

Drogues, santé et société

Chansons et cannabis : représentations sociales, enjeux identitaires et communicationnels

Songs and cannabis: social representations, identity and communicational stakes

Canciones y cannabis: representaciones sociales, desafíos identitarios y comunicativos

Lionel Dany



**DROGUES,
SANTÉ ET
SOCIÉTÉ**

Volume 11, Number 2, December 2012

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1021242ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1021242ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Drogues, santé et société

ISSN

1703-8847 (digital)

[Explore this journal](#)

Article abstract

Cultural communications take part to make "visible" the social objects and contribute to register them in and to return account of a social context. Thus, the analysis of cultural products such as songs can be relevant to explore social representations. We carried out the analysis of contents of 25 French songs having for topic cannabis. The discourses testify for an experiment being able to be brought closer to the one of consumers. In other words, these songs express really "something" concerning the social condition of the consumer in a complex unit which utilizes various socio-normative contexts. Moreover, the omnipresence of one other "thought" and "acts", in reference to the object represented, utilizes processes of group beliefs which make it possible to understand the intentionality of the song. The analysis of cultural communications as songs appears relevant and heuristic to apprehend, in a contextual way, the forms of common sense knowledge and to seize certain specific stakes to their development.

Cite this article

Dany, L. (2012). Chansons et cannabis : représentations sociales, enjeux identitaires et communicationnels. *Drogues, santé et société*, 11(2), 40–57. <https://doi.org/10.7202/1021242ar>

Tous droits réservés © Drogues, santé et société, 2012

This document is protected by copyright law. Use of the services of Érudit (including reproduction) is subject to its terms and conditions, which can be viewed online.

<https://apropos.erudit.org/en/users/policy-on-use/>

érudit

This article is disseminated and preserved by Érudit.

Érudit is a non-profit inter-university consortium of the Université de Montréal, Université Laval, and the Université du Québec à Montréal. Its mission is to promote and disseminate research.

<https://www.erudit.org/en/>



RÉSULTATS DE RECHERCHE

Chansons et cannabis : représentations sociales, enjeux identitaires et communicationnels

Lionel Dany, maître de conférences en psychologie sociale, Aix-Marseille Université, LPS EA 849, 13621, Aix-en-Provence, France, APHM, Timone, Service d'Oncologie Médicale, 13385, Marseille, France

Coordonnées : Laboratoire de psychologie sociale (EA 849), Aix-Marseille Université, 29, avenue Robert Schuman, F-13621 Aix-en-Provence, France, Bureau: 00.33. (0) 4.13.55.38.19, Courriel : Lionel.Dany@univ-amu.fr

Résumé

Les communications culturelles participent à rendre « visibles » les objets sociaux et contribuent à les inscrire et à en rendre compte dans un contexte social. Ainsi, l'analyse de produits culturels tels que les chansons peut s'avérer pertinente dans une perspective qui viserait à explorer des représentations sociales. Nous avons effectué l'analyse de contenu de vingt-cinq chansons françaises ayant pour thème le cannabis. Les propos véhiculés témoignent d'une expérience pouvant être rapprochée de celle des consommateurs. Autrement dit, ces chansons expriment bien « quelque chose » qui est de l'ordre de la situation sociale du consommateur dans un ensemble complexe qui fait intervenir divers contextes socionormatifs. De plus, l'omniprésence d'un autrui « pensé » et « agi », en référence à l'objet représenté, fait intervenir des processus de croyances de groupe qui permettent de déchiffrer ce qui est de l'ordre de l'intentionnalité de l'œuvre. L'analyse de communications culturelles comme les chansons se révèle tout à fait pertinente et heuristique pour appréhender de manière contextuelle les formes de savoir de sens commun et pour saisir certains enjeux propres à leur élaboration.

Mots-Clés : chansons, cannabis, représentations sociales, identité

Songs and cannabis: social representations, identity and communicational stakes

Abstract

Cultural communications take part to make "visible" the social objects and contribute to register them in and to return account of a social context. Thus, the analysis of cultural products such as songs can be relevant to explore social representations. We carried out the analysis of contents of 25 French songs having for topic cannabis. The discourses testify for an experiment being able to be brought closer to the one of consumers. In other words, these songs express really "something" concerning the social condition of the consumer in a complex unit which utilizes various socio-normative contexts. Moreover, the omnipresence of one other "thought" and "acts", in reference to the object represented, utilizes processes of group beliefs which make it possible to understand the intentionality of the song. The analysis of cultural communications as songs appears relevant and heuristic to apprehend, in a contextual way, the forms of common sense knowledge and to seize certain specific stakes to their development.

Keywords: songs, cannabis, social representations, identity

Canciones y cannabis: representaciones sociales, desafíos identitarios y comunicativos

Resumen

Las comunicaciones culturales participan para darle "visibilidad" a los objetos sociales y contribuyen a insertarlos y a explicarlos en un contexto social. Es así como el análisis de los productos culturales, como las canciones, puede tornarse pertinente en una perspectiva que aspira a explorar las representaciones sociales. Nosotros efectuamos un análisis del contenido de veinticinco canciones francesas que tratan el tema del cannabis. El mensaje expresado transmite una experiencia que puede acercarse a la de los consumidores. En otras palabras, estas canciones expresan "algo" que se aproxima a la situación social del consumidor en un conjunto complejo en el que intervienen también diversos contextos socionormativos. Además, la omnipresencia de un prójimo "pensado" y "actuado" con referencia al objeto representado hace intervenir procesos de creencias de grupo que permiten descifrar cuál es la intencionalidad de la obra. El análisis de las comunicaciones culturales, como las canciones, resulta muy pertinente y heurístico para aprehender, de manera contextual, las formas del saber de sentido común y para comprender ciertos desafíos propios a su elaboración.

Palabras clave: canciones, cannabis, representaciones sociales, identidad

L'auteur souhaite remercier les réviseurs de son texte, dont les remarques et suggestions ont permis une amélioration substantielle de la première version de cet article.

Introduction

À travers toutes les époques, les drogues ont accompagné ou inspiré la création artistique. Aborder les drogues sous un angle culturel permet en partie de rendre compte du rapport que la société entretient avec elles et de constater quelle place les individus sont en mesure de « revendiquer » pour ces dernières. En effet, si les productions artistiques contribuent à rendre « visibles » les drogues, elles contribuent aussi à les inscrire et à en rendre compte dans contexte social. Autrement dit, ces productions ou « produits culturels » proposent des significations qui s'ancrent dans un ensemble d'expériences pratiques au sens où ces expériences sont constitutives d'une forme de connaissance pratique de l'objet qui peut être reproduite, analysée et communiquée.

Une question importante, intrinsèque à l'analyse du lien entre productions artistiques et drogues, tient aux processus que seraient en mesure d'engendrer ces productions artistiques voire les artistes eux-mêmes sur les comportements des individus. Des travaux inscrits dans des modèles théoriques tel que celui de l'apprentissage social (Arkers, Krohn, Lanza-Kaduce et Radosevitch, 1979 ; Bandura, 1986) ont porté sur les effets potentiels de la découverte de schémas de comportements, de leur sélection ou de leur rôle comme moyen de lecture des situations dans le cadre de contacts avec des « référents culturels »¹ en lien avec les drogues. Ainsi, l'exposition à des substances utilisées par des artistes ou dans le cadre de productions artistiques pourrait encourager les individus, particulièrement les jeunes, à observer, dans un premier temps, ces comportements, à développer des attitudes positives vis-à-vis de ces comportements et, dans un dernier temps, à faire un passage à l'acte (Gruber, Thau, Hill, Fisher et Grube, 2005). Ainsi, consommer une drogue se serait également « consommer » l'image qui lui est associée ainsi que les valeurs qui l'organisent.

