fonction esthétisante et culturelle a laissé sa place plutôt aux signes.

La musique et la pratique d'écoute musicale remplissent à la fois des fonctions collectives d'autrefois individuelles. L'effet socialisant de la musique par la construction d'un lien social, par le partage, ou bien par la construction identitaire, a une grande importance pour notre recherche. Nous avons questionné la fonctionnalité que représente la musique dans la vie des individus.

¹³⁹ Ivo Supičič, « Les fonctions sociales de la musique », dans **Musique et société**, Hommages à Robert Wangermée, Bruxelles, Université de Bruxelles, 1988, pp.173-182.

¹⁴⁰ Alphons Silbermann, **Les Principes de la Sociologie de la Musique**, Librairie Droz, Geneve, Paris, 1968, p. 75.

A. Les significations issues des pratiques d'écoute

Nous nous initions à cette phase dans la musique corporelle, vocale ou instrumentale. Il s'agit d'une sorte d'interaction qui nous fait réfléchir sur la communication musicale. Selon Antoine Hennion, la pratique d'écoute n'est pas une activité passive. Elle représente un véritable travail sur et avec soi, sur et avec l'autre¹⁴¹. Là nous pensons à la frontière entre le musicien et l'auditeur, entre ce que le musicien compose et ce que l'émetteur perçoit.

Da Lage-Py parle de « *la performance* » qui est une mode de communication et d'action distincte de l'action quotidienne se caractérisant par certains types de comportement et divers registres d'ingéniosité. Il part non de la musique mais du théâtre, où il s'agit de trois ordres relationnels qui sont acteurs à acteurs, spectateurs à acteurs et enfin spectateurs à spectateurs¹⁴². Dans cette perspective, la musique crée un ordre relationnel entre compositeur-émetteur qui parle à un public-récepteur par l'intermédiaire d'une œuvre musicale. Cette œuvre musicale est composée de sons-signaux organisés selon des règles-codes qui sont émis par des instruments-sources, ayant le but de toucher un état émotionnel-destination¹⁴³.

Selon Lasswell, la communication musicale est traitée en cinq étapes: « qui ? dit quoi ? À qui ? Par quel canal ? Et avec quels effets ? »¹⁴⁴ L'échange musical n'est pas seulement la transmission des significations ou d'émotions mais bien des activités orientées vers la mise en lien des personnes. C'est grâce à la musique que les individus créent un sentiment d'appartenance à un collectif où elles se distinguent les uns des autres. La raison, pour cela, est liée au fait que la pratique musicale est une pratique culturelle.

¹⁴¹ Antoine Hennion, « La musique s'écoute-t-elle ? », LE QUEAU Ph. 20 ans de sociologie de l'art : bilan et perspectives, Tome 1, Paris : L'Harmattan, pp.291-301, 2007

¹⁴² Émilie Da Lage-Py (2002 : 95-107) cité par Céline Lambeau, « Communication musicale » ? Construire la musique comme objet pour les SIC », dans **Études de communication** , 2010, pp.135-145.

¹⁴³ **Ibid.** p.3.

¹⁴⁴ H.C. Lasswell, voir: <http://www.cndp.fr/savoirscdi/societe-de-linformation/le-monde-du-livre-et-de-la-presse/histoire-du-livre-et-de-la-documentation/biographies/harold-dwight-lasswell-1902-1978.html>, site consulté dernièrement en avril 2015.

Le goût musical des individus marqués par les répertoires individuels, se construit par leur socialisation et leur héritage culturel. Bien sûr, nous ne pouvons pas écarter les effets de la consommation médiatique sur les pratiques musicales des individus. À l'ère de la consommation, nous sommes face à une culture de masse qui influence les préférences musicales et/ou en même temps les supports techniques que les individus utilisent. Hors de son rôle dans la construction identitaire ; l'écoute musicale avec un sens caché, inné est une manière d'existence pour les individus. Dans ce contexte, il faut appréhender la symbolisation des comportements et en découvrir le sens.

1. Constituer le lien social :

En partant de point de vu que la musique n'est pas seulement toujours le centre de loisir ou bien un élément de statut ou un style de vie, elle est une accompagnatrice de la vie quotidienne, donc du social. Cela signifie qu'elle constitue le lien social. Sérieuse ou populaire, la musique est une certaine condition sociale vécue. Les mots et les rythmes trouvent leur origine dans le social.

Toute au long de la civilisation, la musique a existé. *Le mot de musique provient de « musa » (latin, Mousa : parce qu'on croit que les muses ont inventé cet art*¹⁴⁵. Selon la mythologie grecque, les Muses sont associées à Apollon qui est dieu de la Musique et des Arts¹⁴⁶. C'est donc l'art par excellence. Dans l'antiquité, Aristote l'avait définie comme quelque chose de sublime, de noble et de divine¹⁴⁷. La musique se trouvait dans toutes les cérémonies, aux fêtes religieuses et aux hymnes. Ce sont des activités où se rallient les composantes d'une société. Dans les sociétés avant le capitalisme existait la solidarité mécanique, avec les termes de Durkheim, et selon lui, la société qui est au-delà de la somme des individus se sacralisait à travers les rituels, donc par la musique, par la danse et le drame¹⁴⁸. Ce sont des moments d'extase et de conscience collective. La nature et les sons venant de la nature étaient considérés comme sacrés. Dans les sociétés agraires, il y avait la grâce aux activités productives

¹⁴⁵ Jean Jacques Rousseau, **Musique**, Michigan State University, 1839, p. 539.

¹⁴⁶ Les Muses, voir : <http://mythologica.fr/grec/muses1.htm>, site consulté dernièrement en avril 2015.

¹⁴⁷ Alexandrine Sophie de Bawr, **Histoire de la Musique**, Nabu Press, 2012, p. 306.

¹⁴⁸ Emile Durkheim, **Les formes elementaires de la vie religieuse** dans le cadre de: « Les classiques des sciences sociales » Une bibliothèque numérique fondée et dirigée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi voir: <http://classiques.uqac.ca/> site consulté dernièrement en avril 2015.

qui souligne le fait de travail collectif. Le sacré et l'art était fusionnés l'un dans l'autre. Cependant avec le passage au mode de production capitaliste, nous avons la division du travail social s'est compliquée et a changé la forme musicale. Le divin et le sacré ont perdu leur importance. Les fonctions sociales profanes se sont émergées. Nous ne pouvons pas comprendre une société sans prendre en considération les changements politico-économiques.

En partant de ce point de vue, dans notre recherche, nous avons essayé d'observer comment nos interviewés aperçoivent l'activité musicale aujourd'hui. Selon nos résultats, pour la plupart d'entre eux, l'activité musicale est plutôt quelque chose d'individuelle. Au lieu d'aller aux concerts, ils préfèrent écouter de la musique par les casques-audio, ce qui peut s'expliquer par les transformations au sein de la société dont nous avons déjà souligné.

« Je préfère écouter de la musique avec des casques, c'est plutôt une activité individuelle pour moi. Bien sûr, ça peut être aussi une activité collective, je vais aux concerts avec mes amis, mais là, la fonction de la musique change. Écouter de la musique dans un concert avec des amis, c'est plutôt pour s'amuser. » (Entretien, homme, coiffure, 25, no : 16)

« Ça dépend du contexte ; si j'aimerais avoir de la joie, j'aimerais danser et boire, j'aurai préféré aller aux concerts sinon je préfère en écouter seul » (Entretien, homme, 24, no : 15)

« Pour moi, la musique est une chose personnelle, je n'aime pas la partager avec les amis. D'accord, quand nous sommes ensemble, nous parlons sur la musique, nous en écoutons, mais là, la musique est quelque chose de superficielle, si quelqu'un veut vraiment sentir la musique, ça doit être seul. » (Entretien, homme, 25, no : 6)

Ces réponses supportent notre argument concernant les influences des changements sociaux sur la pratique musicale. Dans ce point de vue, nous pouvons dire que la musique est toujours considérée comme une activité collective, constituant le lien social et socialisant, mais elle est devenue aujourd'hui plutôt une activité personnelle. En tant qu'une activité collective, au lieu d'être sacrée, elle est devenue un moyen pour s'amuser, pour gaspiller le temps du loisir¹⁴⁹.

¹⁴⁹ Jean-Marie Lafortune, **Introduction aux analyses sociologiques du temps hors travail: Fondements théoriques et enjeux sociaux du temps libre, du loisir, du jeu et du sport**, Canada : Presses de l'Université de Québec, 2004.

Quand nous avons posé la question concernant les genres musicaux et leurs auditeurs, nous avons obtenu des réponses variées. Nous avons essayé de comprendre si le partage des mêmes/ différents musicaux change le point de vue concernant une personne.

Là, notre les réponses se sont divisés en deux, pour certains le partage de goût musicaux similaires est le signe de la possibilité d'être avec les meilleurs amis, car pour eux, c'est le signe d'un côté de partager les styles de vie similaires d'autre côté avoir des sentiments et des idées similaires.

Un interviewé de 22 ans :

« Pour moi, le goût musical est important et nous pouvons faire une classification selon les genres et les individus. Moi, j'écoute divers genres musicaux sauf Arabesk et Türkü¹⁵⁰, je ne peux pas m'engager dans une catégorie mais si quelqu'un écoute toujours le même genre de musique, nous pouvons avoir des idées sur elle/lui. Si on partage les mêmes goûts, je me sens plus proche, sinon elle/il peut être mon ami. Mais par exemple, si elle/lui écoute de l'Arabesk, je ne veux pas aller dans un lieu où il joue de l'Arabesk. » (Entretien, homme, no:5)

Une fille de 17 ans :

« Par conséquent, mes amis et moi, nous partageons le même goût musical, c'est la raison pour laquelle je m'entends avec eux, d'après moi, une personne qui écoute de la musique étrangère/occidentale et un autre qui écoute du Türkü n'ont pas beaucoup de choses à partager. Les genres musicaux donnent des signes sur le caractère des individus. Si quelqu'un écoute du rock, il/elle est dynamique et fou d'après moi, mais par exemple un fan de Türkü veut dire une personnalité mélancolique venant d'une couche inférieure.» (Entretien, femme, 17, lycéenne, no : 17)

Pour un homme de 20 ans :

« Je dois faire une association entre les personnes et leurs goûts, car tout le monde veut avoir le sentiment d'appartenir à une communauté. Certains le réalisent par le football, certains par la musique. Là, la musique joue un rôle rapprochant ou éloignant. » (Entretien, homme, 20, étudiant, no : 14)

¹⁵⁰Türkiye'nin sözlü geleneğinde, bir ezgi ile söylenen halk şiirlerine türkü denir. Türk'e özgü anlamında kullanılır, belli bir şekli yoktur. Bir koşma, semai,destan ya da herhangi bir halk şiiri türlü ezgisiyle söylendiğinde türkü olur. Bu yüzden türkü tipinin en belirgin özelliği melodisidir. Her ezginin sonunda kavuştaklar (nakarat) vardır. Çoğunluğu anonimdir, ağızdan ağıza söylenir ve halkın malı olur.(<http://www.turkuler.com/thm/thm.asp>, site consulté dernièrement en septembre 2014)

Par rapport à nos résultats, avoir des goûts pareils s'explique aussi par le fait que les personnes ont des capitaux sociaux similaires, qui s'exhibent dans leur vision et style de vie. Les discussions et le partage sur la musique, l'activité et la pratique musicale dépendent de ces capitaux qu'ils possèdent. Pour la plupart, la musique est un thème de conversation au début de la construction d'une relation interindividuelle.

Un interviewé a dit :

« Même dans les relations amoureuses, les couples donnent l'importance aux goûts musicaux. » (Entretien, femme, no : 17)

Pourtant, pour certains, la musique ne doit pas être la référence au moment de l'interaction. Pour une fille de 16 ans, il ne faut pas avoir des préjugés contre les personnes selon leurs goûts. Elle dit :

« Ma meilleure amie écoute Cem Adrian, lorsque j'aime bien Rammstein. Ce n'est pas un problème concernant notre amitié. Il faut penser à la musique en tant qu'un produit culturel dépendant et relative à la qualité sociale de ses pratiquants. L'exercice d'une pratique et l'élaboration d'un goût dépendent de plusieurs paramètres. »

Une autre ajoute :

« La style de vie d'une personne et la musique qu'elle écoute n'est pas cohérent toujours. Si par exemple, l'habillement est un élément de style vie, je ne peux pas m'habiller selon la musique que j'écoute. Car elle change par mon état émotionnel. Dans ce moment, ça serait avoir une fausse idée sur mon identité, si quelqu'un essayait de me connaître par les données extérieures. » (Femme, no : 28)

La construction d'un lien social par la musique se réalise aussi dans le cyber espace que nous allons traiter dans une autre sous-chapitre : Musique comme plan d'interaction, interactions virtuelles par la musique. L'utilisation des sites comme Facebook, Twitter est la nouvelle forme de sociabilité en ligne. Les individus partagent leur musique dans ces sites, ou bien ils s'inscrivent directement dans les sites de musique. Dans notre société en réseaux, le partage ne sort pas d'interaction. En faisant des commentaires ou bien en cliquant sur le bouton de « like », ils créent un lien social, ou ils créent des amitiés grâce aux forums de discussion et de sites de musique.

2. Les modes de distinction à travers la musique

Dans notre société contemporaine, nous observons que la question identitaire est très accentuée. L'identité est le concept dans plusieurs disciplines comme la psychologie, sociologie, anthropologie etc. qui la traitent selon différentes approches, mais leur point commun est lié au fait que « *l'identité est la somme des sentiments, des attitudes, des comportements et des réflexions des individus qui les distinguent les uns des autres* »¹⁵¹.

Dans ce contexte, la crise d'identitaire est une crise concernant notre rapport à l'autre, au sens anthropologique du terme, selon Augé, c'est « la crise de sens »¹⁵². L'identité est la recherche de similarités et des différences entre moi et les autres et elle est toujours en construction. D'une part, l'individu a besoin de s'intégrer dans un groupe, mais d'autre part, elle doit se distinguer des autres membres d'un groupe social. Les groupes sont les lieux de distinction de nous et eux, mais nous nous distinguons les uns des autres à travers notre identité. La construction d'une identité personnelle est liée à nos interactions avec les autres¹⁵³.

