



City Research Online

City St George's, University of London

Citation: Mbaye, J. F. (2015). Géographies de l'économie de la musique hip hop au Sénégal. In: Roy-Valex, M. & Bellavance, G. (Eds.), Arts et territoires à l'ère du développement durable : vers une nouvelle économie culturelle? (pp. 231-258). Presses de l'Université Laval. ISBN 978-2-7637-2619-9

This is the accepted version of the paper.

This version of the publication may differ from the final published version. To cite this item please consult the publisher's version.

Permanent repository link: <https://city-ref-test.eprints-hosting.org/id/eprint/13501/>

Copyright and Reuse: Copyright and Moral Rights remain with the author(s) and/or copyright holders. Copies of full items can be used for personal research or study, educational, or not-for-profit purposes without prior permission or charge, unless otherwise indicated, provided that the authors, title and full bibliographic details are credited, a hyperlink and/or URL is given for the original metadata page and the content is not changed in any way. For full details of reuse please refer to [City Research Online policy](#).

Géographies de l'économie de la musique hip hop au Sénégal

Jenny MBaye¹

1. Introduction

La littérature récente² suggère un lien étroit entre la production culturelle et le lieu géographique même de la production. Il en serait ainsi pour la musique, expression culturelle aux dynamiques économiques³ de plus en plus reconnues et encouragées. Or, si l'importance des industries culturelles, qui se situent au cœur de l'économie culturelle est aujourd'hui reconnue dans le développement territorial des pays dits développés, l'argument en est encore à ses balbutiements lorsqu'appliqué aux économies les moins avancées. Cet article propose une incursion dans les géographies politique, culturelle et

¹ Doctorante en Géographie Humaine, Département de Géographie et d'Environnement, London School of Economics and Political Science (LSE), Houghton Street, WC2A 2AE, London (U.K.), j.f.mbaye@lse.ac.uk

² A.C. Pratt. Hot Jobs in Cool Places [...]; A.C. Pratt. The Cultural Economy [...]; H. Bathelt. Cluster Relations in the Media Industry [...]; A.J. Scott and F. Leriche. Les ressorts géographiques de l'économie culturelle [...]

³ A. Leyshon, D. Matless and G. Revill. Introduction [...]; A.J. Scott. The US recorded music industry [...]; D. Power. "Cultural Industries" in Sweden [...]; D. Power and D. Hallencreutz. Profiting from creativity? [...]; A. Leyshon. Scary monsters? [...]

économique de la musique hip hop au Sénégal, afin d'en saisir sa contribution au développement territorial des pays émergents, en particulier ceux d'Afrique de l'Ouest. Plus précisément, cette contribution offre un cadre conceptuel intégrateur dont l'originalité réside dans l'application pertinente des concepts d'« économie éthique », de « production entre pairs » et de « dictatures bienveillantes ».

Dans un premier temps, le potentiel offert par les économies culturelles pour les pays en développement sera abordé. La spécificité de ces territoires aux économies les moins avancées fera l'objet d'une deuxième partie où les contours politique, économique et culturel des jeunes entrepreneurs hip hop dakarois seront explorés. Le portrait territorial brossé, les productions politiques et économiques propres à la musique hip hop seront, dans un troisième temps, analysées comme exemple d'économie culturelle spatialisant une participation politique et économique autre, transculturelle et éthique, au développement du territoire. En conclusion, il s'agira de mettre en évidence le potentiel offert par les dynamiques réseautiques de cette économie musicale singulière, marquée par un entrepreneuriat où la dualité entre individu et collectivité, acteur et communauté, s'affirme dans le développement du territoire urbain.

2. Économie culturelle et développement territorial

Dans les pays les plus avancés, l'économie culturelle constitue d'ores et déjà un secteur d'activité conséquent qui se reflète dans l'essor et le dynamisme des diverses industries dites culturelles. Le nombre toujours grandissant d'études réalisées sur cette économie⁴

⁴ A.C. Pratt. The cultural industries production system [...]; A.J. Scott. The US recorded music industry [...]; D. Power and D. Hallencreutz. Profiting from creativity? [...]; R. Towse. A Handbook of Cultural

témoigne du vif intérêt qu'elle soulève tant dans les sphères académiques que politiques. Ainsi, face à une économie en ébullition dans les pays dits développés, il n'est pas déraisonnable d'envisager le même processus dans les pays les moins avancés tels que le Sénégal (UNCTAD and UNDP, 2008 : 5-6). D'autant plus que, contrairement aux activités de l'industrie lourde, cette économie ne semble pas présenter un retard démesuré dans les pays les moins développés. En effet, la matière première des industries culturelles, à savoir le talent de création, est déjà présente de manière importante dans les pays les moins avancés (Kozul-Wright, 2001 : 11-2). Ainsi, ces pays sont-ils théoriquement bien positionnés pour rivaliser à une échelle mondiale dans les industries culturelles.

Parmi ces industries culturelles et créatives, l'économie de la musique apparaît, tant dans les pays développés que dans les pays les moins avancés, comme l'une des plus importantes, à la fois en tant qu'entreprise commerciale lucrative mais également comme forme élémentaire d'expression artistique (Throsby, 2002 : 2). Dans une Afrique de l'oralité, la musique a toujours occupé un rôle important, se présentant même comme une locomotive de la culture populaire. La longue tradition de l'art musical sur le continent rappelle que la musique en Afrique peut se confondre avec ce que Shusterman nomme « l'esthétique pragmatiste » (Shusterman, 2003). Cette expression artistique « met l'accent sur le lien profond qui unit l'art à la vie, [et par lequel] l'art doit servir d'outil permettant de structurer l'éthique et le style de vie individuelle » (Shusterman, 2003 : 117). Des dimensions mercantiles et extra-mercantiles, voire sociales sont donc mobilisées au sein de l'économie de la musique.

La dualité de cette économie est à analyser non seulement d'un point de vue économique mais également à partir de perspectives socioculturelles et idéologico-politiques. Cette approche rappelle l'importance des attributs sociaux, culturels et politiques dans un processus de développement qui n'est pas restreint à la seule performance économique (UNCTAD and UNDP, 2008 : 18). Suivant cette conception du développement, l'économie de la musique hip hop au Sénégal participe de manière intégrée à l'essor de son territoire, de sa localité. Pour mieux saisir le rôle stratégique de cette économie culturelle dans le développement de son territoire, il faut d'abord comprendre la faiblesse et la précarité du paysage politique, économique et culturel dans lequel évoluent les jeunes entrepreneurs hip hop de Dakar.

3. Contours des paysages politique, économique et culturel des jeunes entrepreneurs hip hop de Dakar

Le paradoxe contemporain du changement urbain inclut l'expansion et la fermeture simultanées de la ville (Krimms, 2007 : 7-15). Dans la capitale sénégalaise, ce paradoxe affecte tout particulièrement les jeunes générations, et ce tant d'un point de vue économique, que politique et culturel. En effet, dans la région de Dakar où plus de 50% de la population est âgée de moins de vingt ans, près d'une personne sur deux, officiellement, ne travaille pas (Agence Nationale de Statistique et de la Démographie, 2007 : 31; 49-50). Le taux d'activité est de 51,1 % et, preuve que le niveau d'instruction ne garantit nullement l'obtention d'un emploi, près d'un quart (23,5%) de ceux qui sont touchés par le chômage ont atteint le niveau universitaire. À juste titre, le Service Régional de la Statistique et de la Démographie de Dakar souligne que l'important décalage noté entre les attentes des jeunes en matière d'emploi et les possibilités actuelles du marché du travail a des conséquences sociales sérieuses : on assiste à des

désillusions assez douloureuses qui sont de nature à aggraver une demande sociale déjà forte dans le contexte d'une incidence de pauvreté élevée (Agence Nationale de Statistique et de la Démographie, 2007 : 55).