Différentes recherches (Distefan, Gilpin, Sargent et Pierce, 1999 ; Gruber, Thau, Hill, Fischer et Grube, 2005 ; Forsyth et Barnard, 1998) ont montré le rôle important de la musique, de la chanson en particulier, comme moyen de diffusion d'une imagerie et de systèmes normatifs sur les drogues. Elles soulignent, d'une part, l'articulation entre genres musicaux et prégnance du discours sur les psychotropes et, d'autre part, le type de rapports que le « public » peut entretenir avec les drogues et ses préférences/références musicales. L'exposition à des consommations de substances dans les « produits culturels » pourrait entraîner une plus grande acceptation de ces usages, leur inscription dans la norme et un encouragement à leur consommation (Distefan, Gilpin, Sargent et Pierce, 1999 ; Tickle, Sargent, Dalton, Beach et Heatherton, 2001 ; Forsyth et Barnard, 1998).

Ces recherches témoignent d'une reconnaissance des normes de consommation et d'une certaine forme d'appartenance catégorielle qui pose la question de l'image personnelle et celle des processus identitaires en jeu dans la reconnaissance et à l'appartenance à des modèles proposés. Ainsi, il convient, à notre avis, d'envisager ces processus sous l'angle d'un rapport dialectique (un dialogue) entre le produit culturel (qu'il s'agisse d'un produit ou de celui qui le véhicule) et le « public ». Par exemple, l'expérience personnelle permettrait de décoder les messages produits et de déceler leur authenticité (McCool, Cameron et Petrie, 2003). Autrement dit, la diffusion du message ne s'opère pas sur un « terrain » vierge de références. Les images véhiculées se doivent de proposer une « vision

¹ Par « référents culturels » nous entendons aussi bien les productions artistiques/culturelles (ex. : livres, chansons, films) que les personnes qui participent à leur production (ex. : artistes, chanteurs, écrivains, acteurs, stars).

réelle» (au sens de ne pas travestir la réalité ou de ne pas en grossir les traits) des phénomènes décrits au risque de ne pas être reconnues comme telle. Cette proposition pose le récepteur du message, le « public », comme sujet actif dans ce processus et non pas comme sujet passif, voire vulnérable, devant les multiples sources d'influence auxquelles il est confronté.

La musique et, par extension, la chanson n'ont pas particulièrement retenu l'attention des chercheurs dans le champ des représentations sociales². Pourtant, les phénomènes musicaux constituent des objets légitimes susceptibles d'aider à une meilleure intelligence du fonctionnement des sociétés humaines (Martin, 2006), car la musique a une fonction sociale (Green, 2006). À ce titre, l'analyse des représentations sociales peut constituer un moyen conceptuel et méthodologique de traiter de la musique et de l'ensemble des interactions qui la constitue (Martin, 2006). De plus, les phénomènes musicaux permettent plusieurs niveaux d'analyse: le niveau de l'intention créatrice, du produit, de l'interprétation, de la réception et celui de l'imaginaire (Jodelet, 2006).

Dans cette optique, la chanson comme acte musical occupe une place de choix. De tout temps, elle a accompagné les actes de la vie sociale (Torgue, 1975). Bien avant la presse, elle a constitué un moyen d'expression de l'opposition politique et sociale (Grawitz, 1996). La chanson peut être considérée comme une forme de communication culturelle dans laquelle le langage occupe une place de choix. À ce titre, les chansons constituent des corpus textuels naturels qui préexistent dans l'ordinaire de la vie en société (Bardin, 2003)³.

Cette capacité des chansons à véhiculer une forme de savoir social ou à témoigner des formes de la pensée de sens commun est essentielle dans une perspective d'analyse des dynamiques représentationnelles qui s'ancrent dans ce type de produits culturels. Plus encore, c'est leur capacité de faire des liens ou, plus précisément, de proposer un dialogue avec le public-interlocuteur et, ainsi, de générer ou de rendre compte de « communautés » qui rend leur analyse pertinente. Par dialogue, nous entendons la mise en commun du sens et de la valeur référentielle dont l'enchaînement est régi par des règles assurant une propriété de convergence (Jacques, 1985). En ce sens, les événements racontés, les expériences évoquées (individuelles ou groupales) sont en mesure de témoigner, au moins partiellement, d'un prisme de connaissances partagées qui renvoie à l'idée d'un « contrat de communication » (cf. Ghiglione, 1990, p. 211) entre la source du message (l'interprète, parfois auteur (e) et compositeur ou compositrice) et son auditoire.

Le « dialogue » qui s'instaure entre interprète et public-interlocuteur n'est pas neutre (Escarpit, 1964). Celui-ci a la particularité d'avoir « une intention » et de rendre compte des possibles liens entre le créateur d'une œuvre et son « public », soit la communauté de culture, la communauté des évidences et la communauté de langage. La communauté de culture concerne le fait que l'œuvre ou l'interprète prennent valeur de « totems culturels » pour le groupe, qui peut ainsi se reconnaître à travers l'œuvre. La communauté des évidences renvoie au fait que toute collectivité secrète un certain nombre « d'idées, de croyances, de jugements de valeur ou de réalité qui sont acceptés comme évidents et n'ont besoin ni de justification, ni de démonstration, ni d'apologétique » (Escarpit, 1964, p.102).

² Par représentations sociales, nous entendons l'ensemble organisé des connaissances, des croyances, des opinions, des images et des attitudes partagées par un groupe à l'égard d'un objet social donné (Abric, 1994).

³ On pourrait poser certaines limites à l'analyse des chansons. Ainsi, la recherche de rimes, par exemple, pourrait conduire à penser que le langage revêt, dans ce contexte, une fonction poétique (Ricœur, 1986). Autrement dit, qu'il s'éloigne de sa fonction référentielle. Toutefois, si « le monde du texte » n'est pas celui du langage quotidien et qu'il constitue à ce titre une distanciation du réel, il n'en constitue pas moins une dimension référentielle qui s'apparente à une « proposition de monde, à une re-description de la réalité » (Ricœur, 1986).

Cette communauté des évidences est fixée par la communauté de langage qui permet une adéquation entre le vocabulaire utilisé et la syntaxe employée par le créateur et ceux que la collectivité emploie pour exprimer ses évidences.

Appréhendé comme dialogue, le produit culturel (ici la chanson) pose la coprésence des acteurs et suggère une coconstruction de la réalité – un partage possible de représentations, qui va prendre forme à travers le « travail cognitif qui sous-tend cette activité de coconstruction » (Ghiglione, 1986, p. 26). Dans cette perspective, l'objet reconstitué est à la fois produit de celui qui émet le message, mais aussi produit de celui qui le reçoit. Comme le suggère Eco (1985), pour analyser le fonctionnement d'un texte, il faut prendre en compte le rôle du destinataire. Il convient, à notre avis, d'envisager ces processus comme agissant dans un espace dialogique (cf. Marková, 2003 ; Orfali, 2005). Autrement dit, un espace par lequel s'effectue un partage d'informations et de savoirs et qui permet d'envisager la construction d'une réalité sociale partagée (Orfali, 2005). Dans cet espace, les chansons contribuent à rendre visible l'objet considéré, puis à l'inscrire et à en rendre compte dans contexte social. Autrement dit, ces productions ou « produits culturels » proposent des significations, des représentations qui s'ancrent dans un ensemble d'expériences pratiques au sens où ces expériences sont constitutives de modalités de connaissances de l'objet qui peuvent être reproduites, analysées et communiquées.

Nous avons fait le choix de travailler sur des chansons ayant pour thème le cannabis. Parmi les drogues, le cannabis dispose d'une spécificité ou d'une singularité qui tient à sa position « ambivalente » (Dany et Apostolidis, 2002). Cette spécificité se nourrit du statut légal de cette substance (son usage n'est pas autorisé), de son statut social (large diffusion et consommation), de son acceptabilité (une relative tolérance des individus à son égard) ou encore de sa valeur de symptôme dans la société (déliquescence des mœurs, perversion des jeunes, entrée dans la toxicomanie, inadéquation des catégories culturellement instituées). De plus, ce qui caractérise le cannabis, c'est sa valeur d'enjeu dans le débat sur les drogues, puisque, plus que tout autre produit, il cristallise l'intérêt des « pros » et des « antis », des pour et des contre en un ballet singulier qui souligne les enjeux auxquels doivent répondre l'ensemble des groupes sociaux concernés d'une manière ou d'une autre (législateurs, consommateurs, prohibitionnistes, parents, jeunes). À ce titre, il est l'objet et le produit de communications sociales de tout ordre, ce qui rend son étude d'autant plus pertinente dans le cadre d'une approche représentationnelle (Flament et Rouquette, 2005 ; Moliner, 1996).