Nous pouvons considérer la classe comme une identité collective. Dans notre recherche nous n'avons pas analysé les pratiques d'écoutes musicales à travers les classes au sens marxiste, nous avons plutôt parlé des couches moyen-supérieurs et inférieures en nous référant à leur éducation et à leur lieu d'habitation. Nous n'avons pas posé une question concernant leur revenu par le mois. La classe sociale au sens marxiste renvoi aux groupements d'individus qui occupent la même place dans le mode de production¹⁵⁴. La question essentielle est liée donc à la possession ou la non-possession des moyens de production. La classe ouvrière au sens marxiste n'existe plus. Marx dit que « *L'histoire de toute société jusqu'à nos jours est l'histoire de la lutte des classes* »¹⁵⁵.

¹⁵¹ Ayhan Erol, **Popüler Müziği Anlamak**, İstanbul :Bağlam, 2002, p. 212. (Orig. Kimlik bireyleri birbirinden ayıran duyguların, davranışların, düşüncelerin toplamıdır.)

¹⁵² Augé cité par William S. Haney, **Culture and Consciousness**, London : Associated University Press, 2012, p. 55.

¹⁵³ Claude Dubar, **La crise des identités**, Paris : PUF, Collection : Le lien social, 2000.

¹⁵⁴ Définition de classe sociale voir : <https://www.marxists.org/glossary/terms/c/l.htm>, site consulté dernièrement en avril 2015.

¹⁵⁵ Karl Marx, Friedrich Engels, **Manifeste du Parti Communiste**, 1848.

Quand nous parlons de couches, nous parlons de différentes inégalités économiques, culturelles, politiques, sociales etc. C'est par le développement de classes intermédiaires qu'il s'agit d'une mobilité sociale. Au lieu de lutte de classe, nous discutons aujourd'hui « *la lutte de places* » qui provient de la promotion individuelle¹⁵⁶.

La musique dans ce contexte et les pratiques d'écoute, les supports techniques, le choix de genre sont des signes pour les identités culturelles des individus. Elle nous donne la référence sur la mode de vie des individus. Pour la plupart des interviewés, écouter de la musique rock, métal, rap, pop et club a des significations. L'auditeur du pop est nommé comme « *normal* » avec l'explication que « *le pop est la musique de la pluralité et il représente le public* » (Entretien, no : 11), lorsque les auditeurs de rock, métal et du rap sont considérés comme des marginaux, désirant appartenir à un certain groupe avec certains idéaux. Quant aux auditeurs de club, cela signifie un haut niveau de revenu.

Quand nous avons posé la question : « d'après vous quelle est la musique très répandue à nos jours » les couches inférieures ont donné la réponse « *pop* », lorsque les couches moyennes-inférieures ont dit, *électro, house, chill out, club* ».

Dans notre terrain nous avons diagnostiqué que les individus font un lien avec le genre musical et l'espace. Notre étude est réalisée à Istanbul et selon nos interviewés Taksim et Kadıköy sont perçus plutôt comme des lieux de couches moyennes, dont les goûts musicaux sont surtout le rock, le métal, le rap, alors que Kuruçeşme est le lieu des clubs avec une reconnaissance comme quartier de luxe. Dans ce contexte, nous ne pouvons pas vraiment dire que s'amuser dans un quartier de luxe, associé aux musiques du monde ou aux musiques populaires jouées par les DJs renommés, souligne l'aspect culturel et esthétique de la musique, au contraire, c'est l'aspect économie-politique de la musique et sa marchandisation dans la société de consommation, dans le secteur de divertissement.

Un autre mode de distinction est fait à travers les supports techniques. Afin de comprendre les stratégies identitaires, nous avons posé les questions concernant les

¹⁵⁶ Frédéric Calas, « Michel Lussault, De la lutte des classes à la lutte des places », dans **Revue internationale d'éducation de Sèvres**, 53, 2010, pp. 19-21.

casques audios, le choix de couleur et de marque et le dispositif musical. La première distinction se réalisait entre les utilisateurs d'iPod, mp3 et le téléphone portable comme moyen d'écoute. La plupart des interviewées préfèrent écouter de la musique avec leur téléphone portable. Porter un autre dispositif est inconfortable et les smartphones ont plusieurs fonctions. En les utilisant, nous avons la possibilité de télécharger plusieurs applications.

Par rapport au niveau socio-économique, les couches moyennes-supérieures possèdent les produits APPLE en raison de sa qualité lorsque les couches inférieures utilisent des mp3 Player. Il est important de souligner la distinction par la préférence de marque APPLE. Nous allons plus détailler l'aspect de la consommation musicale dans le chapitre suivant. Revenons à la distinction faite à travers l'aspect culturel de la musique, les goûts sont déterminants. Dans les chapitres précédents, nous avons souligné la distinction entre la musique savante et populaire. Si nous considérons que la musique classique et le jazz appartiennent à la haute culture, il y a peu de personnes qui en écoutent même dans les couches dites moyennes-supérieures.

La musique classique est préférée par nos interviewées plutôt dans le lit afin de faciliter le passage au sommeil. Nous n'avons pas eu d'interviewé qui aurait affirmé sa préférence de fréquenter les concerts classiques. Ce que nous remarquons à propos de notre terrain est que la distinction des goûts est faite à travers la préférence des chansons turques et étrangères et en plus, entre les genres *Arabesk/türkü* et pop, et aussi entre le pop et les autres genres musicaux comme électro, acoustique etc. La distinction culturelle des goûts est comme une *lutte de classes*. Il est vrai que nous sommes face à un marché mondial, à une économie médiation-publicitaire qui influence les goûts culturels et qui cause un glissement des hiérarchies, mais nous ne pouvons pas écarter la part de l'instruction scolaire et familiale. L'accumulation de capital culturel est toujours un enjeu de lutte entre groupes en tant qu'une forme particulière de la lutte symbolique¹⁵⁷.

¹⁵⁷ Pierre Bourdieu, « La distinction », *Pensée sociologique*, 20. Siècle, p. 5.

B. Musique comme plan d'interaction

La musique donne lieu aux plans d'interactions. La composition d'un œuvre musicale, l'interprétation de ceci et l'expression des sentiments et le partage sont des dimensions que nous pouvons associer avec le mot d'interaction. En plus, avec l'entrée dans le monde digitale, une nouvelle sorte d'interaction entre l'individu-musique et l'individu-musique numérique est apparue.

1. Le rapport individu-musique

Dans une vision interactionniste, l'accent a été mis sur les formes symboliques dans les processus sociaux. Nous allons considérer le rapport individu-musique en partant de l'identité, et du concept du soi. Selon Simon Frith; « *L'identité vient du dehors, non du dedans ; c'est quelque chose que l'on revêt, que l'on essaie, et non quelque chose que nous révélons ou découvrons* »¹⁵⁸.

Et la musique a une fonction particulière dans la création et construction du soi. La musique

*« semble rendre possible une capacité nouvelle de reconnaissance de soi, nous libérer de nos routines quotidiennes et des attentes sociales dans lesquelles nous sommes empêtrés (...) La musique construit notre sentiment d'identité en ce qu'elle offre des expériences du corps, du temps, et de la sociabilité, des expériences qui nous permettent de nous situer au sein de récits culturels où l'imagination joue un grand rôle »*¹⁵⁹.

Grâce à la musique, les individus font des expériences concernant leurs sentiments intérieurs, ils entrent dans une action au sens interactionniste, en faisant le lien entre la musique et leurs pensées et imaginations. « *La musique comme technologie du soi* »¹⁶⁰ selon les termes de Tia de Nora, est toujours une expérience qui renforce les capacités d'actions. C'est à travers la musique que les individus entrent dans divers état d'émotions, obtiennent la concentration ou bien s'échappent aux réalités sociales, ou rappellent et construisent des mémoires. Toutefois, Craib pose la question de

¹⁵⁸ Hesmondhalgh David, « Musique, émotion et individualisation », dans **Réseaux**, 2007, pp. 203-230.

¹⁵⁹ Frith cité par **ibid.**

¹⁶⁰ Tia de Nora, **op.cit.**, p.46.

l'intériorité dans le domaine social même si la musique est un fait social, nous ne pouvons pas écarter les subjectivités personnelles conscient ou non-conscient. Il dit:

« Nos émotions émergent de l'interaction entre notre expérience du monde extérieur, les fantasmes inconscients que nous construisons à partir du contenu de notre monde intérieur, et nos tentatives conscientes, plus rationnelles, de donner du sens à ce que nous faisons et à notre manière d'être dans le monde »¹⁶¹.

Dans la construction du sens et dans le processus d'interprétation d'une œuvre musicale, il y a bien sûr le rôle actif des individus. Dans notre terrain tous les interviewés ont dit qu'ils font leur choix de genre musical par rapport à leurs état d'esprit.

Un homme de 25 ans :

« Quand je me sens bien, je n'écoute pas du métal, j'en écoute, quand je dois me concentrer, je me sens nerveux ou je cours, je ne peux pas faire du jogging en écoutant du jazz. » (Entretien, homme, no : 6)

Un autre de 22 ans :

« Quand je ne me sens pas bien, contrairement aux autres, j'écoute de la musique mélancolique, türkü, ou Arabesk, ça me donne la motivation de sortir de cet état d'esprit. Quand je fais du sport j'écoute de la techno, et dans les autres moments j'écoute du pop. Parfois mon choix musical dépend du temps qu'il fait. S'il fait sombre, je préfère écouter de la musique folk. J'exprime mon for intérieur. » (Entretien, homme, no : 10)

Le point commun de nos interviewés est qu'ils ont le désir d'écouter de la musique rythmique, quand ils sont sur l'espace public ou quand ils marchent. Le rythme et le tempo d'après eux facilitent le voyage en raccourcissant le temps. La plupart ont remarqué qu'ils changent leurs pas selon le rythme de la musique. Un autre point commun est lié au moment de dormir, les interviewés préfèrent dans ce cas-là, écouter de la musique slow. S'il faut donner quelques citations de notre terrain :

Une femme de 25 ans :

« Pour moi, musique veut dire l'envie au passé. J'écoute des chansons d'autrefois, elles me rappellent mes souvenirs. » (Entretien, femme, no : 12)

Pour une autre femme de 22 ans :

¹⁶¹ Ian Craib, **Experiencing Identity**, London : Sage, 1998, p. 169.

« J'aime bien rêver et imaginer, pour moi écouter de la musique est créer un monde imaginaire. » (Entretien, femme, no : 18)

Un homme de 25 ans :

« Quand je suis amoureux, c'est la menace d'entrer dans un état émotionnel, pour cela je préfère écouter des chansons rythmiques. Mes rêves deviennent plein d'espoir. » (Entretien, homme, no : 16)

Ce que nous voyons est que la musique dans la vie des gens a une fonction par rapport au sens qu'ils lui ont attribué. Ce sont les individus eux-mêmes qui distinguent les genres musicaux selon leur état émotionnel et entrent dans une interaction. Donc, nous pouvons dire que le rapport entre l'individu et la musique est construit à travers les émotions et les significations. En plus, dans notre terrain nous avons vu ainsi que la musique est écoutée pour changer l'état émotionnel. Une femme de 25 ans a dit :

« Tu as des chanson pour pleurer, pour te divertir. Grace à ça, tu peux te sentir comme tu veux. » (Entretien, no : 28)

2. Interactions virtuelles par la musique

Dans l'ère de l'information ; l'existence sociale se transpose de plus en plus sur les sites internet comme *Facebook, twitter, instagram* etc. Grâce à ces réseaux sociaux, qui peuvent être définis comme « *un réseau social peut se définir comme un ensemble d'individus, organisations ou entités entretenant des relations sociales fondées sur l'amitié, le travail collaboratif, l'échange d'information* »¹⁶², nous vivons dans une réalité virtuelle qui pose la question sur ce type des interactions.

Dans ces réseaux sociaux, les individus entrent dans les interactions avec n'importe quel groupe ou culture. Nous nous interrogeons sur les nouvelles formes de relations construites sur internet en partant des notions de proximité, de l'intimité etc. Il devient important de faire une distinction entre la vie réelle et virtuelle, car dans ces réseaux sociaux, nous sommes encore une fois face à la question d'identité. Par le développement technologique, les individus peuvent se communiquer dans le temps réel ou non, avec des personnes qu'ils connaissent dans la vie réelle ou pas sans

¹⁶² L. Garton, Mercanti-Guerin Maria, « Facebook, un nouvel outil de campagne : Analyse des réseaux sociaux et marketing politique », dans **La Revue des Sciences de Gestion**, 2010, pp. 17-28.

frontières géographiques. Ainsi, dans le cyberspace les individus peuvent s'inscrire en même temps sous la forme d'un anonymat.

Dans ces nouveaux espaces, la forme des échanges et interactions est naturellement changée. Le fait est que les individus dans ces espaces et lors des échanges virtuels ont le désir d'être vu par autrui et voir autrui. L'internaute peut agir d'une manière à susciter chez les autres une image de soi. Concernant les interactions virtuelles, un point important à souligner est l'importance des frontières entre les sphères privée et publique, car elles sont devenu floues. Dans les réseaux sociaux numériques nous créons un profil qui est une narration par laquelle on se présente sa face et dont le vocabulaire et syntaxe sont constitués par les activités en ligne¹⁶³.

Goffman parle d'une typologie des « territoires du moi » pour définir les espaces d'expression personnelle, des lieux privés, des territoires de la possession etc. Ces espaces, situationnels ou égocentriques font la séparation entre la sphère publique qui est ouverte à autrui et la vie privée qui est protégée des regards extérieurs¹⁶⁴. Montrer notre vie privée est lié à notre choix qui signifie notre autonomie et la liberté, les termes primordiaux de nos jours. C'est le soi qui se situe dans le centre. Selon Goffman chaque interaction est une situation dans laquelle l'individu peut se comporter en obtenant de différents rôles¹⁶⁵.

