

Approches inductives

Travail intellectuel et construction des connaissances

« Chantez au Seigneur un chant nouveau... » (Ps.95.1) : le portrait de la musique rock chrétienne

Marie-Chantal Falardeau et Stéphane Perreault

Approches inductives en communication sociale
Volume 1, numéro 1, automne 2014

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1025748ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1025748ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Trois-Rivières

ISSN

2292-0005 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Falardeau, M. & Perreault, S. (2014). « Chantez au Seigneur un chant nouveau... » (Ps.95.1) : le portrait de la musique rock chrétienne. *Approches inductives*, 1, (1), 125-148. <https://doi.org/10.7202/1025748ar>

Résumé de l'article

Le but de cet article est de présenter les raisons du choix d'une approche inductive, plutôt qu'une approche déductive, afin d'étudier la musique rock chrétienne. Cette étude dresse un portrait des chansons les plus populaires de la musique rock chrétienne tout en décrivant quantitativement les éléments structurels de ces dernières. Afin de réaliser ce projet, nous avons répertorié tous les numéros un du palmarès américain *Christian Songs* depuis sa création en 2003 jusqu'à la fin de l'année 2011, soit 65 chansons. Le portrait de la musique rock chrétienne se décline en onze catégories dont les plus récurrentes sont la dévotion, la présence de Dieu et l'espoir. Cette musique est aussi chantée majoritairement par des hommes et se caractérise par un rythme lent.

**« Chantez au Seigneur un chant nouveau... » (Ps.95.1) :
le portrait de la musique rock chrétienne**

Marie-Chantal Falardeau

Université du Québec à Trois-Rivières

Stéphane Perreault

Université du Québec à Trois-Rivières

Résumé

Le but de cet article est de présenter les raisons du choix d'une approche inductive, plutôt qu'une approche déductive, afin d'étudier la musique rock chrétienne. Cette étude dresse un portrait des chansons les plus populaires de la musique rock chrétienne tout en décrivant quantitativement les éléments structurels de ces dernières. Afin de réaliser ce projet, nous avons répertorié tous les numéros un du palmarès américain *Christian Songs* depuis sa création en 2003 jusqu'à la fin de l'année 2011, soit 65 chansons. Le portrait de la musique rock chrétienne se décline en onze catégories dont les plus récurrentes sont la dévotion, la présence de Dieu et l'espoir. Cette musique est aussi chantée majoritairement par des hommes et se caractérise par un rythme lent.

Mots-clés : Étude mixte, méthodologie inductive, musique rock chrétienne, analyse de contenu

Introduction

Aux États-Unis, plus de 93 % des individus écoutent la radio¹. En 2012, le temps moyen d'écoute pour une personne qui apprécie la musique était de 200 heures par année². Le site billboard.com recense d'ailleurs les chansons les plus populaires, et ce, parmi plus de 30 palmarès différents. Cette étude s'intéresse à l'un de ces palmarès, soit le palmarès *Christian Songs*, qui fait état des meilleures chansons de la musique rock chrétienne diffusées sur les stations de radio américaines. Lorsque l'on pense au terme *musique rock chrétienne*, il semble exister un paradoxe entre les valeurs hédonistes, liées au rock, et les valeurs conservatrices, liées à la chrétienté (Martin & Segrave, 1993). Conséquemment, comment est-il possible de chanter un

chant nouveau au Seigneur à l'aide d'un style de musique (le rock) symboliquement lié au sexe et à la drogue?