Dans un registre complémentaire, on peut évoquer le lien que l'on peut observer à travers l'histoire entre drogues et production culturelle ; la place particulière qu'occupe le cannabis dans le champ des psychotropes et le fait qu'il puisse être associé à des mouvements culturels pour lesquels la musique constitue un moyen d'expression prégnant (Bachman et Coppel, 1989 ; Duprez et Kokoreff, 2000 ; Legleye et Beck, 2003 ; Olivenstein, 1970 ; Retaillaud-Bajac, 2002 ; Solomon, 1969). Le cannabis n'échappe pas à cette « règle », il a, depuis fort longtemps, été au cœur de la production culturelle, notamment la chanson (Blum, 2007), au sein de laquelle il occupe une place significative (comparativement aux autres drogues).

La recherche que nous avons réalisée avait deux objectifs principaux. Le premier objectif était de mettre au jour les représentations sociales du cannabis telles qu'elles pouvaient être véhiculées au sein des textes de chansons (recherche des contenus représentationnels et de leur régulation). Le deuxième objectif visait à analyser et à spécifier les processus en jeu dans l'élaboration des contenus représentationnels sous l'angle d'un dialogue possible entre artiste et public. Autrement dit, nous souhaitons analyser les chansons comme coconstruction de la réalité.

Méthodologie

La sélection des chansons s'est effectuée selon trois critères : (a) **l'année de sortie** : les chansons devaient avoir été commercialisées ou produites entre 1990 et 2004, le choix de cette période repose sur le fait qu'elle correspond à celle d'une diffusion « massive » du cannabis et à l'augmentation des débats le concernant dans la société française (Dany, 2008) ; (b) **la langue** : les chansons devaient être de langue française ; (c) **le caractère central du thème du cannabis dans la chanson** : dans la production musicale française, un certain nombre de chansons évoquent le cannabis sans qu'il ne constitue la trame centrale de la chanson ; en voici des exemples : « *Toi t'es l'instant moi le bonheur / Tu es le verre je suis le vin / Toi tu es l'herbe et moi le joint* » (Carla Bruni, 2002) ; « *Tout c'qu'à vos yeux a d'la valeur / Et dont je n'ai plus rien à faire / Quitte à tout prendre n'oubliez pas / Le shit planqué sous l'étagère* » (Florent Pagny, 2004) ; « *Renaud se méfie des pétards / Et du chichon qui rend idiot / Renard se les roule peignard / Pour s'exploser le ciboulot* » (Renaud, 2003). Si ces textes ont un intérêt pour appréhender le processus de diffusion - par intégration dans un référentiel commun - dont le cannabis fait l'objet dans la société française, ils ne constituent pas un corpus pertinent pour opérer une analyse de contenu.

Au regard du contexte social, et surtout du contexte légal français, l'identification de chansons évoquant le cannabis peut sembler délicate. Celle-ci a donc reposé sur une stratégie qui visait à identifier des chansons ou des artistes populaires auprès de consommateurs de cannabis (Dany et Apostolidis, 2002 ; Dany et Abric, 2007 ; Dany et Apostolidis, 2007). Au final, vingt-cinq chansons correspondant aux divers critères ont été retenues. Ces chansons ont fait l'objet d'une catégorisation en fonction de leur genre musical. Trois genres musicaux sont représentés : le rap, le rock et le reggae. Nous nous sommes appuyés sur les catégorisations existantes pour classer les différentes chansons dans ces genres. La répartition des œuvres, sur la base du genre musical, montre que le reggae représente près d'une chanson sur deux (48 %, soit 12 chansons), le rock plus du tiers (36 %, soit 9 chansons) et le rap seulement 16 % (4 chansons). Si cet échantillon dispose d'une certaine hétérogénéité en matière de styles musicaux, il ne peut être considéré comme représentatif de la production musicale qui traite de la question du cannabis.

Notons que nous avons fait le choix de ne travailler que sur une seule dimension de la chanson : son texte. De fait, les dimensions musicales (style musical, rythme, situation créée par la répétition d'une formule mélodique, appel à la danse) ne sont pas prises en compte. Ce choix repose sur notre volonté de nous attacher aux messages élaborés par les auteurs dans un contexte social spécifique (les années 90 en France) de confrontation d'idées et de prise de position. De plus, travailler sur les textes peut permettre une comparaison avec les discours produits par les consommateurs.

Une analyse de contenu (Bardin, 1998) a été effectuée sur l'ensemble des chansons. Nous avons opéré une analyse catégorielle et une analyse de l'énonciation de l'ensemble du corpus. L'analyse catégorielle s'est centrée sur l'appréhension du registre sémantique (thèmes) et linguistique (analyse lexicale) des œuvres sélectionnées. Sa finalité était d'opérer des classements d'objets à partir de propriétés communes que l'analyse des occurrences et cooccurrences nous a permis de mettre au jour. L'analyse de l'énonciation a contribué à conduire l'analyse des traits observés au-delà de leurs aspects formels pour se centrer sur leurs significations adjuvantes pour procéder à l'inférence.

Résultats

Faire référence au cannabis

L'analyse des chansons montre que la référence au cannabis procède soit par sa dénomination sous diverses formes (*herbe, ganja, shit, boulette*, etc.), soit par l'évocation de ses procédés d'usages (*joint, spliff, pétard, pétou*, etc.). Le terme le plus fréquemment employé est celui d'*herbe* (8), il est suivi par *joint* (6), *ganja* (5) et *shit* (4). On trouve ensuite des termes dont la fréquence d'évocation est moindre : *weed, boulette, spliff, pétard*, etc. Au total, on peut dénombrer quarante-deux références distinctes sur l'ensemble des chansons, soit 1,6 référence en moyenne par chanson. Seules deux chansons n'utilisent pas de référent « classique » pour signifier le cannabis. L'une d'elles évite toute référence explicite, la seconde parle du cannabis comme une compagne.

Nous avons effectué un regroupement de ces termes par catégorie. Nous avons distingué la catégorie Herbe qui est la plus importante (évoquée dans 18 chansons, elle représente 42,85% des termes utilisés; termes: *herbe, ganja, weed*, etc.) des catégories Usage (n = 13; 30,95%; termes: *joint, pétard, pétou*, etc.) et Résine (n = 11; 26,2%; *boulette, shit, marocco*, etc.). Les catégories Herbe et Résine renvoient toutes les deux au cannabis comme produit, mais sont utilisées de manière différenciée, puisque l'on constate qu'à une exception près l'utilisation de termes se référant à une catégorie a pour conséquence de ne pas utiliser les termes de l'autre catégorie. Cette première observation montre la diversité des références à l'objet qui puise à la fois dans ses propriétés physiques/biologiques (catégories Herbe et Résine) et ses procédés d'usage (catégorie Usage), la pratique s'inscrivant comme signifiant de l'objet. Cette valeur signifiante de l'objet par des procédés d'usage se retrouve, par exemple, fréquemment pour l'alcool : « boire un verre », « s'en jeter un ».

Des « effets » à ressentir et à vivre

Deux types d'effets peuvent être distingués : le premier type concerne la substance elle-même, ses propriétés psychotropes et ses modes de consommation ; le second rend compte du statut social et légal (et les conséquences) de celle-ci. La première catégorie d'effets est de loin la plus fréquente. On la retrouve dans la quasi-totalité des chansons, soit 92% (n = 23) d'entre-elles. L'évocation des effets de la substance sur l'organisme est marquée par la prolifération d'images diverses et variées. En consommer rend « *fraca* », « *démonté* », « *défoncé* », « *désinhibé* », « *déchiré* » ou elle « *assassine* ». Elle permet aussi d'être « *gai* », d'avoir du « *plaisir* », de « *voyager* », de se « *mettre le feu* » ou d'être « *cool* ». De même, elle permet de se retrouver et favorise la convivialité : « *Éclats de rires en compléments de nos délires* » (Sinsémilia, 2000) ; « *La rencontre se fit en fumant* » (Raspigaous, 2001).

