La racialisation musicale comme action conjointe
La carrière de la catégorie d'*« urban contemporary »* dans l'industrie musicale états-unienne (1979-1984)

Karim Hammou, Cresppa-CSU

Référence complète : K. Hammou, « La racialisation musicale comme action conjointe. La carrière de la catégorie d'urban contemporary" dans l'industrie musicale états-unienne (1979-1984) », in Marion Fontaine & Emmanuel Pedler (dir.), *L'épreuve des frontières sociales*, collection Enquête n°14, Editions de l'EHESS, pp.65-88

La notion d'« urbain » musical est de plus en plus présente dans les industries culturelles. Son sens et ses enjeux sont cependant fortement débattus. En 2020, l'artiste Tyler, The Creator se voyait récompensé aux Grammy Music Awards, la plus prestigieuse cérémonie de prix de l'industrie musicale états-unienne, et profitait de cette tribune pour contester la légitimité de cette catégorie :

> D'un côté, je suis vraiment reconnaissant que ce que je fais puisse être reconnu dans un monde comme le celui-là… mais ça craint que chaque fois que nous, et, par nous, je veux dire les gens qui me ressemblent, faisons quelque chose qui dépasse un genre ou quoi que ce soit, ce soit toujours mis dans une catégorie rap ou urbain. Je n'aime pas ce mot d'« urbain », pour moi c'est un terme politiquement correct pour éviter de dire nègre. Donc quand j'entends ça, je me demande : pourquoi ne peut-on simplement nous mettre dans la pop ?[1]

Par cette déclaration, Tyler, The Creator soulignait un aspect crucial des catégories : leur dimension politique, en ce qu'elles sont le fruit de processus de conflits et de négociations autour de ce qui mérite d'être nommé ou tu[2]. Des cadres de l'industrie musicale et l'association professionnelle The Black Music Coalition lui emboîtaient bientôt le pas[3], obtenant que la Recording Academy, organisatrice des Grammy Awards, redéfinisse les catégories de ses récompenses dès l'été de la même année. Pour le journaliste musical français Maxime Delcourt, commentant ces événements, « en France […] le terme "musiques urbaines" est tout aussi problématique[4] ».

[1] Katie Atkinson, « Tyler, the Creator Calls Out Grammy Categories: 'Urban' Is Just "A Politically Correct Way to Say the N-Word" », *Billboard*, 26 janv. 2020.
[2] Geoffrey Bowker et Susan Leigh Star, *Sorting things out. Classification and its consequences*, The MIT Press, 1999, p. 44.
[3] « 'Urban' no more: black British music execs call for industry reforms », *The Guardian*, 9 juin 2020.
[4] https://jack.canalplus.com/articles/lire/pourquoi-il-est-temps-d-en-finir-avec-le-terme-musiques-urbaines

La notion d'« urbain » musical dont il est question ici se distingue de la notion de « musiques urbaines » telle que peut la mobiliser l'ethnomusicologie. Terme principalement forgé par les chercheurs, les « musiques urbaines » dans ce contexte s'opposent d'abord aux musiques « traditionnelles », associées à des contextes ruraux[5]. Associées au syncrétisme, à la modernité, au métissage[6], les « musiques urbaines » de l'ethnomusicologie possèdent néanmoins un imaginaire discursif analogue à celui de l'« urbain » musical débattue aux Grammy Awards. Explorer le sens de cette analogie, dont on fait l'hypothèse qu'elle doit beaucoup au désir d'« anticiper un futur imminent »[7], paraît d'autant plus heuristique qu'un branchement majeur s'est opéré dans les dernières années entre des centres de production musicale situés dans de grandes villes africaines et les circuits globaux des industries culturelles dominés par les marchés et les multinationales des pays du Nord[8]. Ce projet excède cependant l'ambition de ce texte, qui vise avant tout à comprendre l'émergence de cette nouvelle catégorie parmi les acteurs des industries musicales.

Comprise en ce sens, l'« urbain » musical naît au tournant des années 1980 aux États-Unis, dans un contexte qui éclaire les conflits qu'il suscite aujourd'hui. Il est en effet étroitement lié à la division des genres musicaux aux États-Unis par référence à des catégories démographiques dans lesquelles les découpages ethno-raciaux jouent un rôle crucial[9]. Observant la naissance de la notion d'« urbain » musical, le critique musical et éditorialiste états-unien Nelson George proposait dès 1988 une histoire de l'« urbain » musical aux États-Unis comme une histoire d'euphémisation. Dire « urban », ce serait éviter de dire « black ».

> À la fin de la décennie, la radio disco cédait la place à la radio « urbaine », un format qui, comme le rock & roll, était dans un premier temps un terme marketing plutôt qu'un concept musical. Issu de la radio FM noire et du disco, l'urbain était supposément un style de programmation multicolore accordé au rythme des grandes villes américaines métissées. Et dans le meilleur des cas, il

[5] Julien Mallet, « Ethnomusicologie des "jeunes musiques" », *L'Homme*, nº 171-172, 2004, p. 477-488. ; Emmanuelle Olivier, « La petite musique de la ville. Musique et construction de la citadinité à Djenné (Mali) », *Journal des africanistes*, nº 74-1/2, 2004, p. 97-123.

[6] David Coplan, "The Urbanisation of African Music: Some Theoretical Observations", *Popular Music*, vol. 2, 1982, p. 113-129; Julien Mallet, « Musique urbaine et construction politique de l'identité en Angola », *L'Homme et la société*, nº 126, 1997, p. 37-48

[7] Herbert Blumer, "Fashion: From class differentiation to collective selection", *The sociological quarterly*, vol. 10, nº 3, 1969, p. 280

[8] Voir Claire Dubus, « Territoires de la musique et culture mondialisée à Dar es Salaam », *Les Cahiers d'Afrique de l'Est / The East African Review,* vol. 43, 2010.

[9] David Brackett, *Categorizing sound: Genre and twentieth-century popular music*, University of California Press, 2016.

> remplissait cet objectif. Mais le plus souvent, l'urbain était une radio noire qui ne dit pas son nom[10].

De l'analyse de Nelson George à la critique de Tyler, The Creator, il apparaît clairement que les débats autour de la notion d'urbain musical, aux États-Unis, sont intimement liés aux frontières entre groupes ethno-raciaux, et plus particulièrement à la « ligne de partage des couleurs[11] » séparant une Amérique africaine-américaine d'une Amérique blanche, et la façon dont elle organise l'industrie musicale. Mais si l'urbain est bien un « euphémisme », quels faits gênants ou choquants vise-t-il à cacher ? De quels yeux ? À quelles fins ?

Dans le sillage des travaux menés dans d'autres domaines sur l'usage social des catégories[12], l'émergence de la notion d'« urbain » dans le domaine musical offre l'occasion d'analyser des activités qui donnent naissance à de nouvelles catégorisations musicales, tout en plaçant au centre de l'attention l'hétérogénéité de ces activités et les décalages de ces catégorisations, « sans présupposé de linéarité, à travers une sédimentation de savoirs et d'usages, selon une pluralité de configuration »[13]. Plutôt que de définir cette hétérogénéité et ces décalages en termes de manque (qu'il faudrait combler), d'imperfection (qu'il faudrait gommer) ou d'origine (qui enfermerait un destin), privilégiant ainsi l'« exigence d'ordre de l'ethnographe et non une quelconque exigence des acteurs »[14], je propose de la saisir, en première approximation, à partir de la réflexion de Denis Laborde sur la catégorie de *world music* :

> La démarche taxinomique est malaisée, chacun pourtant s'en accommode. En l'absence d'un cadre définitoire consensuel, la notion fonctionne *en régime d'implicite*, et elle fonctionne bien. Le syntagme [World Music] et la série des synonymes semblent en effet dotés d'un incontournable caractère opératoire, et chacun voit bien ce dont il s'agit dès lors qu'il est question de World Music.[15]

On pourrait en dire autant de l'« urbain » musical. La notion fonctionne « en régime d'implicite » en ce que les acteurs qui l'emploient n'en formalisent pas de définition stabilisée. Elle leur offre néanmoins un langage opératoire, autrement dit, un langage qui permet de coordonner des activités collectives. Mais si, en matière d'« urbain » musical comme de « *world music* », chacun voit bien de quoi il s'agit, tout le monde entend-il vraiment la même

---

[10] Nelson George, *The Death of Rhythm & Blues*, New York, Penguin Books, 1988, p. 159.
[11] W. E. B. Du Bois, *Les âmes du peuple noir*, Paris La Découverte, 2007 [1903], p. 20.
[12] Vincent Dubois, *La politique culturelle. Genèse d'une catégorie d'intervention publique*, Belin, 1999 ; Bénédicte Zimmerman, « Éléments pour une socio-histoire des catégories de l'action publique » in Pascale Laborier, Danny Trom (eds), Historicités de l'action publique, Paris, PUF, 2003, p. 241-258.
[13] Bénédicte Zimmerman, art. cit., p. 244.
[14] Jack Goody, *La Raison graphique. La domestication de la pensée sauvage*, Éditions de Minuit, 1979, p. 117.
[15] Denis Laborde, « Les sirènes de la world music », *Cahiers de médiologie*, vol. 3, 1997, p. 245.

chose ? Les débats contemporains sur la légitimité de la catégorie, comme ceux qui se sont déroulés quarante ans plus tôt, lorsqu'elle émergeait pour la première fois, suggèrent que non.