Être jeune au Sénégal, ça veut dire être coupé de pas mal de choses qui se passent, ça veut dire être de ceux qui devraient tout faire pour que ça change mais pourtant être de ceux qui ne se sentent pas vraiment impliqués ni concernés par ce qui se passe. [...] Mais nous faisons partie du système⁵ !

Dans un contexte de précarisation de leur condition de vie, ces « enfants de la crise », appartiennent à une « génération sacrifiée, sans avenir et en total contradiction avec les discours et objectifs annoncés par le gouvernement » (Biaya, 2000 : 29). La faible implication des jeunes dans les processus politiques traditionnels qui les affectent témoigne de relations conflictuelles et mutuellement suspicieuses entre l'État et cette jeunesse marginalisée. Cette dernière rejette une socialité prescrite tant par les pouvoirs politiques et la situation économique que par la tradition de respect aux anciens qui leur impose obéissance, réserve et souvent silence (Diouf, 1999 : 42; Diop et al., 2000 : 159). En quête de ses droits civiques les plus élémentaires (éducation, emploi, implication dans les processus politiques qui l'affectent), une partie de cette jeunesse cherche à se faire une place à la fois en tant qu'acteur politique et entrepreneur culturel sur la scène urbaine.

3.1. De la culture politique à l'économie politique de la culture

Les entrepreneurs culturels dakarois s'inscrivent dans un contexte où les structures productrices des musiques urbaines actuelles souffrent encore cruellement d'un cadre

⁵ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 21 Février 2009 avec Matador.

institutionnel et opérationnel inadapté. D'un point de vue institutionnel, l'héritage politique du modèle interventionniste français en terme de production culturelle implique que ce secteur, tant dans sa gestion que dans son organisation relève essentiellement des pouvoirs publics. En effet, la « politique de la culture » au Sénégal s'inspire de la tradition française « d'intervention publique en matière artistique⁶ ». L'économie culturelle généralement perçue comme un échec marchand est, dans de telles politiques publiques, implicitement distancées de toutes entreprises commerciales privées.

The rationale provided by welfare economics is that of public goods and market failure [...] the results of market forces is an under-provision of certain types of cultural goods; thus the state has to step in to provide them to maintain the public good. [...] We can note that by definition the arts and culture are separated from commercial culture (despite evidence to the contrary) (Pratt, 2007 : 170).

L'absence de statuts spécifiques aux professionnels de la culture ainsi que l'absence d'un système de taxation adapté aux besoins des entreprises musicales en tant que structures de production culturelle, témoignent de cette dissociation politique entre culture et économie. Sur le territoire sénégalais, l'approche politique de la production culturelle a ainsi des conséquences structurelles considérables sur l'aspect opérationnel de cette économie encore fragile. D'une part, le manque d'infrastructures publiques comme « espaces dédiés à la diffusion musicale⁷ » réduit considérablement le potentiel

⁶ Pour une discussion détaillée des politiques publiques relatives aux productions culturelles hip hop notamment, consulter L. Lafargue de Grangeneuve. Politique du hip-hop [...]

⁷ J'entends par « espaces dédiés à la diffusion musicale » des salles de spectacle équipées d'un système de sonorisation et d'éclairage adaptés. « Entreprises musicales au Sénégal », première enquête réalisée en 2009 pour le compte de l'agence française Culture & Développement par le bureau dakarois d'ingénierie

offert par le spectacle vivant en tant qu'alternative viable de production musicale⁸. D'autre part, la gestion gouvernementale et nationale des droits d'auteur sur les supports musicaux est démunie face au fléau de la circulation de copies illégales qui sévit à travers les frontières et requiert nécessairement une approche régionale concertée pour le contrer.

Sur le plan opérationnel, dans un paysage musical marqué par l'absence des majors globaux de l'industrie du disque, l'économie de la musique dakaroise s'est développée sur l'initiative d'entrepreneurs privés, d'individus passionnés par le domaine musical et ayant décidé d'y investir personnellement temps, énergie et capital⁹. En grande majorité autodidactes, ces entrepreneurs musicaux qui investissent dans la création, la production, la distribution, la diffusion et la promotion du produit musical comprennent de plus en plus l'importance de donner un statut juridique à leurs entreprises¹⁰; toutefois, l'informalité demeure encore très présente au sein de leurs pratiques gestionnaires. Dans un environnement des affaires culturelles insuffisamment réglementé, les différents maillons de la chaîne créative de production musicale restent

et de médiation culturelle, Accents Multiples, en collaboration avec l'auteure identifiait un seul et unique « espace dédié » sur tout le territoire sénégalais, développé à Saint Louis par un entrepreneur privé

⁸ Le spectacle vivant apparaît aujourd'hui comme une priorité indispensable dans le futur des économies musicales aussi bien au Nord, qu'au Sud, voir A. Brandellero and P. Calenge. Le fonctionnement des filières des musiques du monde [...]

⁹ Pour une discussion approfondie de l'investissement personnel des travailleurs culturels et la conséquente précarité de leurs conditions de travail, voir R. Gill. Technobohemians or the new cybertariat ? [...]; et R. Gill and A.C. Pratt. In the Social Factory? [...]

¹⁰ « Entreprises musicales au Sénégal » répertoriait plus de 200 entreprises musicales sur le territoire sénégalais. Une hyper concentration sur la métropole urbaine dakaroise était notée avec des entreprises créées principalement sous le statut de SURL (Société Unipersonnelle à Responsabilité Limitée) ou de GIE (Groupement d'Intérêt Economique).

ainsi bien souvent rythmés par des affinités individuelles et des préoccupations personnelles afin de pallier à la fragilité du milieu musical encore tributaire de la faiblesse du pouvoir d'achat de la population.

Pourtant, dans ce paysage politique, économique et culturel pour le moins précaire, les jeunes entrepreneurs de la musique hip hop parviennent à développer une économie culturelle vivante et vivifiante au sein de leur territoire et, ce faisant, réaffirment leur expression musicale comme politique et économie alternative pour les jeunes générations urbaines.

3.2.Géographies politique et économique de la musique hip hop

Au Sénégal, cette expression musicale ne relève pas simplement d'une logique économique et commerciale mais embrasse une socialité plus large qui inclut des préoccupations culturelles et politiques. L'économie de la musique hip hop se définit et s'organise autour de son produit culturel (production politique) et autour du produit de l'économie de sa culture (production économique). Le « produit culturel » est le résultat de sensibilités politiques et d'affinités culturelles exprimées à travers l'expression musicale hip hop. Il rappelle que dans cette musique s'articulent, se développent et se négocient des identités multiples aux pratiques collectives et individuelles variées. De manière certes schématique, le « produit culturel » est entendu comme production politique, à la fois « politique de la différence » et « politique différentielle ». Le « produit culturel » de la musique hip hop est une politique transculturelle qui suppose un espace médian encourageant des opérations de territorialisation et déterritorialisation (Nouss, 2002 : 102-4). En d'autres termes, cette politique transculturelle est une « communalité » qui se traduit par des inscriptions multiples et singulières de socialités marginalisées sur leur territoire. Le « produit de l'économie de la culture hip hop » fait

en revanche appel à « [...] une vision d'ensemble du processus de création musicale, au-delà du simple regard sur le produit final » (Brandellero and Calenge, 2008 : 4). Il s'agit donc de considérer d'une part, les diverses activités de production, de diffusion et de promotion de cette économie culturelle et, d'autre part, les acteurs et intervenants clés qui participent activement et sont impliqués dans cette économie culturelle.