Trois chansons font référence à des effets qui renvoient à la spiritualité « *Si je fume de la weed, c'est pour être plus près de dieu* » (Pierpoljak, 1998) ou à son rôle comme moteur de l'inspiration et de la création « *Donne-moi une latte et j'aurais de l'inspiration, j'en r'prendrais bien une autre pour la décontraction* » (Billy Ze Kick, 1994). Trois chansons font référence aux propriétés « thérapeutiques » du cannabis : « *Ce serait pourtant si simple de le légaliser, deux petits joints par jour, c'est antidépresseur* » (Matmatah, 1998) ; « *Elle m'apaise lorsque monte la tension dans ma vie* » (Baobab, 1999). Les effets négatifs, ou du moins formulés comme tels sont presque absents. Seules deux chansons font référence spécifiquement à ce type d'effets. On peut toutefois identifier de rares propos prônant la modération : « *J'ai vu des mecs dérailler, certains être internés, d'avoir trop voulu noyer leur problème dans d'épais nuages de fumée* » (Sinsémilia, 2000).

La deuxième catégorie d'effets (effets liés au statut de la substance) concerne à la fois les références aux conditions d'accès au cannabis (le trafic et ses risques) et les processus de stigmatisation associés à la substance. Certaines chansons (n = 6) évoquent la « galère » et les arnaques associées au trafic : « *Quand il n'y aura plus que dalle, qui viendra faire le joli, qui partira en cavale, au beau milieu de la nuit, pour un choco de camboui* » (Massilia Sound System, 2000) ; « *J'ai compris en fumant, que fumer c'est de l'argent, et que j'en donne à des gens qui allègrement amassent les bagues en diamant* » (Tryo, 1998) ; « *J'ai connu les biz tordus, passé des soirées dans la rue, sans s'en être aperçu, dealers on était devenu* » (Sinsémilia, 2000). Faire face à la stigmatisation conduit principalement à réfuter toute confusion entre le statut de consommateur de cannabis et celui de drogues dites dures : « *Non ne m'assimilez pas à ceux qui se déchirent le bras* » (Mister Gang, 2000) ; « *Qu'on arrête de me considérer comme un drogué* » (Tryo, 1998). Ces résultats nous montrent que les conséquences de la consommation ne sont pas uniquement appréhendées à travers les effets du produit, mais également comme expérience socialement située produisant un système de contraintes qui peut, à ce titre, être considéré comme un effet.

Le statut légal

Le statut légal du cannabis est le thème le plus récurrent après celui des effets. Cela ne veut pas dire pour autant qu'il organise le discours des chansons. En effet, le propos principal de l'œuvre n'est que très rarement la remise en cause de ce statut légal (2 chansons sur les 25) même si ce dernier apparaît sous diverses formes dans 80 % (n = 20) d'entre elles. La référence à ce statut légal est plus ou moins explicite. Soit ce statut ou ses attributs (risques pénaux, instances de contrôle) sont clairement évoqués, soit ils « émergent » au détour de certains propos. Ainsi, on retrouve, dans certaines chansons, des références précises sur le statut illicite du produit ou sur les risques pénaux liés à sa consommation ou à sa possession : « *De douce qualifiée, sa possession est illicite* » (FFF, 1990) ; « *J'ai compris que pour du chichon, tu peux aller en prison* » (Tryo, 1998) ; « *S'il y a des condés [policiers] jette-le vite par terre* » (IAM, 1993).

Dans d'autres chansons, la référence au statut légal du cannabis s'opère à travers l'usage de sous-entendus⁴. Ainsi, sont évoqués la nécessaire dissimulation (« *jardin pas trop à découvert* »), les lieux où son usage est toléré (« *Amsterdam* ») et la situation française sous forme imagée (« *le stalag de Charles Pasqua* ») : « *Alors il fredonne qu'il a de la chance d'avoir les beaux plants et les doigts verts, mais que son jardin est un peu trop à découvert* » (Raspigaous, 2000) ; « *Je sais qu'il y a quelque chose de bon en Afghanistan, mais tu ne peux trouver ça qu'à Amsterdam* » (100 % collègues, 2000) ; « *Papa Schutz plante la ganja, dans le stalag de Charles Pasqua* » (Marcel et son orchestre, 2001).

Les références implicites sont moins utilisées que les références explicites dans lesquelles on retrouve toute une série d'acteurs de la répression : policiers, gendarmes et douaniers. En parallèle à cette personnification de la loi à travers ses agents, c'est l'institution elle-même qui est mise en cause. Les références à la morale sont rares (2 chansons) : « *Voir un homme tituber ne choque pas la morale [...] et le joint si léger dans mon pays natal des libertés de l'homme devrait être banal* » (Matmatah, 1998) ; « *Un fait divers bien trop banal, puni par la morale* » (Mister gang, 2000).

Aborder la question du statut légal du cannabis revient à s'interroger sur les prises de position vis-à-vis de la dépénalisation et de la légalisation de cette substance. Deux remarques peuvent être formulées à cet égard. D'une part, la formulation explicite d'une demande de changement de statut

⁴ Sous-entendus qui font figure d'implications conversationnelles (Grice, 1979).

est rare (2 chansons), d'autre part, cette « intention » est sous-tendue par divers mécanismes (catégorisation, comparaison). Les analyses qui suivent vont nous permettre de clarifier ce second point. Notons, par ailleurs, qu'une de ces chansons a été condamnée par la justice française pour présentation sous un jour favorable du cannabis incitant de fait à son usage. La seconde est moins explicite. L'utilisation du conditionnel est, à ce titre, assez intéressante pour appréhender la forme que prend cette requête : « *J'ai pensé que peut-être on pourrait nous permettre de fumer nos pets* » (Tryo, 1998).

Le cannabis et les autres drogues

On trouve des références aux autres psychotropes dans près de la moitié des chansons analysées (soit 11 chansons ; 44 % de l'échantillon). Deux de ces chansons ne font référence qu'à l'alcool sans citer d'autres produits et quatre ne font référence qu'à des substances illicites « autres ». La substance la plus citée est l'alcool. Sept chansons y font directement référence (soit 24 % de l'échantillon total et 63 % des chansons qui évoquent d'autres produits que le cannabis). Deux logiques président à son évocation : la première tient à l'association des consommations ; la seconde, beaucoup plus fréquente, relève de la comparaison entre les substances. En effet, l'usage associé de cannabis et d'alcool est rare dans les chansons. Nous avons identifié une seule référence à cet usage concomitant : « *Sers le jaune [pastis] collègue et sers le bien pâteux, je crois qu'il est l'heure de faire briller les yeux, roule un pétou collègue roule un pétou de beuh, il n'y a pas d'heure pour se mettre le feu* » (Raspigaous, 2000).

Comme nous l'avons indiqué, le recours à l'alcool comme élément de comparaison au cannabis est beaucoup plus fréquent. Les propos tenus visent à relativiser la dangerosité du cannabis vis-à-vis de l'alcool, considéré comme autant si ce n'est plus dangereux : « *Beaucoup ne voient pas que la légalité cache des produits analogues, alcool et tabac sont des drogues* » (IAM, 1993) ; « *Bien trop pathétique courbé au bar bouffé de tics, toujours dans son droit fou alcoolique, si lui peut continuer malgré ce triste diagnostic, laisse-moi voyager via Jamaïque* » (FFF, 1990) ; « *Je le conseille [le pétard] tout de même avec modération, comme cet alcool qu'on prend jusqu'à la déraison, et pour quelques noyés est devenu passion* » (Matmatah, 1998).

