



HAL
open science

Du 45 tours à YouTube : l'adolescence en singles

Claude Chastagner

► **To cite this version:**

Claude Chastagner. Du 45 tours à YouTube : l'adolescence en singles. Formes brèves et adolescences, 2019, Angers, France. hal-04393761

HAL Id: hal-04393761

<https://hal.science/hal-04393761>

Submitted on 15 Jan 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Du 45 tours à YouTube : l'adolescence en *singles*

Claude Chastagner.

Professeur, Université Paul-Valéry Montpellier 3, EA 741, Études Montpelliéraines du Monde Anglophone

Les adolescents occidentaux font preuve d'un goût marqué pour la musique populaire, qu'elle fonctionne comme moyen de construire leur personnalité, d'affirmer leur autonomie et de prendre leurs distances par rapport aux générations précédentes (parents, mais aussi frères ou sœurs aînés) ou au contraire de faciliter leur insertion dans un groupe de pairs et de mettre en place des processus de partage et d'échange. Au-delà de ces raisons sociologiques, elle est aussi, et c'est une évidence, mais il est bon de le rappeler, une source de plaisirs et d'excitation, en simple écoute ou associée à la danse.

Parmi ces plaisirs, on trouve en bonne place celui de suivre à la radio, à la télévision et, de façon moins excitante, dans la presse spécialisée, les classements (*charts*, Top 40, hit-parades) des meilleures ventes de disques (*hits*) hebdomadaires et de vibrer au rythme du compte à rebours jusqu'au numéro 1, classements établis à partir des ventes de partitions puis de disques, de passages radio et aujourd'hui en fonction du nombre de téléchargements payants, de visionnements sur des sites du type YouTube ou d'écoutes en streaming.

Il faut distinguer le public qui consomme la musique populaire, sous forme physique ou numérique, de celui qui, en outre, se passionne pour les *charts*. Si le premier comprend tous les âges, le second reste principalement composé d'adolescent.es, comme le prouve le style des émissions ou des publications où ils figurent. Or, la fonction première de ces classements est de mesurer la popularité de chansons isolées plus que celles des albums¹, qu'elles soient vendues sous forme de disques décrits en Grande-Bretagne ou aux États-Unis par leur taille (*7-inch* et *12-inch single*) et en France par leur vitesse de rotation (45 tours et maxi 45 tours), de CD un titre et désormais de fichiers MP3 ou accessibles en streaming. L'engouement adolescent pour les *charts* n'est-il alors dû qu'à des facteurs sociologiques (temps libre supérieur à celui des adultes, pratiques d'écoute collectives, goût pour la compétition et la rivalité, etc.) ou révélerait-il une relation privilégiée entre la durée des formes musicales et l'âge de ceux qui les consomment ? L'intuition de Richard Osborne serait-elle juste, quand il parle des « connotations juvéniles des petits disques » (*op. cit.* p. 128) ?

C'est cette relation que je souhaite explorer. Est-il pertinent de postuler un lien spécifique entre les formes musicales brèves et l'adolescence et si oui, quelles pistes peut-on suggérer pour l'expliquer ?

Dans un premier temps je préciserai la nature de ces formes brèves dans le contexte de la musique populaire et j'en tracerai l'historique d'un point de vue esthétique, commercial et technologique. Je les contrasterai ensuite avec les formes musicales longues pour essayer de comprendre comment elles s'insèrent dans l'économie générale de la musique populaire. Je m'interrogerai enfin sur le rapport privilégié que les adolescents ont noué avec ces formes et avancerai quelques explications.

Typologie des formes brèves

Les développements technologiques ont eu une influence considérable sur les pratiques musicales et les habitudes d'écoute et ils sont en partie responsables de la place prépondérante qu'ont prise les formes courtes en musique populaire enregistrée. Les premières techniques de reproduction du son sont limitées à environ deux minutes, qu'il s'agisse du cylindre inventé

¹ Comme l'affirme Richard Osborne, « les *charts* de *singles* étaient l'objet d'une attention et d'une compétition plus soutenues que les classements d'albums » (Osborne, Richard, *Vinyl: A History of the Analogue Record*, Farnham, Ashgate, 2012, p. 126).

en 1877 par Thomas Edison sur lequel il grave la comptine « Mary Had a Little Lamb », le premier *single* de l'histoire (destiné à un vraiment très jeune public !) ou qu'il s'agisse du système conçu par Charles Cros à la même époque, qu'il ne finalisa pas faute de moyens financiers. En 1887, Emile Berliner propose un nouveau support plus solide et plus pratique d'utilisation, le disque, fabriqué en *shellac* (appelée « gomme-laque » en français), substance obtenue à partir des sécrétions de la cochenille *Kerria Lacca*. À partir de 1910, le format le plus fréquent est donc un disque en *shellac*, de 25cm (*10-inch record*) de diamètre, tournant à 78 tours minute et qui permet de réaliser des enregistrements d'une durée maximum d'environ quatre minutes².

Ces technologies servent dans un premier temps à enregistrer de la musique classique : les formes courtes, nombreuses dans le genre (arias, lieder, préludes, airs de danse, etc.) ou des formes plus longues qui sont alors découpées, de façon souvent arbitraire, en tranches de 4 minutes. Cette contrainte temporelle, qui ne fut véritablement vaincue qu'avec l'avènement en 1948 du LP (*Long Play*, ou microsillon 33 tours en français), rend par ailleurs ces premiers supports particulièrement bien adaptés à la musique populaire qui privilégie les morceaux courts : chansons, ballades, airs de danse, etc. Un titre de musique populaire tient facilement sur une face de disque sans qu'il soit nécessaire de le tronquer. Ces nouvelles technologies amènent alors de nombreux artistes à s'adapter à la durée du médium en raccourcissant leurs compositions ou leurs performances si elles dépassaient la durée du support.