Quant aux interactions virtuelles par la musique, en se référant au rapport individu-musique, nous pouvons dire que les individus ont le désir de construire leurs identités et en plus, entrer dans une interaction en ligne, à travers les émotions que la musique leur procure. L'écoute musicale en tant qu'une activité dépend de l'état sentimental d'un individu et en même temps de son capital culturel. Dans les réseaux sociaux, le partage musical sert à recueillir les membres d'un groupe avec des goûts similaires et à assurer le sentiment d'appartenance à une communauté, en plus, il sert à partager les émotions avec les autres sans entrer tout en restant au niveau superficiel. Un grand nombre de nos interviewées ont dit qu'ils partagent la musique plutôt sur Facebook et Twitter. Afin de comprendre la raison du partage, nous avons posé quelques questions

¹⁶³ Coutant Alexandre et Stenger Thomas, « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », Les Enjeux de l'information et de la communication, dans **Volume!**, 2010, pp. 45-64.

¹⁶⁴ Erving Goffman, **La Mise en scène de la vie quotidienne, t. II : Les Relations en public**, Paris : Minuit, 1984, pp. 43-72.

¹⁶⁵ **Ibid.**

dans notre terrain. Elles sont « Est-ce que vous partagez la musique sur les réseaux sociaux ? » et « Cela veut dire quoi pour vous ; d'avoir des commentaires ou de « like » ? » et finalement « Est-ce que vous faites de connaissances virtuelles ou réelles à partir de votre partage musical et de votre adhésion à des pages de discussion, ou de groupes musicaux ? »

Pour les interviewés qui partagent la musique en ligne, obtenir des « like » est important. Cela signifie, à leur égard, qu'ils ont un bon goût musical.

Un homme de 24 ans :

« Je partage la musique, tout le monde la voit dans ma liste ; et je fais confiance à mon goût musical et je partage déjà la musique dont tout le monde peut apprécier. » (Entretien, homme, étudiant, no : 14)

Une femme de 17 ans :

« Je partage sur Twitter. Là il y a la possibilité de « retweet » et d'être ajouté aux « préférences » Je fais confiance à mon goût musical. » (Entretien, femme, lycéenne, no : 19)

Un homme de 19 ans :

« Je partage la musique sur Facebook, twitter, 8tracks, lastfm pour que les gens la voient et pour qu'ils m'ajoutent. Peut-être on peut se rencontrer, j'aime bien partager, je la demande s'il ou elle aime ou pas comme si je découvrais quelque chose. Ça me plaît de m'adresser aux goûts des gens? » (Entretien, homme, no : 20)

Il ajoute :

« Je n'écris pas de paroles de chanson. J'écris d'autres choses pour attirer les gens comme : Je suis venu à votre secours, juste quand vous cherchiez quoi écouter. Tous les jours, je regarde le nombre de like et après je partage des chansons selon le nombre de like. »

Pour un homme de 25 ans :

« La musique que je partage me reflète et j'ai déjà eu la volonté de diffuser mon côté excentrique, mais maintenant je la partage, seulement si je veux construire un lien avec quelqu'un de particulier. » (Entretien, homme, no : 2)

Une femme de 18 ans :

« Je partage la musique si je veux donner un message ou montrer mes émotions, si les autres dans ma liste l'aiment, ça veut dire que nous partageons le même goût, même état d'émotion. Puis il y a des commentaires sous la chanson. » (Entretien, femme, lycéenne, no : 21)

Une femme de 21 ans :

« Si les autres l'aiment, je dis : j'ai un bon goût musical, mais si les personnes n'aiment pas, ça ne me dit rien. Le moment de partage pour moi et partager quelque chose de moi. Si les autres connaissent la chanson, ils continuent à écrire le reste des paroles, ou bien ils me demandent ce que c'est? Comment je me sens ? Si la conservation continue, on passe à la messagerie privée au lieu d'écrire sur le mur. » (Entretien, femme, no : 22)

Ce sont des phrases de nos interviewés qui nous montrent comment ils entrent dans une interaction. Obtenir des *likes* illustre l'orientation positive des échanges. L'interaction se réalise dans le moment où l'individu est online. Construire un lien ou bien, lancer une conversation se passe plus rapidement en comparaison avec la vie réelle, quand nous sommes face à face. Il faut naturellement faire une distinction avec nos amis que nous connaissons dans la vie quotidienne et les autres que nous connaissons en ligne. En partant de cette distinction, nous pouvons ajouter que le partage virtuel facilite d'avoir une idée sur quelqu'un et de voir si nous pouvons nous entendre avec il/elle, même s'il s'agit des liens faibles.

Une autre remarque est que les personnes développent leur invention du soi en partant de ces « likes et commentaires d'autrui. » Avec les termes de Goffman, il y a par ailleurs, la mise en scène de la face narcissique¹⁶⁶. L'individu narcissique dispose un public devant lui et il se comporte selon les réactions des autres. L'individu se définit par ses appartenances, par ses images, par les symboles et les éléments qu'ils partagent.

C. Modes de partage

Les modes de partage de la musique se fait soit dans la vie réelle soit dans le cyberspace, sous différentes formes. Pourtant, un petit nombre de nos interviewés partagent la musique dans la vie quotidienne. La musique se trouve dans les rencontres amicales, mais ce n'est pas un sujet à discuter ou à partager dans ces rencontres. Il est rare que les individus parlent sur la musique qu'ils écoutent au moment-même, car elle crée plutôt l'ambiance et joue en arrière-plan. Mais nous pouvons ajouter que les jeunes entre 15-20 ans utilisent la musique toujours comme un moyen pour connaître une personne. Ils créent des relations amicales et amoureuses en partant du partage musical.

¹⁶⁶ Ibid.

Une fille de 17 ans :

« Il y a des couples qui se séparent à cause des différents goûts musicaux. Pour moi, c'est important. J'aime le rock et je ne peux pas imaginer que j'aïlle avec un garçon qui écoute de l'Arabesk. Dans la construction d'une nouvelle relation, le partage musical et la conversation sur la musique sont nécessaires. » (Entretien, femme, no : 19)

Ou bien dans la vie quotidienne, il existe toujours des individus qui partagent leurs préférences musicales avec leurs amis en leur donnant par les clés USB.

« J'aime bien partager mes musique avec mes amis. Ça me rend heureuse. »

Ce qui était intéressant est qu'il y a eu certains qui n'aimaient pas partager la musique qu'il/elle écoutait, à cause de la personnification de la musique. Concernant les sexes, les raisons sont différentes. Les femmes ne veulent pas la changer en raison de l'attribution d'un sens affectif lorsque les hommes n'en veulent pas en raison d'un sentiment comme s'ils soient l'explorateur de celle-ci. .

Une femme de 24 ans dit :

« C'est ma chanson et ça me dit quelque chose. Je peux la partager peut-être avec mon/ma meilleur(e) ami/e qui peut sentir les mêmes émotions que moi et qui peuvent attribuer le sens que la chanson mérite. » (Entretien, femme, no : 18)

Un homme de 25 ans :

« Je n'aime pas partager les chansons que je trouve difficilement. Je n'écoute pas les chansons populaires. Je cherche celles qui sont cachés et je ne veux pas les diffuser au public. » (Entretien, homme, no : 2)

Quant aux modes de partages virtuels, la préférence des réseaux sociaux et la manière du partage varient. La plupart de nos interviewés préfèrent partager la musique sur twitter au lieu de Facebook. Selon eux, Facebook a perdu sa popularité et il est devenu un espace plutôt pour les âgés. La jeunesse s'est orientée vers les réseaux sociaux comme *twitter, instagram, vine* etc.

Comme dans la vie du travail, nous observons une spécialisation, selon ce que nous voulons partager dans ces sites de web. Pour eux, *instagram* est le lieu de partager les photos, *vine* ; les vidéos, lorsque *twitter* est apparu comme le meilleur espace pour partager les chansons avec ses liens de YouTube, ou Dailymotion etc. D'après eux, Facebook est le mélange de tout. Ils continuent à les utiliser seulement pour suivre la

vie des autres. Ils le préfèrent pour envoyer de messages ou bien pour le rappel gratuit comme le Skype.

Un autre point de vue est que dans les espaces virtuels, les modes de partage de la musique changent à propos de messages que les individus veulent montrer à autrui. Mais comment ? Les modes du partage sont les suivants : Le lien de chanson, la chanson avec son clip de vidéo, la chanson avec ses paroles, et le lien de chanson avec quelques mots propres à l'individu.

Que signifient pour nous ces différentes formes du partage ? Nous avons remarqué que le partage de chanson avec les paroles reflètent le monde intérieur de nos interviewés. Ils s'identifient avec les paroles et leur propre vécu. En les écrivant, ils acquièrent la volonté de partager leurs émotions avec autrui par des messages cachées. En obtenant des likes ou bien des commentaires, ils évitent de confronter leurs sentiments.

Pour les interviewés plus de 20 ans, c'est un comportement de l'enfance. Un homme de 16 ans possède le même point de vue affirme que « je n'aime pas partager les chansons, c'est trop rare. Il n'est pas nécessaire de montrer ce que nous sentons. » (Entretien, homme, no : 29)

Un homme de 24 ans :

« J'ai partagé des paroles sur MSN quand j'étais adolescent. Maintenant c'est de l'enfance, ça ne me dit rien. » (Entretien, homme, no : 15)

Une fille de 17 ans :

« Je partage les paroles qui me touchent le plus. C'est comme si je faisais un cadeau à ce qui me vient à mon esprit. » (Entretien, no : 17)

Un garçon de 16 ans :

« C'est claironner ma voix à la fille que j'aime. » (Entretien, homme, no : 7)

Pour les autres qui préfèrent écrire le Link, ça a le sens de partager la musique sans charger la d'un message. Partager la musique avec le clip est l'importance attribué à la visualité selon les individus.

Un homme de 25 ans :

« Une chanson a du sens avec son clip vidéo, c'est l'intégrité de la musique et son contenu d'après moi. » (Entretien, homme, no : 2)

Il y a eu peu de personnes qui utilisent particulièrement les sites de musique pour le partage, comme *8tracks*, *lastfm* ou *soundcloud*. Ce sont des sites, où ils peuvent créer des playlists, suivre les listes des autres et ont la possibilité d'être plus entendu, plus populaire. Et ils choisissent leurs chansons à partager selon les goûts des autres. Il y avait seulement une femme de l'université de Koç dans notre terrain qui est membre de 8tracks, lorsque les autres membres de 8tracks, lastfm et soundcloud sont des hommes des couches moyennes-supérieurs.

Le développement technologiques et les utilisations des sites de réseaux sociaux sont des formes d'expressions de soi médiatisées et qui se fait en dépendant du regard d'autrui. Selon Taylor, « *pour exprimer quelque chose, il faut le rendre manifeste dans un medium donné*¹⁶⁷ ». Et ce medium est l'internet. Les nouvelles formes des interactions sont liées sans doute à l'époque « *the connected Age*¹⁶⁸ ».

Les études sur les réseaux sociaux se sont développées autour de deux théories, dont le premier se réfère aux études structuralistes qui envisagent à expliquer les comportements des acteurs sociaux au prisme de leurs positions et de leur rapport aux structures, alors que la seconde approche tend à analyser les individus au sein de différents contextes relationnels auxquelles ils participent¹⁶⁹. En partant de notre cadre théorique sur la société contemporaine, nous nous concentrons ainsi sur les individus narcissiques, dans le but de comprendre comment et pourquoi ce nouveau type d'individu fait son apparence et ce qu'il fait avec la musique.

¹⁶⁷ Charles Taylor, **Les sources du moi: La formation de l'identité moderne**, Paris : Le Seuil, 1999, p. 374.

¹⁶⁸ Duncan J. Watts, **Six Degrees: The Science of a Connected Age**, W.W Norton & Company, 2003.

¹⁶⁹ Cristofoli Pascal, « Aux sources des grands réseaux d'interactions » Retour sur quelques propriétés déterminantes des réseaux sociaux issus de corpus documentaires, dans **Réseaux**, 2008, pp. 21-58.

IV. Les stratégies identitaires et les modes de consommation à travers la musique

Dans cette dernière sous-partie, nous avons essayé de traiter les modes de consommation musicale et les stratégies identitaires créés à travers la pratique d'écoute musicale. Avec le passage à la société post-industrielle, nous avons déjà indiqué que la musique est ainsi devenue une marchandise selon les règles de l'économie mondiale. Elle est un moyen à utiliser dans la stratégie de marketing et aussi par les développements technologiques, elle ne doit plus être écoutée dans un lieu de concert pour qu'elle soit payée. Au fur et à mesure qu'elle est numérisée, elle est devenue une entité que nous pouvons télécharger parfois sans payer à travers les moyens illégaux. Quant à la consommation des moyens d'écoute musicale, nous avons observé que la plupart de nos interviewés ont suivi des développements technologiques et à travers les supports techniques, ils ont inventé leurs stratégies identitaires. Les marques, les couleurs, les signes ont du sens, la musique et sa pratique font partie du caractère d'un individu qui tend échapper sa crise identitaire et existentielle à travers la musique.

A. Modes de consommation musicale

Par rapport à notre terrain, nous avons observé que les modes de consommation musicale se sont orientés plutôt vers le téléchargement gratuit, parfois payant. Il y avait seulement 2-3 interviewées qui continuent toujours à acheter des CD, il y avait un qui avait un intérêt particulier à des disques et fait de la collection. Pour le reste, à l'ère numérique, acheter des CD n'a pas de sens, car nous n'utilisons plus de cd-Player, nous avons des mp3-Player qui nécessite télécharger la musique numérisée. Certains achètent de la musique d'i-Tunes alors que la plupart la télécharge illégalement.

Les canaux comme YouTube, Dailymotion rendent possible l'écoute de la musique avec les clips de vidéo. En plus, il y a de sites internet de musique comme « *last Fm*, *Sound cloud*, *8tracks*, *spotify* » auxquelles nous pouvons nous enregistrer et créer des comptes comme sur Facebook. Dans certains de ce sites, il y a la qualité de membre différent qui change le mode de consommation : gold, premium etc.