En l'occurrence, le « produit de l'économie de la culture hip hop » souligne une production marquée par une « économie éthique » (Arvidsson et al., 2008). Cette notion d'« économie éthique » permet d'insister sur la logique de valeur spécifique au mode de production entre pairs et de ce fait, distincte de l'économie capitaliste (Arvidsson et al., 2008 : 11). L'économie hip hop implique d'une part, une capacité certaine des participants à créer de manière autonome au sein de leur communauté ; et d'autre part, une conscientisation de ces participants en tant que nouvelle génération d'entrepreneurs culturels active sur le territoire. L'« économie éthique » de la musique hip hop s'articule alors à travers deux modes singuliers dans lesquels individu et collectif hip hop demeurent inextricablement liés: une « production entre pairs » et une « gouvernance communale ». La « production entre pairs » est une traduction proposée par l'auteure du concept de *peer production* (Bauwens, 2009) qui fait référence à la possession des conditions matérielles de production ainsi qu'à la création d'une « écologie d'entreprises dynamique » (*dynamic business ecology*). La production entre pairs » est une dynamique relationnelle dans les réseaux distribués qui met l'accent sur la valeur d'usage pour une communauté d'utilisateurs plutôt que sur la valeur marchande d'un produit (ici, la musique hip hop). Dans ce nouveau paradigme industriel de la « production entre pairs », les *benevolent dictatorships* (Bauwens, 2009 : 124) ou « dictatures bienveillantes » sont définies comme un noyau directionnel (*core leadership*) existant au sein de certaines communautés et dont les formes de pouvoir ne

correspondent pas au paradigme du commandement ou du contrôle mais demeurent toutefois influentes.

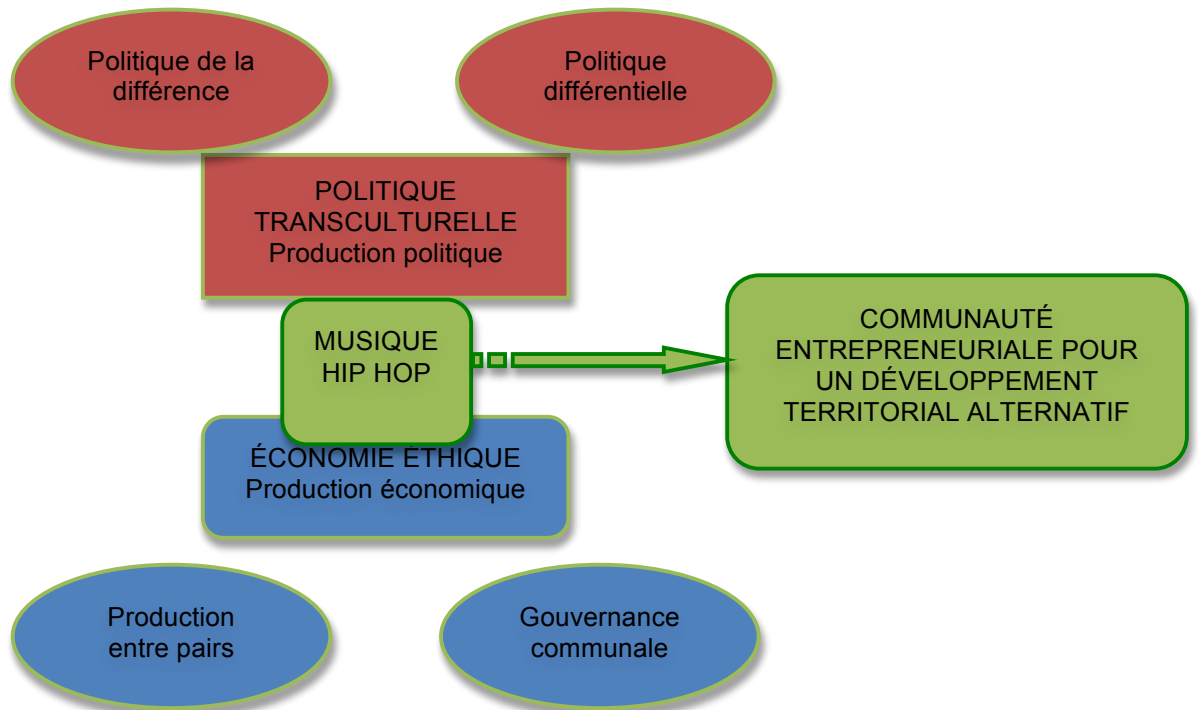


Figure 1 : ‘Cartographie’ de la musique hip hop au Sénégal¹¹

4. Dynamiques transculturelle et éthique de la musique hip hop

4.1. Politique transculturelle de la musique hip hop

L’analyse des productions politiques et économiques propres à cette expression musicale, met d’abord en évidence le caractère transculturel du Hip Hop. Le Hip Hop, en tant que culture et musique, est toujours lié au contexte urbain dans lequel il émerge. Bien qu’étant apparu en premier lieu dans le Bronx (New York) dans les années soixante-dix, le genre musical hip hop fait désormais partie de la réalité de diverses communautés urbaines à travers le monde. A chaque fois que le Hip Hop émerge, une autre « mondialité » est créée ayant pour référent le lieu singulier de son émergence.

¹¹ Les concepts mis en relation dans la ‘cartographie’ sont approfondis dans le reste de l’article.

Telle la conception polyphonique de la narration carnavalesque chez M. Bakhtine (Bakhtine, 1970), le Hip Hop affiche une référentialité multi-polaire où les multiples singularités s'expriment librement créant, par leur engagement, un commun. Ces émergences ne relèvent non pas du global, du local ou encore du « glocal », mais d'inscriptions « mondialisées », à la fois diverses et multiples, situées et singulières. La langue française nous permet d'ailleurs ce passage d'une logique territoriale à une dynamique transterritoriale (Nouss, 2005 : 51-2), c'est-à-dire une distinction entre une globalisation et une mondialisation où le sujet et le lieu, le « monde », se confondent¹². Plutôt qu'une mimique, une adaptation, voire une appropriation, c'est une traduction originale¹³ que le Hip Hop offre à travers ses trois expressions artistiques la danse¹⁴, la peinture¹⁵ et la musique (DJing¹⁶ et MCing¹⁷) à chacune de ses émergences.

Ainsi, le Hip Hop est-il « transculturel ». Ce concept développé par Fernando Ortiz afin de décrire le caractère composite de la culture cubaine permet de comprendre le Hip Hop comme une culture n'existant que dans l'ouverture permanente. Le Hip Hop est une « transculture » dans la mesure où il existe certes par lui-même mais ne peut être articulé qu'au travers d'autres cultures. Une métaphore rendue fameuse par le

¹² Je fais ici référence à la distinction suggérée par A. Nouss entre la « globalisation » et la « mondialisation ». La première fait référence au concret d'une réalité économique et matérielle tandis que la seconde souligne la dimension humaine d'un monde habité. A. Nouss. Plaidoyer [...]: 75

¹³ Le parallèle proposé avec la traduction n'est pas anodin. Il permet de souligner la dimension ternaire de tout espace transculturel – tel que le Hip Hop ou la traduction qui révèle ce que toutes les langues ont en commun : à la fois leur singularité et leur participation à ce qui les dépasse. A. Nouss. Plaidoyer [...]: 42-

3

¹⁴ Différentes techniques de *breakdancing* telles que le *smurf*, la *hype*, le *double dutch*, ou le *boogaloo*.

¹⁵ *Graffiti and tags*

¹⁶ Cela inclut les techniques de *scratch* et de *sampling*.

¹⁷ Cela inclut le *rap* et le *human beatbox*.

mouvement surréaliste et utile à l'illustration de ce propos est celle du bernard l'ermite (Breton and Soupault, 1971). À l'instar de ce petit crustacé marin dépourvu de carapace et qui doit, pour survivre et grandir, s'introduire dans un coquillage vide, le Hip Hop requiert un abri culturel afin de vivre et se développer en tant que culture.