Pour éclairer cette dimension, je propose de reconstituer la « carrière » de la catégorie de musiques urbaines, soit sa « trajectoire sociale entre différents espaces »[16]. Cette trajectoire s'éclaire à la lumière d'activités collectives situées : la création de catégories comme le maintien ou la transformation de systèmes classificatoires relève du phénomène général de l'action conjointe[17]. Mais en tant que système hiérarchique essentialisant une différence supposée entre groupes, le racisme introduit une « distribution asymétrique de l'accès et des moyens de déployer les règles symboliques et les ressources pour construire des récits légitimes, adopter des lignes d'actions, et déterminer le destin de leurs interactions »[18]. Comment une action conjointe peut-elle être poursuivie malgré les inégalités structurelles qu'introduisent des logiques classificatoires racialisées ?

Si l'analyse des catégories musicales a souvent privilégié l'idée de « conventions partagées »[19] ou d'une sorte de consensus[20], l'approche développée dans le sillage de l'interactionnisme symbolique d'Anselm Strauss[21] et d'Adele Clarke[22] propose une voie neuve en interrogeant la façon dont une action conjointe est possible depuis des mondes sociaux différents, et malgré les désaccords et les conflits que nourrit, notamment, l'existence de systèmes de hiérarchisation sociale. Elle met au centre de son attention la possibilité d'une coopération (ou d'une coordination) sans consensus[23]. Ces questions ont déjà été étudiées au travers des phénomènes de naissance de genres musicaux[24] d'articulation entre frontières artistiques et frontières

---

[16] Narguesse Keyhani, *Les « relations interculturelles » : trajectoire sociale d'une catégorie réformatrice*, thèse de doctorat en sociologie, ENS Cachan, 2014, p. 5.

[17] Herbert Blumer, "Fashion: From class differentiation to collective selection", *op. cit.* ; Azarian Reza, "Joint actions, stories and symbolic structures: A contribution to Herbert Blumer's conceptual framework", *Sociology*, vol. 51, n° 3, 2017, p. 685-700.

[18] Reza Azarian, "Joint actions, stories and symbolic structures", *op. cit.*, p. 697.

[19] Allan Moore, "Categorical conventions in music discourse: style and genre", *Music & Letters*, vol. 82, n°·3, 2001, p. 432-442.

[20] Jennifer Lena, *Banding Together: How Communities Create Genres in Popular Music*, Princeton University Press, 2012, p. 6.

[21] Anselm Strauss, *Continual Permutation of Action*, Aldine de Gruyter, 1993.

[22] Adele E. Clarke, « Anselm Strauss en héritage : sexe/genre et race/ethnicité », in Danielle Chabaud-Rychter et *al.* (dir.), *Sous les sciences sociales, le genre. Relectures critiques, de Max Weber à Bruno Latour*, La Découverte, 2010, p. 245-259.

[23] Susan Leigh Star, "Power, technologies and the phenomenology of conventions: On being allergic to onions", in J. Law (dir.), *A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology and* Domination, Routledge, 1991, p. 26-56.

[24] Richard A. Peterson, *Creating country music: Fabricating authenticity*, University of Chicago Press, 1997 ; Olivier Roueff, *Jazz, les échelles du plaisir. Intermédiaires et culture lettrée en France au XXe siècle*, La Dispute, 2013.

sociales[25] ou de construction du marché discographique[26]. Néanmoins, l'approche interactionniste forge un cadre théorique soulignant le rôle spécifique du travail des catégories [*category work*] dans ce processus[27]. Elle offre ainsi des outils analytiques qui permettent de rendre compte de ce que font les catégories musicales, sans avoir recours à des ontologies distinguant *a priori* les « vrais » genres musicaux des « faux », qualifiés de « style », de « système » ou de « catégorie commerciale »[28].

Suivant cette perspective, cet article propose de considérer l'ensemble des classifications musicales comme relevant d'une même logique[29], et d'analyser cette logique comme renvoyant aux enjeux de l'« infrastructure informationnelle ». Susan Leigh Star définit la notion d'infrastructure à partir de l'idée que les activités s'appuient sur des dispositifs qui leurs servent d'arrière-plan et passent donc inaperçu[30]. En tant que telle, une infrastructure est d'abord relationnelle : ce qui fonctionne comme infrastructure pour certaines personnes et dans certaines situations, constitue au contraire un obstacle ou un enjeu pour d'autres. En outre, une infrastructure peut varier tant dans sa portée (elle peut par exemple ne servir d'arrière-plan qu'aux seules activités de coordination entre programmateurs radio et directeurs de labels discographiques, ou soutenir aussi bien l'activité d'artistes, de critiques, de tourneurs, de managers, que d'amateurs), que dans son degré de transparence (elle peut être devenue invisible à force de naturalisation, ou faire l'objet d'âpres et persistants débats). Les infrastructures informationnelles sont analogues en ce qu'elles naissent d'un travail des catégories, dont on peut rendre compte empiriquement comme d'une activité concrète et située. Elles sont également des supports pour l'action[31] : les classifications musicales, qu'il s'agisse de labels marketing, d'idiomes musicaux, ou de catégories d'appréciation servent d'arrière-plan aux activités des mondes musicaux – vendre des œuvres, coordonner des musiciens, guider une expérience esthétique. Dans le sillage de ces travaux, je propose d'examiner les catégories

---

[25] William G. Roy, "'Race records' and 'hillbilly music': institutional origins of racial categories in the American commercial recording industry », *Poetics*, vol. 32, n°3-4, 2004, p. 265-279 ; Karim Hammou, "Mainstreaming French rap music. Commodification and artistic legitimation of othered cultural goods", *Poetics*, vol. 59, 2016, p. 67-81.

[26] Timothy J. Dowd, "Structural Power and the Construction of Markets: The Case of Rhythm and Blues", *Comparative Social Research*, vol. 21, 2003, p. 147-202 ; Sophie Maisonneuve, *L'invention du disque 1877-1949 : genèse de l'usage des médias musicaux contemporains*. Archives contemporaines, 2009.

[27] Geoffrey Bowker et Susan Leigh Star, *Sorting things out, op. cit.*

[28] Franco Fabbri, "A Theory of Musical Geres: Two Applications", in David Horn et Philip Tagg (dir.), *Popular Music Perspectives*, IASPM, 1982, p. 52-81 ; Lena Jennifer, *Banding Together*, op. cit., p. 20-21 ; David Brackett, *Categorizing sound: Genre and twentieth-century popular music*, University of California Press, 2016, p. 10.

[29] Jean-Marie Schaeffer, *Qu'est-ce qu'un genre littéraire*, Seuil, 1989.

[30] Susan Leigh Star, « L'ethnographie des infrastructures », *Tracés. Revue de Sciences humaines*, n° 35, 2018. En ligne : http://journals.openedition.org/traces/8455, consulté le 12 juillet 2021.

[31] Geoffrey Bowker et Susan Leigh Star, *Sorting things out, op. cit.*, p. 320.

musicales comme des infrastructures informationnelles permettant l'action collective de mondes sociaux hétérogènes, et je m'attacherai plus particulièrement à la notion d'« urbain » dans le contexte de l'industrie musicale états-unienne du tournant des années 1980, catégorie que j'analyse à la lumière des processus de racialisation qui marquent cette industrie depuis le début du XXe siècle.

Une large partie du travail des catégories peut être reconstituée à l'aide de « documents écrits ou simplement graphiques qui ne revendiquent pas le statut de théorie, n'étant ni constitués ni structurés pour mettre en œuvre un savoir systématisé, mais qui témoignent pourtant d'un travail de rationalisation et d'intellectualisation des pratiques »[32], si implicites que soient leurs logiques. Ces usages traduisent des théories ordinaires multiples et parfois concurrentes, voire contradictoires. Pour les saisir, j'ai entrepris une recherche systématique dans la presse professionnelle musicale états-unienne, des années 1970 et 1980. Je me suis principalement appuyé sur le magazine de référence de l'industrie musicale états-unienne, *Billboard* (1894-), ainsi que sur *Broadcast Magazine* (1931-2002), publication dédiée à la programmation radiophonique[33]. L'analyse a été menée en deux temps : tout d'abord, j'ai relevé la chronologie d'ensemble de l'émergence d'une catégorie de l'urbain musical via la recherche en texte intégral sur les mots-clefs « *urban music* » et « *urban contemporary* ». Outre les comptages que cette méthode a permis, j'ai procédé à un examen systématique des articles ainsi rassemblés. Dans un second temps, et sur la base de ce premier corpus, j'ai mené une recherche plus inductive pour préciser le contexte dans lequel ces articles faisaient sens (recherches d'articles consacrés aux acteurs cruciaux identifiés dans la première étape, articles synthétiques sur les enjeux de la profession, etc.), notamment autour de la période clef de 1979-1984, au cours de laquelle la catégorie de l'« urbain » s'impose dans l'industrie du disque états-unienne.