Ce sont donc les possibilités offertes par la technologie et ses contraintes qui poussent les entrepreneurs et les artistes à privilégier les formes courtes, en particulier pour les nouveaux genres qui émergent au début du siècle, jazz, blues et country, dont les paramètres stylistiques sont, de fait, en partie définis par le médium. Effectivement, la brièveté imposée renforce la nécessité de condenser l'impact du morceau, de réussir à en exprimer l'essence en un temps limité et de séduire l'auditeur dès les premières notes par une attaque originale, une mélodie entraînante, un son inédit.

Le principal médium de diffusion de ces premiers disques, la radio, a un impact majeur sur les modalités de réception et consommation de la musique populaire. Dès les premières retransmissions publiques commerciales, en février 1920, la radio participe à la popularité de la musique enregistrée en diffusant les brefs phonographes publiés par la compagnie Victor plutôt que de longs concerts en direct. Par ailleurs, la radio impose un mode de diffusion : la programmation musicale est régulièrement interrompue. Tout d'abord, par des publicités. De toute évidence, pour que ces publicités soient suffisamment nombreuses et fréquentes, les chansons courtes sont plus appropriées. Elle est également interrompue par les interventions de l'animateur, très prisées pour leur humour, leur rythme et l'esprit communautaire qu'elles contribuent à mettre en place, et qui doivent pouvoir s'insérer fréquemment et facilement dans la programmation musicale. Enfin, la radio étant un moyen essentiel pour faire connaître de nouvelles œuvres, les maisons de disques proposent chaque semaine aux programmeurs un nombre étoffé de nouvelles productions. Tous ces éléments se conjuguent pour que les radios diffusent essentiellement des morceaux brefs, en rotation rapide, mais qui se doivent d'être suffisamment percutants et accrocheurs pour que les auditeurs ne changent pas de station.

Autre technologie qui eut un impact considérable, le juke-box. Les premières machines payantes inventées par Louis Glass apparaissent dès 1890, mais la plupart ne peuvent jouer qu'un unique cylindre. Le premier véritable juke-box, offrant le choix entre plusieurs 78 tours en *shellac*, est commercialisé en 1928. Le répertoire comprend de la musique populaire, mais aussi de la musique classique et des airs d'opéra.

Les juke-boxes sont particulièrement populaires dans les cafés et les milk-bars où se retrouvent pendant leurs heures de liberté (et parfois pendant les heures de classe !), lycéens et

² Pour plus de détails, voir par exemple Byun, Chong Hyun Christie, *The Economics of the Popular Music Industry: Modelling from Microeconomic Theory and Industrial Organization*, New York, Palgrave Macmillan, 2016.

jeunes travailleurs pour socialiser et se divertir. Le juke-box renforce ainsi une modalité d'écoute déjà bien ancrée, à savoir la possibilité de jouer une succession de morceaux courts, dont l'ordre et la fréquence de passage sont décidés par les auditeurs eux-mêmes.

Si les premiers juke-boxes utilisent les cylindres ou les disques en *shellac*, leur succès spectaculaire après-guerre repose sur le développement du 45 tours de 18 cm de diamètre (*7-inch single*) en polychlorure de vinyle, matière dont l'usage se généralise à partir de 1948 et qui permet de produire des disques plus solides, au son plus pur.

De fait, l'invention du 45 tours (et, de façon concomitante, celle du LP/33 tours) va profondément modifier les pratiques. Commercialisé à partir de 1950 par RCA Victor, le 45 tours est un médium solide, bon marché et facile d'utilisation. Le sillon est profond, ce qui permet un volume sonore élevé, idéal pour l'écoute dans un lieu public bruyant. En retour, les 45 tours eux-mêmes doivent leur succès au juke-box dans la mesure où ils permettent, une fois rentré chez soi, d'écouter à nouveau les morceaux qu'on vient de partager au café et de retrouver, ou de recréer, l'ambiance du groupe. Le 45 tours, qui peut en réalité contenir officiellement jusqu'à 3 titres, est l'invention qui entérine la prééminence de la chanson, le *single*, ou « simple » (au-delà de 3 titres, sur 45 tours comme sur CD, le terme *single* ne s'applique plus).

C'est Peter Goldmark, ingénieur en chef chez Columbia, le principal concurrent de RCA Victor, qui met au point en 1948 le 33 tours (en fait $33\frac{1}{3}$ tours) de 30 cm (*12-inch LP*) en vinyle lui aussi, avec ses deux faces sur chacune desquelles il était possible d'enregistrer jusqu'à 26 minutes de musique. L'apparition du 33 tours à la même époque que le 45 tours met en place un clivage dont nous reparlerons : le 45 tours pour les morceaux courts de musique populaire prisés par les adolescents, le 33 tours pour la musique classique ou le jazz des parents. Néanmoins, au cours des années soixante, la musique populaire adopta à son tour le 33 tours, en particulier pour les formes les plus ambitieuses de rock, ce qui provoqua un engouement inédit pour les formes longues chez les adolescents.

En 1962, l'invention de la cassette compacte confirma cette évolution. Introduite sur le marché en 1963 par Philips, elle doit sa popularité à l'invention du Walkman par Sony en 1979. Le coût de fabrication étant identique pour produire un seul titre ou tout un album, la cassette sert avant tout à la commercialisation d'albums ou de compilations, rarement à la diffusion de *singles*. Il y eut bien à partir des années quatre-vingt des « *cassingles* » mais elles ne furent populaires qu'aux USA. La vogue de la cassette eut donc pour conséquence de renforcer la primauté des formats longs.