Ainsi, les émergences hip hop traduisent de manière singulière une communalité inscrite dans les multiples réceptacles de marginalisation sociale, à la fois réelle et imaginaire (Motley and Henderson, 2008 : 245). En effet, elles perturbent une situation de marginalisation dont les pratiques sociales et économiques sont particulièrement manifestes dans la ville. Le Hip Hop en tant que « transculture » est un phénomène collectif, un « tiers-espace » (Bhabha, 2004) de marginalisation, un lieu constitutif qui permet l'action individuelle et singulière. Différentes urbanités ont en commun l'expérience de formes distinctes de marginalisation sociale dans la ville¹⁸; toutefois, le recours à ce genre musical afin de déployer un discours alternatif sur leurs conditions urbaines se fait de manière individuelle et singulière. Si le Hip Hop est une « transculture », la musique hip hop, comme toute autre action singulière permise par cet espace transculturel, elle, est « métisse ».

Le métissage est un processus qui relève du « bricolage » (Lévi-Strauss, 1962): tandis que l'érudit se préoccupe et se soumet aux structures, le « bricoleur » lui se joue de ses structures afin de construire d'autres réalités (Nouss, 2005 : 33). Ainsi, la musique hip hop relève du métissage en tant que « forme » jamais figée ; plutôt qu'un concept ou qu'un objet, elle est un système de communication, un genre de discours qui est dissociable de son contenu. La musique hip hop est une forme dans le sens développé et

¹⁸ On reconnaît ici la dynamique de « marginalités connectives » développé par H. Osumare, The Africanist Aesthetic [...] : 61

appliqué par R. Barthe au « mythe » dont la substance est ouverte à toute orientation discursive d'une singularité fantaisiste ou réelle. Tel le « mythe » de R. Barthes, la musique hip hop ne supprime pas le sens, elle l'appauvrit seulement, le met à distance et le tient à la disposition de celui qui s'en saisit (Barthes, 1993 : 109). De ce fait, la musique hip hop est vaste et inclut une multiplicité de pratiques discursives : elle est une performance singulière qui parle au corps et à travers lui. Plutôt qu'une référence à la réalité de l'artiste, la musique hip hop donne à voir le corps même de l'individu, spatialisé et historicisé, tant dans la performance du MC que dans celle du DJ¹⁹, les deux « bricoleurs » de cette forme « organique » (Kristeva, 1969) où le sémantique précède le sémiotique. D'une part, le DJ peut « écrire sa voix » (Rubin, 2003) en historicisant et spatialisant son *beat* grâce aux techniques de *sampling*²⁰ et de rythmes programmés ; d'autre part, la performance orale du MC²¹ rappelle l'intégration du discours dans le corps et dans la voix, et du corps et de la voix dans le discours. La musique hip hop est alors cette « forme-sujet » qui permet de penser le sujet politique et social (Meschonnic, 1995 : 21).

Comme le suggèrent les contours des paysages politique, économique et culturels des jeunes entrepreneurs hip hop de Dakar, la ville est soumise à une ségrégation urbaine

¹⁹ Pour une discussion approfondie des rôles du DJ (Disk-Jockey) et du MC (Maître de Cérémonie / Maître de Composition), voir J.F. Mbaye, A Hip Hop Space [...] : 397-8

²⁰ Cette technique propre à la musique hip hop est développée par le DJ (Disk-Jockey) et consiste à composer un morceau instrumental original (*beat*) en s'appropriant des parties d'événements musicaux préexistants, en sélectionnant et en arrangeant des parties de chansons préenregistrées. R. Shusterman, Art Infraction [...] : 273

²¹ Bien que le MC (« Maître de Cérémonie ») jouait initialement un rôle de divertissement dans le cadre de la production musicale en introduisant principalement le DJ à l'audience, l'argument soutient que ce rôle est désormais devenu prédominant dans la création musicale passant du « Maître de Cérémonie » au « Maître de Composition ».

générationnelle qui s'applique tant dans la sphère publique et sociale que dans la sphère privée et familiale (Diouf, 1999 : 42). Pour cette jeunesse marginalisée, la forme musicale métisse est une « écriture de la voix » (Rubin, 2003) capable d'interagir et d'informer des configurations politiques alternatives. À travers la musique hip hop, ils sont nombreux à articuler une « politique de la différence » prônant une autre forme de socialité que celle qui leur est imposée par la culture urbaine dominante ainsi qu'une « politique différentielle » permettant une pratique alternative du discours démocratique. Originaire d'une des banlieues les plus populaires de la région de Dakar, Matador est un des membres fondateurs du groupe phare de Thiaroye, Wa BMG 44²². Sa politique de la différence exprime à la fois une situation vécue de marginalisation et l'intense désir d'individuation et de réalisation. L'« écriture de sa voix » lui permet depuis plus de dix ans d'articuler une autre socialité, singulière à sa positionnalité dans l'espace urbain, et lui permettant de s'y inscrire selon une politique de la différence, une politique identitaire et sociale autre, une politique de fierté.

Dès qu'on disait qu'on venait de Thiaroye, les gens nous fuyait parce que c'était synonyme de drogues, de voleurs, etc. [...] On voulait leur montrer qu'on pouvait vivre à Thiaroye et être quelqu'un²³ !

Cette motivation à « être quelqu'un » rappelle la possibilité métisse du constant devenir qui permet de redéfinir une socialité marginalisée en une autre, différente, où la marginalisation n'est plus synonyme de subordination mais de réinvention, de

²² Pour des informations détaillées sur Matador et son association, Africulturban, consulter l'entrée Wikipedia [http://en.wikipedia.org/wiki/Matador_\(WA_BMG_44\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Matador_(WA_BMG_44))

²³ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 21 Février 2009 avec Matador.

« réactivation politique »; une socialité où on peut « vivre à Thiaroye » « et » « être quelqu'un ». L'enjeu politique de cette forme musicale métisse est de « ne pas rester à ce que l'on est, [mais] viser ce qu'on pourrait être » (Nouss, 2005 : 28). Membre fondateur du groupe pionnier sénégalais, Positive Black Soul (PBS), Awadi²⁴ rappelle cette politique d'une autre socialité en invoquant ses référents culturels, héros d'hier, d'aujourd'hui et de demain. Fidèle à l'invitation du révolutionnaire Burkinabé Thomas Sankara, cet artiste veut « oser inventer son avenir » en déployant une socialité idéale et réelle autre. D'une part, il témoigne d'idéaux politiques différents²⁵ en faisant référence à des personnalités africaines telles que le premier Président du Ghana Kwamé Nkruma, le héros mandingue qui résista farouchement à la colonisation française Samory Touré, ou encore l'universitaire sénégalais et père de la « renaissance africaine » Cheikh Anta Diop. D'autre part, en tant que précurseur, il suggère à travers son parcours entrepreneurial et à l'instar d'autres entrepreneurs hip hop dakarois, de « nouvelles figures de réussite » (Havard, 2001).

Avant au Sénégal, la publicité était un secteur monopolisé par les Ivoiriens, les Français et les Marocains. On voulait montrer que l'on pouvait faire ce travail sans inhibition. [...] Et on a montré que c'était possible quand on y croit et qu'on s'y investit²⁶.

²⁴ Pour des informations détaillées sur Didier Awadi et son entreprise, Studio Sankara, consulter l'entrée Wikipédia http://en.wikipedia.org/wiki/Didier_Awadi

²⁵ Cet album, « Présidents d'Afrique » (2010) est construit autour d'extraits de discours prononcés en autres par Cheikh Anta Diop, Kwamé Nkruma, Thomas Sankara, Patrice Lumumba et avec diverses références à Frantz Fanon, Aimé Césaire ou Samory Touré.