Cette enquête met à jour la genèse états-unienne dans la seconde moitié des années 1970 d'un format radiophonique qualifié d'« *urban contemporary* » à partir de 1980. Les débats autour de ce format, vifs dans la première moitié des années 1980, diffusent les termes « *urban* » ou « *urban music* » au-delà du monde de la radio, tandis que des intermédiaires culturels travaillent à leur naturalisation. Dans la seconde moitié des années 1980, la notion d'« urbain » musical va globalement de soi pour les acteurs de l'industrie musicale états-unienne. Le statut des

[32] Emmanuel Pedler, « Les théories ordinaires de la musique ancienne », *Enquêtes*, n° 10, 2013, p. 92.
[33] Les anciens numéros de ces magazines sont consultables sur le site http://www.worldradiohistory.com, permettant la recherche par mots-clefs. D'autres titres de presse sont présents sur le site, qui ont été également exploités, notamment *Record World*, *Cashbox*, *Radio & Records*, et les synthèses des instituts de sondage spécialisés dans l'audience des stations de radio.

sources traitées est ainsi double. D'une part, ces sources offrent les principales traces des circonstances de la naissance de l'« urbain » musical, et des enjeux de coordination pour lesquels cette catégorie offre un langage opératoire. D'autre part, ces sources matérialisent l'activité d'un protagoniste spécifique de cette histoire, les journalistes de la presse professionnelle. Des opérations comme les comptages de la fréquence d'occurrence de certains termes[34], la comparaison entre des titres de presse concurrents, ou la reconstitution chronologique des usages du terme « urbain » renseignent ainsi sur le rôle propre que la presse professionnelle joue, avec d'autres acteurs, dans la production du « régime d'information » du marché musical[35].

Cette enquête m'a ainsi conduit à formuler un récit plus complexe que celui d'une imposition unilatérale d'un vocable « politiquement correct » par les acteurs dominants de l'industrie musicale, ou même que l'alternative entre terme marketing destiné à euphémiser l'idée de radio noire, et une programmation neuve reflétant le brassage culturel des grandes villes. Ce récit met en exergue les importants conflits d'interprétation et de stratégie qui président au destin de cette nouvelle catégorie, et la façon dont commerce musical, géographie culturelle et racisme s'entremêlent aux États-Unis au tournant des années 1980. Dans cet esprit, cet article défend une analyse des catégories musicales, qu'elles s'apparentent à des genres musicaux au sens fort ou à des étiquetages plus flous et labiles[36], comme le produit d'activités collectives susceptibles de s'appuyer sur plusieurs mondes sociaux plutôt que comme la manifestation d'une « communauté »[37].

De la « *race music* » à la « *black music* » : 50 ans de racialisation musicale aux États-Unis

L'industrie musicale états-unienne est marquée depuis les années 1920 par une ségrégation raciale forte et explicite, structurant l'ensemble de la filière depuis la production musicale jusqu'à la diffusion et la distribution d'enregistrements sonores. Celle-ci commence par l'identification d'un nouveau marché discographique, jusque-là largement ignoré : les publics

[34] Y compris lorsque ces termes sont peu problématisées : ils sont alors utilisés comme allant de soi, et sont d'autant plus naturalisés.
[35] Narasimhan Anand et Richard A. Peterson, "When market information constitutes fields: Sensemaking of markets in the commercial music industry", *Organization Science*, vol. 11, nº 3, 2000, p. 270-284.
[36] Sur cette distinction, voir Karim Hammou, « Authenticité et objectivation d'un genre musical : les Fabulous Trobadors face à la naissance d'un « rap français » (1987-1993) », *Volume !*, vol. 17, nº 1, 2020, p. 25-42.
[37] Lena Jennifer, *Banding Together*, *op. cit.*, p. 6.

africains-américains[38]. Outsider face aux entreprises phonographiques dominant le secteur, la société OKeh rompt avec l'enregistrement exclusif d'interprètes blancs et commercialise en 1920 « *Crazy Blues* », un disque interprété par une femme africaine-américaine, Mammie Smith[39]. Cette innovation marchande au succès inattendu conduit à la création de la catégorie de « *race records* », conçue pour désigner les disques enregistrés par des interprètes africains-américains et destinés à des publics prioritairement pensés comme noirs. David Brackett montre que cette logique d'appariement démographique, associant une musique à un groupe ethno-racial, n'est pas nouvelle. Elle s'impose avec les premières techniques marketing d'une industrie du disque naissante, exploitant la diversité des nationalités européennes présentes dans les villes états-uniennes et associant à chacune un répertoire musical spécifique dès les années 1900[40]. Elle trouve cependant le renfort de plusieurs autres logiques, aussi bien interne au monde du spectacle qu'externe à celui-ci[41]. En outre, la rapidité avec laquelle elle se diffuse au sein des entreprises du secteur illustre la logique de mode, au sens où l'entend Blumer[42], qui anime l'industrie du disque en particulier, et l'industrie musicale plus largement. Le maintien, à partir des années 1920, d'une ségrégation persistante bien que changeante entre « musiques noires » et « musiques blanches » n'en n'est que plus paradoxale. Pour William Roy, cette persistance est liée à la façon dont des catégories marchandes telles que « *race records* », nées d'une organisation du commerce de détails racialement ségréguée, sont devenues « des guides esthétiques pour de nouvelles performances. Les jeunes musiciens ont appris à jouer à la façon des enregistrements discographiques existants, et étaient orientés vers des catégories distinctes par les maisons de disques »[43].

On peut interpréter ce phénomène comme un cas emblématique de « convergence », compris comme « le double processus par lequel des artefacts informationnels et des mondes sociaux s'ajustent et s'unissent »[44], jusqu'à ce que leur ajustement apparaisse naturel, « transparent »[45] dans le cours ordinaire des activités collectives. Ces artefacts et ce travail d'ajustement passent alors inaperçus, servant d'arrière-plan à de multiples activités collectives : ils leur servent d'infrastructure[46]. Malgré des innovations esthétiques multiples, et une créativité musicale qui

---

[38] David Brackett, *Categorizing sound*, *op. cit.*, p. 78.
[39] Keivan Djavadzadeh, « Du déracinement à la commercialisation de la nostalgie du Sud par les *race records* », *Volume !*, vol. 11, nº 1, 2014, p. 115-129.
[40] David Brackett, *Categorizing sound*, *op. cit.*, p. 19.
[41] William G. Roy, "'Race records' and 'hillbilly music'", *op. cit.*
[42] Herbert Blumer, "Fashion: From class differentiation to collective selection", *op. cit.*
[43] William G. Roy, "'Race records' and 'hillbilly music'", *op. cit.*, p. 277.
[44] Geoffrey Bowker et Susan Leigh Star, *Sorting things out*, *op. cit.*, p. 82.
[45] *Ibid.*
[46] Susan Leigh Star, « L'ethnographie des infrastructures », *op. cit.*

irrigue l'ensemble du secteur tout au long des années 1920 aux années 1960, les artistes africains-américains sont maintenus en marge des profits générés par l'industrie musicale[47] au moyen d'une politique de reconnaissance et de distribution des droits d'auteur qui les marginalise, d'une précarité professionnelle particulièrement accusée, et plus généralement du racisme structurel qui caractérise le pays[48]. Autrement dit, ces secteurs des industries musicales états-uniennes s'apparentent à des « segments professionnels »[49] des industries musicales caractérisés par une forme de racialisation, comprise comme la dynamique des activités qui s'appuient sur la croyance en l'altérité radicale d'un groupe et son infériorité[50]. Le travail des catégories musicales contribue ainsi, tout au long de la première moitié du XXe siècle, à entretenir une infrastructure informationnelle qui racialise la musique états-unienne, et opère cette racialisation par des moyens marchands[51].

Les années 1950-1960 voient de multiples transformations de la dynamique de ces segments professionnels racialisés vis-à-vis du reste de l'industrie musicale états-unienne. Dans le domaine de l'industrie du disque, un ensemble complexe d'innovations technologiques et de règlementations[52] permet à un nombre sans précédent d'artistes africains-américains de rencontrer un large succès, réfutant le caractère « marginal » sinon de leur musique, au moins de leur popularité. Parallèlement, un mouvement de « capitalisme noir »[53] nourrit plusieurs initiatives dont la plus spectaculaire, dans le champ des industries culturelles, est la création de la maison de disques Motown par le producteur Berry Gordy en 1959[54]. Ce mouvement est également significatif dans le domaine de la radio. Au début des années 1970, plusieurs hommes d'affaires noirs fondent à New York l'Inner City Broadcasting Corporation, l'une des premières

---

[47] C'est particulièrement visible dans les termes qui dominent les raisonnements marchands des industries musicales états-uniennes tout au long du XXe siècle, et qui définissent le « *cross-over* » comme un enjeu décisif. L'espoir d'un succès musical « *cross-over* » connote la capacité d'une chanson ou d'un artiste à transcender des frontières à la fois musicales (notamment en termes de genres) et démographiques (des catégories de publics ou de consommateurs). Mais cette capacité à s'affranchir des frontières n'est un enjeu que pour les segments musicaux considérés comme « particuliers » ou « marginaux » (« *race records* », « *hillbilly music* »…), et renvoie avant tout à la capacité à rivaliser avec une « pop » supposée toucher tout le monde – qui serait à ce titre « *mainstream* ». Or « *pop music* » et « *mainstream* » restent associés à un groupe social particulier, « supposément blanc, urbain et de classe supérieure ». Voir David Brackett, "The Politics and Practice of "Crossover" in American Popular Music, 1963 to 1965", *The Musical Quarterly*, vol. 78, n°4, 1994, p. 774-797 et William G. Roy, "'Race records' and 'hillbilly music'", *op. cit.*, p. 275.

