

« De la pratique au concept, et retour. Quand tous les chemins mènent au Walkman Sony »

Présentation du chapitre 2 de *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*

Gérôme Guibert

Mots-clés: Walkman Sony, Japon, Cultural Studies, Circuit de la culture, Stuart Hall, Open University

'From practice to concept, and back. When all roads lead to the Sony Walkman.' Introduction to Chapter 2 of Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman

Keywords: Sony Walkman, Japan, Cultural Studies, Circuit of culture, Stuart Hall, Open University

Lorsque les éditions de la Philharmonie de Paris nous proposèrent en 2018 à Guillaume Heuguet et à moi-même d'éditer une anthologie de textes sur les musiques populaires¹, nous rassemblâmes un corpus de contributions internationales originellement parues en anglais², pour la plupart souvent citées dans la littérature du domaine mais peu connues en France, et qui nous semblaient décisives pour comprendre l'évolution des réflexions et travaux en « popular music studies » et l'élaboration progressive d'une épistémologie du domaine émergent. Le volume ainsi constitué, représentant 25 textes additionnés de l'introduction générale ainsi que celle des diverses parties, déjà très complet, atteignait près de 500 pages. Nous ne pûmes alors publier l'intégralité des textes prévus (mais était-ce une mauvaise chose étant donné la densité du contenu proposé ?). Or, parmi les quelques écrits écartés de l'édition finale figurait un extrait de l'ouvrage *Doing cultural studies. The Story of the Sony Walkman* sur le contexte d'élaboration

¹ Qui donnera l'ouvrage *Penser les musiques populaires*, édité par G. Guibert et G. Heuguet, Paris, Éditions de la Philharmonie, 2022.

² La cohérence et l'homogénéisation de la traduction, ainsi que sa coordination, nécessitait un collectif de spécialistes c'est pourquoi elle fut quasi intégralement constituée, en concertation avec la Philharmonie, par des membres du comité de rédaction de *Volume!* déjà initié à ces traductions (je citerais notamment Emmanuel Parent, Dario Rudy, Michaël Spanu et Jedediah Sklower).

du lecteur de cassette nomade par la firme multinationale japonaise... Il devait prendre place dans le chapitre 4 de l'anthologie, intitulé « la production de la popularité » au côté de classiques inédits en français de R. Peterson, F. Holt et T. Taylor, ces contributions possédant, au sein de la littérature en sciences sociales sur la production économique de la filière musicale (Guibert, 2006) des perspectives différentes de celles de l'ouvrage *Doing Cultural Studies*, bien que complémentaires.

Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman est un travail particulièrement original par son sujet déclaré (en fait double, « les cultural studies » et « le Walkman Sony » - les deux comme processus) comme par sa posture. Il s'est avéré à l'intersection d'une multiplicité de questionnements et de domaines de recherche et d'analyse au moment où il a paru, à la fin des années 1990, puis au moment où sa seconde édition (augmentée de rubriques « back to the future ») a vu le jour en 2013.

Pour comprendre le contexte de son élaboration il faut savoir qu'il s'agit au départ d'un manuel qui devait accompagner un cours intitulé *Culture, Media and Identities* proposé à l'Open University de Londres. Cet enseignement devait permettre d'introduire le public qui le suivait à un ensemble de théories et de méthodes associées au *cultural turn*, plus précisément à une approche sociologique de la culture, des médias et des identités inspirée des cultural studies et donc ouverte aux dialogues interdisciplinaires

(Du Gay & Madsen, 2012 : XV)³. Or il fallait trouver un terrain, un *cultural artefact* concret pour le manuel imprimé remplissant la fonction de support du cours. Du Gay et Madsen (*ibid.*) expliquent que la télévision, l'ordinateur ou encore le téléphone furent évoqué comme des objets possibles sur lequel baser l'ouvrage, mais, suite à de nombreux débats et échanges, le Walkman fut considéré comme le plus pertinent. Particulièrement original (peu de travaux lui étaient consacrés) en même temps qu'il croisait potentiellement de multiples perspectives d'actualité (*cultural and economic geography, social anthropology and material culture studies, science and technology studies, design studies, popular music studies, management and organization studies* en particulier (*ibid.*)). Par son aspect « nomade », le Walkman brouillait les limites entre espace(s) public(s) et espace(s) privé(s). Un phénomène qu'on retrouve à l'âge du smartphone quand l'usager est à la fois ici et ailleurs (Beroche, 2025), les technologies reconfigurant le système des normes et des conventions.

En plus des archives médiatiques existantes sur le Walkman et des entretiens avec des salariés de l'entreprise Sony impliqués dans la mise au point de cette innovation (élaboration, design, production, communication...), l'élaboration du livre allait s'appuyer sur une série de photos d'usages du Walkman

³ Du Gay et Madsen estiment que le cours « was designed to offer a sociologically inflected introduction to the interdisciplinary field of cultural studies ».