²⁶ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 25 Février 2009 avec Didier Awadi.

La récurrence du pronom « on » indique que derrière beaucoup de ces artistes, se tient une ‘famille’, un groupe, un *crew*. Ce collectif souvent formé à partir d’ « amitiés de quartier » gravite autour de l’artiste ou du groupe et participe à ses diverses activités artistiques²⁷ (Herson, 2000; Niang, 2006). Comme l’explique Awadi, l’objectif est « de donner du travail au *crew* avec lequel [il a] grandi, de donner du travail aux voisins²⁸ ». Ici, l’ « écriture de la voix » implique un engagement, une responsabilité (Benga, 2002 : 301) ; une « écriture de la voix » comme acte politique à la fois singulier et multiple, où la légitimité passe par le groupe. En effet, A. Niang rappelle que les artistes hip hop :

[...] identify permanently with their groups, even if they also represent
broader communities [...] [and their] attachment to the posse is always
inextricably related to the omnipresent principle of commitment.
(Niang, 2006 : 179)

Ce principe omniprésent de l’engagement s’adresse au « site émotionnel » de l’artiste, c’est-à-dire son *posse*, son *crew*, mais également plus largement son quartier ou sa communauté que cette dernière soit entendue comme celle de la transculture hip hop, de la jeunesse urbaine sénégalaise, Ouest Africaine ou plus généralement de ceux marginalisés par la socialité dominante. Une « écriture de la voix » multiple donc car elle représente quelque chose au delà d’une singulière politique de la différence : elle implique aussi une « politique différentielle », c’est-à-dire une autre façon de faire de la

²⁷ On peut ici faire référence aux jeunes du quartier d’Awadi et de son groupe qui, après être devenus membres du *crew*, assuraient régulièrement la ‘fonction’ de gardes du corps durant les performances des artistes. Ces jeunes ont aujourd’hui développé, sous l’égide du Studio Sankara, leur propre agence de sécurité, Delta Force.

²⁸ Propos recueillis par l’auteure lors d’un entretien conduit le 25 Février 2009 avec Didier Awadi.

politique en inscrivant un discours de l'ordre du politique au sein même des pratiques artistiques²⁹. B. Latour le rappelle:

[...] celui qui parle ne parle pas *de lui-même mais d'un autre*, lequel n'est pas *un* mais légion [...] celui qui parle ne possède pas la parole, il parle au nom des autres. (Latour, 2002 : 163)

Les artistes hip hop sénégalais « parlent pour ceux qui ne peuvent pas le faire, [et] [...] ils leur transmettent aussi des habiletés pour savoir et pour comprendre » (Benga, 2002 : 302). Dans la lignée des *protest songs*³⁰ ou autres chansons contestataires, ils abordent par exemple des sujets considérés comme tabous dans leur pays : la corruption gouvernementale³¹, les malades mentaux, la prison et ses conditions déplorables³², les injustices dont sont victimes les femmes sénégalaises (excision, violence conjugale³³), le désarroi et la désillusion de la jeunesse populaire³⁴, de cette jeunesse « sénégalérienne³⁵ ». Cependant, cette politique différentielle ne se limite pas à la simple

²⁹ L'expression politique au sein d'une musique vocale n'est certes pas nouvelle, articulant tantôt les aspirations de la socialité dominante (hymne nationaux) tantôt celles d'activistes dissidents (*protest songs*).

³⁰ Chansons contestataires ou chansons dites de révoltes qui connaissent leur apogée dans les années soixante aux États-Unis en réaction à la guerre du Vietnam. Parmi ces chansons engagées contestant des sujets politiques ou sociaux d'actualité, on fait référence à « *Blowin' in the Wind* » de Bob Dylan.

³¹ Écouter, à titre d'exemple « J'accuse », « Stoppez-les » de Didier Awadi

³² Thèmes privilégiés par Fou Malade et son collectif « Bat'haillons Blin-D »

³³ Thèmes défendus par le trio féminin A.L.I.F. (Attaque Libératoire de l'Infanterie Féministe) ; écouter, à titre d'exemple, « Douta Mbaye ». Staycalm !, Fangafrica [...] : Le disque

³⁴ Écouter, à titre d'exemple, « Danger » de WA BMG 44. Staycalm !, Fangafrica [...] : Le disque

³⁵ Terme développé par Xuman du groupe Pee Froiss dans « Gunman ». Staycalm !, Fangafrica [...] : Le disque

dénonciation mais également prépare le changement de mentalité et participe à la construction d'une conscience citoyenne alternative (Diouf, 2002 : 285) ainsi que nous le souligne Matador avec le projet « Hip Hop Education³⁶ » :

On sait que les élèves adorent le Hip Hop et on veut, à travers cette culture là, les sensibiliser par rapport à leur milieu parce que l'école doit être entretenue par les élèves et les professeurs. Il ne faut pas attendre l'État. Ce qu'on a fait [à Africulturban], on voudrait le reproduire dans d'autres secteurs à travers le pays et faire comprendre aux jeunes [...] qu'il faut se prendre en main.³⁷

La musique hip hop se révèle comme action politique dont les pratiques redéfinissent la structure spatiale et l'ordre social de la ville. Elle est une « écriture de la voix » à la fois singulière et multiple et, comme le suggèrent les exemples d'Awadi et de Matador, éminemment politique. Émergeant d'un « tiers-espace » – cet Hip Hop transculturel –, elle révèle des productions politiques alternatives qui interagissent et impactent sur les dimensions économiques de cette expression musicale.

4.2.« Économie éthique » de la musique hip hop

Alors que le produit culturel de la musique hip hop souligne la dimension politique de cette expression artistique, la production économique que cette dernière implique se révèle pour sa part comme le produit de l'économie singulière de la culture musicale hip

³⁶ « Hip Hop Education » est un projet développé par Africulturban et par lequel des artistes hip hop interviennent dans les établissements scolaires pour d'une part proposer des activités artistiques (concert, ateliers, etc.) et d'autre part, intervenir dans l'entretien et l'amélioration du milieu scolaire (nettoyage des lieux, recherche de partenaires pour la mise en place de sanitaires ou de cantine scolaire en fonction des besoins) en collaboration avec les élèves et les professeurs.

³⁷ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 21 Février 2009 avec Matador.

hop. En effet, l'économie hip hop est avant toute chose une « économie éthique » (Arvidsson et al., 2008) rythmée par des affinités affectives au-delà de simples considérations monétaires. Plus exactement, l'économie de la musique hip hop incorpore à la rationalité économique capitaliste traditionnelle de l'individu, une affectivité propre à son collectif, sa communauté, son site émotionnel qui se déploie autour de deux principes de *praxis* : « représenter » et « prouver ». En effet, bien qu'on ne puisse parler de doctrine propre au Hip Hop, des codes transculturels apparaissent au sein des multiples émergences hip hop et reflètent tant les notions d'« écriture » singulière et de challenge individuel (« prouver ») que l'attachement au site émotionnel (« représenter »)³⁸. D'une part, la production musicale hip hop fait appel à la capacité de ses participants à créer de manière autonome au sein de leur communauté, à « prouver », « démontrer » leur aptitude à être le plus singulier et original dans leurs pratiques individuelles. D'autre part, cette « économie éthique » implique la nécessité pour ses participants à travers leurs performances politiques et économiques, de donner en retour, de « représenter », en d'autres termes, de faire valoir le site émotionnel auquel ils appartiennent. L'économie hip hop s'affirme alors à travers une « production entre pairs » et une « gouvernance communale », deux modes singuliers de production et de gouvernance de cette économie musicale.