[48] Jennifer Lena, *Banding Together*, *op. cit.*, p. 98.

[49] Anselm Strauss, *La trame de la négociation*, L'Harmattan, 1992, p. 82.

[50] Robert Miles, *Racism after "Race Relations"*, Routledge, 1993 ; Mazouz Sarah, *La République et ses autres : Politiques de l'altérité dans la France des années 2000*, ENS Éditions, 2017, p. 15.

[51] Guillaume D. Johnson, Kevin D. Thomas, Anthony Kwame Harrison, Sonya A. Grier (dir.), *Race in the marketplace: Crossing critical boundaries*, Springer, 2019.

[52] Timothy J. Dowd, "Structural Power and the Construction of Markets", *op. cit.*, p. 42 et suiv.

[53] Norman Bonney, "Black capitalism and the development of the ghetto in the USA", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 4, n°1, 1974, p. 79-88.

[54] Reebee Garofalo and Steven Waksman, *Rockin'out: popular music in the USA*, Pearson, 2014, p. 155.

entreprises de radiodiffusion possédée par des Africains-Américains. Ils achètent en 1972 la station new-yorkaise WLIB-AM puis, deux ans plus tard, une station FM qui émet sur la même ville : WBLS-FM.

« Urban contemporary » : réinventer la relation d'une radio à ses auditeurs

Ces évolutions accompagnent le processus de déségrégation qui marque les années 1960-1970, et se traduit dans l'industrie musicale de façon à la fois directe et indirecte. De façon indirecte, la déségrégation renforce l'existence d'espaces et de pratiques partagés entre Blancs et Africains-Américains. De façon directe, la socialisation professionnelle (parcours universitaires, pratiques musicales amateur, expériences de travail…) des personnels des industries musicales est moins racialement ségréguée, notamment pour les Africains-Américains. Ainsi, une nouvelle génération de professionnels au parcours moins marqué par la ségrégation entre dans l'industrie musicale, participant à l'élargissement de classes supérieures africaines-américaines[55], et portant l'ambition explicite de subvenir la ligne de partage des couleurs dans les activités qu'ils investissent.

Directeur des programmes de WBLS, Frankie Crocker est emblématique de ces nouvelles élites qui émergent dans les années 1960-1970. Né en 1937, fils unique d'une mère employée qui lui permet de suivre des études supérieures en droit à l'université de Buffalo qui s'ouvre tout juste aux étudiants non blancs, il reçoit en parallèle une formation de musicien de jazz et intègre à la fin des années 1960 une station de radio dont l'équipe est alors entièrement composée de Blancs, WMCA, avant de rejoindre WBLS. Frankie Crocker promeut un style d'animation radiophonique raffiné, affirmant sa distinction vis-à-vis des radios noires antérieures :

> Quand j'ai pris la direction des programmes, j'ai dit que je refuserai ces pasteurs qui utilisent leur temps d'antenne pour vendre des vêtements de prière, et ces publicités cliché[56] qui vendent des produits noirs aux Noirs. Je pense que les Noirs sont assez raffinés pour qu'on leur parle intelligemment, comme à n'importe quel autre segment de marché.[57].

---

[55] Sharon M. Collins,"The making of the black middle class", *Social Problems*, vol. 30, n°4, 1983, p. 369-382.
[56] Dans le texte : « *those Amos 'n' Andy -type commercial that are selling black products for the blacks* ». Amos 'n' Andy était une émission de radio populaire des années 1930 aux années 1950 mettant en scène deux pauvres fermiers africains-américains stéréotypés, quittant leur campagne pour trouver une meilleure vie à Chicago. Interprétés par des Blancs, les personnages principaux (Amos et Andy) s'inscrivaient dans la tradition des *Minstrel shows*. Voir Michele Hilmes, "Invisible men: Amos'n'Andy and the roots of broadcast discourse", *Critical Studies in Media Communication*, vol. 10, n°4, 1993, p. 301-321. Par cette référence, Crocker refuse des clichés racistes, mais il opère également une distinction de classe mettant à distance ruralité et pauvreté.
[57] *Record World*, 13 sept. 1980, supplément, p. 8.

À ce style d'animation, il ajoute une programmation qui tend à s'affranchir de la ligne de partage des couleurs, prolongeant dans le domaine musical le processus de déségrégation favorisé par le vote en 1964 de lois interdisant la discrimination raciale légale :

> Si l'on ségrègue la radio, on se recroqueville sur son propre environnement et on n'en sort jamais. La musique noire et les artistes noirs sont deux choses différentes. […] Et quand Diana Ross joue [dans ma ville], je sais que je dois me battre avec mon voisin, qu'il soit noir, blanc ou marron pour avoir un billet. Donc il y a des artistes dont la musique transcende purement et simplement la couleur de peau[58].

En dénaturalisant la convergence entre classification musicale de la programmation radiophonique et classification ethno-raciale de la population, Crocker rompt avec la transparence de cet aspect de l'infrastructure informationnelle de l'industrie musicale. Il est remarquable que cette opération ne soulève pas de résistances directes notables : orientée par l'anticipation du futur musical proche, la remise en cause des catégories et des formats fait tout autant partie des routines professionnelles du secteur que leur mise en œuvre. En outre, Crocker n'est pas le seul à proposer une telle innovation. À l'autre bout des États-Unis, le programmateur africain-américain Jim Maddox développe une philosophie analogue.

Diplômé en administration commerciale de Fordham University, une école où les Blancs sont largement majoritaires, Maddox a multiplié les expériences en radio avant de rejoindre KDAY (Los Angeles) en décembre 1973, une radio qui a alors un format rock. Il en devient début 1974 le directeur des programmes, alors que la radio opte pour un format *soul* avec l'ambition affichée de séduire au-delà de l'audience habituelle d'un tel format :

> Notre format n'est pas cloisonné comme les stations soul ordinaires. […] Nous sommes conscients de nos obligations vis-à-vis de la communauté noire, mais nous sommes aussi conscients que ce ne sont pas les seules personnes qui nous écoutent. Du *progressive R&B* avec un mélange de Top 40, voilà ce qui qualifie notre format – le meilleur des deux côtés [*the best of both sides*][59].

Pour Maddox, comme pour Frankie Crocker, ce qui clive les publics et limite le succès de sa station relève moins du contenu musical lui-même que du style d'animation et du management : « des publicités discounts, omniprésentes, des DJ au rabais[60] ». Et de fait, en 1977, KDAY est devenue l'une des stations leader de Los Angeles, avec un auditorat composé à 35-40 % de Blancs[61].

---

[58] *Record World*, 13 sept. 1980, supplément, p. 4-6.
[59] *Billboard*, 25 mai 1974, p. 27.
[60] *Billboard*, 26 fév. 1977, p. 26.
[61] *Billboard*, 26 fév. 1977, p. 18.

D'autres programmateurs radio, noirs comme blancs, partagent la conception radiophonique de Crocker et Maddox, tels Barry Richards, né en 1942 ou Sunny Joe White, né en 1954. Profitant de l'avènement de la musique disco, dans la seconde moitié des années 1970, ils promeuvent une programmation musicale diffusant aussi bien des artistes africains-américains que blancs. Mais à partir de 1979, l'orientation du disco vers la danse montre ses limites dans une programmation radiophonique, tandis que le terme « disco » lui-même connaît un rejet grandissant[62]. Ces programmateurs diversifient encore leur programmation, ajoutant des morceaux au rythme plus lent. Leur ambition, pour reprendre la formule de Frankie Crocker, est « d'inventer le son des années 1980[63] ».

En proposant cette nouvelle programmation mêlant jazz, rock, R&B et pop, ces professionnels de la radio interrogent un postulat persistant de l'industrie musicale : l'existence de segments de publics se distinguant par la « race », et écoutant des musiques distinctes, elles aussi, en vertu d'une « ligne de partage des couleurs ». De ce point de vue, ils remettent en cause l'infrastructure informationnelle de l'industrie musicale. Ce projet n'a toutefois pas d'étendard précis. Il va en trouver un sur le marché de la plus grande ville du pays, où cette nouvelle programmation se révèle particulièrement populaire.