1. Musique comme déterminant de l'action économique

La transformation de la musique dans une marchandise signale notre société de l'information et de divertissement. L'économie de la musique a été toujours un thème intéressant pour les théoriciens. La valeur d'une œuvre musicale provient de sa présentation commerciale. Pourtant, les théoriciens ont dû accepter que la musique elle-même possède une valeur, même si elle n'est pas objet à l'échange dans le marché. Sa valeur n'a rien avoir avec les valeurs des autres choses dans le marché qui sont déterminées selon l'offre et la demande.

Au début, Marx a dû accepter que l'art puisse se développer d'une façon indépendante par rapport à l'infrastructure économique. Selon son analyse, si un ouvrier est salarié et produit une chose que les capitalistes gagnent du profit, c'est l'efficacité. Pourtant un interprète peut être efficace, s'il est salarié d'un entrepreneur capitaliste, lorsqu'un compositeur est salarié d'une maison d'édition. En plus, un chanteur qui chante est un ouvrier inefficace. Au moment il vend ses chansons, il devient un commerçant. Pourtant s'il donne des concerts et gagne de l'argent, il est un ouvrier efficace, car il crée du capital¹⁷⁰.

Le prix des concerts et des performances ne sont pas des données pour faire une comparaison entre les œuvres musicales. La valeur de la musique vient de son auditeur. Pourtant avec les changements économiques et le demande du marché, nous avons vu que la musique populaire est le genre le plus vendu de la musique actuel. Le paradoxe des musiciens commencent au moment il doit faire face aux réalités du marché.

Un interviewé de 25 ans, qui est musicien et est diplômé de conservatoire dit :

« Les musiciens classiques n'ont pas de place dans le marché musical aujourd'hui, car ils n'ont pas beaucoup d'auditeur. Particulièrement, en Turquie, il y a peu de personnes qui vont aux opéras, aux ballets. C'est un pays où l'art ne compte pas. Par exemple, j'aimerais faire de la musique néo-jazz et du soul mais ça ne m'apporterait pas d'argent. Si je fais du pop, je peux gagner et c'est le dilemme presque de tous mes amis. » (Entretien, homme, 25, musicien, no : 23)

¹⁷⁰Marx cité par Jacques Attali, **Gürültüden müziğe : Müziğin ekonomi politiği üzerine**, İstanbul : Ayrıntı, 2001, p. 84.(Orig. Bir işçi maaşlıysa ve kapitalistlerin kazanç sağlayarak sattığı maddi bir nesne veya hizmet üretiyorsa verimlidir. Yani bir yorumcu, ancak kapitalist bir girişimcinin maaşlı çalışanıysa verimli olabilir. Bir besteci ise ancak bir partiyon yayıncısının maaşlı elemanıysa.Şarkıcı, şarkısının satarsa maaşlı ya da tüccardır. Kendisini konserler vermeye ve para getirmeye adanmış bir şarkıcı ise verimli bir işçidir, çünkü doğrudan sermaye yaratır.)

Il donne un exemple :

« Dans le pop, tu peux composer un chanson avec deux accords, il donne l'exemple d'une chanson de groupe de rock, DUMAN, « senden daha güzel » mais pour nous, ça n'a pas de qualité musicale. Je fais des compositions avec cinq, six accords mais ça sert à rien si personne écoute. Malheureusement, c'est la réalité. Si tu n'as pas de patrimoine, tu n'as pas d'autre choix que de te comporter selon les règles du marché. Si tu insistes à faire ce que tu vois comme l'art, tu es affamé. » (Entretien, no : 23)

Ça veut dire que les musiciens déterminent leurs chemins à travers les règles du marché et du système.

Le 20^e siècle est le marquer dans le développement d'une technologie qui capte, fixe et reproduit les sons : l'enregistrement. C'est un outil de conservation et de diffusion qui rend possible de transcender le temps et abolit les frontières spatiales et temporelles¹⁷¹. L'histoire de l'enregistrement de la musique doit être considérée ainsi en termes commerciales. Une nécessité pour une industrie de l'enregistrement apparaît, ce qui se différencie par le prix et la qualité dans le marché. Le musicien devient quelqu'un de plus autonome, il peut être producteur, ingénieur du son et interprète en même temps.

A partir de l'année 1979, nous venons au virage numérique dans les studios de l'enregistrement¹⁷². Les années '90 sont marquées par six multinationales en tête dans l'industrie phonographique : *Polygram, EMI, Warner, Sony, BMG, Naxos* qui mènent ainsi des audiovisuels sauf la dernière¹⁷³. Le film et le vidéo, l'audiovisuel et l'informatique se mettent ensemble. Et cette fois-ci la piraterie se met en jeu et un nouveau marché contre la piraterie et le droit de compilation sur internet apparait et ils fournissent l'économie du marché.

¹⁷¹ Jacques Hains, « Du rouleau de cire au disque compact », dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p.902.

¹⁷² L'enregistrement numérique voir : <http://blog.bnf.fr/voix/index.php/2009/06/18/enregistrement-numerique/>, site consulté dernièrement en avril 2015.

¹⁷³ « De Polygram Filmed Entertainment à Vivendi Universal : l'impossible constitution d'une "major européenne » voir : http://fabrice.rochelandet.free.fr/rochelandet_2002_1.pdf, site consulté dernièrement en avril 2015.

2. L'achat et l'échange de la musique

Les nouvelles technologiques ont une influence majeure sur le rapport du public avec les diverses manifestation culturelles, ainsi qu'avec la musique. A partir de notre terrain nous pouvons dire que la demande aux concerts est diminuée. Là, il apparait la différence entre deux formes d'expression. Le concert est un lieu de rencontre où un rituel social et magique se tient, où l'auditeur participe à un évènement (l'effet de 'j'y étais') en communion avec l'interprète et le reste de l'assistance, lorsque les disques, la musique numérique fait une démarche personnelle, comme qu'un individu lit un livre dans son lit¹⁷⁴.

Au lieu d'acheter un billet et d'aller aux concerts live, la plupart préfèrent d'écouter la musique chez soi ou bien ils préfèrent de voir la performance live du concert sous le format de DVD. Quand nous avons demandé la raison, ils ont dit :

« En général, il y a trop de foule aux les lieux de concerts et dans ce chaos, on n'a pas de plaisir et parfois le système sonore n'est pas bien. Je ne veux pas prendre le risque et perdre mon argent pour une performance mauvaise et je préfère à écouter à mes oreilles. »

Selon nos données, aller dans un concert live nécessite un bon système sonore, une bonne performance de l'artiste et en même temps, la capacité de ce lieu est questionné par les individus, évidemment par les hommes. Pourtant, les clubs et les discos faisant la musique électro-house sont en cours. Là, le chaos, la danse et la consommation de l'alcool leur procure plus de plaisir. Il y en a deux qui ont expérimenté une nouveauté appelée *Silent Disco*. C'est un disco dans lequel les gens s'amuse ensemble, mais avec des casques audio en écoutant de la musique joué par le Dj. Le son du Dj est aussi dans les oreilles des gens. En plus, dans les casques de *Silent Disco*, il y a plus d'une chaîne. Les personnes ont la possibilité d'écouter soit la même musique soit la musique différente dans le même moment. Le contrôle du volume et le choix de la chaîne sont dans les mains des auditeurs¹⁷⁵.

Nous avons vécu cette expérience dans le Rock'n Coke 2014 qui est en grand festival de musique organisé à Istanbul. En tant qu'observateur-participant, nous pouvons dire que la joie est liée à l'absurdité du moment, car c'est l'observation de l'autrui et de sa

¹⁷⁴ Hains, *op.cit*, , p. 933.

¹⁷⁵ What is silent disco all about anyway? voir: <http://silentdis.co/silent-disco/> site consulté dernièrement en septembre 2014.

performance qui procure la joie. Il y a eu plusieurs personnes qui enlèvent des casques et s'amuse en regardant la danse ou en écoutant les chants et les cris des autres. Ce sont des événements ou il s'agit de « *crowd-based performative interaction* »¹⁷⁶. D'y aller concerne en même temps le moment d'expression de soi par la performance dans l'espace public.

Concernant l'achat de la musique sous la forme de CDs ou DVD, donc dans un format physique, devient rare en raison de la possibilité de l'écouter en ligne. Deux, trois interviewés sur les quarante au total, achètent la musique s'ils ont un intérêt particulier ou ils sont dans la volonté de créer une archive, lorsque les autres construisent cette archive numérique, en téléchargeant la musique parfois payant mais plutôt gratuit. Pour eux ; si nous avons la possibilité d'écouter la musique qu'on aime gratuit, légal ou illégal ; il est irraisonnable de donner l'argent.

Sur internet, grâce aux publicités et le partage virtuel sur les réseaux sociaux ; nous pouvons découvrir la nouvelle musique, en plus, nous avons accès à toutes les genres musicaux. « *Au lieu d'aller dans un magasin et d'examiner les catégories, il est facile et préférable de faire une recherche sur internet. On gagne du temps* », ils ont dit.

Le nouveau media, le web 2.0 qui est apparue avec les évolutions technologiques et dont les instruments de communication sont des blogs, les wikis, les vlogs (blogs vidéo) rend la musique accessible aux masses. Il efface les barrières entre les auditoires cultivés et les autres. La mondialisation des réseaux de diffusion est liée à la mondialisation de la culture. Avec les nouvelles technologies, la culture est reproduite et diffusée aux masses. Selon Dan Schiller, ce nouvel ordre est appelé le « capitalisme digitale »¹⁷⁷. Il y a des canaux, les sites de musique qui offrent une diversité et une hyperspécialisation de l'offre des genres musicale de l'opéra au rap qui font partie de secteur de service.

Le partage de la musique se réalise à travers ces réseaux sociaux en envoyant la musique sous le format MP3 dans un dossier ou bien, en cliquant le playlist ou le

¹⁷⁶ Jennifer G. Sheridan, Nick Bryan-Kinns, Stuart Reeves, Joe Marshall, and Giles Lane « Graffito: crowd-based performative interaction at festival », <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1979725>, site consulté dernièrement en mai 2015.

¹⁷⁷ Schiller cité par Gülşah Başlar, « Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm », <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf>, site consulté dernièrement en octobre 2014.

partage d'un autre sur son profil. Il y en a certain qui échangent la musique en utilisant un support technique physique, les flashdisks qui est un choix personnel et se passe entre les amis qu'ils aiment échanger réciproquement leurs goûts musicaux.

Le développement des nouvelles technologies a modifié donc l'expérience matérielle de la musique. Les pratiques sont changées, écouter de la musique enregistrée et numérique franchit les barrières du temps et de l'espace et elle devient une activité contradictoire : public, privé, qui unit le passé et le présent. Une expérience déjà communautaire est réduite à une satisfaction individuelle sur l'écran des individus¹⁷⁸.

3. Consommation des moyens d'écoute musicale

Les moyens d'écoute musicale ont transformé avec les dynamiques sociaux-économiques et technologiques des sociétés. Nous avons précisé l'histoire des moyens d'écoute musicale, le processus passant par son caractère sacré et le chemin vers sa désacralisation en devenant une marchandise et une activité de temps de loisir. Dans la culture consumériste, la consommation des moyens d'écoute et les supports techniques sont ainsi les déterminants de notre stratégie identitaire.

Comme nous avons souligné, aujourd'hui la plupart de l'écoute musicale est en ligne. Mais quand nous nous déplaçons dans l'espace public ; là, les supports et les moyens techniques deviennent un signe de différence. Nous nous sommes concentrés particulièrement sur les pratiques d'écoute musicale avec des casques-audios. A cet instant de notre débat, le choix de la marque des casques et des supports musicales comme iPod, mp3 Player, même la couleur préférée s'explique par les théories sur la culture de consommation.

Grâce aux casques, nous construisons notre espace-micro dans l'espace macro. Nous sommes des individus marchant dans cet espace public, soit en chantant, soit en accompagnant le tempo, soit en changeant nos pas selon le rythme dans nos oreilles. Nos comportements, nos habillements montrent nos styles de vie et donnent une image de soi aux autres.

¹⁷⁸ Simon Frith, « L'industrialisation de la musique et le problème de la valeur » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p. 1141

Nos interviewés de couches inférieures utilisent iPod ou iPhone comme moyen et il y en a peu qui utilisent des grandes casques.

Un interviewé de 23 ans :

« J'aime mon casque, ça m'isole des autres, j'ai seulement la musique dans ma tête. J'ai deux, un rouge et un violet, ce sont les couleurs que j'aime le plus. » (Entretien, femme, no : 12)

Une femme de 21 ans :

« Porter une grande casque est difficile mais c'est mon style, comment dire ; c'était une envie. Mes amis utilisaient des casques comme ça et j'étais passionnée d'en avoir un. C'est comme un accessoire, comme des lunettes sur la tête » (Entretien, femme, étudiante, no : 24)

Pourtant après avoir satisfait leurs envies, ils ne l'ont plus portée dans l'espace public, la raison pour cela est liée aux regards des autres. Les interviewées venant des couches inférieures les trouvent absurdes. Ils utilisent des casques « in ear » et petit, plutôt noir.

Un homme de 18 ans :

« Je ne veux pas attirer l'attention sur moi, il est noir, petit et simple. Bien sûr j'aimerais écouter de la musique avec des appareils de bonne qualité, mais ces casques sont plus chers. » (Entretien, homme, 18, travailleur, no : 25)

Ce que nous avons remarqué est que les jeunes venant des couches inférieures préfèrent écouter de la musique sur leur portable et en utilisant la radio, alors que les autres écoutent leurs propre listes et détestent des publicités.