En revanche, le fait que la cassette soit un médium sur lequel il est possible d'enregistrer soi-même de la musique encouragea une pratique nouvelle : la réalisation par les particuliers de cassettes destinées à eux-mêmes ou à leurs amis sur lesquelles ils enregistrent leurs morceaux préférés. Les innombrables compilations de morceaux individuels ainsi enregistrées soulignent bien à quel point, en musique populaire, le goût du public revient régulièrement vers la consommation de morceaux isolés, ce qui remet en question l'injonction des artistes comme celle des maisons de disque de consommer un ensemble cohérent de longue durée sans qu'il soit possible de le remettre en question.

Néanmoins, l'émergence du Compact Disc en 1982 intensifia les pratiques d'écoute de formats longue durée qu'avaient engendrées la cassette et le LP. Certes, il a bien existé des CD *single*, souvent un seul titre proposé en plusieurs versions (remixes, live, etc.) ou accompagné de quelques morceaux qui ne figurent pas sur l'album d'où est tiré le *single*. Mais le CD est avant tout un médium fait pour l'écoute prolongée, en général 45 ou 50 minutes, parfois utilisé jusqu'à sa capacité maximum, près de 80 minutes, permettant l'enchaînement de 20 titres ou plus. Le CD a donc entraîné une raréfaction de l'objet « *single* » au profit de l'objet « longue durée ». Mais l'écoute de morceaux individuels a été paradoxalement facilitée par la technologie numérique qui permet d'accéder directement au morceau choisi et de le jouer automatiquement en boucle, ce qui nécessitait une intervention

humaine délicate avec le vinyle, en particulier avec le 33 tours, et que la cassette ne permettait pas.

Au milieu des années soixante-dix, une forme hybride apparaît, le maxi 45 tours (*12-inch single*). De même taille qu'un LP, il s'agissait au départ d'un simple outil promotionnel. Mais à partir du milieu des années soixante-dix, il s'impose comme la forme idéale, privilégiée par les DJs, pour jouer dans les clubs et les discothèques des versions étirées (*extended mix*) de morceaux destinés à la danse³.

Le développement d'Internet entraîne de nouvelles modifications dans les modalités d'écoute. Car la révolution numérique favorise un retour à des pratiques antérieures : de nouveau, la consommation musicale se conçoit en termes de morceaux indépendants au point que dès septembre 1997, Capitol Records met en vente un *single* numérique, sans support physique, « Electric Barbarella » de Duran Duran et que les ventes de ce type de *singles* commencent à être comptabilisées pour l'établissement des *charts* hebdomadaires à partir de 2004, les *singles* écoutés en streaming étant eux pris en compte pour les classements à partir de 2013. En 2006, les ventes de CD (support physique) sont pour la première fois dépassées par le nombre de téléchargements payants de morceaux isolés. Trois ans plus tard, les revenus annuels générés par les CD étaient tombés de 14,6 milliards de dollars à 6,3 milliards⁴. En 2019, les ventes de supports physiques, grâce au retour en grâce du vinyle, sont de nouveaux équivalentes à celles des téléchargements, mais elles ne représentent chacune que 9% du marché, le reste (80%) étant constitué des revenus générés par l'écoute de chansons isolées en streaming⁵.

Plus encore que par le passé, avec Internet, l'auditeur a la possibilité de choisir le morceau qu'il souhaite télécharger ou simplement écouter, légalement ou non, via des services comme iTunes, des plates-formes de streaming (Deezer, Spotify) et des sites de partage comme Bandcamp ou YouTube. Bien entendu, sur tous ces supports, il est possible d'écouter un album dans son intégralité (sur YouTube la possibilité est signalée par la mention « *full album* », sur Deezer ou Spotify, les albums sont présentés avec leur visuel), mais les millions de titres disponibles constituent de fait autant de *singles*, qu'ils soient ou non des *hits*. De nouveau, les artistes s'attachèrent plus à sortir des *singles* à succès que des albums cohérents⁶.

Enfin, impact inattendu d'Internet, la dématérialisation inhérente au numérique a poussé certains adolescents nostalgiques d'une époque sur le point de disparaître ou soucieux de se démarquer de leur groupe de pairs et d'affirmer leur positionnement social, à consommer à nouveau des disques vinyles, y compris des *singles*, en format 18 ou 30 cm. La chaîne de magasins de disques britannique HMV affirme précisément que depuis les années 2010, les principaux acheteurs des 45 tours vinyle sont les *teenagers* et les étudiants⁷.

Formes courtes, formes longues

J'aimerais maintenant envisager la relation qu'entretiennent les formes brèves et les formes longues au sein de la musique populaire. Les deux catégories, commercialisées sous le format 45 tours / *single* d'une part, 33 tours / cassette / CD d'autre part, semblent reposer sur une alternance forme courte / forme longue et des rapports de force et de concurrence qui donnent lieu à des jugements de valeur très tranchés. Mais une étude plus fine révélera qu'il s'agit plutôt d'une relation de complémentarité.

³ Pirene, Christophe, *Une histoire musicale du rock*, Paris, Fayard, 2011, p. 362.

⁴ Leeds, Jeff, « The Album, a Commodity in Disfavor », *The New York Times*, 26 mars 2007.

⁵ Neilstein, Vince, « Vinyl Could Outsell Cds in 2019 », *Metalsucks*, 10 septembre 2019, <https://www.metalsucks.net/2019/09/10/vinyl-could-outsell-cds-in-2019/> [consulté le 13 septembre 2020]

⁶ Morey, Tejas, « How iTunes Changed The Music Industry Forever », *MensXP (Times of India)*, 9 janvier 2015.