La « production entre pairs » fait référence aux diverses initiatives entrepreneuriales mises en place par les acteurs hip hop afin de réconcilier les intérêts individuels et collectifs dictés par leur « économie éthique ». Elle permet à l'entrepreneur hip hop

³⁸ À cet égard, A. Thomas, *The Spirit* [...] dresse une liste de ces codes (*keeping it real, speak truth to power, change the game, represent the hood, self-expression*); tandis que T. Mitchell, *The DIY Habitus* [...] définit plus généralement un *ethos* témoignant d'une part, d'un style de vie indépendant où l'enjeu est d'« augmenter le niveau » (*raise the bar*) et d'autre part, d'un attachement au territoire à travers un engagement politique et social.

d'accéder à une certaine autonomie grâce à la propriété/possession des moyens de production musicale. Le développement des *homes studios*, l'autoproduction ainsi que la diversification des activités musicales sur l'ensemble de la chaîne créative témoignent de cette dynamique. Tout en cherchant à créer un marché pour leurs productions musicales, les entrepreneurs hip hop sénégalais s'organisent afin de produire de manière autonome et pour le bénéfice de leur communauté. Dans cette perspective, ils investissent d'abord dans le matériel d'enregistrement musical afin de pallier d'une part à l'absence publique de ce type de structure³⁹, et d'autre part, afin de répondre aux désirs des créateurs hip hop d'avoir un plus grand contrôle sur leurs productions à des coûts moindres. Ces jeunes entrepreneurs culturels font alors preuve d'un esprit d'initiative sans cesse renouvelé ainsi que d'une virtuosité technologique traduite par l'utilisation active des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) primordiales au processus de création et de production des produits musicaux hip hop.

Ajoutant à leur domaine d'expertise, les acteurs hip hop étendent leurs initiatives entrepreneuriales : des festivals et des médias (radio, TV, webzines, presse écrite) expressément dédiés au Hip Hop émergent à l'initiative de ces participants mais également des studios d'enregistrement, des maisons de production musicale, des lignes de vêtements (*street wear*), des infographes, des associations, des agences de prestation

³⁹ Contrairement à Ouagadougou (Burkina Faso) par exemple où l'Etat possède de remarquables matériels de production et de diffusion musicale avec le CENASA (complexe culturel regroupant un studio d'enregistrement, un système de sonorisation et d'éclairage dans un espace dédié à la production musicale).

audiovisuelle et d'autres de sonorisation, des unités de duplication⁴⁰, des salles de répétition équipées⁴¹ et des agences de sécurité. Une véritable « écologie d'entreprises dynamique » permettant non seulement une autonomie dans la création musicale, mais également, des sources nouvelles de revenus, se développe tout le long de la chaîne créative de production musicale. De la création, à la production, de la reproduction à la diffusion et la promotion, les entrepreneurs de la musique hip hop parviennent à intégrer verticalement et de manière interconnectée leurs activités individuelles au profit de leur communauté assurant un processus productif alternatif. Un des artistes les plus visibles de la scène hip hop sénégalaise contemporaine, Simon Bisbi Clan⁴² a ainsi développé toute une structure de production et de promotion regroupant une unité de duplication, une ligne de *street wear* ainsi qu'une unité de conception graphique et audiovisuelle autour de son label musical dédié au Hip Hop :

C'est un label Hip Hop à 100% [...] où tu peux entrer en studio, enregistrer, mixer, masteriser, presser, faire des jackets et puis juste aller au BSDA⁴³ pour récupérer les timbres. C'est un service complet [...] C'était vraiment le cadeau que je voulais faire au

⁴⁰ Sur les douze unités de duplication identifiées sur le territoire sénégalais (cf. répertoire cité), trois appartiennent à des entrepreneurs hip hop. Ces unités correspondent à des unités de gravure artisanale (permise par les NTIC) plutôt qu'à des usines de pressage industriel.

⁴¹ Sur les treize salles de répétition (privées et publiques) identifiées sur le territoire sénégalais (cf. répertoire cité), deux appartiennent à des artistes hip hop ayant investi dans ce matériel indispensable à toute production de spectacle vivant.

⁴² Pour des informations détaillées sur Simon Bisbi Clan, son entreprise 99Records, et son label Djolof4Life Entertainment, consulter l'entrée Wikipedia : http://en.wikipedia.org/wiki/Simon_Bisbi_Clan

⁴³ Pour toute sortie d'albums, il faut déclarer auprès du BSDA (Bureau Sénégalais du Droit d'Auteur) le nombre d'exemplaires mis sur le marché et s'acquitter des droits de reproduction mécanique qui seront partagés entre les ayants-droits, par l'achat de « timbres ».

mouvement Hip Hop, [...] et à des prix abordables [...] Et les gens commencent à venir pour la qualité aussi, ils voient la différence⁴⁴.

La « gouvernance communale » quant à elle souligne l'auto organisation et l'autogestion réflexive de participants autonomes de la communauté hip hop comme méthode de contrôle, de sélection et de critique. En effet, basée sur un processus participatif équipotentiel où aucune condition *a priori* ne conditionne la participation des acteurs, les entrepreneurs hip hop développent leurs structures de manière volontaire et adhèrent aux principes d'une « économie éthique » sans être appâtés par la perspective première de compensation monétaire. Plus précisément, la coordination des pratiques entrepreneuriales est assurée par un processus d'« affinité affective » par lequel les participants visent à accumuler respect et reconnaissance de la part de leur communauté (Arvidsson et al., 2008 : 11). La motivation des entrepreneurs hip hop en d'autres termes est intrinsèquement positive dérivant de la passion de contribuer au dynamisme de leur communauté plutôt qu'extrinsèquement positive, c'est-à-dire basée sur un système monétaire externe (Bauwens, 2009 : 127). La capacité de participation à la communauté productive est ainsi vérifiée dans le processus même de contribution, via un système de réputation utilisé comme validation communale (Bauwens, 2005 : 2): ce qui importe alors est l'aptitude démontrée, et non une preuve formelle antérieure à l'initiative entrepreneuriale (Bauwens, 2007 : 240) ; en d'autres termes, que « les gens viennent pour la qualité, [...] qu'ils voient la différence ». Un tel processus équipotentiel favorise ainsi l'objectif d'inclusion plutôt qu'un mécanisme d'exclusion et ressort particulièrement dans la sphère promotionnelle de la musique hip hop, à travers notamment l'essor des webzines et autres sites web dédiés aux productions hip hop et

⁴⁴ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 21 février 2009 avec Simon.

initiés principalement par des promoteurs et des fans⁴⁵. Dans ces espaces virtuels, artistes, promoteurs et fans hip hop peuvent de manière équipotentielle contribuer à la promotion des productions musicales hip hop et de sa communauté où consommateurs et producteurs se mélangent. Il faut toutefois noter qu'un processus équipotentiel n'est pas synonyme d'un cadre égalitaire : chaque individu participe librement mais ne peut contribuer qu'à la hauteur de ses capacités. Invité à commenter sur l'évolution du Hip Hop au Sénégal⁴⁶, Simon rappelle qu'« avant beaucoup de gens étaient juste publics, et maintenant beaucoup d'entre eux sont devenus rappeurs eux-mêmes ; c'est ce qui c'est passé pour [lui] mais ça ne marche pas pour tout le monde⁴⁷ ».

« Ca ne marche pas pour tout le monde » et les inégalités créées par ce processus participatif équipotentiel sont bien présentes dans une « économie éthique » de la musique hip hop qui coexiste aux côtés d'un système capitaliste traditionnel. En effet, la gouvernance de la communauté productive hip hop implique des produits physiques, tels que la production musicale sur support ou la production de spectacle vivant, qui restent basés sur un système monétaire externe. Pour les artistes hip hop les plus expérimentés, l'accumulation de respect et de reconnaissance conséquente au sein du site émotionnel est parfois accompagnée de compensations monétaires privilégiées sur le marché extérieur de la musique. L'exemple le plus éloquent d'entre eux, Awadi,

⁴⁵ A titre d'exemple, voir les sites www.kingsize.sn (initiative développée par quelques passionnées sénégalaises de Hip Hop en collaboration avec des entrepreneurs hip hop norvégiens) et www.rapwolof.com créé par un amateur hip hop de la diaspora sénégalaise basé dans un des bastions mondiaux du Hip Hop, la banlieue parisienne.