Il y a un interviewé particulier qui a suivi la technologie et acheté toujours le plus neuf, qu'il soit portable ou iPod, ou bien système sonore, visuel etc. Il dit :

« Je dois suivre la technologie et l'argent que je dépense pour ces moyens n'est pas dommage. » (Entretien, no : 15)

Quand nous lui avons posé la question concernant les baladeurs et ce que ceux-ci signifiaient pour lui ; la réponse est « rien ». Il dit :

« Bon, c'était un moyen qui est apparu lors de notre enfance, aujourd'hui quand je vois quelqu'un qui utilise toujours le baladeurs et les cassettes, je le trouvais marginaux ou démodé. C'est sympa, d'accord, c'est nostalgie mais il faut s'adapter aux dynamiques de nos jours. » (Entretien, no : 15)

Dans notre terrain nous avons rencontré un homme de 25 ans qui attribue une importance à la musique analogue et aux disques et qui utilise toujours le pick-up. Il dit :

« J'aime la nostalgie et je suis un peu contre cette rapidité de développement technologique. Le système se nourrit toujours des nouvelles offres et l'ère dans laquelle nous vivons cause une perte de valeurs. » (Entretien, no : 9)

Le capitalisme vous exploite en créant toujours de nouveaux besoins, comme Marx l'avait prévu¹⁷⁹. Dans cette culture de consommation ce ne sont pas la fonction ou la valeur d'usage d'une marchandise qui joue un rôle déterminant sur la demande. C'est la valeur symbolique des choses qui attirent les gens pour qu'ils montrent leurs particularités et se sentir différents aux autres. Dans une telle idéologie ce n'est pas la production mais c'est la consommation qui nous met en avant.

B. Les stratégies identitaires par l'écoute musicale

Dans une époque où nous sommes face à une hyper-valorisation de l'individu, la notion d'identité est une question centrale en plusieurs disciplines. D'après Herbert Mead, elle est un concept intégrateur du social et de l'individuel¹⁸⁰. Zavalloni indique que ce concept trouve ses racines chez Freud et Durkheim¹⁸¹. Il appelle identité psycho-sociale pour souligner le rôle de l'interaction entre notre univers intérieur et le monde extérieur. L'identité sociale est une dimension de notre identité personnelle-une bonne partie de nos représentations de SOI construits à partir de nos rôles sociaux¹⁸².

Avec les progrès technologiques, les critères de valorisation de l'individu deviennent flous et diversifiés. Selon les circonstances nous devons protéger notre image positive de soi. Si elle est menacée, nous créons des stratégies ou des mécanismes de défense¹⁸³. C'est l'autre qui joue un rôle déterminant dans le processus de valorisation ou dévalorisation du soi. Au moment l'individu est placé en présence

¹⁷⁹ Marx, Engels, **Manifeste du Parti Communiste** voir :

<https://www.marxists.org/francais/marx/works/1847/00/kmfe18470000a.htm>, site consulté dernièrement en avril 2015.

¹⁸⁰ George Herbert Mead, **L'esprit, le soi et la société**, traduit de l'anglais par Jean Gazenneuve, Eugène Kaelin et Georges Thibault, Paris : PUF, 1963.

¹⁸¹ Marisa Zavalloni, « L'identité psychosociale, un concept à la recherche d'une science » dans **Moscovici**, Paris : Traité de psychologie sociale, Larousse, 1978, pp. 245-265.

¹⁸² **Ibid.**

¹⁸³ Denise Jodolet, Jean Viet, Philippe Besnard, **La Psychologie Sociale**, 1970, p.163.

d'autrui, il peut désirer une haute idée de lui-même dans la volonté d'instaurer un accord suffisant pour que l'interaction se poursuive¹⁸⁴.

Selon Goffman, « *L'acteur donne sa représentation et organise son spectacle à l'intention des autres personnes* »¹⁸⁵. Lors de notre recherche, nous avons essayé d'observer les stratégies identitaires des individus, soit par leur choix musicaux, soit par les supports techniques qu'elles utilisent, soit par leurs comportements dans l'espace public et privé pendant l'écoute musicale.

1. Personnalisation de la musique

La personnalisation de la musique est très attachée aux valeurs post-modernes. Dans un point de vue socio-psychologique, nous avons déjà indiqué les caractéristiques des individus. La culture de consommation a créé des individus narcissiques qui sont à la recherche du plaisir¹⁸⁶.

Quant à la musique, les significations musicales et le système symbolique de la musique touchent aux identités, aux états intérieurs des individus. L'interaction entre les individus et la musique est ambivalent¹⁸⁷. Le processus de la réception et d'interprétation crée des situations non-fixées. La musique crée pour l'auditeur d'aujourd'hui, elle privilégie la recherche du plaisir. Les styles et les genres sont mélangés, toutes les époques et les cultures se valent et les individus fournissent leur satisfaction à travers la musique.

Lors de notre recherche de terrain nous avons remarqué que les auditeurs personnalisent la musique qu'elles écoutent. Les réponses de nos interviewées se divisent en deux. Pour une partie de nos interviewées, la musique qu'elles écoutent appartiennent à eux et ils ne veulent pas la partager avec les autres.

Il existe un rapport émotionnel entre la musique et les auditeurs à cause du fait que la réception de la musique passe par l'interprétation de l'auditeur lui-même. La

¹⁸⁴ **Ibid.** p. 176.

¹⁸⁵ Erving Goffman, **La mise en scène de la vie quotidienne**, Paris : Les éditions de Minuit, 1973, p. 25.

¹⁸⁶ Rencontres Internati, *Le futur de l'autorité: textes de conférences et de débats*, Age d'Homme, 2006, p. 103, http://www.rencontres-int-geneve.ch/volumes_pdf/rig40.pdf site consulté dernièrement en février 2015.

¹⁸⁷ Musique et Société, voir : <http://paula.and.boa.free.fr/musicologie.html>, site consulté dernièrement en avril 2015.

musique et les paroles sont des moyens à s'exprimer. Chacun insiste sur la création d'une image, d'une identité propre et de la personnalisation.

En rapport avec l'utilisation des réseaux sociaux, nous observons la personnalisation des profils. Ces réseaux sociaux sont destinés aux particuliers qui organisent la présentation de soi et la sociabilité entre amis et entre inconnus. La personnalisation de profils par les informations, par les goûts, par les photos, par les données que les individus partagent procurent la satisfaction. En considérant avec les dynamiques de la société post-industrielle, il n'est pas frappant de voir le rôle central de l'individu dans toute sa subjectivité. L'accent a été mis sur l'individu, donc sur les sois.

Selon Goffman ; « *le soi est constitutif central de l'identité du sujet* »¹⁸⁸. Et cette présentation de soi est exprimée par nos comportements, notre habillement, nos propos, etc., vise à donner une certaine image de soi dont on attend qu'elle soit confirmée par autrui. Dès lors, la vie sociale est comme un théâtre dans lequel chacun tient un rôle « de façade ». D'où l'existence de rituels sociaux (les règles de savoir-vivre) dans lesquels chacun de nous se « met en scène »¹⁸⁹.

La valorisation du soi et la personnalisation des choses ont, d'après nous, un lien strict avec le sentiment d'existence. L'individu contemporain a besoin d'une identité pour se sentir exister en tant qu'individu à part entière¹⁹⁰. Et c'est l'image et l'émotion qui sont les deux composants nécessaires pour le processus d'identification, donc pour le processus de la fabrication de soi. Le sujet s'autonomise par la subjectivité dans ses rôles et enfin crée son identité¹⁹¹.

La personnalisation veut dire « l'autonomie » et « la liberté » qui sont les mots-clés primordiaux de notre air. Concernant la personnalisation de la musique, nous pouvons dire que les paroles d'une chanson soient les mots dites par la personne elle-même et elle se sentit comme si elle est le compositeur de ceux-ci.

¹⁸⁸ Albert Ogien, « La décomposition du sujet » dans **Le parler frais d'Erving Goffman**, Paris : Minuit, 1989.

¹⁸⁹ Les théories de l'identité personnelle, voir: <http://www.yrub.com/psycho/psvid03.htm>, site consulté dernièrement en octobre 2014.

¹⁹⁰ Jean-Claude Kaufmann, **L'invention de soi- une théorie d'identité**, Paris : Armand Colin, 2004, pp. 89-119.

¹⁹¹ **Ibid.**

En faisant le lien avec la musique ; les paroles sont perçues comme si les mots venaient de la bouche de la personne qui l'écoute, ou comme si la musique et la chanson appartenaient à cette personne-même, comme si ce dernier était le compositeur.

De Finnegan constate que « *la musique offre une ressource humaine à travers laquelle les personnes peuvent mettre en scène leurs vies en les liant de manière inextricable avec les sentiments, la pensée et l'imagination* »¹⁹², alors que Tia DeNora, insiste sur la dimension émotionnelle de la ressource musicale pensée comme « *une expérience qui enrichit* »¹⁹³.

La musique dans ce contexte est un moyen propice à personnaliser afin de valoriser le soi, donc notre identité. Quand nous avons voulu savoir s'ils voulaient jouer un instrument et composer la musique, la plupart ont répondu négativement. Pour eux ; même s'ils ne produisent pas un art, ce qui a été produit par les autres appartient à eux. Les commentaires, les *likes* sont des raisons pour cela, car ils augmentent leur état narcissique et individualiste.

2. L'expression du soi

Selon Georges Mead, qu'on peut considérer comme le fondateur d'une nouvelle pensée, l'individu se trouve dans un système d'interactions. Dans sa théorie, il nous parle de « soi » comme suivant :

« *Le Soi est appelé à avoir une individualité spécifique, une configuration unique, dans la mesure où chacun appréhende le processus social sous un angle qui diffère sensiblement d'un individu à l'autre. Par conséquent, chaque Soi reflétera cette spécificité et le fait que le Soi individuels tiennent leur origine et leur élaboration structurale d'une source sociale commune n'exclut pas qu'existent entre les individus de grandes variations et de profondes différences* »¹⁹⁴.

Par les pratiques d'écoutes musicales, les individus obtiennent l'opportunité de s'exprimer et de se présenter. La préférence musicale reflète pour la plupart, la caractéristique et la manière de pensée d'un individu. La musique et les paroles sont

¹⁹² De Finnegan et Tia De Nora cités par Jean-François Braun, « Sociologie des musiques populaires », Philippe LeGuern, Simon Frith (dir.), dans **Volume!**, 6 :1-2, 2009, pp. 291-299.

¹⁹³ **Ibid.**

¹⁹⁴ Georges Mead, **L'esprit, soi et la société**, Paris : PUF, 1963, p.202.

des signes concernant l'état de sentiment d'un individu, qui entrent dans une interaction réelle ou virtuelle grâce au partage de la musique.

La mélodie est importante et les paroles traitent l'amour, le foyer, l'amitié, la solidarité etc. Aujourd'hui nous entrons d'une part dans une interaction avec la musique, comme s'il est une communication non-verbale, d'autre part dans une interaction avec les autres à travers la musique. Les paroles et la performance musicale ou d'écoute musicale sont dans le but de voir ce que les autres pensent sur nous, comment ils retournent et ce que cela veut dire pour nous.

Alors, la musique rend possible d'accès aux représentations sociales du soi et de l'autre, car elle possède les ressources pour les symboliser et en favoriser la verbalisation

« Les représentations sont des cartes conceptuelles que les individus ont en tête. Elles composent une forme de connaissance socialement élaborée et partagée ayant une visée pratique et concourant à la construction d'une réalité commune à un ensemble social »¹⁹⁵.

La plupart de nos interviewées ont indiqué :

« Sans musique je me sens incomplète, je tombe dans le vide. »

Nous avons réalisé notre travail avec la jeunesse et nous avons observé que pour tous la musique est une nécessité. Mais pourquoi ? Par quels motifs la jeunesse a-t-elle besoin de la musique dans la vie ? A partir de notre terrain ; notre résultat est qu'ils s'expriment par la musique. Pourtant, en considérant avec le lien entre les changements dans la société et ses influences sur les adolescents, nous pouvons dire que la musique est l'expression de l'insatisfaction et de l'aliénation.

Afin de sortir de ce sentiment, nous montrons la performance dans la vie quotidienne. Comme dit Goffman, « *la vie sociale est une scène* »¹⁹⁶ et nous y agissons à travers nos stratégies identitaires. Dans la vie sociale, cela soit notre habillement, le support techniques qu'on utilise, les lieux d'y nous allons, sont des signes de notre style de vie qui nous définissent et en même temps nous distinguent des autres. Ceci

¹⁹⁵ Denis-Constant Martin, « Auprès de ma blonde... », dans **Musique et identité** : Revue française de science politique, Vol. 62, 2012, pp. 21-43.

¹⁹⁶ Erving Goffman, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris : Editions de Minuit, Collection : Le sens Commun, 1973.

montre notre appartenance à des couches différentes. C'est donc une simplification de parler de règles sociales. Dans la vie virtuelle ; cela est notre partage sur les réseaux sociaux.

Dans notre terrain, nous avons bien observé que les jeunes plutôt entre 15-20 ans ; utilisent les paroles et les chansons dans le but de montrer leurs états de sentiment aux autres, et parfois à individu précis. En écrivant une partie des paroles ; ou d'autres commentaires concernant la musique, ils ont le sentiment de s'être exprimé et compris par les autres.

Dans la vie sociale et dans l'espace public, faire du tempo ou se remuer sont ainsi des actes d'expression du soi. Dans notre terrain il y a des jeunes qui ne peuvent pas agir selon la musique à cause des regards des autres et les normes sociales, mais ils sont motivés par les autres qui peuvent le faire et à qui ils convoitent. Ce résultat nous montre le rôle de conscience collective. Même s'ils ont envie de faire partie du tempo, ils ne peuvent pas le faire. Ce n'est pas un paradoxe, mais une réalité sociale, qui nous fait distinguer les composants d'une société par rapport à la prise en compte des normes sociales, qui peut nous indiquer en fin de compte, le concept de déviance.

Les genres et les styles déterminent notre appartenance à des groupes. Comme dit Lévi-Strauss, *« l'association de musique et de groupes peut prévenir la fermeture d'un ensemble sur lui-même et favoriser la reconnaissance de l'autre comme un partenaire potentiel d'échanges fructueux. La musique des autres sert aussi d'instrument d'identification à un hors-groupe »*¹⁹⁷.

3. Musique comme capital social

Le capital social, selon la définition de Bourdieu, est

*« L'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liés à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisés d'interconnaissance et d'inter reconnaissance ; ou en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe, comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés des propriétés communes mais sont aussi unis par des liaisons permanents et utiles »*¹⁹⁸.

¹⁹⁷ Lévi-Strauss cité par Martin Denis-Constant, « Auprès de ma blonde... », dans **Revue française de science politique** 1/2012 (Vol. 62), p. 21-43.