⁷ « #LoveVinyl », *HMV.com*, 1 août 2020, <https://www.hmv.com/music/hmv-loves-vinyl> [consulté le 13 septembre 2020]

De fait, nous y avons déjà fait allusion, avec l'émergence d'un rock ambitieux (que certains qualifièrent de prétentieux, surtout avec la vogue du « *concept album* », composé de morceaux reliés par un thème) à partir du milieu des années soixante, l'album, en format 33 tours puis CD, met un terme à la prééminence du 45 tours et devient jusqu'à la fin du siècle le format principal de consommation de la musique populaire, à tel point que la période est surnommée en anglais « *album era* », l'âge de l'album⁸. Le format donna une légitimité nouvelle à la musique populaire, au rock en particulier, puis au rap, validée par l'émergence d'une nouvelle catégorie socio-professionnelle, le critique rock, dont les jugements permettent à de nombreux albums de se hisser au statut d'œuvre d'art.

La préférence pour les morceaux isolés connut un spectaculaire retour en grâce avec la vague punk et celle de la musique de danse, du disco en particulier. La plupart des groupes et des maisons de disques qui émergèrent à l'époque (Stiff, Chiswick, Illegal, Rough Trade, 2 Tone, Beggars Banquet, etc.) capitalisèrent sur le rejet des albums étoffés du rock progressif et des interminables solos du hard-rock et réveillèrent une appétence pour des formes plus ramassées et percutantes. Comme au tout début du rock dans les années cinquante et lors du déferlement de la vague britannique du début des années soixante, Beatles⁹, Kinks et Rolling Stones en tête, les groupes punk inondèrent le marché de *singles* à l'espérance de vie souvent aussi brève que leur durée, tandis que les groupes de danse sortaient des morceaux sensiblement plus longs en maxi 45 tours (*12-inch single*) de préférence à des albums. Le renouveau de la chanson isolée doit également beaucoup à la multiplication des chaînes de télévision musicales, sur le modèle de MTV, qui transformèrent le *single* en outil de promotion efficace.

Néanmoins, les principales maisons de disques de l'époque (les *majors* BMG, EMI, Polygram, Sony, Time/Warner et Universal) luttèrent contre cette tendance qui sapait les revenus plus substantiels générés par les albums en décidant de limiter volontairement le nombre de *singles* publiés afin de contraindre les acheteurs à acquérir les albums sur lesquels figuraient les chansons convoitées¹⁰. La tactique fut suffisamment efficace pour qu'en 1998, le magazine américain *Billboard* mette un terme à l'exigence d'un support physique (45 tours ou CD *single*) pour qu'un morceau puisse figurer sur la liste des 100 meilleures ventes.

La suprématie des albums au cours des dernières années du XX^e siècle fut par ailleurs entretenue par l'attitude des artistes. Même si le guitariste Pete Townshend a pu affirmer qu'avant même de penser à faire un album, il ne concevait l'expression de ses sentiments que via le *single* et les disques destinés au hit-parade (« We only believed in singles and in the top ten records¹¹ »), un nombre substantiel de musiciens de rock, tous genres confondus, refusèrent d'être de simples fournisseurs de *hits* éphémères et cherchèrent à asseoir leur crédibilité en tant qu'artistes via la format long. À l'instar de Theodor W. Adorno, beaucoup pensaient que la brièveté même des *hits* constituait, « une forme régressive de la musique¹². » « Led Zeppelin interdira même à sa compagnie de tirer des simples de ses albums », confirme François Caron¹³. Pour Eric Clapton, les *singles* étaient des « anachronismes » (cité par Richard Osborne, *op. cit.*, p. 111). Mark Richardson, le rédacteur en chef du magazine *Pitchfork* établit d'ailleurs un parallèle entre la forme longue dans différents médiums

⁸ Voir Tomasky, Michael, « How the Hippies Hijacked Vinyl », *The Atlantic*, 31 mai 2017 et Powers, Ann, « A New Canon: In Pop Music, Women Belong at the Center of the Story », *npr.org*, 24 juillet 2017.

⁹ Les mêmes Beatles furent à l'origine de l'« âge des albums » avec *Rubber Soul* (1965) *Revolver* (1966) et surtout *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* (1967).

¹⁰ Pareles, Jon, « Pop View: As MTV Turns 10, Pop Goes the World », *The New York Times*, July 7, 1991.

¹¹ Townshend, Pete, « Meaty, Beaty, Big and Bouncy: Pete Townshend on the Who's *Tommy* », *Rolling Stones*, 9 décembre 1971. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/meaty-beaty-big-and-bouncy-pete-townshend-on-the-whos-tommy-190727/> [consulté le 13 septembre 2020]

¹² Gayraud, Agnès, *Dialectique de la pop*, Paris, Éditions La Découverte/Cité de la musique-Philharmonie de Paris, 2018, p. 307.

¹³ Caron, François, *Dictionnaire du rock*, Robert Laffont, Paris, 2001, p. 1740.

(musique, littérature et film, entre autres) et la volonté de la part des artistes de mettre leur création en valeur :

Le *director's cut* [version d'un film proposée par le réalisateur], en général plus long que la version choisie par les producteurs ou les livres très longs envoient le message, juste ou erroné, que l'œuvre est « importante ». Même si les albums vont devenir un produit de niche, ils sont associés à la notion de crédibilité. Tout musicien qui considère qu'il fait de l'art et que son œuvre est un message artistique continuera à faire des albums¹⁴.