Les concurrents directs de WBLS, pionnière en la matière dans la région de New York, s'inspirent de cette programmation éclectique. Paul Zarcone, né en 1946, a appris le métier aux côtés de Frankie Crocker avant de rejoindre une station concurrente sur le marché de New York, WKTU en 1979, tandis que Don Kelly, né 1947, dirige les programmes d'une autre, WXLO. Tous les deux blancs, ils ont mené une partie de leur carrière dans des stations « Top 40 », format radiophonique des tubes populaires par excellence depuis les années 1950. Zarcone définit une nouvelle ligne musicale pour WKTU, qui s'éloigne d'une programmation « disco » mécaniquement inspirée des classements des meilleures ventes, et introduit en 1979 l'expression « *progressive urban contemporary* » pour décrire ce nouveau format :

> Zarcone qualifie le nouveau format de « *progressive urban contemporary* » et dit qu'« il a un attrait plus urbain, et une personnalité plus forte » que ce que la station proposait auparavant. […] À propos de la musique, Zarcone indique que 50 % ont changé par rapport à la programmation antérieure. La station a toujours un son très disco, mais Zarcone « joue bien plus de ballades. Nous jouons désormais Teddy Pendergrass, the Commodores et Earth, Wind & Fire ». Zarcone souligne aussi : « on a été les premiers à jouer *Do That To Me One More Time* de Captain & Tennille »[64].

[62] Frank Gillian, "Discophobia: Antigay prejudice and the 1979 backlash against disco", *Journal of the History of Sexuality*, vol. 16, n°.2, 2007, p. 276-306.
[63] *Billboard*, 15 déc. 1979, p. 75.
[64] *Billboard*, 22 déc. 1979, p. 30.

Zarcone propose une « personnalité plus forte » pour sa nouvelle ligne musicale. C'est un projet qui laisse imaginer une concurrence directe avec WBLS et ses DJs stars, au premier rang desquels Crocker lui-même. Il infléchit également la programmation disco pour lui adjoindre des « ballades », autrement dit des morceaux qui tempèrent les rythmes rapides du disco. Mais qu'entend-il par « attrait urbain » [*urban appeal*] ? Le terme apparaît là en un sens neuf, mais son contenu est incertain. Il s'agit moins d'un concept musical ou radiophonique à proprement parler que d'un signifiant flottant. Il ne s'en diffuse pas moins dans le monde radiophonique et au-delà. Dès septembre 1979, la station de Virginie WNOR-AM adopte un format[65] qu'elle qualifie d'« *urban contemporary* » sans que la presse professionnelle n'explicite le sens de cette formule. L'idée d'un son « *urban* » est pour la première fois associée à certains enregistrements dans le courant de l'année 1980. Dans les pages de *Record World*, le *single* « Give me the night » de George Benson est décrit comme un morceau qui « illustre l'essence du son et du mode de vie "*urban contemporary*"[66] », tandis que « Maladie d'amour » de Kid Creole est qualifié de « musique urbaine haute en couleur pour le plus grand nombre[67] ». Sans nécessiter un sens explicite, l'étiquette « *urban* » se diffuse dans l'industrie radiophonique.

Radio post-raciale ou radio noire honteuse ? La politisation d'une catégorie

Le développement d'un format « *urban contemporary* » amène ses promoteurs mais aussi, de façon croissante, ses détracteurs à en expliciter les enjeux à partir de l'automne 1980. Don Kelly, directeur de WXLO-FM à New York, souligne le caractère localisé de l'« *urban* » :

> La tendance à New York, c'est un format urbain et contemporain [*an urban contemporary format*] qui va remplacer le format Top 40 grand public du passé. Les stations Top 40 doivent mieux connaître la musique qui est populaire sur le marché de New York, et moins dépendre des tendances nationales. Ce son urbain séduit les auditeurs blancs, noirs et hispaniques[68].

Dans son propos, l'« *urban contemporary* » apparaît comme une variété de format Top 40 plus attentive aux spécificités d'un bassin d'auditeurs localisé – ici, celui de la ville de New York, marqué par son caractère multiethnique. La référence à la ville apparaît quasiment comme une aphérèse de New York *City*, la ville par excellence.

---

[65] *Cashbox*, 22 sept. 1979, p. 38.
[66] *Record World*, 12 juill. 1980, p. 16.
[67] *Record World*, 16 août 1980, p. 1.
[68] *Record World*, 4 oct. 1980, p. 33.

Portés par la conviction que la ségrégation des goûts et des musiques s'affaiblit, ces programmateurs radio affirment la nécessité de « bien connaître son marché[69] », et promeuvent une catégorie spatiale (« *urban* ») et temporelle (« *contemporary* ») comme meilleur moyen de penser leur auditorat. Cette catégorie a plusieurs avantages. D'abord, elle permet d'être au plus près de la logique radiophonique, dont la diffusion couvre un bassin de population spatialement délimité. Alors que les mesures des instituts de sondages renforcent leur poids dans la concurrence entre stations, et que les méthodes d'évaluations des goûts des auditeurs se rationalisent au moyen de panels test et d'études, cette population est connue de manière de plus en plus fine. Ensuite, elle permet de ne plus mentionner des catégories ethno-raciales dévalorisées auprès de certains annonceurs publicitaires. L'affirmation de la non-pertinence des divisions racistes dans l'industrie radiophonique a aussi une fonction performative : rallier des annonceurs pour lesquels les clients non-blancs ne sont pas une priorité, voire sont évités[70]. L'avènement de la catégorie spatiale de l'« urbain » est ainsi tendu entre un processus de remplacement des catégories ethno-raciales, et un processus d'euphémisation.

Cette tension est au cœur des débats qui, de 1980 à 1982, agitent le milieu de l'industrie radiophonique états-unien. Relayés par le magazine *Billboard*, ils participent à stabiliser la catégorie auprès des professionnels de l'industrie musicale[71]. À la convention de l'Association états-unienne des diffuseurs radiophoniques d'octobre 1980, Sunny Joe White, programmateur à Boston, défend la pertinence du nouveau format :

> L'*urban contemporary* vient des auditeurs du centre-ville [*inner city*] […]. Il rassemble différents styles d'auditeurs. Vingt marchés environ sont suffisamment importants pour entretenir un format *urban contemporary*. Il inclut le meilleur du soft rock, du jazz, du r&b et peut-être Johnny Lee[72].

La formule de Sunny Joe White explicite l'argument géographique de Don Kelly en suggérant que la densité (proprement urbaine) justifie le nom du format, et la substitution d'une catégorie géographique à une catégorie ethno-raciale. Mais il ajoute dans le même temps un autre argument : l'association du format à l'*inner city*. Il n'est pas clair si, dans l'esprit de White, cette « origine » est historique (le format aurait émergé à partir des goûts des auditeurs de l'*inner city* à un moment donné) ou si cette origine est intrinsèque (le format traduirait les goûts des auditeurs de l'*inner city*). Toutefois, l'*inner city* est une formation sociospatiale

[69] Voir par exemple Barry Richards, *Billboard*, 26 sept. 1981, p. 23.
[70] Sunny Joe White, *Billboard*, 5 juin 1982, p. BM-11.
[71] *Billboard*, 18 oct. 1980, p. 23.
[72] *Billboard*, 18 oct. 1980, p. 23. Johnny Lee est un chanteur de country, auteur du tube « *Urban Cow Boy* » accompagnant la promotion du film du même nom en 1980.

caractéristique de la ségrégation résidentielle héritée des années 1930 et de la dégradation des centres-villes des grandes agglomérations dans les années 1960[73]. Cet argument associe à l'hétérogénéité sociale caractéristique de la densité citadine une référence ethno-raciale qui ancre le format comme héritier direct de la radio noire, et nourrit le soupçon que l'étiquette d'« *urban* » ne soit qu'un paravent euphémisant la race.

C'est en tout cas ainsi que l'entendent certains programmateurs radio concurrents. Amos C. Brown III, né en 1951 et diplômé de la prestigieuse et majoritairement blanche Northwestern University de Chicago, est membre de l'équipe de direction de WTLC, la seule station destinée aux Africains-Américains émettant 24 heures sur 24 dans l'Indiana. Il objecte aux arguments de Sunny Joe White :

> « Urban contemporary », c'est noir sans se dire noir […]. Il n'y a pas d'engagement vis-à-vis des auditeurs. Pour moi, c'est un format qui insiste sur le style de vie. Une station noire doit dire à la communauté noire ce qui se passe dans la communauté noire, et le dire aux Blancs aussi[74].

Le débat autour du label est ainsi lancé, et il porte aussi bien sur ce que recouvre le terme (une programmation inspirée des goûts de la communauté noire de l'*inner city*, mais destinée à un auditorat pluriethnique ? une forme d'ouverture par rapport au format « black » traditionnel pour des marchés où les ressources publicitaires visant la seule communauté noire sont limitées ?) que sur les effets de la programmation qu'il recouvre (un renoncement à la fonction politique de la radio noire ? une nécessité pour des auditeurs, noirs ou non, qui n'écoutent plus qu'un seul type de musique ?).