¹⁹⁸ Pierre Bourdieu, « Le capital social » dans **Actes de la recherche en sciences sociales**, Vol. 31, 1980, pp. 2-3.

Le capital social peut rendre visible les stratifications sociale et la répartition des ressources relationnels. Cependant, la nature et la forme des relations sont changées aujourd'hui grâce aux nouvelles technologies. Les pratiques relationnelles, communicationnelles et les rapports que les individus entretiennent avec les dispositifs technologiques ont des influences sur le capital social qu'ils possèdent.

Grâce à l'internet, les déterminants sociaux liés au sexe, l'âge et la situation socio-économique sont dépassés et les formes de sociabilité renvoient à des liens faibles. Dans ce contexte ; en considérant avec notre société en réseaux « *Être connecté revient à avoir potentiellement accès à un stock de capital social qui devient une forme de ressources autonome dont le découplage des autres modalités de capital (culturel, économique, symbolique, etc.) est assuré par l'existence de nouvelles potentialités technologiques* »¹⁹⁹.

La musique est un produit culturel, mais nous avons déjà distingué la haute culture dite légitime et la culture populaire. Les produits de l'art inférieur n'ont pas de valeur symbolique, comme capital mais cela ne veut pas dire que l'art dit inférieur n'a pas de valeur culturelle pour les classes populaires.

Dans notre terrain, nous avons obtenu le résultat que la musique dominante est la musique populaire et la culture populaire est l'investissement économique qui forme une style de vie. Dans ce sens, la catégorisation de la musique en styles et genres renvoie à une identification musicale et sociale. Comme nous avons observé dans notre terrain, la musique classique et le jazz sont considérés comme appartenant à une culture d'élite accessible à une certaine classe, lorsque le rock, le rap et le métal renvoient à un groupe particulier et marginal qui passe le temps à Kadıköy et à Beyoğlu.

Un interviewé de 25 ans :

« *Les espaces où on va et le choix musical sont les signes de nos styles de vie qui sont liés à notre situation socio-économique.* » (Entretien, femme, 25, no : 18)

¹⁹⁹ Fabien Granjon, Benoit Lelong, « Capital social, stratifications et Technologies de l'information et de communication », dans **Réseaux**, 2006, La Découverte, pp. 147-181.

Un autre :

« Pour moi, celui qui écoute de l'arabesk vient d'une couche inférieure même s'il a beaucoup d'argent. » (Entretien, femme, no : 19)

Nos interviewés ont exprimé le soi par leurs préférences, en utilisant l'internet et les réseaux sociaux ; ils appartiennent à un groupe social qui leur rend possible la définition du soi et de l'autrui ? par la musique. Grâce à cette connectivité, ils élargissent ainsi leur réseau. La musique, donc l'art, joue un rôle déterminant dans la reconstruction du capital social, car les pratiques culturelles et artistiques indiquent les préférences des individus concernant le divertissement, la joie et la façon dont ils valorisent le temps de loisir.

Est-ce que la musique est un moyen à passer du temps ou est-ce qu'elle reste en tant qu'une pratique culturelle comme un art pur et légitime dans la vie des individus ? La musique a aujourd'hui plusieurs fonctions, elle comble le vide, elle sert en tant qu'un capital social et construit des liens. Grâce au partage musical ou bien aux activités musicales, les personnes entrent dans un contact. La musique reflète nos capitaux culturel et social, car le goût est le marqueur de distinction et de classe²⁰⁰.

Nous vivons dans une société de masse où la mobilité sociale est plus accentuée et où les échanges d'idées et de systèmes de valeurs sont facilités par les nouveaux moyens de communication²⁰¹. Pourtant, nous pouvons dire qu'il reste toujours un rapport entre les préférences de goûts musicaux et le niveau sociaux-économique des personnes.

²⁰⁰ Philippe Coulangeon, « La stratification sociale des goûts musicaux », dans **Revue française de sociologie**, Vol. 44, 1/2003, p. 3-33.

²⁰¹ Mario Baroni, « Groupes sociaux et goûts musicaux » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p. 1162.

CONCLUSION

Cette mémoire a eu pour objectif de répondre à notre question de recherche qui est la suivante : Est-ce que la musique dans la société de consommation fonction comme un fil conducteur face à la crise identitaire des individus ?

Pour faire une conclusion, nous allons commencer par l'analyse de nos hypothèses. : Pour notre hypothèse principale, « les individus créent des stratégies identitaires dans toutes leurs subjectivités qui se cristallisent bien à travers leurs pratiques d'écoute musicale avec des casques audio. Ils créent ainsi une politique spatio-temporelle individuelle. Dans cette construction de la réalité sociale passant par un isolement, la musique en tant qu'un élément social, intensifie le sentiment d'existence et d'unité grâce à son rythme et pulsion. » nous nous sommes concentré plutôt sur des études qui accentuent la dimension socio-économique de condition sociale actuelle. Nous avons suivi la lignée conceptuelle des œuvres des grands théoriciens contemporains comme Bell, Touraine, Baudrillard, Giddens et Lipovetsky, afin de comprendre la société dans laquelle nous vivons. Ce que nous avons obtenu à partir de notre terrain est que la pratique d'écoute musicale avec des casques offre une nouvelle sorte de sociabilité plus qu'un isolement. Les individus réalisent cette pratique en dépendant du regard d'autrui. La définition du soi se fait par rapport aux autres et la musique rend possible à percevoir les représentations sociales du soi et de l'autre.

Concernant nos autres hypothèses, « la pratique d'écoute musicale avec des casques est bien observable chez les jeunes de toutes couches », nous pouvons dire que oui, c'est juste, ce qui se distingue sont plutôt les supports techniques utilisé. Nous avons préféré à utiliser le terme « couche sociale » au lieu de « classe sociale » car concernant la musique, les classes ne sont plus de signes dans l'analyse des goûts. La musique populaire domine presque partout. A propos de nos lectures et de notre observation dans le terrain, nous pouvons dire qu'il s'agit d'un glissement des frontières entre la haute culture et la culture populaire, car le marché musical est envahi par l'industrie culturelle. Grâce aux mass media, la standardisation culturelle s'adresse à une grande majorité de couches sociales. Donc, le capitalisme culturel s'émerge à

travers l'industrie culturelle et nous sommes face à la marchandisation des pièces musicales qui nous fait poser des questions sur la crise de l'art. Pourtant, dans le champ artistique, l'hybridation culturelle est bien remarquable. La musique, la plus répandue d'aujourd'hui, par rapport à nos résultats est le pop. La raison pour cela est liée au fait que ce genre musical a un rythme répétitif et les auditeurs sont satisfaits de cette familiarité. La musique fonctionne comme un accompagnateur de la vie quotidienne, car elle est partout. En plus, cela s'explique par l'idéologie du marché.

Nous avons ainsi justifié notre autre hypothèse concernant l'omniprésence de la musique, afin de combler le vide et l'ennui d'être. Pour la plupart de nos interviewés, la musique est une nécessité dans l'espace public, aussi bien que dans l'espace privé. La présence de la musique dans l'espace public élimine le bruit extérieur, l'ennui d'être, procure le plaisir et l'énergie aux individus pour supporter la vitesse de la vie quotidienne. Les individus possèdent l'incapacité de management du temps s'ils n'écoutent pas de la musique.

En plus, la musique procure un plaisir immédiat aux auditeurs, car elle crée un moment distant du quotidien. Une autre justification basée sur la pratique d'écoute musicale avec des casques, est que les individus créent un espace micro à travers la musique. A partir de notre recherche, nous avons souligné les caractéristiques du temps postmoderne, ce qui fait de lui une entité il est fluide, liquide et fragmenté. L'espace est en mouvement et le temps en est un produit social. Dans ce moment, grâce à la musique, les auditeurs créent un espace individuel par la spatialisation des éléments sonores. La musique sert donc à faire sortir les gens de la réalité sociale. Puis, elle élimine la fragmentation à un certain degré par sa continuité.

D'autre part, nos entretiens approfondis nous ont bien montré que la musique est un moyen pour la définition du soi, ainsi que la construction de l'identité en réalité physique et virtuelle. Toute au long de notre recherche, nous avons observé que les personnes entrent dans une interaction non-verbale avec la musique. Les personnes font expérience des divers états d'émotions par les rythmes et les paroles de la musique. L'attribution du sens à la musique et l'interprétation d'une œuvre musicale se fait à partir des pensées et les imaginations de l'individu. Donc, les individus s'identifient avec les paroles et leur propre vécu. Nous pouvons dire que la pratique d'écoute musicale n'est pas une activité passive. Elle a un sens caché qui influence la manière d'existence des individus. Nous avons obtenu le résultat que les individus

préfèrent écouter de la musique par les casques audio au lieu d'aller aux concerts, ce qui nous montre bien la transformation dans la société contemporaine. Elle est devenue une activité plutôt individuelle.

Un autre résultat marquant est le partage de la musique. En faisant le lien avec la stratégie identitaire, nous avons bien observé que la définition et l'invention du soi se réalise à travers le regard de l'autrui à l'ère de l'information. Ce qui est propre à notre société contemporaine est que nous avons la possibilité d'accès aux réflexions immédiatement. Pour nos interviewés, les commentaires et les « likes » de l'autre sont des signes de leurs caractéristiques et du goût musical. Et la plupart agissent selon le public qu'ils ont devant eux, ce qui justifie nos arguments concernant les caractéristiques de l'individu contemporain, narcissique et en même temps fatigué d'être soi à cause du souci de performance.

En outre, dans nos entretiens approfondis nous sommes interrogés les modes de consommation à travers la musique. Nous avons bien vu que les personnes n'achètent pratiquement plus de CDs. Ils préfèrent télécharger la musique en ligne qui nous montre la marchandisation de l'œuvre musicale selon les règles de l'économie mondiale. La mondialisation de la culture et en conséquence celle des réseaux sociaux, efface les barrières entre les auditoires venant de couches différentes. Le moyen de distinction, donc le signe de différence est plutôt les supports techniques. Les réponses de nos interviewés vérifient la réalité de la société post-industrielle concernant la priorité de la valeur symbolique au lieu de la valeur d'usage.

Pour conclure, nous avons essayé de répondre à notre problématique d'une façon limitée. Ce que nous avons obtenu comme résultat de notre terrain ne sont pas forcément des réponses concrètes. En partant d'un fait social et culturel, nous avons eu la possibilité de trouver des réponses à plusieurs questions. Notre point de départ, donc nos observations et nos hypothèses reflètent à la fin, une bonne partie de la réalité sociale. Au final, notre travail nous a permis de comprendre la fonction de la musique dans la vie sociale

BIBLIOGRAPHIE

LIVRES :

Adorno W. Théodore, **Introduction à la sociologie de la musique**, Genève : Contrechamps, 1994b, p.224.

Adorno, W. Théodore , **Essays on Music**, traduite par Susan H. Gillespie, California : University of California Press, 2002, p. 113.

Attali, Jacques, **Gürültüden müziğe: Müziğin ekonomi politiği üzerine**, İstanbul : Ayrıntı, 2001.

Baudrillard, Jean, **La société de consommation**, Paris : Denoël, 1970.

Bell, Daniel, **Vers la société post-industrielle**, Paris : Robert Laffront, 1976.

Bell, David, Joanne Hollows, **Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste**, Berkshire: Open University Press, 2005.

Blumer, Herbert, **Symbolic interactionism, Perspective and method**, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1969.

Boltanski, Luc, **Le Nouvel Esprit du Capitalisme**, Paris : Gallimard, 1999.

Boltanski, Luc et Laurent Thevenot, **De la justification : Les économies de Grandeur**, Paris : Gallimard, 1991.

Boutillier, Sophie, **Travailler au 21. Siecle, Nouveaux Modes d'Organisation du Travail**, Bruxelles: De Boeck, 2006.

Bourdieu, Pierre, **Distinction: Critique sociale du jugement**, Paris: Editions de Minuit, 1979.

Jean-François Braun, « Sociologie des musiques populaires », Philippe LeGuern, Simon Frith (dir.), dans **Volume!** , 2009, pp. 291-299.

Chaubet, François, **La mondialisation culturelle**, Paris : P.U.F, Que sais-je?, 2013.

Craib, Ian, **Experiencing Identity**, London : Sage, 1998.

De Bawr, Alexandrine Sophie, **Histoire de la Musique**, Nabu Press, 2012.

De Nora, Tia **Music in Everyday Life**, Cambridge : Cambridge University Press, 2000.

De Villanova, Roselyn, Genevieve Vermes: **Le métissage interculturel: créativité dans les relations inégalitaires**, Paris : L'Harmattan, 2005.

Dubar, Claude, **La crise des identités**, Paris : PUF, Collection : Le lien social, 2000.

Ehrenberg, Alain, **La fatigue d'être soi: Dépression et société**, Paris : Odile Jacob, 1998,

Ehrenberg, Alain, **L'individu incertain**, Paris : Hachette, 1999.

Elias, Norbert, **Du Temps**, traduit par Michèle Hulin, Fayard, 1996.

Ellul, Jacques, **Le bluff technologiques**, Paris: Hachette, 1998.

Erol, Ayhan, **Popüler Müziği Anlamak**, İstanbul :Bağlam, 2002.

Giddens, Anthony, **La Constitution de la société- Eléments de la théorie de la structuration**, Paris : PUF, 1987.

Goffman, Erving, **La mise en scène de la vie quotidienne**, Paris : Editions de Minuit, Collection : Le sens Commun, 1973

Goffman, Erving, **La Mise en scène de la vie quotidienne**, Paris : Minuit, 1984.

Güngör, Nazife, **Sosyokültürel açıdan arabesk müzik**, İstanbul : Bilgi, 1990.

Habermas, Jürgen, **L'espace public**. Traduit par Marc B. de Launey, 17. Edition., Paris: Payot, 1992.

Haney, William, **Culture and Consciousness**, London : Associated University Press, 2012.

Harvey, David, **The Condition of Postmodernity**, Oxford: Blackwell, 1990.

Jodolet, Denise, Jean Viet, Philippe Besnard, **La Psychologie Sociale**, Paris-La Haye : Mouton, 1970.