Les heures passées à danser dans les clubs sur des *extended versions* enchaînées en fonction de leur tempo, afin que le changement de morceau soit imperceptible et que la danse se poursuive en continue, sans heurt, sans à-coup, peuvent également être perçues comme une forme de longue durée. La pochette des disques destinés à la danse indique même parfois leur rythme sous forme de BPM, *beats per minute* (battements par minute) pour faciliter la tâche des DJs. Les *rave parties* et *teknivals* de l'ère techno poussent à l'extrême, la durée de l'écoute et de la danse, parfois sur plusieurs jours sans interruption.

Néanmoins, malgré ces différentes instances et formats qui semblent donner la priorité à la longue durée, la forme courte reste, en musique populaire, le format de référence, pour des raisons technologiques, esthétiques et commerciales. Comme le rappelle François Caron, « 90% des titres qui ont fait l'histoire du rock n'ont longtemps été accessibles que sous la forme de 45 tours » (*op. cit.*, p. 1739).

Même les œuvres de musique populaire conçues à l'origine comme des formes longues, en rock en particulier, portant parfois le nom d'« opéra », ne sont bien souvent qu'une succession de sections plus ou moins brèves, pouvant non seulement être écoutées, mais être commercialisées de façon individuelle, en tant que *singles*, de « Pinball Wizard », extrait de *Tommy* (1969) à « Money » (*Dark Side*, 1973). Même *Tubular Bells*, de Mike Oldfield (1973), qui se présente comme un morceau ininterrompu de 49 minutes, à écouter en continue (sauf, pour la version originale, l'interruption qu'impose le changement de face), fait l'objet d'un *single* lors de sa sortie en 1973.

Et même la *Kosmische Musik* des artistes allemands des années soixante-dix (Tangerine Dream, Klaus Schulze, Manuel Göttsching), qu'il est difficile de considérer comme un enchaînement de formes courtes, a fait l'objet de *singles* tirés entre autres des albums *Phaedra* en 1974 et *Rubycon* en 1975.

Le succès commercial que rencontrent les compilations (par nature, une succession de chansons sans lien entre elles) confirme la prééminence de la forme courte. L'album le plus vendu aux États-Unis, devant *Thriller* (Michael Jackson, 1982) devant *Led Zeppelin IV* (1971), devant *The Wall* (Pink Floyd, 1979) est un *Greatest Hits* des Eagles (1976), 38 millions d'unités écoulées à ce jour. La compilation *The Beatles* (1973) occupe elle la quatrième place et le *Greatest Hits* (1997) de Billy Joel la cinquième. En Grande-Bretagne, la meilleure vente est toujours une compilation des succès de Queen. Et d'une certaine manière, même *Thriller* peut être considéré comme une compilation de *hits* plus qu'un tout cohérent.

Ma suggestion est que, plutôt qu'un rapport de force ou de concurrence, la relation qu'entretiennent formes courtes et formes longues est un rapport de complémentarité et d'inclusion. Quand elles ne sont pas commercialisées individuellement sous forme de *singles*, les formes courtes sont incluses dans des formes longues, la plus fréquente étant l'album. Le terme même, « album », désigne à l'origine un ensemble de disques en *shellac* 78 tours (donc une série d'enregistrements de 3 ou 4 minutes) réunis dans un coffret (un « album », nom choisi par similitude avec les albums de photographies) et qui mit bout à bout restituaient l'intégralité d'une œuvre longue. C'est d'ailleurs une des critiques émises par les premiers

¹⁴ Ducker, Eric, « A Rational Conversation: Does Anybody Even Have Time For An 80-Minute Album? », *NPR*, August 19, 2015, <https://www.npr.org/sections/therecord/2015/08/19/432774407/a-rational-conversation-does-anybody-even-have-time-for-an-80-minute-album> [consulté le 13 septembre 2020]

acheteurs à l'égard du microsillon : pourquoi nous forcez-vous à acheter un album, alors que même en musique classique, et *a fortiori* en musique populaire, nous ne sommes intéressés que par un ou deux morceaux de cet « album » ?

Le but de la plupart des inventions technologiques dont nous avons parlées était de prolonger la durée d'écoute. Le juke-box était conçu pour permettre l'écoute en continu. Par ailleurs, dès 1920, et presque systématiquement à partir des années cinquante, les différents modèles de tourne-disques étaient équipés d'un auto-changeur, procédé mécanique qui permettait d'écouter plusieurs 33 tours ou 45 tours d'affilée, sans avoir besoin de se lever pour changer de disque. Un dispositif comparable a été appliqué aux platines de lectures de CD, permettant d'écouter jusqu'à 8 CD en continue, soit près de 10 heures de musique ininterrompue.

Mais quelle que soit la technologie utilisée et la durée d'écoute qui en résulte, y compris avec les *playlists* que proposent YouTube et les sites de streaming et qui sont potentiellement infinies, il ne s'agit que de l'accumulation et de l'enchaînement de formes courtes. Celles-ci restent l'unité de base, la norme, la référence en matière de musique populaire. Cette prééminence requiert alors qu'on s'interroge sur le rapport privilégié que les adolescents, principaux consommateurs aujourd'hui encore de musique populaire, entretiennent avec ces formes courtes. Quelles explications peut-on avancer ?