(suite à une collaboration de l'Open University avec une école d'art). Les responsables de l'ouvrage furent au départ ceux qui étaient à l'origine du cours, Paul du Gay, Stuart Hall et Hugh Mackay, enseignants chercheurs de l'Open University auxquels s'ajoutaient la responsable administrative du cours (« course manager »), Linda Janes ainsi qu'un consultant extérieur Keith Negus, du Goldsmith's College de Londres.

La question de la représentation est une notion centrale pour le cours puisque la perception qu'on a de l'objet ou du public influence les usages et la carrière de l'objet étudié, mais dès les premiers moments d'élaboration du cours, à partir de la notion d'articulation chez Stuart Hall (qui permet de penser des équilibres conjoncturels à partir d'éléments disparates), (Negus, 2025 : 696-697), les auteurs vont chercher à appréhender le Walkman Sony à partir de ce qu'il nommeront le « circuit de la culture » et qui relie 5 étapes qui s'influencent mutuellement : « représentation », « identité », « production », « consommation », « régulation » (Du Gay, 1997). Pour autant, Stuart Hall, à cette étape de sa carrière cherche à faire un pas de côté par rapport à la théorie pour revaloriser la dimension concrète des études de cas, d'où la volonté de favoriser l'expression « Doing cultural studies » dans le titre. L'ouvrage est divisé en six chapitres permettant de décrire ce que les auteurs nomment « le Circuit de la culture » à partir du Walkman. Dans le premier chapitre, les auteurs reviennent sur la notion

de signification associée à la représentation, et sur la notion de « discours » à propos du Walkman. Les trois chapitres suivants sont centrés sur la production. Elle est ancrée dans l'histoire, elle dépend aussi du contexte culturel et donc de l'identité, des représentations et des modes de consommation. Aussi le chapitre 2 se focalise sur la manière dont la production est représentée, le chapitre 3 sur l'identification de l'innovation par les groupes sociaux, le chapitre 4 se penche sur Sony comme entreprise « globale », comme multinationale, mais située au Japon. Le chapitre 5 revient sur les pratiques et les cultures de consommation et le chapitre 6 sur la notion de régulation. Qu'est-ce que cela implique d'écouter de la musique au casque, quel est le rôle du design dans le succès du dispositif ? L'idée n'est pas, avec cette contribution introductory, d'aller avec cette contribution, d'aller plus loin dans les discussions multiples générées par l'ouvrage. Il pourrait être intéressant d'ajouter, toutefois, comme l'ont montré les contributions au débat parues dans le *Journal of Cultural Economy* récemment à propos des séminaires de l'Open University de la fin du siècle dernier, que l'ouvrage est en fait révélateur d'une tension existante à l'époque. Celle-ci se fait jour entre d'une part les cultural studies développées par Stuart Hall (alors à la fin de sa carrière et œuvrant en tant que Professeur de sociologie à l'Open University) que ce dernier cherche à confronter aux questions de production et d'économie créative (Pryke &

Du Gay, 2002, Hesmondhalgh, 2002) et d'autre part la théorie de l'acteur réseau (ANT) de Callon et Latour qui inspire l'ouvrage, notamment via les notions de dispositifs ou « d'actant » (potentiel d'action des objets)⁴. Ceci alors même que, si l'on suit les propos de Bennett (2025), Hall perçoit Latour de manière critique, justement parce que ce dernier négocie mal l'intégration des rapports de pouvoir (de genre, de race ou de classe) au sein des questions économiques, notamment de concurrence ou de concentration de la production. Un texte qui conserve plus que jamais toute sa richesse et son actualité.

Travaux cités

BENNETT Toby, « Undoing cultural studies: cultural economy at the Open University (1979-1997) », *Journal of Cultural Economy*, vol. 17, n° 5, 2025, p. 641-662

BÉROCHE Hubert, *Smombies. La ville à l'épreuve des écrans*, Paris, L'Aube, 2025

DU GAY Paul and KOED MADSEN Anders, « introduction to the second edition », in Paul DU GAY and al., *Doing cultural studies. The story of the sony walkman*, Second Edition, London, Sage, 2013

DU GAY Paul, « Introduction to the first edition », in Paul DU GAY and al., *Doing cultural studies. The story of the sony walkman*, London, Sage, 1997

DU GAY Paul, HALL Stuart, JANES Linda, KOED MADSEN Anders, MACKAY Hugh, NEGUS Keith, *Doing cultural studies. The story of the sony walkman*, Second Edition, London, Sage, 2013

GUIBERT Gérôme, *La production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France*, Paris, Mélanie Seteun/Irma, 2006