De façon implicite, ces débats opèrent cependant des déplacements notables par rapport à la programmation *crossover* de Maddox et Crocker dans les années 1970. Pour ces deux professionnels de la radio, ce qui permettait d'associer Blancs et Noirs au sein de l'auditorat de leur station, c'était le style sophistiqué et professionnel de l'antenne, pas la musique diffusée. La musique relevait, selon la formule de Maddox, d'un « *best of both side* » de la ligne de partage des couleurs qui fracture encore l'industrie musicale, et ce « *best of* » était de nature à séduire aussi bien les Noirs que les Blancs. Au contraire, dans les débats autour du format « *urban contemporary* » à partir de l'automne 1980, la distinction de classe associée à l'idée de « sophistication » disparaît, au profit d'un imaginaire de l'*inner city* de plus en plus aux fractions urbaines paupérisées des minorités ethniques. En outre, s'affirme l'idée que satisfaire

[73] William J. Wilson, *The Truly Disadvantaged: The Inner City, the Underclass, and Public Policy*, The University of Chicago Press, 1987 ; Douglas S. Massey et Nancy A. Denton, *American apartheid: Segregation and the making of the underclass*, Harvard University Press, 1993.
[74] *Billboard*, 18 oct. 1980, p. 23.

des auditeurs appartenant à des communautés ethniques différentes impose une programmation éclectique – ce qui revient à l'argument contesté par Frankie Crocker que les Noirs écouteraient de la musique noire, et les Blancs de la musique blanche.

Journalistes, experts, sondeurs, consultants… : des intermédiaires de l'infrastructure informationnelle

Au-delà des enjeux politiques, souvent explicites (rester fidèle à une radio au service de la communauté noire, subvertir la ligne de partage des couleurs radiophonique…), la pertinence de la catégorie l'*urban contemporary* et sa capacité à se diffuser apparaissent d'abord liées à son actualité. Il s'agit, pour reprendre les arguments de Don Kelly, de ne pas se laisser enfermer dans un format « du passé » et de savoir être en prise avec la « tendance ». Dans l'environnement turbulent et hautement compétitif de l'industrie musicale[75], l'anticipation d'un futur proche apparaît comme une orientation partagée par la plupart des acteurs, et le succès ou l'échec de cette anticipation un régulateur important de leurs décisions[76]. Tout un ensemble d'activités sont explicitement consacrées à ce travail d'anticipation, de mise à l'épreuve et de révision des perceptions de l'environnement : les rencontres professionnelles, les métiers du conseil, les instituts de sondage, et le journalisme professionnel, couvrant l'ensemble de ces activités. On propose de souligner à présent le rôle crucial de ces activités en qualifiant ceux qui les conduisent d'intermédiaires de l'infrastructure informationnelle.

L'adéquation de la nouvelle catégorie musicale d'*urban contemporary*, et des changements dans le système de classification du monde radiophonique qu'elle implique, s'éprouvent dans les débats entre programmateurs radio, dont les arguments ne peuvent circuler et se confronter qu'au moyen de canaux d'information, qui les publicisent et les éditorialisent. C'est notamment le rôle de la presse professionnelle, mais aussi de tout un ensemble d'événements et de rencontres qui rythment la vie du secteur dont cette même presse professionnelle rend régulièrement compte. Si les premières mentions de l'« *urban contemporary* » dans la presse professionnelle sont peu problématisées, la mise en discussion du format dans des événements professionnels lui offre une visibilité et en explicite les enjeux. Les premiers débats explicites autour de la catégorie de l'urbain musical se déroulent ainsi lors de la National Radio

[75] Richard A. Peterson et David G. Berger, "Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry", *Administrative Science Quarterly*, vol. 16, n°1, 1971, p. 97-106.
[76] Herbert Blumer, "Fashion: From class differentiation to collective selection", *op. cit.*

Broadcasters Convention qui se tient à Los Angeles en octobre 1980. Cet événement est organisé par une des associations professionnelles des programmateurs de radio et télévision du pays. D'autres acteurs de l'industrie musicale organisent des événements qui participent à mettre en débat et à faire circuler de nouvelles façons d'appréhender l'environnement mouvant du secteur. Plusieurs producteurs musicaux initient par exemple le New Music Seminar en 1980, rencontres annuelles de professionnels de l'industrie du disque, tandis que le magazine *Billboard* organise ses propres rencontres, tels le Disco Forum, qui se tient chaque année de 1976 à 1980, ou la Radio Programming Convention en 1982 et 1983.

L'éphémère Black Music Association met également en place une conférence annuelle tout au long de la période étudiée, et le format « *urban contemporary* » y est âprement débattu, notamment à l'été 1982. Deux enjeux principaux font l'objet de discussion : le format « *urban contemporary* » est-il une évolution de la radio noire ? est-il un facteur de fragilisation de la solidarité communautaire ? Sur la première question, deux positions s'affrontent. Pour Barry Richard, l'« *urban contemporary* » est un prolongement du format « Top 40 », et c'est ce qui explique son succès dans les grandes villes comme New York, Washington D.C. ou Atlanta. Sa station, précise-t-il, est aussi bien impliquée dans les communautés noires que blanches de la Nouvelle Orléans. Une affirmation que conteste Jerry Mason, directeur de KYDE, Pine Bluff (Arkansas), pour qui l'*urban contemporary* est « fondamentalement un format noir[77] ». En ce qui concerne la seconde question, les participants s'opposent selon qu'ils voient, comme Jim Maddox, l'*urban contemporary* comme une évolution de la radio noire dont l'attrait serait désormais universel[78], tandis que d'autres estiment que ce nouveau format nourrit une ouverture de la ligne de partage des couleurs à sens unique – « les radios blanches ne jouent toujours pas de musique noire » résume l'animateur et programmateur radio africain-américain Bob Law, natif de Brooklyn et diplômé en graphisme. Ces événements et la couverture médiatique dont ils font l'objet sont à la source de signaux marchands qui orientent l'ensemble des activités du secteur, et renvoient à une activité d'intermédiation essentielle des industries musicales : ils entretiennent et renouvellent son infrastructure informationnelle.

Activités de conseil et interdépendances professionnelles : la diffusion d'une nouvelle catégorie musicale

[77] *Billboard*, 19 juin 1982, p. 27.
[78] *Ibid.*

La presse et les organisateurs de rencontres professionnelles ne sont pas les seuls intermédiaires de l'infrastructure informationnelle. S'y ajoutent également les activités des consultants, qui opèrent une standardisation du format. Si incertain que soit ce que recouvre le terme « *urban contemporary* », le caractère profitable du format fait consensus à partir de 1981. Le magazine *Radio & Records* souligne ainsi que l'« *Urban contemporary*, cet hybride difficile à définir des formats Black, CHR, et de l'ombre du Disco, obtient des résultats impressionnants sur de nombreux marchés dominants[79] ». Les programmateurs pionniers du format « *urban contemporary* » voient leurs opportunités professionnelles se multiplier grâce à leur expertise attestée par les résultats d'audiences de leurs stations, et encore rare sur le marché radiophonique. Plusieurs d'entre eux deviennent consultants pour d'autres stations, d'autres médias, ou des sociétés de syndication, système consistant à vendre à plusieurs diffuseurs le droit de reproduire un programme.

Pionnier du format sur KDAY à Los Angeles dans les années 1970, Jim Maddox rejoint une nouvelle station de radio en 1977, KMJQ, en qualité de directeur. Il devient bientôt également consultant auprès de TM Productions pour des programmes musicaux de syndication au format « *urban contemporary* »[80]. Il travaille avec Satellite Music Network à l'adaptation du format « *Black Magic* » qu'il a popularisé sur KMJQ à partir de l'été 1981, et ce programme qualifié d'« *urban* » par le réseau rencontre une audience significative dans nombre de marchés radiophoniques où il est diffusé[81]. Satellite Music Network annonce également un nouveau programme « *black/urban contemporary* » pour début 1982, dont la sélection est à nouveau assurée par Maddox[82]. De même, Frankie Crocker s'engage à partir de la fin de l'année 1982 dans la création d'un programme télévisé en syndication intitulé « *Frankie Crocker Presents The Urban Contemporary Music Awards – An American Phenomenon*[83] ».

Dès 1982, les sociétés de conseils dominantes du pays proposent elles aussi leur format « *urban contemporary* » clé en main. Kent Burkhart, de la société Burkhart/Abrams and Associates fondée en 1973, intervient au service de WKTU, améliorant avec le programmateur de la station, Barry Mayo, et son directeur Don Kelly, l'équilibre du format « *urban contemporary* » de la station qui entend rivaliser avec WBLS et WRKS, toutes deux sur un format proche[84]. Le même Burkhart, anciennement journaliste au sein du magazine *Billboard*, se voit accorder une

[79] *Radio & Records*, 11 déc. 1981, p. 14.
[80] *Record World*, 2 mai 1981, p. 32. Voir aussi *Broadcasting Magazine*, 2 nov. 1981, p. 56.
[81] *Billboad*, 31 oct. 1981, p. 104.
[82] *Record World*, 26 déc. 1981, p. 38.
[83] *Billboard*, 6 nov. 1982, p. 16.
[84] *Billboard*, 23 janv. 1982, p. 24

tribune régulière sur les questions de programmation radio. Le 20 février 1982, il revient sur son rôle de consultant pour WKTU puis WRKS à New York, et promeut son approche du format « *urban contemporary* », un format « Top 40 » pour grande agglomération urbaine, souligne-t-il en substance[85].