Adolescence et goût du *hit*

Un *hit* : en anglais, *to hit* signifie frapper, un coup bref, rapide, violent : c'est ça, un *hit*, un morceau qui frappe l'auditeur, qui le touche, physiquement, par un son, une mélodie, une émotion, une énergie. Il existe quelques *hits* de longue durée : « Bohemian Rhapsody » par Queen (1975) ou « Like a Rolling Stone », de Bob Dylan (1965), les deux autour de 6 minutes ou « Hey Jude », des Beatles (1968), qui dure plus de 8 minutes. Mais il s'agit d'exceptions. Au Royaume-Uni, relève Agnès Gayraud, « seules onze chansons d'une durée supérieure à "Bohemian Rhapsody" [...] ont jamais été classées numéro 1 » (*op. cit.*, p. 341). Un *hit*, par nature, se doit d'être bref. On n'imagine pas un coup qui dure. Qui se répète, oui, mais qui dure, non.

Reste la question centrale : pourquoi ces formes musicales brèves séduisent-elles particulièrement le public adolescent ? La dimension physique, corporelle, à laquelle je viens de faire allusion, aurait-elle plus à voir avec l'adolescence, période où l'on se cherche, ou l'on cherche les autres, où l'on aime se toucher, se mesurer, se défier, parfois avec une certaine rugosité, une certaine violence ? Peut-on postuler un lien entre la frappe précise, brève et immédiate d'un *single* et la nature des relations interpersonnelles de l'adolescence ? Richard Osborne affirme ainsi que le 45 tour est le format le plus « émotionnel » (*op. cit.* p. 117) et qu'en cela, il est particulièrement approprié à l'adolescence.

Frank Sinatra avait bien compris la spécificité générationnelle du *single*. En parallèle des classiques d'avant-guerre qu'il enregistrait sur des 33 tours dont la durée lui permettait d'asseoir son image de *crooner* paisible pour un public d'âge mûr, il continua à sortir des 45 tours de chansons pop contemporaines destinées à un public jeune emporté par la frénésie des *charts* et l'excitation des classements. Et seuls ses *singles* à succès étaient qualifiés de *hits*, il n'aurait pas fallu déshonorer les albums en les désignant ainsi, même s'il en vendait tout autant.

Frénésie, excitation : de fait, les *singles* tournent plus vite que les microsillons longue durée, 45 et non 33 tours par minutes, et il faut en poser un nouveau sur la platine toutes les 2 ou 3 minutes, beaucoup plus souvent que si l'on écoute un 33 tours. Il faut se relever, s'activer, s'agiter, bouger. Chaque support renvoie alors à une approche temporelle spécifique, à une conception du rythme différente. À la lenteur du 33 tours sont associées l'intelligence, la maturité et l'introspection censées être le propre des adultes ; à la vitesse et à

la brièveté du 45, à son immédiateté, correspondent l'énergie parfois brouillonne de la jeunesse, sa focalisation sur le présent.

L'adolescence, période de remise en question et de contestation des différentes formes d'autorité et des formes établies, s'accompagne souvent d'une certaine colère, du moins d'une impatience mal contrôlée. Le concentré d'énergie que se doit d'être un *single* réussi offre un cadre idéal à l'expression de cette impatience. Bien sûr, il faut nuancer. L'adolescence peut aussi être une période de rêveries intenses, de mal-être ou de trouble qui s'accommoderont mieux de longues plages éthérées et planantes, comme de celles aux climats introspectifs sombres ou violents. Mais les morceaux brefs et ramassés, au tempo rapide répondent aux explosions d'énergie et aux frustrations propres à beaucoup d'adolescentes. Leur densité correspond à la conception du temps dont les adolescents font l'expérience. La jeunesse du XX^e siècle ne s'imaginait ne pas durer, pensait peu à l'avenir, comme le martelaient à coup de *singles* les Who (« Hope I die before I get old », « My Generation », 1965) et les Rolling Stones (« What a drag it is getting old », « Mothers Little Helpers », 1966). « No future » affirmaient de leur côté les Sex Pistols en 1977 (« God Save the Queen »). Qui allait alors s'embarrasser d'un 33 tours « longue durée » ? La situation n'a guère changé.

Des raisons matérielles peuvent également expliquer le succès des formes courtes auprès des adolescents : le coût bien sûr, moins élevé pour un *single* que pour un album, facteur important pour une population aux moyens limités et qui ne trouvait souvent qu'un ou deux titres à son goût sur un 33 tours. Par ailleurs, le format plus maniable des 45 tours correspondait mieux aux écoutes nomades et peu soigneuses des adolescents sur leurs tourne-disques portables (Dansette en Grande-Bretagne, Teppaz en France). Le 33 tours, plus délicat à manier, convenait en revanche aux modalités d'écoute plus posée des tranches d'âge supérieures.

On peut aussi suggérer que les différences de format influent sur les conditions d'écoute. Les formes longues nécessitent un investissement émotionnel, esthétique, intellectuel et temporel plus difficile à partager, à mettre en commun, favorisant en cela l'écoute individuelle. En revanche, les formes courtes stimulent l'excitation des écoutes collectives propres à l'adolescence. Elles peuvent alors s'analyser, au prisme de la théorie mémétique, comme des mèmes circulant avec intensité au sein d'un groupe donné. Il convient de s'attarder sur les possibilités qu'offre cette théorie.

L'hypothèse mémétique

En 1976, Richard Dawkins publie un ouvrage au succès retentissant, *The Selfish Gene (Le Gène égoïste)*¹⁵, dans lequel il avance une nouvelle hypothèse concernant la théorie de l'évolution des espèces. L'évolution telle que la conçoit Darwin dans *L'Origine des espèces* (1859) découle d'un processus de sélection naturelle. Cette hypothèse part de la constatation que les caractères phénotypiques d'une population donnée présentent des variations. Ces variations résultent des erreurs, mutations et recombinaisons aléatoires qui se produisent lors des processus de réplication du matériel génétique (en particulier au moment de la procréation), ainsi que des phénomènes migratoires qui contribuent à la diversité génétique d'une population donnée. Certaines de ces variations s'avèrent plus adaptées que d'autres à faire face à l'environnement. Les individus qui les hébergent ont des capacités de survie et donc de reproduction plus importantes que ceux qui ne les ont pas développées, ce qui leur permet de transmettre le caractère avantageux à une descendance plus nombreuse. La variation ainsi sélectionnée va donc progressivement devenir le caractère dominant, voire unique, de la population donnée.