Parmi ces onze chansons, près des deux tiers (n = 7) font référence à d'autres substances illicites. Leurs évocations consistent en la mise en forme d'une distanciation entre l'univers du cannabis et celui des drogues illicites plus dures, dont la cocaïne et l'héroïne font figure de prototypes : « *J'réfute les propos qui disent qu'un fumeur de joko finit tôt ou tard le nez plongé dans la coco, regarde nos veines comme nos narines sont toujours restées clean* » (Sinsémilia, 2000) ; « *Nul besoin de goûter à l'héroïne, nous nous n'avons nul besoin de goûter à la cocaïne non plus* » (Raspigaous, 2001) ; « *Je ne veux pas d'héroïne, je ne veux pas de cocaïne* » (Irie Members, 2002) ; « *Dis-moi c'est du shit que tu fumes ? Ou des pilules que tu gobes, bab ? Combien de gosses en voulant se la jouer grand se sont perdus, je te l'avais dit de rester dans la sensi* » (Fonky Family, 1998).

Ce recours aux autres substances montre la prégnance des phénomènes de catégorisation et de différenciation entre celles-ci. Ainsi, penser le cannabis, c'est aussi le penser au regard des autres psychotropes.

Parler de soi, parler des autres

L'analyse souligne la récurrence de certaines formes syntaxiques, plus particulièrement, l'usage fréquent de la première personne du singulier. La présence de ce « je » énonciateur est massive, puisqu'elle concerne 88 % des chansons (n = 22). Toutefois, la prégnance de ces propos à la première personne du singulier ne doit pas masquer l'omniprésence d'autrui dans les chansons. Cet autrui

concerne le groupe d'appartenance ou la communauté d'appartenance au sens élargi. Autrement dit, il ne s'agit pas uniquement de l'ensemble des personnes évoquées dans les chansons, mais de celles qui partagent la pratique ou une certaine forme de connivence vis-à-vis de celle-ci. Cette part de l'autre se manifeste sous deux formes :

(a) dans l'inscription groupale ou collective des pratiques liées au cannabis : *« J'ai pris des vibes avec délices [...] éclats de rires en complément de nos délires »* (Sinsémilia, 2000); *« L'ami Kool shen est explosé, se languit, pendant que je prends tout mon temps »* (NTM, 1995); *« Je te reconnais bien là, ta tactique est super naze, car on est jamais fraca »* (Massilia Sound System, 2000).

(b) dans la référence à une collectivité qui inclut le récepteur du message : *« Saches que la beuher vient du ventre la terre notre mère [...] une plantation reste secrète, tu le sais bien »* (Pierpoljak, 1998); *« Tous les fêtards qui roulent des pétards tard dans tous les bars ont quelques fois bien des déboires »* (Las Patatas Espantadas, 2001); *« Moi je préfère de la sinsémilia, et si t'aimes ça lève ton doigt »* (Irie Members, 2002).

On peut constater que le passage du « je » au « nous » opère donc sur deux registres bien distincts : celui de la convivialité et des pratiques de groupe qui donnent du sens à la consommation et celui de l'identification (ou de sa proposition) à une collectivité plus large qui est en mesure d'être sensible aux messages et témoignages proposés.

Discussion

Les données que nous venons de présenter permettent d'explorer les significations associées au cannabis, à son usage, à son inscription dans la société et aux enjeux psychosociaux qui donnent sens à cet ensemble de significations. En filigrane de cette analyse se dessinent des informations sur la nature du dialogue qui peut s'instaurer entre l'artiste et son public. Les propos des chansons témoignent d'une expérience pouvant être, sur de nombreux points, rapprochée de celle des consommateurs telle qu'elle apparaît dans différentes enquêtes et travaux (Aquatias, Maillard et Zorman, 1999; Dany, 2008; Dany et Apostolidis, 2002; Ingold et Toussirt, 1998).

Si la situation de communication que propose la chanson n'est pas typique, il n'en demeure pas moins que les propos véhiculés expriment bien quelque chose qui est de l'ordre de la situation sociale du consommateur dans un ensemble complexe qui fait intervenir divers contextes sionormatifs (cf. Apostolidis et Dany, 2012). Nos données témoignent du fait que le cannabis est appréhendé à travers un prisme plus large qui inclut les autres drogues. Ainsi, lorsque les artistes sont amenés à s'exprimer sur le cannabis, il est fréquent qu'ils fassent référence à une autre substance. Toutefois, ce recours aux autres substances n'est pas neutre. S'il permet d'objectiver les propriétés des substances en les comparant aux autres, la sélection des points d'ancrage sur lesquels s'effectuent ces comparaisons et, bien sûr, le sens qu'elles prennent sont intimement liés à la distance que l'individu entretient avec la substance (Dany et Abric, 2007). L'analyse des enjeux associés à la représentation va nous permettre d'étayer notre propos.

Les enjeux associés à la représentation

Dans notre introduction, nous avons insisté sur le fait que les produits culturels, comme la chanson, proposent une vision du monde. Un certain nombre de recherches (Distefan, Gilpin, Sargent et Pierce, 1999; Forsyth et Barnard, 1998; Gruber, Thau, Hill, Fischer et Grube, 2005; McCool, Cameron et Petrie, 2003; Tickle, Sargent, Dalton, Beach et Heatherton, 2001) font état de la reconnaissance

des normes de consommation et d'une certaine forme d'appartenance catégorielle par les « destinataires » des messages véhiculés par les communications culturelles. Toutefois, il convient de dissocier la reconnaissance des modèles proposés qui relèvent de processus différents et leur appartenance et de privilégier la prise en compte de l'intentionnalité de l'œuvre. Cette intentionnalité, dont l'analyse de contenu nous livre des éléments de compréhension, repose sur deux types d'enjeux : celui lié à l'objet (la représentation qui est véhiculée sur le cannabis) et celui qui émerge dans le processus communicationnel (perception et place des acteurs de la communication).

Concernant les enjeux liés à l'objet, nous avons vu que le cannabis, en tant qu'objet de représentation, est inscrit dans un ensemble plus vaste. De cet ensemble émergent les significations qui lui sont attribuées à travers un ensemble de processus de catégorisation et de différenciation entre substances. Ainsi, parler de cannabis, c'est aussi parler des autres drogues, effectuer des comparaisons, souligner des ressemblances pour, au final, faire apparaître l'identité propre de l'objet. Cette identité se nourrit des effets attendus et ressentis par la consommation du cannabis, par sa valeur de lien social (consommation collective ou esprit de collectivité), par sa composante naturelle, par son statut de substance illicite ou encore par sa moindre dangerosité. Ces différents thèmes ont été abordés et montrent que l'image qui est véhiculée sur le cannabis est, dans une large mesure, positive. L'intention n'est pas tant de tendre vers une certaine forme de prosélytisme que d'argumenter son statut sur la base de comparaisons entre les drogues qui permettent, au final, d'en spécifier les contours, d'identifier sa place au sein d'un ensemble plus large, autrement dit, de la singulariser. Notons, comme nous l'avons évoqué, que la loi française ne permet pas de présenter sous un jour favorable les stupéfiants (auxquels appartient le cannabis), et ce, même si l'appréciation des mobiles dans ce type d'infraction est « subjective et source d'arbitraire » (Caballero et Bisiou, 2000). Le cadre légal pourrait donc expliquer l'absence de réelles incitations directes. Toutefois, on peut opposer à cette explication de type « juridique » d'une présence très limitée des incitations à la consommation, celle d'un choix de la part des auteurs qui pourraient contourner cette interdiction en utilisant des formes langagières spécifiques (sous-entendus, implications conversationnelles) qui permettraient de notifier leur intention s'ils le souhaitent.

