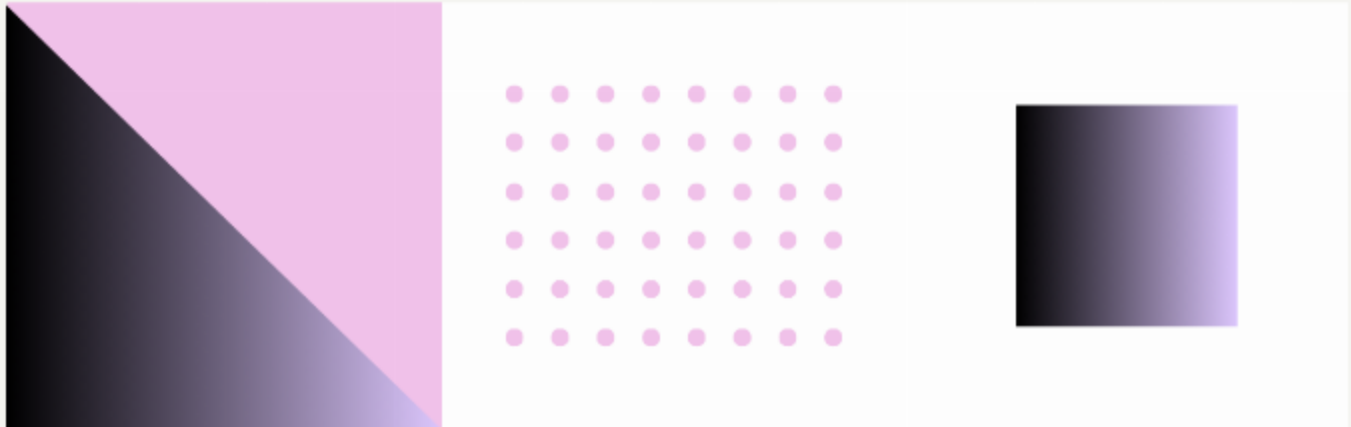




L'analyse sociologique des goûts musicaux : une question de différenciation sociale ?

À partir de l'ouvrage de Hervé Glevarec et Raphaël Nowak
*Les goûts musicaux des Français·es :
préférences, valeurs d'usages et compétences*

Molinero Stéphanie

Stéphanie Molinero est docteure en sociologie, chargée d'études et de recherche au Département des études de la prospective, des statistiques et de la documentation (DEPS) au Ministère de la Culture, maîtresse de conférences associée au département de Médiation culturelle de l'Université Sorbonne Nouvelle et membre du conseil scientifique du CNMlab.

À partir de l'ouvrage d'Hervé Glevarec et Raphaël Nowak, *Les goûts musicaux des Français·es. Préférences, valeurs d'usages et compétences*, Le bord de l'eau, Coll. «Documents», France, 2025, ISBN : 9782385191856, 240p.

1. Une sociologie de la différenciation des goûts musicaux

Les lecteurs et lectrices qui ne connaissent ni les précédents travaux d'Hervé Glevarec ni sa position spécifique dans le « champ[1] » universitaire pourraient être surpris par le ton vif et critique de certains passages de l'ouvrage, dirigé contre de nombreux sociologues.

Depuis une quinzaine d'années, Hervé Glevarec développe un modèle théorique d'explication des goûts en matière musicale, la tablature des goûts[2], qui forme le cadre global de ses travaux sur la musique. Dans cette tablature, il n'existe pas de hiérarchie entre les genres musicaux, surtout entre les genres musicaux dits populaires (variétés, rap, électro...) et les genres dits savants (musique classique, jazz...). Les goûts musicaux y sont structurés selon différents « positionnements socio-culturels » (d'âge et de génération en premier lieu).

Il s'agit donc d'une sociologie observant des différences de goûts, une sociologie de la différenciation sociale des goûts musicaux.

Elle s'oppose à la sociologie de la stratification sociale des goûts en matière culturelle, développée à partir des travaux de Pierre Bourdieu dans les années 1970 et qui reste aujourd'hui le modèle de référence de la sociologie de la culture en France. Ce modèle théorique considère que les positionnements sociaux de classe (la classe sociale), mesurés principalement par les niveaux de capitaux culturel et économique, sont explicatifs des goûts en matière culturelle (dont musicale). Il ne s'agit pas uniquement d'observer des différences de pratiques et de goûts entre des classes sociales, mais également de déceler les mécanismes de domination sociale, culturelle et symbolique qui s'y jouent. En effet, dans ce cadre de pensée, ce sont les goûts des classes les plus privilégiées qui sont socialement celles qui sont les plus reconnues, les plus valorisées[3]. Ce sont donc les classes sociales supérieures qui sont détentrices du « bon goût », celles qui présentent le goût « légitime », ou encore celui de la « distinction », pour reprendre le vocabulaire bourdieusien. Pour résumer les termes du débat, là où la sociologie de la stratification sociale voit des rapports de domination, la sociologie d'Hervé Glevarec voit des différences : « la musique ne sert pas à se distinguer (...). Elle sert à se différencier et elle aide à vivre » (p.15).