¹⁵ Dawkins, Richard, *The Selfish Gene*, Londres, Oxford University Press, 1976.

Pour Darwin, ce mécanisme de sélection joue en faveur de la perpétuation de l'espèce. Pour Dawkins, en revanche, la sélection porte sur un autre niveau. Il affirme que l'évolution ne « vise » pas la perpétuation d'une espèce donnée, ni même celle d'un organisme spécifique au sein de l'espèce, mais spécifiquement celle de ses gènes, qu'il appelle « répliqueurs », c'est-à-dire entités ayant la capacité de se reproduire. La sélection se produit « en faveur » de la manifestation phénotypique du gène, mais *in fine*, c'est le génotype qui en est le bénéficiaire. L'organisme vivant (par exemple l'être humain) qui « héberge » ces répliqueurs n'est alors que le « véhicule », la « machine à survie » de ces gènes. Le gène constituerait donc l'unité de base du mécanisme de sélection.

À la toute fin de *The Selfish Gene*, après avoir exposé pendant la plus grande partie de l'ouvrage le rôle primordial du gène et celui en revanche très subalterne de l'espèce et de l'organisme individuel, Dawkins explore au cours de l'ultime chapitre une éventualité proprement stupéfiante. Il revient sur la priorité qu'il vient d'octroyer au gène en postulant l'existence d'un autre répliqueur qui opèrerait non dans l'ordre de la *nature*, mais dans celui de la *culture*. Ce répliqueur, Dawkins l'appelle « mème » (*meme* en anglais, prononcé « mime »). Il évoluerait lui aussi par sélection et pourrait donner chez l'être humain une telle prééminence à l'ordre culturel qu'il supplanterait et dépasserait l'ordre naturel, même lorsque la culture semble contraire aux « intérêts » de la nature, comme c'est le cas avec la contraception, l'avortement, l'homosexualité ou l'abstinence sexuelle, puisque ces comportements interrompent la transmission génétique.

Il n'existe pas pour l'instant de définition unique, stable et précise du mème. La proposition la plus consensuelle serait qu'un mème est une unité culturelle (idée, comportement, pratique, artefact), transmise d'un être humain à un autre et que ce dernier pourra répliquer avec plus ou moins de fidélité. Les exemples de mèmes varient selon les auteurs. Ils vont d'un principe esthétique tel que la perspective ou le pointillisme à une œuvre littéraire (*L'Odyssée*), picturale (*La Joconde*) ou musicale (« Greensleeves », les quatre premières notes de la cinquième symphonie de Beethoven), d'un slogan (« Yes we can ») à un vêtement (la minijupe, le béret), d'une invention (la roue, le triangle, l'alphabet, le calendrier, la pizza) à une théorie, celle de l'évolution par sélection naturelle, par exemple, ou la théorie mémétique elle-même ! Pour les tenants de la théorie mémétique, les mèmes sont donc, à de nombreux égards, comparables aux gènes.

Contrairement au gène, la transmission du mème semble s'effectuer non seulement verticalement, de parents à enfants, mais aussi horizontalement, à partir d'un membre du groupe de pairs ou d'une figure d'autorité dans le champ de l'éducation, des médias, du sport, des arts, de la politique, etc. Comme le gène, le mème doit contenir un message, des instructions, des informations et des codes. Pour les communiquer, il faudrait qu'il utilise, à l'instar du gène, des moyens de transmission biologiques, ceux propres aux récepteurs sensoriels : ondes sonores, photons, impulsions tactiles, influx électriques ou chimiques, etc. Or, les mèmes, qu'ils soient idées, comportements ou artefacts semblent ne pas posséder ce type d'instructions et de moyens de transmission. Leur évolution et leur dissémination semblent reposer sur des phénomènes d'imitation dont le fonctionnement neurologique commence à peine à être décrypté¹⁶.

Si pour ses détracteurs, la théorie mémétique n'est rien de plus qu'une analogie, ses intuitions s'avèrent particulièrement fécondes dans le domaine musical. Parmi les principaux critères de sélection d'un mème est la nécessité d'être suffisamment simple, bref et concis pour que son expression soit intégralement perçue et comprise, qu'il puisse être mémorisé puis répliqué le plus fidèlement possible, avec le minimum d'erreur. Appliqués au domaine

¹⁶ On pense en particulier grâce en particulier aux recherches sur les neurones miroirs, ces neurones qui s'activent aussi bien lorsqu'un individu exécute une action donnée que lorsqu'il observe un autre individu exécuter la même action

musical par Steve Jan, un des rares musicologues à s'être intéressé à la théorie mémétique, ces critères deviennent : « [Un même musical] est un segment qui est en général l'union d'une brève phrase mélodique, d'une progression harmonique simple et d'un schéma rythmique concis¹⁷. » Une telle définition correspond point par point à celle d'un *single* réussi, du *hit* qui peut se hisser au sommet des *charts*. Et dans la mesure où la transmission mémétique repose, nous venons de le dire, sur des phénomènes d'imitation et que l'adolescence est précisément considérée comme une période de comportements intensément mimétiques, il n'est peut-être pas surprenant que les formes courtes, mêmes musicaux par excellence, circulent avec autant d'intensité (de façon littéralement virale dans le cas d'Internet) au sein des populations adolescentes.