Don Kelly quitte quant à lui la station WRKS pour fonder une société de consulting, et transmet la direction des programmes à Barry Mayo[86]. Il guide par exemple la conversion d'une station de Cleveland, WZAK, au format « *urban contemporary* » en 1984[87]. Quant à Sunny Joe White, il exerce lui aussi une fonction de conseil en 1984 auprès de la station WKTU, à New York[88].

En 1985, Walt Love, animateur radio africain-américain, à la tête depuis 1982 de l'émission « *urban* » à succès « *The Countdown* », distribuée en syndication, profite de sa tribune régulière dans *Radio & Records* pour inciter les programmateurs à lancer un format « *Black/urban* » dans les marchés radiophoniques du pays qui n'en comptent pas encore[89]. La semaine suivante, il relaie les conseils du consultant blanc Steve Sandman, membre de la société de syndication Drake-Chenault, pour « démarrer un nouveau format *urban contemporary* ». L'argument central du consultant réside dans la part de population noire sur le marché radiophonique concerné, mais aussi de la population hispanique. Pour Steve Sandman, « tout lieu où il y a un large segment hispanique rend l'audience urbaine très favorable[90] ». Cette lecture reconduit à la fois radicalement la ligne de partage des couleurs dans la programmation radiophonique, et en même temps la trace de façon renouvelée en y incluant un enjeu pluriethnique notable.

L'activité des consultants standardise ainsi les modalités d'adoption d'un format radiophonique « *urban contemporary* », mais aussi ce que le format recouvre. Elle contribue de façon notable à l'échec du projet de radio post-raciale portée par une partie au moins des premiers promoteurs du format. Le choix d'un format « *urban* » devient une question d'adéquation entre une programmation musicale et la composition démographique d'un bassin de population, et plus particulièrement de la part des minorités ethniques en son sein. Cette adéquation passe en particulier par l'équilibre entre des morceaux musicaux de genres différents, et notamment de genres africains-américains et de tubes pop ou rock.

---

[85] « Kent Burkhart. Using Common Sense », Billboard, 20 fév. 2982, p. 29.
[86] *Billboard*, 18 sept. 1982, p. 18.
[87] « Urban Switch Works in Cleveland », *Billboard*, 21 janv. 1984, p. 40.
[88] *Billboard*, 18 août 1984, p. 54.
[89] *Radio & Records*, 12 juill. 1985, p. 51-52.
[90] *Radio & Records*, 19 juill. 1985, p. 62.

Naturaliser la ligne de partage des couleurs : sondeurs et annonceurs face à l'« urbain »

Si les événements professionnels participent à la mise en discussion de l'infrastructure informationnelle de l'industrie musicale, si les sociétés de conseils contribuent à sa standardisation, un troisième type d'intermédiaire mérite l'attention : les sociétés de sondage, qui mesurent et documentent les activités commerciales du secteur.

Dans les années 1960, la société Arbitron parvient à s'imposer comme organisme de référence de la mesure des audiences radiophoniques. Là où les concurrents, notamment Nielsen, utilisent des méthodes de sondage attachées au poste de radio domestique ou au ménage, Arbitron s'impose à l'aide d'une méthode novatrice, les journaux personnels (*personal diary*), capable de saisir une écoute de plus en plus individualisée et mobile[91]. Malgré la présence d'un concurrent, Birch, de 1978 à 1992, Arbitron est l'institut de sondage de référence tout au long de la période étudiée, et fournit les chiffres d'audience aux stations de radio comme aux principales revues professionnelles du secteur comme *Broadcasting Magazine*. Les données produites par Arbitron permettent de mesurer l'importance de l'effet conjoint du « Disco » et de l'« Urban » sur la transformation du paysage radiophonique états-unien : au printemps 1977, Arbitron évalue à 6,33 % la part de station offrant un format « Black », auquel on peut ajouter 0,31 % au format « Jazz »[92]. Au printemps 1980, le format « Black/Disco/Jazz » est présent sur 9,76 % des stations[93]. Au printemps 1982, le format « Black/Urban » atteint 11,67 %, soit presque deux fois plus que cinq ans plus tôt[94]. Tout au long des années 1980, le format oscillera entre 8,5 % et 10,5 %.

Mais au-delà de ces chiffres, ce sont les étiquettes auxquelles ils sont attachés qui méritent attention. Car les évolutions de la nomenclature, cruciales lorsqu'on les observe à la lumière des débats qui agitent les mondes professionnels de l'industrie musicale états-unienne, ne font l'objet d'aucune explicitation. Pourquoi présenter les radios au format « black » dans la même catégorie que les radios au format « disco » ? Pourquoi abandonner l'étiquette « disco » au profit de celle d'« urban » ? Ces choix sont opérés comme des évidences : tels qu'ils sont mobilisés publiquement par l'entreprise et la presse professionnelle, ils apparaissent comme transparents, et s'imposent d'autant plus à l'ensemble des acteurs du secteur qu'Arbitron est

[91] Karen Buzzard, *Tracking the Audience. The Ratings Industry from Analog to Digital*, Routledge, 2012.
[92] *American Radio*, Spring 1977 Report. Compiled and edited by James Duncan Jr., p. 243.
[93] *American Radio*, Spring 1980 Report. Compiled and edited by James Duncan Jr., p. 31.
[94] *American Radio*, Spring 1982 Report. Duncan Media Enterprises, p. 32.

position de quasi-monopole. Un exemple éloquent réside dans la façon dont Arbitron se positionne dans le débat sur l'origine du format *urban contemporary* : consiste-t-il en une évolution du format « black », du format « disco », ou plutôt du format « Top 40 » ? Parmi les stations les plus importantes des États-Unis en 1983[95], 22 stations déclarent posséder un format « urban » auprès d'Arbitron. L'examen détaillé des anciens formats de ces 22 stations aboutit à un constat nuancé : si une majorité relative d'entre elles, 13 sur 33, adoptent le format « urban » après avoir été classées dans un format « black » ou « R&B », on en compte 7 qui adoptent ce format après avoir privilégié une programmation musicale « disco », et 5 un autre format (« Adult contemporary », « MOR », « Rock », « Top 40 »). Ces nuances n'ont pas lieu d'être dans les signaux marchands construits par Arbitron : « urban » est associé au format « black », un choix politique qui se présente comme une simple opération de catégorisation statistique.

Sans qu'il soit possible d'identifier les liens de causalités qui unissent ces deux acteurs étroitement dépendants, les annonceurs semblent agir eux aussi comme si le format « urban » n'était qu'un nouveau nom appliqué aux stations de radio noires. Comme pour les instituts de sondage, c'est une racialisation musicale silencieuse qui s'opère ici, et dont on repère en premier lieu les choix par les commentaires des partenaires dépendants des annonceurs et leurs déconvenues. Le destin WAIL-FM sur le marché de la Nouvelle-Orléans, est par exemple révélateur des limites de la subversion de la ligne de partage des couleurs introduite par l'« urban contemporary ».

Sur le marché de la Nouvelle Orléans, WAIL est la première station à adopter le format « urban » en 1980, et ce avec un succès notable. Héritière de WXEL, la première station FM noire de la Nouvelle Orléans, WAIL adopte ce nom en 1980 alors que son propriétaire, Ed Muniz, envisage de changer le format de la station au profit de la musique *country*, segment alors délaissé sur les ondes FM de la ville. Malheureusement pour lui, une radio concurrente adopte ce même format « urban » quelques jours à peine avant le basculement de programmation prévu. Le bulletin professionnel *Mediatrix* offre un récit rétrospectif des difficultés que l'entrepreneur affronte alors :

> Muniz, sur le point de basculer, avait déjà aidé le gros de ses animateurs noirs à trouver un nouvel emploi. Il avait cédé la majorité de ses disques. Il avait détruit sa base d'annonceurs en acceptant des publicités pour WYLD-FM, alertant les auditeurs qu'après le dernier dimanche d'août, ils retrouveraient leur musique préférée ailleurs. […] Mais si mauvaise que soit sa situation, son seul espoir pour l'avenir était de rester

[95] Selon la sélection opérée par *Broadcasting Magazine*, consistant à examiner les dix stations les plus écoutées sur les 50 principaux marchés radiophoniques des États-Unis. Voir *Brodcasting Magazine*, 29 août 1983, p. 64 et suiv.

> une radio noire. […] Terry Watts [directeur commercial de la station] proposa à Muniz de rencontrer l'un de ses amis, programmateur à Washington : Barry Richards. […] Et la suite appartient à l'histoire. Richards parvint à édifier la première véritable station urbaine [*urban*] de la ville. En 1982, malgré les sérieux obstacles sur tous les plans, depuis le budget jusqu'à la force d'émission du signal de la station, WAIL parvenait au sommet[96].