J. Watts, Duncan, Six Degrees: **The Science of a Connected Age**, W.W Norton & Company, 2003.

Junge, Matthias, **Kultursoziologie : Eine Einführung in die Theorien**, Berlin : UTB, 2009.

Koechlin, Charles, **Esthétique et Langage Musicale**, Sprimont: Mardaga, 2006.

Kaufmann, Jean-Claude, **L'invention de soi- une théorie d'identité**, Paris : Armand Colin, 2004.

Lafortune, Jean-Marie, **Introduction aux analyses sociologiques du temps hors travail: Fondements théoriques et enjeux sociaux du temps libre, du loisir, du jeu et du sport**, Canada : Presses de l'Université de Quebec, 2004.

Leger, Robert, **Ecrire une Chanson**, Montreal : Quebec Amerique, 2007.

Lipovetsky, Gilles, **L'ère du vide**: Essais sur l'individualisme contemporain, Paris : Gallimard, 1989, p. 58.

J. Martin, Peter, **Sounds and Society: Themes in the Sociology of Music**, Manchester University Press, 1995.

Marx, Karl, Friedrich Engels, **Manifeste du Parti Communiste**, 1848.

Mead, George Herbert , **L'esprit, le soi et la société**, traduit de l'anglais par Jean Gazenneuve, Eugène Kaelin et Georges Thibault, Paris : PUF, 1963.

Moreau Defarges, Philippe Moreau, **Mondialisation- Que sais-je?**, Paris : Presses universitaires de France (PUF), 1997.

Morin, Edgar, **L'esprit du temps**, Paris : Grasset, 1962.

Mercure, Daniel, **Les temporalités sociales**, Paris : L'Harmattan, Collection : Logiques Sociales, Séries : Théories sociologiques, 1995.

Ossowski, Stanislaw, **Class Structure in the Social Consciousness**, London: Routledge, 1998.

Özbek, Meral, **Popüler kültür ve orhan Gencebay arabeski**, İstanbul :İletişim, 2013.

Ricard, Bertrand, **La fracture musicale: Les musiques populaires à l'ère du populisme de marché**; Paris: L'Harmattan, 2006.

Robertson, Roland **Globalisation, Social Theory and Global culture**, London : Sage, 1992.

Rousseau, Jean Jacques **Musique**, Michigan State University, 1839.

Silbermann, Alphons, **Les Principes de la Sociologie de la Musique**, Librairie Droz, Geneve, Paris, 1968.

Simmel, Georg, **Philosophische Kultur : Über das Abenteuer, die Geschlechter und die Krise der Moderne, Gesammelte Essays**. Berlin: Wagenbach 1983.

Sophie de Bawr, Alexandrine, **Histoire de la Musique**, Nabu Press, 2012.

Soja Edward W. Soja, **Postmodern Geographies**, London :Verson, p. 129.

Taylor, Charles, **Les sources du moi: La formation de l'identité moderne**, Paris : Le Seuil, 1999.

Tenzer, Michael, John Roeder, **Analytical and Cross-Cultural Studies in Worldmusic**, New York : Oxford University Press, 2011.

Tomlinson, John, **Küreselleşme ve Kültür**, İstanbul : Ayrıntı, 2004.

Touraine, Alain, **La Societe post-industrielle**, Paris : Denoël, 1969.

Uras, Güngör, **Ekonomi'de Özalp yıllar**, İstanbul : Afa, 1993.

Weber, Max, **Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus** von Dirk Kaisler, München : Beck, 2006.

ARTICLES :

Adorno, Théodore W., « L'industrie culturelle » dans **Communications**, Numéro : 3, 1964. pp. 12-18.

Alexandre, Coutant et Stenger, Thomas, « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques », Les Enjeux de l'information et de la communication, dans **Volume!** , 2010, pp. 45-64.

Amin, Ash, « Post-Fordism: Models, Fantasies and Phantoms of Transition in Post-Fordism », Oxford: Blackwell, 1994, pp. 1-37.

Aubert, Nicole, « L'urgence, symptôme de l'hypermodernité : De la quête de sens à la recherche de sensations », dans **Communication et organisation**, Numéro: 29 , 2006, pp. 11-21.

Baroni, Marco, « Groupes sociaux et goûts musicaux » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, pp. 1147-1165.

Bellevance, Guy, Valex, Myrtille, De Verdalle, Laure « Distinction, omnivorisme et dissonance : la sociologie du goût entre démarches quantitative et qualitative », dans **Sociologie de l'Art**, Numéro :2, 2006, pp. 125-143.

Boran, Behice Sadık , « Köylerin Şehirleşmesi: Ova Köyleri » **Toplumsal Yapı Araştırmaları** (İki Köy Çeşidinin Mukayeseli Tetkiki), İstanbul : Sarmal, 1992, pp.219-248.

Bourdieu, Pierre, « Le capital social » dans **Actes de la recherche en sciences sociales**, Vol. 31, 1980, pp. 2-3.

Bourdieu, Pierre, « La distinction », dans **100 Fiches de Lecture : Pensée sociologique, 20. Siècle**, pp. 92-100.

Bourdieu, Pierre, « Les trois états du capital culturel » dans **Actes de la recherche en sciences sociales**, Vol. 30, 1979, L'institution scolaire, pp. 3-6.

Braun, Jean-François, « Sociologie des musiques populaires », Philippe LeGuern, Simon Frith (dir.), dans **Volume!** , 6 :1-2, 2009, pp. 291-299.

Calas, Frédéric, « Michel Lussault, *De la lutte des classes à la lutte des places* », dans **Revue internationale d'éducation de Sèvres**, 53, 2010, pp. 19-21.

Chaney, Damien, « Le concept d'appropriation: une application au domaine de la musique enregistrée », dans **Actes de 6, Journée normandes de recherche sur la consommation: Société et consommation**, Groupe ESC ROUEN, 2007.

Coulangeon, Philippe, « La stratification sociale des goûts musicaux », dans **Revue française de Sociologie** , Vol. 44, 1/2003, p. 3-33.

David, Hesmondhalgh , « Musique, émotion et individualisation », dans **Réseaux**, 2007, pp. 203-230.

Defrance, Yves, « Distinction et identités musicales, une partition concertante », et Nathalie Fernando, « La construction paramétrique de l'identité musicale », dans **Cahiers d'ethnomusicologie**, 2007, pp. 9-27 et pp. 39-66.

Eco, Umberto, « La chanson de consommation » dans **Communications**, 6, Chansons et disques. 1965, pp. 20-33.

Elingsen, Anne, « İbrahim Tatlıses and the popular music genre in Turkey », dans **Studia musicologica norvegica**, Oslo : Scandinavian University Press, 1997, pp.65-74.

Ergur, Ali, Yiğit Aydın, « Patterns of modernisation in Turkish music as indicator of a changing society », dans **Musicae Scientiae**, Special Issue 2005-2006, 89-108.

Éric, Macé, « Sociologie de la culture de masse : Avatars du social et vertigo de la méthode », dans **Cahiers internationaux de Sociologie**, Numéro : 112, 2002, pp. 45-62

Escal, Françoise, « Les compositeurs et ses modelés », Paris :PUF, 1984, p.6 citée par Anne Marie Green, **De la musique en sociologie**, Paris : L'Harmattan,, 2006, p. 202.

Escande-Gauquié Pauline, Vermoesen Noémie, «Critique de la culture et musiques populaires enregistrées» , dans **Volume !** 1/2014 (10:2) , p. 218-220

Fabbri, Franco, « La Chanson » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, pp. 674-694.

Françoise, Collin, « Du privé et du public » dans Les Cahiers du GRIF, N. 33, 1986, pp. 47-68.

Frith, Simon , « Copyright and the music business » dans **Popular Music**, Vol.7, Cambridge, University Press, 1988, pp.57-75.

Frith, Simon, « L'industrialisation de la musique et le problème de la valeur » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, pp. 1132-1144.

Garton L., Mercanti-Guerin, Maria, « Facebook, un nouvel outil de campagne : Analyse des réseaux sociaux et marketing politique », dans **La Revue des Sciences de Gestion**, 2010, pp. 17-28.

Georges, Friedmann, « Réflexions finales. Culture supérieure et culture de masse », dans **Communications**, Numéro : 5, 1965, pp. 5-51.

Granjon, Fabien, Lelong, Benoit « Capital social, stratifications et Technologies de l'information et de communication », dans **Réseaux**, 2006, La Découverte, pp. 147-181.

Gilles, Lipovetsky, « Narcisse ou la stratégie du vide », dans **Réseaux**, Paris : Gallimard, 1986, Volume 4, Numéro : 6, pp. 7-4.

Hains, Jacques, « Du rouleau de cire au disque compact », dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, pp.901-936.

Hedoux, Jacques, Dubar, Claude « La crise des identités. L'interprétation d'une mutation » dans **Revue française de pédagogie**, Volume 139, 2002, Dispositifs, pratiques, interactions pédagogiques: approches sociologiques. pp. 158-162.

Hennion, Antoine, « La musique s'écoute-t-elle ? », LE QUEAU Ph. 20 ans de sociologie de l'art : ' bilan et perspectives, Tome 1, Paris : L'Harmattan, 2007, pp.291-301, 2007.

Hochschild, Arlie Russell « Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure » , dans **American Journal of Sociology**, Vol. 85, No. 3,1979, pp. 551-575

İnsel, Ahmet, « Türkiye'de Burjuvazinin Serüveni », dans **Görüş Dergisi**, Tüsiad, Numéro: 76, 2012, p.14-18.

Kaya, Yakup « Erken Cumhuriyet Döneminde Kökten modernleşmenin bir göstergesi olarak musiki inkılabı »; dans **History Studies**, 2012, p.279-298.

Kıray Mübeccel B. Kıray, « Toplumsal Değişme ve Türkiye » « Türk Toplumunda Yapısal Değişme »: **Toplumsal Yapı, Toplumsal Değişme**, İstanbul : Bağlam, 1999, pp.312-341. (Orig : tampon mekanizma)

Kolluoğlu, Poyraz « Türk Müzik Devriminden Popüler Kültür Müziğine çokseslilik gündüşleri: Türk Müzik inkılabından garbiyatçı endişeler ve fantaziler », Queens University, 2013.

Lambeau, Céline, « Communication musicale » ? Construire la musique comme objet pour les SIC », dans **Études de communication** ,2010, pp.135-145.

Laure, Ferrand, «Les approches des cultural studies et de Simon Frith. Des subcultures à la musique comme accompagnateur du quotidien », dans **Sociétés**, 2012, pp. 35-45.

Lipovestsky, Gilles, « Narcisse ou la stratégie du vide », dans **Réseaux**, Paris : Gallimard, 1986, Volume 4, Numéro : 6, pp. 7-4.

Marconi, Luca, « Muzak, Jingles et Videoclips » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, pp. 807-827.

Mardin, Şerif, « Center and periphery relations : A key to Turkish politics ?, **Daedalus**, Vol.102, Winter, 1973, pp. 169-190.

Marseille, Jacques « Six questions sur le capitalisme? » dans **L'Histoire**, 2006/10, pp. 89-89.

Martin, Denis-Constant , « Auprès de ma blonde... », dans **Musique et identité : Revue française de science politique**, Vol. 62, 2012, pp. 21-43.

Menger, Pierre-Michel Menger, « Ya-t-il une sociologie possible de l'œuvre musicale ? Adorna et au-delà », PUF, dans **L'Année sociologique**, Vol. 60, Numéro :2, 2010, pp. 331-360.

Ogien, Albert, « La décomposition du sujet » dans **Le parler frais d'Erving Goffman**, Paris :Minuit, 1989.

Olivier, Dominique, « Les musiques actuelles: Individualisme contemporain » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, pp. 1335-1344.

Parentau, Danic, « Diversité culturelle et mondialisation », dans **Politique et Société**, Vol.26, Numéro 1, 2007, p.133-145.

Pascal, Cristofoli, « Aux sources des grands réseaux d'interactions » Retour sur quelques propriétés déterminantes des réseaux sociaux issus de corpus documentaires, dans **Réseaux**, 2008, pp. 21-58.

Pauline Escande-Gauquié , Vermoesen Noémie, « Critique de la culture et musiques populaires enregistrées » , dans **Volume !** 1/2014, p. 218-220.

Picon, Dorothée, « Du bon usage de la mondialisation », **Sciences humaines**, 2006/4, Numéro : 170, p.35.

Poyraz Kolluoğlu, Poyraz « Türk Müzik Devriminden Popüler Kültür Müziğine çokseslilik gündüşleri: Türk Müzik inkılabından garbiyatçı endişeler ve fantaziler », Montreal : Queens University, 2013, p.4.

Robertson, Roland, « Glocalisation : Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity » dans **Global Modernities**, ed. Mike Featherstone, Scott Lash and Roland Robertson, London : SAGE Publication, 1995, p. 28.

Rocher, Guy, « Culture, civilisation et idéologie », **Introduction à la Sociologie Générale**, Montréal: Hurtubise HMH ltée, 1992, 3^{ième} Edition, Première partie: L'action Sociale, chapitre IV, pp. 101-127.

Schafer, R. Murray, « Musique/Non-musique: Intersections » dans **Musiques: Une encyclopédie pour le 21. Siècle, I, Musique du 20. Siècle** sous la direction de Jean-Jacques Nattiez, Actes Sud, 2003, p. 1189-1200.

Simioni, Olivier, « Un nouvel esprit pour le capitalisme: la société de l'information ? », **Revue européenne des sciences sociales**, XL-123, 2002, pp.75-90.

Soja, Edward W., « Six discours on the postmetropolis » dans **The Blackwell City Reader**, (edit) Gary Bridge, Sophie Watson, Oxford: Blackwell, pp. 374-382.

Supičič, Ivo « Les fonctions sociales de la musique », dans **Musique et société**, Hommages à Robert Wangermée, Bruxelles, Université de Bruxelles, 1988, pp.173-182.

Teruggi, Daniel, « Ecouter la musique », Firenze : Firenze University Press, 2010, pp. 45-57.