⁴⁶ Pour des informations détaillées sur l'évolution de l'émergence hip hop au Sénégal, consulter l'entrée Wikipedia : http://en.wikipedia.org/wiki/Hip_Hop_Galsen

⁴⁷ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 21 février 2009 avec Simon.

explique que, dans de tels cas, ces entrepreneurs participent à leur communauté productive avec un potentiel de contribution plus accru :

« Pour jouer sur scène, il faut avoir des musiciens, ce qui coûte cher, il faut répéter ce qui coûte très cher car tout le monde n'a pas sa salle de répétition et n'a pas les instruments ; puis, il faut faire un vrai 'show', c'est-à-dire louer une bonne sono, faire de la publicité radio, télé, affichage. C'est ça qui fait un bon 'show'. [...] Encore une fois, ce sont ceux qui ont un peu d'argent, ceux qui voyagent, qui vont faire de meilleurs spectacles parce qu'ils ont les moyens de faire de meilleurs spectacles ⁴⁸! »

Une approche collective est souvent adoptée afin de pallier à ces impératifs de recouvrement ; tant au niveau régional, que national et métropolitain, des « dictatures bienveillantes » (Bauwens, 2009 : 129) se forment avec ces entrepreneurs hip hop 'établis'. L'influence de ce « noyau directionnel » apparaît particulièrement au travers de l'organisation de festivals dédiés au Hip Hop dans la région ouest africaine⁴⁹, où, via une dynamique de réseau soutenue, les acteurs s'organisent en limitant et harmonisant leur dépenses (notamment au niveau des cachets des artistes) afin de poursuivre durablement leurs activités de promotion et de diffusion de la musique hip hop. Elle se révèle également sur la capitale sénégalaise, avec depuis les 1, 2 et 3 janvier 2009, l'organisation des '72 heures Hip Hop', un événement organisé par plus d'une douzaine d'entreprises hip hop durant lequel se tiennent conférences, expositions, ateliers et concerts dédiés à leur mouvement. En 2010, pour sa deuxième édition, la ville de Dakar intégrait les '72h' dans son programme d'animation de fin d'année, le 'Ribidon'.

⁴⁸ Propos recueillis par l'auteure lors d'un entretien conduit le 25 Février 2009 avec Didier Awadi.

⁴⁹ Gabao Hip Hop (Gabon); Waga Hip Hop (Burkina Faso); Hip Hop Kankpe (Bénin); Assallamalekoum Festival (Mauritanie); Big Up GB - Movimento Hip Hop Festival (Guinée-Bissao); Togo Hip Hop Awards (Togo); Guinean Africa Rap Festival (Guinée); Hi-Life Festival (Ghana); et Hip Hop Awards (Sénégal).

Comme le conclut Simon, « les autorités ont aussi constaté l'impact que le mouvement a sur la jeunesse de notre pays. Elles ne savaient pas qu'il y avait une telle organisation⁵⁰ ». Ainsi, ces entrepreneurs 'représentent' leur site émotionnel (« impact sur la jeunesse ») et 'prouvent' leur « écriture » singulière (« une telle organisation ») sur leur territoire.

5. Conclusion : La communauté entrepreneuriale hip hop pour un autre développement du territoire urbain

L'analyse de pratiques économiques en tant qu'activités faisant du sens permet de comprendre la musique hip hop comme une autre façon de contribuer au développement local au Sénégal: elle est un processus inscrit à l'intersection de l'économie et de la politique, de l'espace privé et de l'espace public, de l'entreprise individuelle et de l'initiative collective. Les espaces politiques et économiques de la musique hip hop sont particulièrement importants puisqu'ils encouragent le développement d'une voix politique alternative tout en venant compléter une économie musicale locale encore fragile. De la sorte, ces entrepreneurs parviennent à réconcilier les tensions existantes dans toute économie culturelle entre les formes économiques (lucratives) et les formes sociales (non lucratives). À ce titre, cet article a voulu rappeler la nécessité de développer une plus grande et plus profonde compréhension de la nature de l'organisation de la production musicale au Sénégal par une approche qualitative du potentiel réseautique offert par l'économie de la musique hip hop et ses participants.

En effet, de jeunes entrepreneurs créatifs et inventifs se révèlent au travers de cette économie de la musique hip hop et proposent un modèle alternatif que la jeunesse peut

⁵⁰ Entrevue publiée par l'Agence de Presse Sénégalaise APS. Les "72 Heures Hip Hop", événement fédérateur du mouvement (organisateur)

investir à l'heure actuelle en développant une production locale pour une consommation locale. Les espoirs non plus tournés vers les USA ou l'Europe mais bien vers leur propre localité, cette jeunesse sénégalaise rappelle qu'une économie locale de la musique peut et se développe via le Hip Hop puisque celui-ci s'adresse d'abord à un public local voire régional. Ce courant de partage de savoir-faire et d'échanges de compétences devient alors une véritable force de proposition pour une nouvelle économie de la musique. À travers la dimension transculturelle de la musique hip hop, cette dernière apparaît non seulement comme le meilleur générateur de talents culturels (entrepreneurs et artistes) mais aussi comme vecteur translocal et transurbain capable de rassembler une même génération par-delà les frontières nationales et autour d'une entreprise commune. De cette économie de la musique aux productions à la fois politiques et économiques s'érige ainsi l'esquisse d'une communauté entrepreneuriale formée par une jeunesse unie pour un développement alternatif de son territoire.

Une politique culturelle intégrée reste cependant à élaborer en soutien à cette économie de la musique où « [...] le contenu esthétique et sémiotique de ses produits privilégie l'épanouissement humain et [où] la commercialisation de la culture [est] compatible avec son rôle potentiellement libérateur » (Scott and Leriche, 2005 : 220). Certes, une politique culturelle appropriée devient urgente car, à travers leur communauté entrepreneuriale, les artistes hip hop ont d'ores et déjà amorcé le travail de réconciliation des impératifs individuels et privés avec ceux collectifs et publics, via une politique transculturelle et une économie éthique, toutes deux permettant un autre développement du territoire urbain.