Conclusion : la piste des neurosciences

Je conclurai sur une ultime possibilité explicative, suggérée par les travaux du neurobiologiste Robert Sapolsky¹⁸. Sapolsky rappelle que du point de vue de l'activité neurobiologique, l'adolescence est caractérisée par deux facteurs : d'une part, une très forte production de dopamine, un neurotransmetteur qui influe considérablement sur le comportement, en particulier les actions qui entraînent une récompense et un plaisir immédiats. La dopamine est entre autres impliquée dans les plaisirs abstraits du type « écouter de la musique ». D'autre part, une activité encore réduite du lobe frontal qui ne fonctionnera à plein régime qu'à partir de 25 ans environ. Or c'est le lobe frontal qui est responsable des comportements humains difficiles à mettre en place, ceux qui passent par le contrôle des pulsions et des émotions, le raisonnement individuel et la planification sur le long terme, et en particulier pour ce qui nous concerne, le report à plus tard de la gratification et du plaisir.

Avec une production de dopamine élevée mais une activité réduite du lobe frontal, il est donc compréhensible que les adolescents témoignent d'un goût marqué pour la nouveauté, les sensations et les émotions fortes et immédiates et qu'ils fassent preuve d'une dépendance parfois intense au groupe de pairs. Ces différents comportements sont difficilement compatibles avec la longue durée, avec l'attente et la patience qu'elle implique, avec la solitude qui l'accompagne. Ils sont en revanche parfaitement en phase avec l'excitation que génère la rotation rapide des *singles* dans les *charts*, avec la frénésie qu'entraîne l'arrivée incessante de nouveaux sons, de nouvelles stars qui s'imposent quelques instants avant d'être aussitôt remplacés. En phase aussi avec les écoutes collectives dont nous avons déjà parlées, propres à l'adolescence et organiquement liées aux formes courtes.

Ces pistes interprétatives suggérées par les neurosciences éclairent d'un jour nouveau les comportements humains, en l'occurrence les pratiques culturelles des adolescents et peuvent donner une assise plus scientifique qu'intuitives à la prédilection des adolescent.es pour les *singles*.

Bibliographie

« #LoveVinyl », *HMV.com*, 1 août 2020, <https://www.hmv.com/music/hmv-loves-vinyl> [consulté le 13 septembre 2020]

¹⁷ Jan, Steve, « Replicating Sonorities: Towards a Memetics of Music », *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*, 4, 2000, cfpm.org/jom-emit/2000/vol4/jan_s.html [consulté le 13 septembre 2020]

¹⁸ Voir en particulier Sapolsky, Robert, *Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst*, New York, Penguin Press, 2017 et *The Trouble with Testosterone: And Other Essays on the Biology of the Human Predicament*, New York, Scribner, 1997.

Byun, Chong Hyun Christie, *The Economics of the Popular Music Industry: Modelling from Microeconomic Theory and Industrial Organization*, New York, Palgrave Macmillan, 2016.

Caron, François, *Dictionnaire du rock*, Robert Laffont, Paris, 2001.

Dawkins, Richard, *The Selfish Gene*, Londres, Oxford University Press, 1976.

Ducker, Eric, « A Rational Conversation: Does Anybody Even Have Time For An 80-Minute Album? », *NPR*, August 19, 2015, <https://www.npr.org/sections/therecord/2015/08/19/432774407/a-rational-conversation-does-anybody-even-have-time-for-an-80-minute-album> [consulté le 13 septembre 2020]

Gayraud, Agnès, *Dialectique de la pop*, Paris, Éditions La Découverte/Cité de la musique-Philharmonie de Paris, 2018.

Jan, Steve, « Replicating Sonorities: Towards a Memetics of Music », *Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission*, 4, 2000, cfpm.org/jom-emit/2000/vol4/jan_s.html [consulté le 13 septembre 2020]

Leeds, Jeff, « The Album, a Commodity in Disfavor », *The New York Times*, 26 mars 2007.
Morey, Tejas, « How iTunes Changed The Music Industry Forever », *MensXP (Times of India)*.

Neilstein, Vince, « Vinyl Could Outsell Cds in 2019 », *Metalsucks*, 10 septembre 2019, <https://www.metalsucks.net/2019/09/10/vinyl-could-outsell-cds-in-2019/> [consulté le 13 septembre 2020]

Osborne, Richard, *Vinyl: A History of the Analogue Record*, Farnham, Ashgate, 2012.

Pareles, Jon, « Pop View: As MTV Turns 10, Pop Goes the World », *The New York Times*, July 7, 1991.

Pirenne, Christophe, *Une histoire musicale du rock*, Paris, Fayard, 2011.

Powers, Ann, « A New Canon: In Pop Music, Women Belong at the Center of the Story », *npr.org*, 24 juillet 2017.

Sapolsky, Robert, *The Trouble with Testosterone: And Other Essays on the Biology of the Human Predicament*, New York, Scribner, 1997.

Sapolsky, Robert, *Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst*, New York, Penguin Press, 2017.

Tomasky, Michael, « How the Hippies Hijacked Vinyl », *The Atlantic*, 31 mai 2017.

Townshend, Pete, « Meaty, Beaty, Big and Bouncy: Pete Townshend on the Who's *Tommy* », *Rolling Stones*, 9 décembre 1971. <https://www.rollingstone.com/music/music-news/meaty-beaty-big-and-bouncy-pete-townshend-on-the-whos-tommy-190727/> [consulté le 13 septembre 2020]