2. Défense du genre musical et montée des valeurs d'usage de la musique

Dans les deux premiers chapitres de l'ouvrage, les auteurs proposent une forme de plaidoyer en faveur du genre musical, consistant à expliquer en quoi le genre reste le niveau le plus pertinent dans l'étude de l'écoute musicale et des goûts et non le sous-genre, ni l'artiste ou le groupe de musique, ni l'œuvre, comme ont pu l'avancer d'autres recherches[4]. Malgré des frontières toujours mouvantes entre genres musicaux, le genre reste un savoir de base, une « catégorie d'entendement » (p.29) pour les individus. Il est l'élément permettant de diviser l'offre musicale en « catégories cohérentes qui regroupent des œuvres qui présentent des similitudes » (p.42).

Dans le chapitre suivant, les auteurs évoquent la « montée des valeurs d'usage de la musique », c'est-à-dire le fait d'écouter de la musique pour ses fonctions sociales, comme faire du sport, cuisiner, se déplacer, etc. Selon eux, les différents observateurs de la vie musicale, dont la vision demeure trop bourdieusienne et légitimiste, surévaluent injustement la valeur attribuée à la musique écoutée pour elle-même, dans le cadre d'une écoute « formelle et esthétique » (p.58).

Ils proposent une « théorie de la valeur d'usage contemporaine de la musique » (p.63), dans laquelle les processus d'individualisation et de subjectivation de l'écoute placeraient la musique comme « outil de pilotage des humeurs, des activités et des identités [...] où le sujet impose ses propres valeurs d'usage, souvent éloignées des hiérarchies culturelles traditionnelles » (p.77).

3. Les goûts musicaux

C'est dans la seconde partie de l'ouvrage que les auteurs déploient plus amplement les résultats des enquêtes qu'ils mobilisent[5]. Cette seconde partie intéressera tout particulièrement le secteur professionnel de la musique, dans la mesure où elle permet une lecture des résultats, globale ou focalisée sur un ou plusieurs genres musicaux, ainsi que sur une ou plusieurs catégories de publics spécifiques.

Le chapitre IV traite des préférences musicales, ce qui permet aux auteurs de confirmer que le genre musical est bien la catégorie la plus mobilisée pour décrire ses préférences musicales[6]. Les résultats montrent une stabilité des préférences entre 2008 et 2018 (voir tableau 14, p.94).

Le chapitre V débute par la présentation des résultats de l'enquête de 2018 sur les pratiques culturelles des Français et des Françaises (en les comparant à ceux de 2008) concernant

cette fois-ci les genres musicaux écoutés[7].

La présentation dresse un palmarès des genres musicaux écoutés, similaire à celui des genres préférés.

En 2018, parmi les personnes écoutant de la musique, les genres les plus écoutés sont :

- les chansons ou variétés françaises : 79 % ;
- les variétés internationales : 58 % ;
- la pop et le rock : 48 % ;
- la musique classique : 34 %, à égalité avec les musiques du monde ou les musiques traditionnelles ;
- le rap : 30 %, devant le jazz, ce qui constitue la première différence de classement entre 2008 et 2018 ;
- le jazz : 27 % ;
- les musiques électroniques : 22 % ;
- le metal/hard rock : 14 %
- l'opéra : 13 %.

Certains genres sont « plébiscités » car largement écoutés, appréciés, et peu dépréciés : chansons ou variétés françaises, variétés internationales, pop, rock. D'autres sont « spécialisés », car écoutés par environ un tiers des Français et des Françaises en étant peu dépréciés (musique classique, musiques du monde, jazz et musiques traditionnelles). Le metal/hard rock, hip-hop/rap, musiques électroniques, opéra et RnB sont « polarisants », car ils présentent des taux d'écoute moindres et des taux de dépréciation plus élevés que les genres « plébiscités ».

Par ailleurs, l'éclectisme musical – c'est-à-dire le nombre de genres musicaux différents déclarés comme écoutés – est plus élevé chez plusieurs groupes : les hommes, les jeunes, les catégories intermédiaires et supérieures, les personnes diplômées, ainsi que les personnes vivant dans les grandes agglomérations. Il l'est également chez celles et ceux qui écoutent beaucoup de musique en général (p.109). Les dépréciations croissent avec l'âge, mais décroissent avec le niveau de diplôme et la position socioprofessionnelle (p.111).

Ainsi, pour les auteurs, les différents « positionnements socioculturels[8] » face à la musique s'expliquent par des rapports sociaux « d'âge, de genre, de diplôme, d'origine ethnoraciale, de territoire, de nationalité, parmi les principaux » (p.128).