D'autres enjeux concernent directement les protagonistes de la communication. En effet, dans le jeu de catégorisation des substances se jouent des effets de contraste et d'assimilation par l'expression de différences intergroupe et de similitude intragroupe (Festinger, 1971 ; Lemaire, 1975). S'il y a bien un enjeu autour de l'objet, il est intrinsèquement lié à des enjeux identitaires pour celui qui parle de l'objet : le sujet. Le sujet que l'on cherche à saisir dans le cadre de cette analyse est un sujet qui est « un effet de sens » (Salazar Orvig, 2003). L'analyse des chansons montre que les artistes parlent en leur nom. Le « je » qui parle le fait en tant que consommateur. De plus, il s'inscrit comme consommateur parmi les consommateurs (un groupe potentiel). À ce titre, l'identité proposée concernant l'objet représenté est en mesure de servir les intérêts du « groupe des consommateurs » tel qu'il est pensé ou perçu par les artistes. Cet ensemble de processus témoigne d'une volonté de mettre au jour une normativité de la consommation de cannabis qui n'opère pas de manière privilégiée sur les modalités de consommation, mais sur l'acceptation de cette consommation. Cette normativité se distingue de la normativité du boire (ou le « bien boire ») qui est liée principalement aux modalités d'usage de l'alcool (Gaussot, 1998). Autrement dit, ce qui importe c'est davantage la capacité et le droit de consommer plutôt que la manière de consommer.

Ce constat, nous le pensons, peut nous permettre de nous positionner sur le type de fonction que peut revêtir ce mode de communication (non dissociable à cet égard de l'objet sur lequel s'opère la communication). Nous nous appuyons sur la distinction qu'opère Moscovici (1961) entre « fonction instrumentale » et « fonction consommatoire » de la communication. L'instrumentalité d'une

communication se définit par la présence d'un lien entre l'image que l'émetteur se fait de ses objectifs et les manifestations (dans un sens large) qu'il cherche à produire. En ce sens, « la communication s'inscrit comme un moyen d'action dont les buts sont explicités d'une manière suffisamment claire pour orienter le contenu de ce qui est transmis à autrui » (Moscovici, 1961, p. 348). Le caractère consommatoire tient au fait que la communication se suffit à elle-même, qu'elle est sa propre fin. À ce titre, les contenus mêmes de l'information en deviennent accessoires. Au regard de cette distinction, il est clair que les chansons analysées s'inscrivent préférentiellement dans une perspective d'instrumentalité de la communication. Celle-ci se réfère, dans notre cas, au fait que les chansons aient le cannabis comme centre d'attention et que les propos émis à son sujet constituent un but pour leurs interprètes. Plus précisément, l'image véhiculée sur le cannabis s'apparente à une stratégie de contournement du stigmate (Goffman, 1975) qui vise à préserver une identité sociale positive (Tajfel et Turner, 1986) mise à mal par ce qui est perçu comme un système de règles vis-à-vis desquelles l'individu essaie de se défendre et qui lui sont imposées par l'institution.

La composante dynamique des formes de communication : la situation de communication

L'analyse des chansons nous a permis de mettre au jour des références à l'autre dans ce qui est dit, à travers l'identification à une collectivité plus large qui est en mesure d'être sensible aux messages ou témoignages proposés. Plus précisément, nous avons constaté que le « je » qui parle s'adresse en son nom, fait état de ses expériences personnelles, mais aussi de ses expériences avec les autres ou « nous » (expériences communes). À ce titre, l'utilisation de différents pronoms témoigne du passage du « je » au « tu » et au « nous », et donne à voir plusieurs facettes du sujet. Cette alternance manifeste les positions que l'émetteur assume, induites en partie par l'objet de son discours. De plus, en incluant les potentiels récepteurs du message dans ses propos, l'auteur suggère un niveau de distance sociale entretenue avec le public marqué par une certaine proximité. Celle-ci lui permet, dans un deuxième temps, de supposer les expériences de ce groupe perçu en les rendant proches de celles qu'il a été en mesure d'observer au contact d'autres (expériences observées ou supposées).

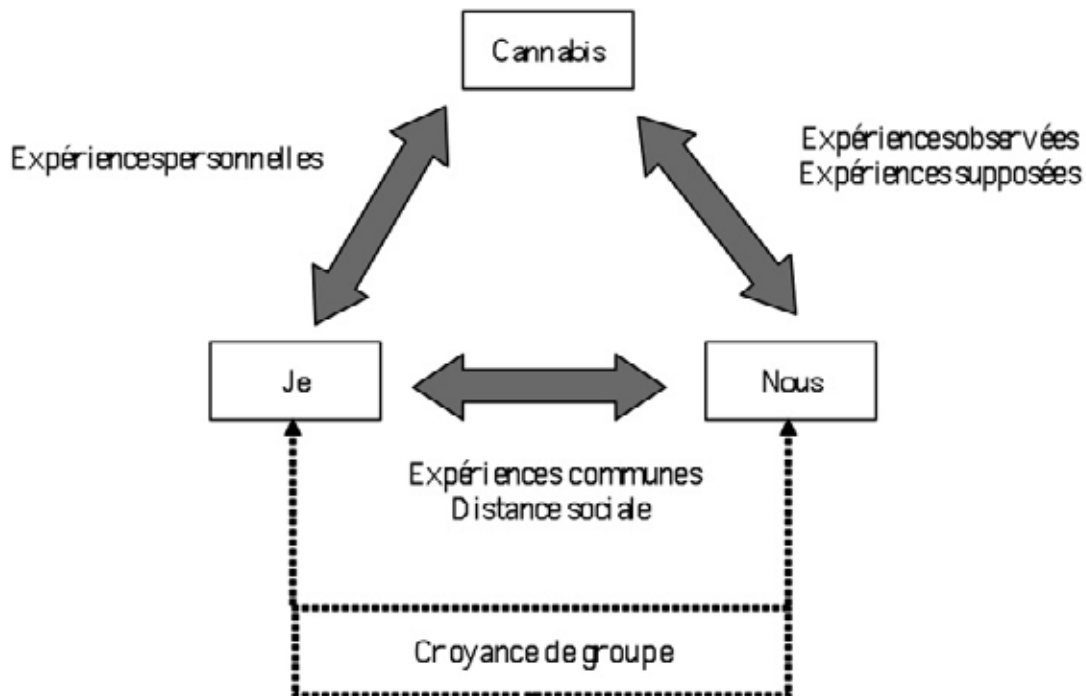
Les enjeux soulignés précédemment prennent corps dans des processus communicationnels qui nécessitent d'être questionnés. Comme nous l'avons évoqué lorsque nous avons présenté les enjeux de la prise en compte de produits culturels comme moyen de communication sur les drogues, les auteurs véhiculent des significations et des propos que les récepteurs potentiels sont en mesure de déchiffrer. L'utilisation de sous-entendus va dans ce sens, puisque ces derniers rendent compte d'un savoir commun. En effet, un énoncé qui véhicule un deuxième sens nécessite un certain travail interprétatif qui suggère et suppose une reconnaissance des formes utilisées et qui atteste de l'existence de ces savoirs communs. Les textes dans leur structure et leur contenu proposent donc un langage compréhensible et susceptible d'être reconnu qui repose sur l'hypothèse d'une communauté des évidences (Escarpit, 1964). Autrement dit, l'acte de communication que constitue la chanson n'échappe pas à la nécessité de l'élaboration d'un code commun.

À cette étape, il nous semble qu'une hypothèse peut être posée quant à la nature des mécanismes qui permettent aux émetteurs du message (les artistes) de supposer l'autre comme un « nous ». Ces mécanismes s'apparentent à des phénomènes de croyance de groupe (Bar Tal, 1990, 1999) qui rendent compte des enjeux identitaires associés à la prise de parole sur cet objet et à la diffusion d'un savoir qui doit être perçu et recomposé par les destinataires du message. Les croyances de groupe peuvent être définies comme « des convictions que les membres du groupe sont conscients de partager et [qu'ils] considèrent comme définissant leur état de groupe » (Bar Tal, 1990, p. 36). Ces croyances prendraient forme dans l'expression de normes liées au groupe (ce que les membres du groupe devraient faire dans des circonstances données, par exemple, ne pas consommer des drogues

plus dures ou ne pas avoir une consommation trop importante), de valeurs (pertinence d'un mode particulier de conduite ou d'une finalité de l'existence, par exemple : le primat du plaisir et du partage) ou encore de buts ; exemple : proposer une normalisation de la consommation de cannabis).