Bibliographie

- Agence Nationale de Statistique et de la Démographie (2007). Année 2006. Situation économique et sociale de la région de Dakar. Dakar, Sénégal, Service Régional de la Statistique et Démographie (SRSD) de Dakar.
- APS. "Les "72 Heures Hip Hop", événement fédérateur du mouvement (organisateur)." Retrieved 12 décembre 2010, from <http://fr.allafrica.com/stories/201001250256.html>.
- Arvidsson, Adam, Michel Bauwens and Nicolai Peitersen (2008). "The Crisis of Value and the Ethical Economy." *Journal of Future Studies* 12(4): 9-20.
- Bakhtine, Mikhaïl (1970). La Poétique de Dostoïevski. Paris, Seuil.
- Barthes, Roland (1993). Mythologies. London, Vintage, New Ed.
- Bathelt, Harald (2005). "Cluster Relations in the Media Industry: Exploring the 'Distanced Neighbour' Paradox in Leipzig." *Regional Studies* 39(1): 105-127.
- Bauwens, Michel (2005). "The Political Economy of Peer Production." *CTheory*.
- Bauwens, Michel (2007). P2P and Human Happiness. Third International Conference on Gross National Happiness, Bangkok, The Centre for Bhutan Studies.
- Bauwens, Michel (2009). "Class and capital in peer production." *Capital & Class* 33(1): 121-141.
- Bauwens, Michel (2009). "Co-creation and the new industrial paradigm of peer production." *Fibreculture Journal*(14).
- Benga, Ndiouga A. (2002). *Dakar et ses tempos: Significations et enjeux de la musique urbaine moderne (c.1960-années1990)*. Le Sénégal contemporain. M. C. Diop. Paris, Karthala.
- Bennett, Tony and John Frow, Eds. (2008). The SAGE Handbook of Cultural Analysis. London, U.K., SAGE Publications Ltd.
- Bhabha, Homi K. (2004). The Location of Culture. London & New-York, Routledge.
- Biaya, Tshikala K. (2000). "Jeunes et culture de la rue en Afrique urbaine (Addis-Abeba, Dakar et Kinshasa)." *Politique africaine* 80: 12-31.
- Brandellero, Amanda and Pierric Calenge (2008). Le fonctionnement des filières des musiques du monde : une approche par les individus et les réseaux. Paris.
- Breton, André and Philippe Soupault (1971). Les Champs Magnétiques suivi de S'il vous plaît et de Vous m'oubliez. Paris, Gallimard.
- Diop, Momar Coumba, Mamadou Diouf and Aminata Diaw (2000). "Le baobab a été déraciné. L'alternance au Sénégal." *Politique africaine* 78: 157-179.
- Diouf, Mamadou (1999). *Urban Youth and Senegalese Politics: Dakar 1988-1994. Cities and Citizenship*. J. Holston. Durham & London, Duke University Press.

Diouf, Mamadou (2002). *Des cultures urbaines entre traditions et mondialisations. Le Sénégal contemporain*. M. C. Diop. Paris, Karthala.

Gill, Rosalind (2007). Technobohemians or the new cybertariat? New media work in Amsterdam a decade after the web. *Network Notebooks 01*. Amsterdam, Institute of Network Cultures.

Gill, Rosalind and Andy C. Pratt (2008). "In the Social Factory? Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work." *Theory, Culture & Society* 25(7-8): 1-30.

Havard, Jean-François (2001). "Ethos "Bul Faale" et nouvelles figures de la réussite au Sénégal." *Politique africaine* 82: 63-77.

Herson, Ben (2000). *Fat Beats, Dope Rhymes & Thug Lives: Youth, Politics and Hip-Hop Culture in Dakar*, Hampshire College: 1-105.

Kozul-Wright, Zeljka (2001). *Challenges and Prospects in the Music Industry for Developing Countries*. Third United Nations Conference on the Least Developed Countries, Proceedings of the Youth Forum, Music Industry Workshop, European Parliament, Brussels, Belgium.

Krims, Adam (2007). *Music and Urban Geography*. New York, Routledge, Taylor & Francis Group.

Kristeva, Julia (1969). *Semiotike : recherche pour une sémanalyse*. Paris, Seuil.

Lafargue de Grangeneuve, Loïc (2008). *Politique du hip-hop: action publique et cultures urbaines*. Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.

Latour, Bruno (2002). "Et si l'on parlait un peu politique?" *Politix* 15(58): 143-165.

Lévi-Strauss, Claude (1962). *La pensée sauvage*. Paris, Plon.

Leyshon, Andrew (2003). "Scary monsters? Software formats, peer-to-peer networks, and the spectre of the gift." *Environment and Planning D: Society and Space* 21(5): 533-558.

Leyshon, Andrew, David Matless and George Revill (1998). *Introduction: Music, Space and the Production of Place. The Place of Music*. A. Leyshon, D. Matless and G. Revill. New York, The Guilford Press: 1-30.

Mbaye, Jenny F. (2009). *A Hip Hop Space of Politics in France Culture and the City*. L. Nyström and F. Eckardt. Berlin Berliner Wissenschaftsverlag: 395-416.

Meschonnic, Henri (1995). *Politique du rythme, politique du sujet*. Lagrasse, Verdier.

Mitchell, Tony (2007). "The DIY Habitus of Australian Hip Hop." *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*(123): 109-122.

Motley, Carol M. and Geraldine Rosa Henderson (2008). "The global hip-hop Diaspora: Understanding the culture." *Journal of Business Research* 61: 243-253.

Niang, Abdoulaye (2006). *Hip-hop culture in Dakar, Sénégal. Global Youth? Hybrid identities, plural worlds*. P. Nilan and C. Feixa. London & New-York, Routledge: 167-185.

Nouss, Alexis (2002) "Métissage, transculture et singularité." Politique de la parole. Singularité et communauté, 99-112.

Nouss, Alexis (2005). Plaidoyer pour un monde métis. Paris, Textuel.

Osumare, Halifu (2007). The Africanist Aesthetic in Global hip-hop: power moves. New York, Palgrave Macmillan.

Power, Dominic (2002). "'Cultural Industries' in Sweden: An Assessment of their Place in the Swedish Economy." *Economic Geography* 78(2): 103-127.

Power, Dominic and Daniel Hallencreutz (2002). "Profiting from creativity? The music industry in Stockholm, Sweden and Kingston, Jamaica." *Environment and Planning A* 34(10): 1833-1854.

Pratt, Andy C. (1997). "The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-91." *Environment and planning A* 29(11): 1953-1974.

Pratt, Andy C. (2002). "Hot Jobs in Cool Places. The Material Cultures of New Media Product Spaces: The Case of South of the Market, San Francisco." *Information, Communication & Society* 5(1): 27-50.

Pratt, Andy C. (2004). "The Cultural Economy: A Call for Spatialized 'Production of Culture' Perspectives " *International Journal of Cultural Studies* 7(1): 117-128.

Pratt, Andy C. (2007). *The state of the cultural economy: the rise of the cultural economy and the challenges to cultural policy making. The urgency of theory*. A. P. Ribeiro. Manchester, U.K., Carcanet Press / Gulbenkin Foundation: 166-190.

Rubin, Christophe (2003). *Un défi à la sémiotique: L'esthétique des textes de rap. Sémiotique et esthétique*. F. Parouty-David and C. Zilberberg. Limoges, PULIM.

Scott, Allen John (1999). "The US recorded music industry: on the relations between organization, location, and creativity in the cultural economy." *Environment and Planning A* 31(11): 1965-1984.

Scott, Allen John and Frédéric Leriche (2005). "Les ressorts géographiques de l'économie culturelle : du local au mondial " *L'Espace géographique* 3(Tome 34): 207-222.

Shusterman, Richard (2003). "Pragmatisme, art et violence: le cas du rap." *Mouvements* 26(2): 116-122.

Staycalm! (2007). *Fangafrika: la voix des sans voix - Rap Made in West Africa*. Paris, Harmonia Mundi.

Thomas, Anthony (2007). *The Spirit and Philosophy of Hip Hop*. New Statesman. Blackfriars, UK.

Throsby, David (2002). *The Music Industry in the New Millennium: Global and Local Perspectives*. The Global Alliance for Cultural Diversity. Paris, Division of Arts and Cultural Enterprise, UNESCO.

Towse, Ruth (2003). A Handbook of Cultural Economics. Glos, Edward Elgar Publishing Limited.

UNCTAD and UNDP (2008). Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-Making. U. Nations, United Nations.

(Pratt, 1997; Leyshon et al., 1998; Scott, 1999; Power, 2002; Power and Hallencreutz, 2002; Pratt, 2002; Leyshon, 2003; Towse, 2003; Pratt, 2004; Bathelt, 2005; Mitchell, 2007; Osumare, 2007; Staycalm!, 2007; Thomas, 2007; Gill, 2007 ; Bennett and Frow, 2008; Gill and Pratt, 2008; Lafargue de Grangeneuve, 2008; UNCTAD and UNDP, 2008 : 6; Mbaye, 2009),