Les auteurs s'emploient ensuite à montrer le rôle de « l'origine ethnoraciale » dans la différenciation du goût pour le rap, surreprésenté parmi les descendants d'immigrés et du goût pour le metal, qui lui est plus fréquemment associé à une origine française, complétant le travail d'autres sociologues ayant traité de la même question[9].

La fin du chapitre VI présente le modèle de la tablature en six classes d'auditeurs et d'auditrices mêlant caractéristiques sociales et goûts associés, par exemple le « goût âgé et féminin pour les chansons françaises et les variétés internationales. »

Le dernier chapitre sur la « compétence musicale » indique que les connaissances des enquêtés à l'écoute d'extraits musicaux croissent avec l'âge et décroissent avec le niveau de diplôme.

La conclusion générale, très rapide, est avant tout l'occasion pour les auteurs de repréciser leur positionnement théorique différentialiste, qui aura, ou pas, réussi à convaincre le lecteur ou la lectrice. Nous pensons notamment aux professionnels et professionnelles de la musique qui sont en contact direct avec les publics et qui, dans leurs pratiques professionnelles quotidiennes, sont susceptibles d'être confrontés à des problématiques liées aux inégalités économiques, sociales et culturelles vécues par les personnes auxquelles ils et elles s'adressent.

[1] Dans la sociologie développée par Pierre Bourdieu, un champ est un espace structuré et hiérarchisé de positions (dominantes et dominées) qui est un espace de luttes pour la conquête des places dominantes.

[2] Hervé Glevarec et Michel Pinet, « La "tablature" des goûts : un modèle de structuration des préférences et des jugements », *Revue française de sociologie*, vol. 50, n° 3, 2009, pp. 599-640.

[3] Pour Pierre Bourdieu, il existe en effet une « hiérarchie socialement reconnue des arts et, au sein de chacun d'eux, des genres, des écoles ou des époques ». Cette hiérarchie est centrale, car elle correspond à la « hiérarchie sociale des consommateurs » (c'est ce que Bourdieu nomme l'homologie structurale).

Cette hiérarchie socialement reconnue, même si elle diffère aujourd'hui de celle qui prévalait lorsque Bourdieu menait ses recherches, est totalement absente des analyses d'Hervé Glevarec, qui lui établit un lien direct entre hiérarchie des consommateurs et hiérarchie des genres musicaux. Voir Pierre Bourdieu, « ART – Consommation culturelle », Encyclopédie Universalis, 1995.

[4] À l'issue de notre enquête sur les publics du rap, nous avons pour notre part constaté l'existence de différents types de publics qu'aurait mal saisie un questionnaire sur le rap « en général » sans explorer les goûts à partir des groupes ou artistes de rap préférés. Voir Stéphanie Molinero, *Les publics du rap. Enquête sociologique*, L'Harmattan, 2009.

Pour approcher le débat plus général sur les « genres musicaux », voir « La fin des genres musicaux. Catégoriser les musiques populaires », *Volume !*, no 20-2, Éditions Mélanie Seteun, 2023.

[5] Les auteurs exploitent deux ensembles de données : d'une part, les résultats de l'enquête sur les pratiques culturelles (EPC) menée en 2018 par le DEPS-Ministère de la Culture, auprès de 9234 personnes ; d'autre part, ceux du dispositif ELIPSS (Sciences Po, CNRS), dont trois enquêtes sont ici exploitées, chacune comprenant un panel de 760 à 1721 personnes.

[6] Conclusion à laquelle nous parvenions déjà en 2022, voir Karim Hammou et Stéphanie Molinero, « Rap et RnB dans les pratiques culturelles en France », *in* Karim Hammou et Marie Sonnette-Manouguian (dir.), *40 ans de musiques hip-hop en France*, DEPS-Ministère de la Culture/Presses de Sciences Po, 2022, p. 127.

[7] Certains de ces résultats, sans doute plus lisibles pour une première approche ont été antérieurement publiés, voir Karim Hammou et Stéphanie Molinero, *op. cit.*, pp. 117-148 et Stéphanie Molinero et Julien M'Barki « L'évolution des pratiques musicales au prisme de l'enquête sur les pratiques culturelles », *in* Agathe De Legge et Michel Kneubühler (dir.), *1982-2022. La Fête de la musique a 40 ans !*, La Rumeur Libre éditions, 2023, pp. 120-133.

[8] Ces positionnements se déclinent en trois dimensions (p. 128-133) : le concernement, l'attachement et le savoir, dont on ne trouve malheureusement pas de définition précise dans l'ouvrage.

[9] Angélique Escafré-Dublet et Patrick Simon, « La participation culturelle des immigrés et descendants d'immigrés en France métropolitaine : entre préférences esthétiques et conditions d'accès » *in* Léa Garcia, Anne Jonchery et Sylvie Octobre (dir.), *Regards croisés sur les pratiques culturelles, 20 ans après*, DEPS-Ministère de la Culture/Presses de Sciences Po, 2025, pp. 263-302.

Hervé Glevarec est sociologue, directeur de recherches au CNRS.