Une approche en matière de croyance de groupe pose une perspective d'analyse à l'interface de l'individuel et du collectif. En effet, dans cette perspective, le groupe est non seulement le produit de caractéristiques structurelles, d'un environnement social, mais aussi celui de processus cognitifs individuels (Bar Tal, 1990). La notion de croyance de groupe constitue donc une option heuristique pour analyser ce passage du « je » au « nous » rencontré dans les chansons que nous avons analysées. En effet, elle permet d'envisager l'élaboration et le partage des représentations sociales du cannabis sous un angle que nous pourrions qualifier de processuel. La figure 1 propose une synthèse de ce que nous venons d'énoncer. En prenant le « je » comme référence (l'émetteur), elle permet d'identifier la place qu'occupent les autres (le « nous ») et l'objet (cannabis) dans la trame discursive des chansons, d'appréhender les liens qui unissent ces éléments et de situer le procès de croyance de groupe.

Figure 1 : Schématisation de la situation de communication à travers l'analyse des chansons



Pour finir, ces croyances de groupe constituent un processus relevant d'une énergétique et d'une pertinence sociales (Jodelet, 1989) qui rendent compte du pouvoir performatif des mots et des discours et qui substituent la représentation sociale à la « réalité ». Ces croyances revêtent une fonction identitaire (Abric, 1994), car partager une idée, un langage, c'est aussi affirmer un lien social et une identité.

Comme nous l'avons évoqué précédemment, nous avons fait le choix de ne travailler que sur le texte des chansons afin de dégager les contenus représentationnels, inhérents à la construction du « dialogue » entre artiste et public, du point de vue de la construction du message par l'auteur. Ce choix peut constituer une limite, car une chanson ne repose pas simplement sur

son texte. La musique joue aussi un rôle important (si ce n'est essentiel) pour la signification. Dans le contexte de la « musicalisation de la société » (Secca, 2001a, p. 87), la fabrication de la musique puise dans un sens commun qui inclut également l'émotion à exprimer et le code stylistique (cf. Secca, 2001b). Les dimensions musicales peuvent, en raison de l'impact du rythme, de la situation créée par la répétition d'une formule mélodique et de l'appel à la danse, faire apparaître une situation qui peut modifier la perception de la chanson et la placer dans un cadre festif qui échappe au cadre quotidien (cf. Secca, 2001b). En ce sens, des travaux futurs pourraient porter sur la « réception » ou la perception de ces chansons par le public, et ce, tout en incluant la dimension esthétique de l'œuvre.

Conclusion

Pour finir, nous souhaiterions revenir sur notre choix d'analyser les représentations sociales du cannabis dans un corpus d'œuvres musicales. Ce choix s'est révélé des plus utiles à la connaissance sur l'objet. Nous avons, non seulement, pu appréhender les significations véhiculées sur ce dernier, mais aussi été en mesure de nous interroger sur les dynamiques identitaires et collectives en jeu dans cet échange de significations. L'étude de produits culturels en lien avec les psychotropes est en mesure de nous renseigner sur les valeurs, croyances, représentations qui sont véhiculées à un moment donné dans la société et sur la forme qu'elles peuvent prendre en fonction des contextes ou des supports de diffusion. Elles constituent, à ce titre, un terrain d'analyse fécond pour appréhender les dynamiques psychosociales en jeu pour des objets comme la drogue ou le cannabis, qu'il s'agisse de rendre compte du sens (ou référentiels communs de sens) véhiculé sur ces objets ou des enjeux intergroupes et intragroupes qui régulent les processus de diffusion et d'appropriation de ces significations. Cet ensemble d'analyses montre l'impact des régulations psychosociales sur les univers représentationnels associés aux psychotropes. Ceux-ci révèlent le poids des enjeux intergroupes et intragroupes dans la définition de l'objet et dans l'inscription de ce dernier dans un ensemble composite qui impose une analyse conjointe des drogues. Il convient toutefois de garder à l'esprit que ce qui est mis en lumière pour le cannabis n'est pas nécessairement transposable à d'autres objets. Si le cadre proposé vise à envisager la chanson et le lien qu'elle peut entretenir avec la fonction expressive des représentations sociales de façon globale, il n'en demeure pas moins que les analyses développées (notamment celles relevant de la situation de communication et les enjeux spécifiques à la croyance de groupe) sont spécifiques à l'objet étudié (le cannabis) dans un contexte spatio-temporel qui est lui-même spécifique.

Plus largement, cette analyse a mis en évidence que ce qui est produit n'est pas qu'un simple reflet et qu'il existe bien une véritable homologie entre création et société (Kalampalikis, 2004). Autrement dit, ce qui est observé ne constitue pas un artefact, on assiste bien à une retranscription de phénomènes sociaux (processus, significations) dans l'œuvre créée. Plus précisément, il y a correspondance entre les composantes de la situation sociale telle qu'elle s'exprime dans la vie en société et l'œuvre créée. Conformément à ce que nous supposions, l'analyse de telles traces communicationnelles nous permet de signifier l'intention de l'auteur et les raisons psychosociales qui sous-tendent le travail de signification qu'il opère sur l'objet considéré. Il convient toutefois de noter que ce qui est mis en évidence est étroitement lié à l'objet d'étude et qu'en fonction de l'objet considéré, les logiques qui président à la création de l'œuvre doivent être différentes dans leur forme et leur sens, et ce, en lien avec leurs enjeux respectifs. Ainsi, un champ de réflexion et de recherche centré sur les rapports entre expressions musicales et représentations sociales pourrait s'avérer des plus stimulants pour l'analyse des formes de la pensée sociale.

Références

- Abric, J.-C. (1994). Les représentations sociales : aspects théoriques. Dans J.-C. Abric (dir.), *Pratiques sociales et représentations* (p. 11-36). Paris : Presses Universitaires de France.
- Apostolidis, T., & Dany, L. (2012). Pensée sociale et risques dans le domaine de la santé : le regard des représentations sociales. *Psychologie Française*, 57, 67-81.
- Aquatias, S., Maillard, I., et Zorman, M. (1999). *Faut-il avoir peur du haschich ? Entre diabolisation et banalisation : les vrais dangers pour les jeunes*. Paris : Syros.
- Arkers, R. L., Krohn, M. D., Lanza-Kaduce, L. et Radosevitch, M. (1979). Social learning and deviant behavior: a specific test of a general theory. *American Sociological Review*, 44, 635-665.
- Bachman, C., et Coppel, A. (1989). Le dragon domestique. *Deux siècles de relations étranges entre l'Occident et la drogue*. Paris : Albin Michel.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: a social cognitive theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bar Tal, D. (1990). *Group beliefs: a conception for analysing group structure, processes and behaviour*. New York: Springer Verlag.
- Bar Tal, D. (1999). Croyances, idéologie et construction du groupe. Dans J.-C. Deschamps, J. F. Morales, D. Paez et S. Worchel (dir.), *L'identité sociale* (p. 43-67). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Bardin, L. (1998). *L'analyse de contenu*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Bardin, L. (2003). L'analyse de contenu et de la forme des communications. Dans S. Moscovici et F. Buschimi (dir.), *Les méthodes des sciences humaines* (p. 243-270). Paris, Presses Universitaires de France.
- Blum, B. (2007). *Cultures cannabis*. Paris : Scali.
- Caballero, F., et Bisiou Y. (2000). *Droit de la drogue*. Paris : Dalloz.
- Dany, L. (2008). *La drogue et le cannabis : approche psychosociale*. Lille : ANRT.
- Dany, L., et Abric, J.-C. (2007). Distance à l'objet et représentations du cannabis. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 20, 77-104.
- Dany, L., et Apostolidis, T. (2002). L'étude des représentations sociales de la drogue et du cannabis : un enjeu pour la prévention. *Santé Publique*, 14, 335-344.
- Dany, L., et Apostolidis, T. (2007). Approche structurale de la représentation de la drogue : interrogations autour de la technique de mise en cause. *Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 73, 11-26.
- Distefan, J. M., Gilpin, E. A., Sargent, J. D., et Pierce, J. P. (1999). Do movie stars encourage adolescents to start smoking? Evidence from California. *Preventive Medicine*, 28, 1-11.
- Duprez, D., et Kokoreff, M. (2000). *Les mondes de la drogue*. Paris : Odile Jacob.