GUIBERT Gérôme, « Cultural economy vs solidarity economy: similarities and antagonisms », Draft Paper of the communication given at the 10th Crossroads in Cultural Studies Conference; Tampere, Finland, 1 July 2014

GUIBERT Gérôme, HEUGUET Guillaume (dir.), *Penser les musiques populaires*, Paris, Éditions de la Philharmonie, 2022

HESMONDHALGH David, *Cultural Industries*, London, Sage, 2002

NEGUS Keith, « Perspectives on cultural economy: personal, institutional, historical », *Journal of Cultural Economy*, vol. 17, n° 5, 2025, p. 694-699

PRYKE Michael, DU GAY Paul (ed.), *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*, London, Sage, 2002

⁴ Latour est d'ailleurs mentionné comme auteur référent dans l'ouvrage.

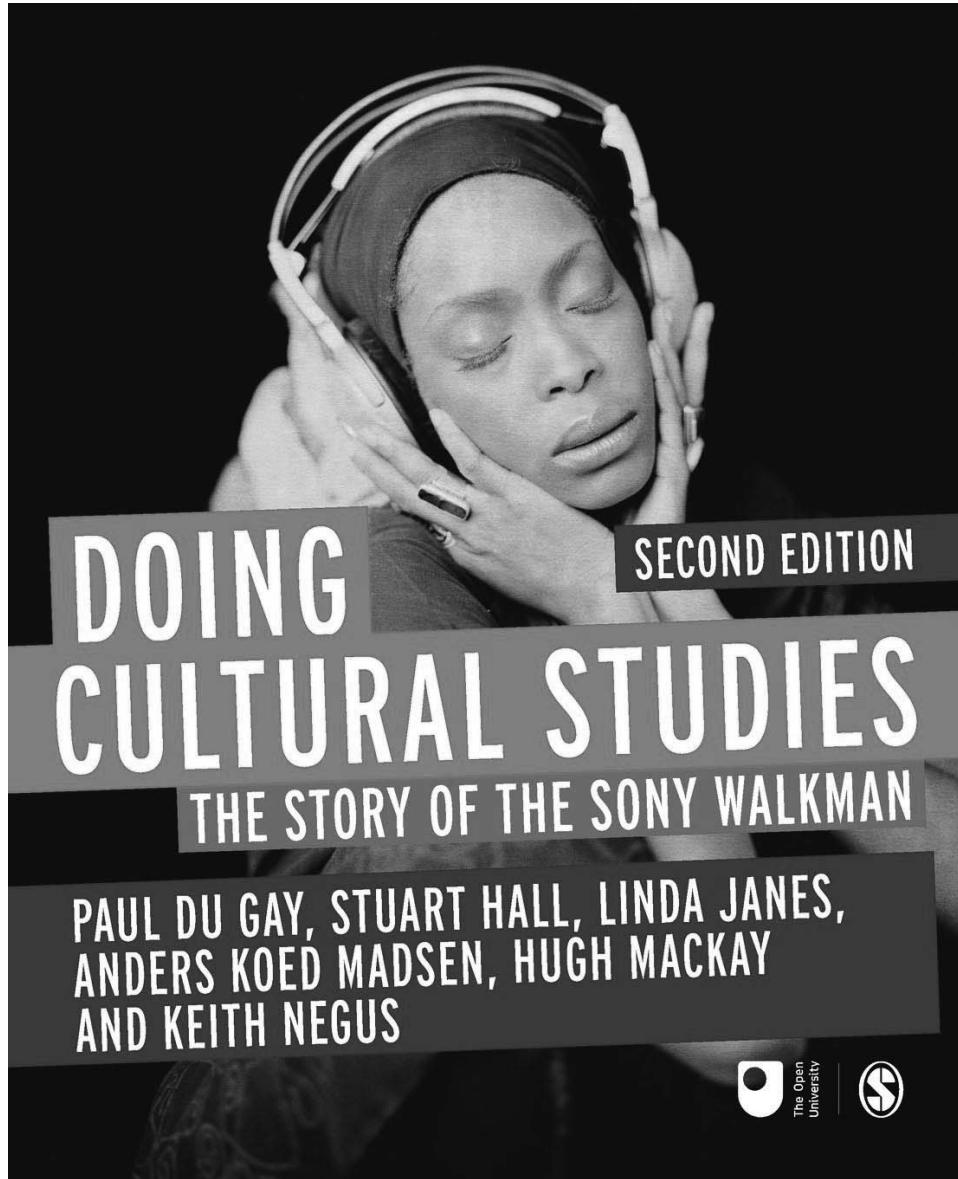


Figure 1: Couverture de DU GAY Paul *et al.*, *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*, London, Sage, 2013 (Second Edition)