Tohumcu, Ahmet, « Türk Makam Müziğinde Değişimin Değişmeyi : Hicaz Makamı Örneklemi dans **Müzik ve Kültürel Doku** , **Uluslararası Müzik Araştırmaları Sempozyumu**, Trabzon, 2012, pp. 37-53.

Weissenberg, Luc, « Jérôme Cler : Musiques de Turquie », dans **Cahiers d'ethnomusicologie**, Numéro : 13, 2001, pp. 236-242.

Yavuz, Şengül « Antonio Gramsci'nin Felsefesi ve Eleştirel Tutumu », **İlim Dünyası** Numéro : 2, 2011, pp. 12-16.

Zavalloni, Marisa, « L'identité psychosociale, un concept à la recherche d'une science » dans **Moscovici**, Paris : Traité de psychologie sociale, Larousse, 1978, pp. 245-265.

SOURCES ELECTRONIQUES:

Arendt, Hannah « The Public and the private realm » dans *The Human Condition*, Chapter 2, p.6, voir: <http://frontdeskapparatus.com/files/arendt.pdf>, site consulté dernièrement en avril 2015.

Arslan, Savaş, « Hollywood alla Turca: A history of popular cinema in Turkey », Ohio State University, 2005, voir : <https://etd.ohiolink.edu/>, site consulté dernièrement en octobre 2014.

Başlar, Gülşah, « Yeni Medyanın Gelişimi ve Dijitalleşen Kapitalizm », <http://ab.org.tr/ab13/bildiri/247.pdf>, site consulté dernièrement en octobre 2014.

Baudrillard, Jean, « Le meurtre de la réalité », Interview with Telerama Magazine, Interviewer: Antoine Perraud, dans **International Journal of Baudrillard Studies**, Vol.5, Numéro 1, 2008, voir: http://www.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol5_1/v5-1-article4-perraud.html, site consulté dernièrement en mars 2015.

Beken, Münir Nurettin, « Aesthetics and Artistic criticism at the Turkish Gazino », 1998, voir : http://www.umbc.edu/MA/index/number8/gazino/bek_00.htm site consulté dernièrement en octobre 2014.

Çelik, Adnan « Türkiye'de Gençlik Politikaları Bütüncül Bir Yaklaşım », p.10, voir : <http://ehess.academia.edu/Adnan%C3%87EL%C4%B0K> site consulté dernièrement en janvier 2015.

David, Sylvain « La musique: Sociologie d'un art non conceptuel », ouvrage recensé **De la musique en sociologie** Anne Marie Green, L'Harmattan, « Logiques Sociales » série « Musique et Champ social », 225 p. voir:

<http://www.erudit.org/culture/spirale1048177/spirale1061713/16750ac.pdf>, site consulté dernièrement en mars 2015.

Drugus, Liviu, « Experienced Based Management- A post/trans/modern vision », Romania: George Bacovia University, [http://www.ugb.ro/etc/etc2009no2/s0104%20\(2\).pdf](http://www.ugb.ro/etc/etc2009no2/s0104%20(2).pdf) site consulté en février 2015.

Durkheim, Emile, **Les formes elementaires de la vie religieuse** dans le cadre de: « Les classiques des sciences sociales » Une bibliothèque numérique fondée et dirigée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi voir: <http://classiques.ugac.ca/> site consulté dernièrement en avril 2015.

Frith, Simon, « Copyright and the music business » dans **Popular Music**, Vol.7, Cambridge, University Press, 1988, pp.57-75.¹ Emmanuel Molinet, « L'hybridation : un processus décisif dans le champ des arts plastiques » voir : <http://leportique.revues.org/851#quotation> site consulté dernièrement en février 2015.

Emmanuel Molinet, « L'hybridation : un processus décisif dans le champ des arts plastiques » voir : <http://leportique.revues.org/851#quotation> site consulté dernièrement en février 2015.

G. Sheridan, Jennifer, Nick Bryan-Kinns, Stuart Reeves, Joe Marshall, and Giles Lane « Graffito: crowd-based performative interaction at festival », <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1979725>, site consulté dernièrement en mai 2015.

Giddens, Anthony, La théorie de Structuration, voir : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/anthony-giddens/1-la-theorie-de-la-structuration/> , site consulté dernièrement en mars 2015.

Guedj, Julien, Antoine Heimann, « Sociologie politique du rap français : nouvelle approche du mouvement rap », voir : <http://heimann.antoine.free.fr/> site consulté dernièrement en février 2015.

Joseph Delaplace, Olga Moll, « Musique et inconscient », Filigrane, Numéro : 6, 2007, voir : <http://revues.mshparisnord.org/filigrane/index.php?id=19> site consulté dernièrement en mars 2015.

Harold Dwight Laswell, voir: <http://www.cndp.fr/savoirscdi/societe-de-linformation/le-monde-du-livre-et-de-la-presse/histoire-du-livre-et-de-la-documentation/biographies/harold-dwight-laswell-1902-1978.html>

Marx, Karl **Le Capital**, Livre I, Section I: Marchandise et Monnaie, 1867, voir: <https://www.marxists.org/francais/marx/works/1867/Capital-I/kmcapI-I-1.htm>, site consulté dernièrement en mars 2015.

Marx, Engels, **Manifeste du Part Communiste** voir : <https://www.marxists.org/francais/marx/works/1847/00/kmfe18470000a.htm>, site consulté dernièrement en avril 2015.

Mantran, Robert, « Tanzimat », voir : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/tanzimat/> site consulté dernièrement en septembre 2014

Mattelart, Tristan, « Enjeux intellectuels de la diversité culturelle » dans **Culture Prospective**, Numéro: 2, 2009, voir: <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/2008/pdf/cp-2009-2.pdf>, site consulté dernièrement en mars 2015.

S. Gül, Bekir, İbrahim Dalmış, Nur Kırmızıdağ, Zafer Çelik, Nevfel Boz, « Türkiye'nin Gençlik Profili », Ankara : Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), 2012, voir : http://www.gsb.gov.tr/content/files/turkiyenin_genclik_profili_web.pdf site consulté dernièrement en février 2015.

Stiegler, Bernard, « Le consumérisme a atteint ses limites », voir : <http://www.latribune.fr/actualites/economie/france/20090723trib000402565/bernard-stiegler-le-consumerisme-a-atteint-ses-limites.html>, site consulté dernièrement en février 2015.

İstanbul Bilgi Üniversitesi Gençlik Çalışma Birimi Araştırma Raporu, No: 2, 2007, voir : <http://arsiv.setav.org/ups/dosya/10409.pdf> site consulté dernièrement en février 2015.

Co-opetition est un néologisme depuis 1980s qui est le mélange de deux mots : cooperative + competition voir :

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/coopetition>, site consulté dernièrement en mars 2015.

Centre nationale de la Recherche Scientifique, « Le capitalisme cognitif comme sortie de la crise du capitalisme industriel » voir :

http://vadeker.org/humanite/prospective/capitalisme_cognitif/le_capitalisme_cognitif_comme_sortie_de_la_crise_du_capitalisme_industriel.pdf site consulté dernièrement en janvier 2015.

Hybridation : Musique voir : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/hybridation-musique/>, site consulté dernièrement en février 2014.

Hybridization :

<http://www.frw.rug.nl/persons/groote/cursus/global%20village/websites/0708/music/hybridization.htm> site consulté dernièrement en juin 2015.

L'arrangement voir :

<http://www.larousse.fr/archives/rechercher?q=arrangemen&base=musique>, site consulté dernièrement en mars 2015.

La singularité de la perception du temps, voir : www.psy-luxeuil.fr site consulté dernièrement en avril 2015.

Définition de classe sociale voir : <https://www.marxists.org/glossary/terms/c/l.htm>, site consulté dernièrement en avril 2015.

L'enregistrement numérique voir :

<http://blog.bnf.fr/voix/index.php/2009/06/18/enregistrement-numerique/>, site consulté dernièrement en avril 2015.

« De Polygram Filmed Entertainment à Vivendi Universal : l'impossible constitution d'une "major européenne" » voir :

http://fabrice.rochelandet.free.fr/rochelandet_2002_1.pdf, site consulté dernièrement en avril 2015.

Les Muses, voir : <http://mythologica.fr/grec/muses1.htm>, site consulté dernièrement en avril 2015.

What is silent disco all about anyway? voir: <http://silentdis.co/silent-disco/> site consulté dernièrement en septembre 2014.

Rencontres Internati, Le futur de l'autorité: textes de conférences et de débats, Age d'Homme, 2006, p. 103, http://www.rencontres-int-geneve.ch/volumes_pdf/rig40.pdf site consulté dernièrement en février 2015.

Müzikte Globalleşmeye bir bakış: <http://www.musikidergisi.net/?p=621>, site consulté dernièrement en juin 2015.

Musique et Société, voir : <http://paula.and.boa.free.fr/musicologie.html>, site consulté dernièrement en avril 2015.

Music in the World :
<https://blogs.longwood.edu/musicintheworld/2012/04/27/classic-indian-musics-influence-on-george-harrison-and-the-beatles/>, site consulté dernièrement en juin 2015.

Les théories de l'identité personnelle, voir:
<http://www.yrub.com/psycho/psyid03.htm>, site consulté dernièrement en octobre 2014.

Türkü: <http://www.turkuler.com/thm/thm.asp>, site consulté dernièrement en septembre 2014

World Music: <http://global.britannica.com/EBchecked/topic/648600/world-music>, site consulté dernièrement en juin 2015.

ANNEX

1. GUIDE D'ENTRETIEN:

1. Questions démographiques (Age, Education, Profession, Revenu, Habitation)
2. Questions concernant la vie privée, Temps de loisir, Qu'est-ce qu'ils font...
3. Expérience musicale
 - 3.1. Faire de la musique ?
 - 3.2. Pratique d'écoute ?
 - Aller aux concerts
 - Pratique individuelle- avec des casques
 - MP3/ Play List ? Téléphone portable/ Radio ?
 - Acheter CDs ? Download ?
 - Ecouter de la musique dans l'espace public (bus, bateaux) ou dans l'espace privée (chez soi) ?
 - Ecouter de la musique ?
4. Quel type de musique ? Musique populaire ? Musique sérieuse ? Comment définit-il/elle les genres musicaux ?
5. A quoi sert la musique dans sa vie ? Quels modes d'utilité en extrait-il/elle ?
 - 5.1. Musique comme divertissement/ activité dans le temps de loisir
 - 5.2. Musique comme une marchandise à consommer : Achète-t-il/elle de la musique ?
 - 5.3. Musique comme une nécessité (aspect existentialiste/ fil conducteur/ fragmentation) : Sens de la vie ? Accompagnatrice de la vie ?
 - 5.4 Musique comme un moyen de socialisation : Comment serve-t-elle de catalyseur dans le processus de socialisation ? Partages, écoutes collectives, danses ?
6. Les supports techniques et consommation des moyens technologiques

7. Création de la stratégie identitaire : Comment use-t-il/elle la musique pour créer des moyens d'expression de soi ?

8. Musique comme un moyen d'isolation ou resocialisation?

2. DISPERSION DES INTERVIEWEES

SEXE	AGE (20-25)	PROFESSION
COUCHE MOYEN –SUPERIEURE		
Femme	25	Architecte
Femme	24	Responsable des clients
Femme	21	Etudiante
Femme	22	Etudiante
Femme	22	Etudiante
Femme	23	Etudiante
COUCHE INFERIEURE		
Femme	21	Manucure
Femme	21	Etudiante
Femme	22	Vétérinaire
Femme	25	Secrétaire
SEXE	AGE (15-19)	PROFESSION
COUCHE MOYEN SUPERIEURE		
Femme	18	Lycéenne
Femme	17	Lycéenne
Femme	17	Lycéenne
Femme	17	Lycéenne
COUCHE INFERIEURE		
Femme	16	Lycéenne
Femme	17	Lycéenne
Femme	17	Lycéenne
Femme	17	Lycéenne
SEXE	AGE (20-25)	PROFESSION
COUCHE MOYEN –SUPERIEURE		
Homme	25	Expert-Comptable
Homme	24	Expert de Finance
Homme	25	Etudiante
Homme	22	Etudiante

Homme	25	Etudiante
Homme	22	Etudiante
Homme	25	Responsable de Clients
Homme	25	Propriétaire d'une firme
COUCHE INFERIEURE		
Homme	25	Coiffeur
Homme	21	Etudiante
Homme	21	Etudiante
Homme	24	Commis
Homme	22	Etudiant
Homme	22	Etudiant
SEXE	AGE (15-19)	PROFESSION
COUCHE MOYEN SUPERIEURE		
Homme	19	Etudiant
Homme	18	Lycéen
Homme	18	Lycéen
COUCHE INFERIEURE		
Homme	18	Commis
Homme	15	Footballeur
Homme	18	Commis d'Epicerie
Homme	18	Etudiant
Homme	17	Etudiant

3. SILENT DISCO (Rock'n Coke 2014)



4. BIOGRAPHIE

Née en 1988 à İstanbul. Étudiée dans le lycée autrichien. Après avoir terminée ses études secondaires en Sankt Georg Kolleg en 2007, elle a étudié la science politique et administration publique dans l'université de Marmara. Elle est participée au programme d'Erasmus et étudiée dans l'université de Sciences Po Paris dans l'année universitaire 2010-2011. Après avoir été diplômée de l'université de Marmara en 2012, elle a fait master dans le domaine de la sociologie dans l'université de Galatasaray. Elle est diplômée de l'université de Galatasaray en 2015.

TEZ ONAY SAYFASI

Üniversite	GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
Enstitü	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Adı Soyadı	İDİL GÜNEY
Tez Başlığı	Les Pratiques d'Ecoute Musicale des Jeunes en tant que Strategies Identitaires: Une Etude Sociologique à İstanbul
Savunma Tarihi	26.05.2015
Danışmanı	Prof.Dr. ALİ ERGUR

JÜRİ ÜYELERİ

Ünvanı, Adı, Soyadı
Prof. Dr. ALİ ERGUR
Doç. Dr. CEM ÖZATALAY
Yrd. Doç. AHMET ALTINEL

İmza
Ali Ergur
Cem Özatalay
Ahmet Altinel

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. M. Yaman ÖZTEK