- Eco, U. (1985). *Lector in Fabula*. Paris : Grasset et Fasquelle.
- Escarpit, R. (1964). *Sociologie de la littérature*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Festinger, L. (1971). Théories des processus de comparaison sociale. Dans C. Faucheux et S. Moscovici (dir.), *Psychologie sociale théorique et expérimentale* (p. 77-104). Paris : Mouton.
- Forsyth, A., et Barnard, M. (1998). Relationship between popular music and drug use among Scottish schoolchildren. *International Journal of Drug Policy*, 9, 125-132.
- Gaussot, L. (1998). Les représentations sociales de l'alcoolisme et la construction sociale du bien boire. *Sciences Sociales et Santé*, 16, 5-42.
- Ghiglione, R. (1986). *L'homme communiquant*. Paris : Armand Colin.
- Ghiglione, R. (1990). La communication : le « qui » et le « comment ». Dans R. Ghiglione, C. Bonnet et J.-F. Richard (dir.), *Traité de psychologie cognitive* 3 (p.177-226). Paris, Dunod.
- Goffman, E. (1975). *Stigmate : les usages sociaux des handicaps*. Paris : Editions de Minuit.
- Grawitz, M. (1996). *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dalloz.
- Green, A.-M. (2006). *De la musique en sociologie*. Paris : L'Harmattan.
- Grice, H.-P. (1979). Logique et conversation. *Communications*, 30, 57-72.
- Gruber, E. L., Thau, H. M., Hill, D. L., Fisher, D. A., et Grube, J. W. (2005). Alcohol, tobacco and illicit substances in music videos: a content analysis of prevalence and genre», *Journal of Adolescent Health*, 37, 81-83.
- Ingold, R., et Toussirt, M. (1998). *Le cannabis en France*. Paris : Anthropos.
- Jacques, F. (1985). *L'espace logique de l'interlocution*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Jodelet, D. (1989). *Les représentations sociales*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Jodelet, D. (2006, août). *La musique comme forme d'expression et de partage des représentations sociales*. Communication présentée à la VIII^e Conférence Internationale sur les Représentations Sociales, Rome, Italie.
- Kalampalikis, N. (2004, septembre). *Le rebetiko et le temps identitaire*. Communication présentée à la VII^e Conférence Internationale sur les Représentations Sociales, Guadalajara, Mexique.
- Legleye, S., et Beck, F. (2003). Sociabilités, styles musicaux et usages de substances psychoactives, *Psychotropes*, 9, 11-35.
- Lemaine, G. (1975). Dissimilation and differential assimilation in social influence (situation or normalization). *European Journal of Social Psychology*, 5, 93-120.
- Markova, I. (2003). *Dialogicality and social representations*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Martin, D.-C. (2006). Le myosotis, et puis la rose... Pour une sociologie des musiques de masse. *L'Homme*, 177-178, 131-154.

- McCool, J., Cameron, L., et Petrie, K. (2003). Interpretations of smoking in film by older teenagers. *Social Science and Medicine*, 56, 1023-1032.
- Moliner, P. (1996). *Images et représentations sociales*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.
- Moscovici, S. (1976). *La psychanalyse, son image, son public*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Orfali, B. (2005). *La société face aux événements extraordinaires*. Paris : Zagros.
- Retaillaud-Bajac, E. (2002). *Les drogues : une passion maudite*. Paris : Gallimard.
- Richard, D., et Senon J.-L. (1999). *Dictionnaire des drogues, des toxicomanies et des dépendances*. Paris : Larousse.
- Ricœur, P. (1986). *Du texte à l'action*. Paris : Seuil.
- Salazar Orvig, A. (2003). Eléments de sémiologie discursive. Dans S. Moscovici et F. Buschimi (dir.), *Les méthodes des sciences humaines*. Paris : PUF, p. 271-295.
- Secca, J.-M. (2001a). *Les représentations sociales*. Paris : Armand Colin.
- Secca, J.-M. (2001b). *Les musiciens underground*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Solomon, D. (1969). *The marijuana papers. An examination of marijuana in society, history and literature*. London : Panther books.
- Tajfel, H., et Turner J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. Dans S. Worchel & W. G. Austin (dir.), *Psychology of intergroup relations* (p. 7-24). Chicago : Nelson Hall.
- Tickle, J. J., Sargent, J. D., Dalton, M. A., Beach, M. L., et Heatherton, T. F. (2001). Favourite movie stars, their tobacco use in contemporary movies, and its association with adolescent smoking. *Tobacco Control*, 10, 16-22.
- Torgue, H.-S. (1975). *La pop-music*. Paris : Presses Universitaires de France.
- Vecchione, B. (1997). Musique, herméneutique, rhétorique, anthropologie : une lecture de l'œuvre musicale en situation festive. Dans F. Escal et M. Imberty (dir.), *La musique au regard des sciences humaines et des sciences sociales*, vol. 1 (p. 99-174). Paris : L'Harmattan.

Annexes. Les chansons analysées

- 100% Colleagues. (2000). *Ma, Ma, Ma, Ma*. Album « 100% Collègues », Barclay.
- Baobab. (1999). *Naturelle*. Album « Naturel », Polydor.
- Billy The Kick Et Les Gamins En Folie. (2001). *Ma plante*. Album « Verduze et libido », Pudding productions.
- Billy The Kick Et Les Gamins En Folie. (1994). OCB. Album « Billy the kick & les gamins en folie », Shaman.
- F.F.F. (1990). *La complainte du plombier*. Album « Blast culture », Sony Music.
- Fonky Family. (1998). *Le retour du shit squad*. Album « Chroniques de mars », Ariola.

Chansons et cannabis

- IAM. (1993). *Le Shit Squad*. Album « Ombres et Lumières vol.1 », Delabel.
- Irie Members. (2002). *Cool et irie*. Album « Tolérance double zéro volume 2 », Productions spéciales.
- Kana. (2000). *Culture*. Album « Kana », Pama Records.
- Las Patatas Espantadas. (2001). *Le Shit, chut*. Album « Tolérance double zéro volume 1 », Productions spéciales.
- Massilia Sound System. (2000). *Tenson du bambou*. Album « 3868cr13 », EVE.
- Marcel Et Son Orchestre. (2001). *La 7eme compagnie en Jamaïque*. Album « Tolérance double zéro volume 1 », Productions spéciales.
- Matmatah. (1998). *L'apologie*. Album « La Ouache », Trema.
- Mister Gang. (2000). *Liberté illégale*. Album « Liberté Illégale », Epic.
- NTM. (1995). *Pass le oinj*. Album « Paris sous les bombes », Sony Music.
- Percubaba. (2000). *Jamaïca*. Album « Percubaba », Foutadawa.
- Pierpoljak. (1998). *Cultivateur moderne*. Album « Kingston karma », Barclay.
- Raspigaous. (2001). *Roule un pet*. Album « Tolérance double zéro volume 1 », Productions spéciales.
- Raspigaous. (2000). *Fumo*. Album « Chaud Time », Scalen'disc.
- Rasta Bigoud. (2001). *Kana diskan*. Album « Kana Diskan », Griffé.
- Sinsemilia. (2000). *Histoire de ganja*. Album « Tout c'qu'on a », Double T Music.
- Stupeflip. (2003). *Je fume pu d'shit*. Album « Stupeflip », Vorston & Limantell.
- Stupeflip. (2003). *J'refume du shit*. Album « Stupeflip », Vorston & Limantell.
- Tryo. (1998). *La main verte*. Album « Mamagubida », Yelen.
- Yvon Etienne. (2001). *La plainte de la défense agricole*. Album « Tolérance double zéro volume 1 », Productions spéciales.