Le succès de WAIL-FM déstabilise sa concurrente directe, WYLD-FM. Rachetée en 1980, par l'entrepreneur noir Jim Hutchinson, WYLD est progressivement contrainte de « [*drop*] *its upscale black sound in favor of the street appeal of urban radio*[97] », suggérant que les différentes fractions de l'auditoire noir ne sont pas également rémunératrices. Même après cette évolution, et malgré un émetteur moins puissant, WAIL rivalise durablement avec WYLD. La direction de cette dernière joue alors une autre carte : celle de la solidarité Africaine-Américaine, insistant pour que les annonceurs noirs n'achètent pas de publicité sur une station possédée par un Blanc[98].

Les recettes publicitaires de WAIL s'en trouvent fragilisées. D'un côté, les annonceurs blancs dévalorisent les publics ciblés par la programmation « *urban* » – selon Muniz au moins autant du fait de leur moindre pouvoir d'achat que de leur ethnicité[99]. De l'autre, certains annonceurs noirs évitent de s'associer à la station blanche concurrente d'une station noire. Cette tenaille publicitaire vaut pour preuve que, sur le marché de la Nouvelle Orléans au moins, l'« *urban contemporary* » reste intimement lié aux enjeux et tensions des stations noires.

En 1984, le propriétaire de WAIL-FM parvient à acquérir un émetteur qui augmente le bassin de population que la station peut couvrir. Il en profite pour changer radicalement de stratégie de programmation.

> J'ai eu le sentiment que les jours de l'homme blanc étaient comptés dans ce format. La radio noire va être dominée, sinon totalement, du moins à un degré important par des propriétaires et des directeurs des programmes noirs. Et je ne dis pas que c'est une mauvaise chose. Peut-être que c'est ainsi que cela doit être. Même si des gens comme moi étaient des pionniers, créant le premier ceci noir ou le premier cela noir, le fait est que nous ne sommes pas Noirs[100].

WAIL devient WLTS, privilégiant désormais un format « *Adult contemporary* ».

Face à l'émergence du format « *urban* » au début des années 1980, on observe la centralité de deux types d'acteurs limitant la capacité d'innovation catégorielle des programmateurs radios :

---

[96] Rollye Bornstein, 1986, *Mediatrix Monthly*, vol. 1 nº 7, p. 77.
[97] *Ibid.*, p. 78.
[98] *Ibid.*, p. 62.
[99] *Billboard*, 2 juin 1984, p. 12-13.
[100] *Mediatrix Monthly*, vol. 1 nº 7, p. 79.

les instituts de sondage, d'une part, les annonceurs publicitaires d'autre part. Les relations entre ces partenaires de travail sont éminemment politiques – qu'elles s'affirment comme telles (les entreprises noires refusant de soutenir, par leur publicité, des radios qui n'appartiennent pas à des entrepreneurs noirs) ou au contraire qu'elles l'occultent (le travail pratique de standardisation des instituts de sondage mettant en équivalence, puis substituant sans autre forme de procès une catégorie par une autre, en l'occurrence « *black* » par « *urban* »).

Conclusion

Avant tout, catégorie d'intermédiaires culturels, l'« urbain » musical incite à aller au-delà de l'opposition entre « artistes » et « personnels de renfort »[101], pour identifier les mondes sociaux distincts bien qu'interdépendants qui font les industries musicales[102]. Plusieurs travaux, sur le contexte français, ont mis en évidence le rôle des « intermédiaires du travail artistique »[103] négociant les termes de la mise en relations d'artistes et de leurs employeurs. D'autres travaux ont souligné l'importance des professionnels des maisons de disques, et notamment des professionnels de l'« A&R » (« *Artists & Repertoire* »), équivalent anglo-saxons des fonctions de direction artistique[104]. La genèse de la catégorie de l'« urbain » musical met en évidence le rôle de deux autres types d'intermédiaires culturels : les professionnels de la radio d'une part, et d'autre part tout un ensemble de métiers qui produisent et analysent des signaux marchands[105]. Je propose de qualifier ces derniers d'« intermédiaires de l'infrastructure informationnelle », approfondissant la réflexion sur les « régimes informationnels » initiée par Anand et Peterson[106].

Politisation, standardisation, naturalisation : la presse professionnelle participe à chacune de ces dimensions du travail d'intermédiation de l'infrastructure informationnelle. En éditorialisant les points de vue et les débats, en soulignant l'expertise, en relayant les signaux marchands, elle diffuse les catégories et les halos de sens ou les définitions qui les rendent

[101] Howard Becker, *Art Worlds*, University of California Press, 1982.
[102] David Hesmondhalgh et Sarah Baker, *Creative Labour. Media work in three cultural industries*, Routledge, 2011.
[103] Wenceslas Lizé, Delphine Naudier, Olivier Roueff, *Intermédiaires du travail artistique : à la frontière de l'art et du commerce*. Ministère de la culture et de la communication (DEPS), 2011.
[104] Antoine Hennion, *Les professionnels du disque : une sociologie des variétés*, Métailié, 1981 ; Keith Negus, *Music Genres and Corporate Cultures*, Routledge, 1999.
[105] Tom McCourt et Eric Rothenbuhler, *SoundScan and the consolidation of control in the popular music industry. Media, Culture & Society*, vol. 19, n°2, 1997, p. 201-218.
[106] Narasimhan Anand et Richard A. Peterson, "When market information constitutes fields", *op. cit.*

opératoires. En outre, elle est l'un des opérateurs de la production de récits partagés. Ainsi, dès la fin de l'année 1984, la presse professionnelle propose un récit de ce qu'est l'urbain musical en l'écrivant au passé[107]. À partir du milieu des années 1980, les débats autour de la catégorie se font plus rares. L'« *urban* » devient une catégorie à la transparence croissante, intégrée à l'infrastructure informationnelle qui sert d'arrière-plan aux activités ordinaires de l'industrie musicale. Elle dépasse également le monde de la radio pour se diffuser vers d'autres médias, notamment télévisuel et vidéo par le biais de l'activité concrète des experts et consultants.

La diffusion du terme passe aussi par l'enjeu que représente la rotation en radio des nouveautés produites par les maisons de disques. Lors du 4e meeting annuel du New Music Seminar, à New York, en 1983, un panel intitulé « *urban music promotion* » est organisé, qui réunit des cadres des principales maisons de disques[108]. Bientôt, de plus en plus de disques sont qualifiés d'« *urban* » par les professionnels du marketing, afin d'insister sur leur adéquation avec la programmation de ces stations si populaires dans les principales villes états-uniennes.

Formule imaginée et popularisée par des professionnels aspirant à transformer leur minorisation en « universalisant »[109], à des fins principalement marchandes, des musiques africaines-américaines particularisées de longue date, l'expression « *urban music* » devient ainsi un euphémisme pour désigner des segments professionnels racialisés, comme avant elle les catégories de *race music*, *rhythm and blues*, ou *black music*[110]. Le rêve d'une radio « post-raciale » au service d'auditeurs « sophistiqués » « qui ne s'intéressent vraiment pas à la race des artistes tant qu'ils offrent de la bonne musique[111] » s'éloigne. Mais l'industrie musicale états-unienne ne revient pas pour autant à la situation antérieure. Si, dans un premier temps, l'espace devient une catégorie délimitant des publics pertinents là où le groupe ethno-racial dominait les cadres interprétatifs, dans un deuxième temps, c'est bien à l'intersection explicite entre race et espace, dans une distribution de groupes ethno-raciaux sur un territoire donné, que la notion d'« *urban* » comme catégorie marchande s'impose dans l'industrie musicale états-unienne, depuis le monde de la radio jusqu'aux multinationales du disque. En outre, c'est l'idée de publics multiethniques plutôt que d'une ligne de partage des couleurs séparant « Noirs » et « Blancs » qui guide désormais les professionnels en quête de larges succès. La notion même

[107] *Billboard*, 15 déc. 1984, p. 80.
[108] *Billboard*, 25 juin 1983, p. 23.
[109] Un dossier du *Billboard* publié en 1983 s'intitule ainsi « *black music is universal* ». De façon significative, un long article y est consacré aux programmateurs radiophoniques ayant opté pour le format « *urban contemporary* ». Voir *Billboard*, 4 juin 1983, p. 42 et 44.
[110] Keith Negus, *Music Genres and Corporate Cultures*, *op. cit.*.
[111] Barry Richard, *Billboard*, 19 juin 1982 p. 27.

de « pop » s'en trouve infléchie : les radios « *urban* » ont fait la démonstration qu'elles pouvaient rivaliser avec les stations « Top 40 », au moins dans les grandes villes du pays, sur la base d'une programmation dans laquelle les artistes africains-américains avaient la part belle.

L'approche écologique permet ainsi de saisir la diversité des communautés de pratique professionnelles, des « mondes sociaux » dont chacun joue un rôle dans la carrière de la catégorie, et dont l'action conjointe renouvelle les modes de racialisation musicale en vigueur dans l'industrie musicale états-unienne.