Afin de répondre à cette question et à plusieurs autres, nous ferons état d'une démarche méthodologique, qui s'est déclinée en trois étapes, pour mieux comprendre la musique rock chrétienne. La première étape a consisté à présenter les résultats d'une métaétude des paroles de chansons (Zhao, 1991), laquelle nous a amenés à considérer l'utilisation du modèle des valeurs de Schwartz (1992). Par la suite, lors de la deuxième étape, nous avons tenté d'appliquer ce cadre théorique à notre corpus de chansons de musique rock chrétienne, et ce, avec un succès mitigé. En effet, l'utilisation de ce modèle théorique s'est avérée insuffisante, ce qui nous a motivés à laisser émerger les catégories de notre corpus de chansons. Nous avons alors modifié notre approche hypothético-déductive et nous sommes tournés vers une méthodologie inductive lors de la troisième étape afin de dresser le portrait de la musique rock chrétienne. Pour compléter le portrait de la musique rock chrétienne, nous avons aussi quantifié les catégories de notre analyse inductive ainsi que certains indicateurs liés aux chansons, tels que le rythme, la durée et le genre de l'artiste.

Il est important de préciser que, malgré le changement d'approche, nous désirions dresser un portrait qualitatif et quantitatif de la musique rock chrétienne. Il existe, cependant, une certaine tension quant à l'utilisation d'une approche mixte. En effet, certains auteurs ne prônent pas la mixité des approches (Castro & Bronfman, 2000; Smith & Heshusius, 1986), contrairement à d'autres qui s'intéressent à la complémentarité entre ces approches (Behrens & Smith, 1996; Creswell & Plano Clark, 2007; Fielding & Schreier, 2001; Patton, 1987; Pinard, Potvin, & Rousseau, 2004; Reichardt & Rallis, 1994; Rousseau, 1996; Savoie-Zajc & Karsenti, 2000; St-Cyr-Tribble & Saintonge, 1999). Pour notre part, nous souhaitons emprunter des méthodes de travail à ces deux approches « afin d'effectuer une recherche la plus utile et la plus instructive possible » (Savoie-Zajc & Karsenti, 2000, p. 132).

Dans notre cas, l'utilisation d'une méthodologie mixte se justifiait à partir des travaux de Creswell et Plano Clark (2007). Ces auteurs proposent quatre types majeurs de modèles de méthodes mixtes : la triangulation, le modèle de complémentarité, le modèle explicatif et le modèle exploratoire. Selon les motivations et les objectifs du chercheur, ce dernier utilisera l'un ou l'autre de ces modèles à suivre pour réaliser son étude. La triangulation est l'approche la plus utilisée et la plus connue. Elle permet au chercheur de bénéficier des avantages des méthodes quantitatives (un échantillon de grande taille et la généralisation par exemple) ainsi que des méthodes qualitatives (la recherche en profondeur et l'interprétation, par exemple). Un chercheur choisira ce modèle lorsqu'il désire renforcer la richesse de son étude en combinant des résultats liés à un même phénomène. Le modèle de complémentarité, quant à lui, utilise une deuxième méthode dans le but de supporter la première. Il est notamment utile lors des études à grande envergure et lorsque plusieurs questions de recherche sont posées. La prémisse de ce modèle réside dans le fait que chacune de ces questions nécessite des données de nature différente afin de bien y répondre. Le modèle explicatif vise, comme son nom l'indique, à utiliser la méthode qualitative pour clarifier le sens des résultats quantitatifs. Finalement, le dernier modèle est dit exploratoire. C'est celui que nous utilisons dans notre étude. Il nous permet d'utiliser la méthode qualitative pour analyser nos données tout en les quantifiant en tant que résultats. De plus, ce modèle convient à notre étude étant donné que nous cherchons à mieux comprendre les indicateurs des valeurs de la continuité du modèle de Schwartz (1992). L'induction nous permettra donc de bonifier ce cadre théorique et d'interpréter nos résultats lors de la phase de la discussion.

1. Métaétude des analyses de contenu de paroles de chansons

Cinq aspects sont mis de l'avant dans notre métaétude afin de synthétiser les 25 recherches ayant utilisé l'analyse de contenu comme méthode pour décrire les

paroles de chansons : l'année de parution des écrits, la méthodologie utilisée, le sujet analysé, la période étudiée ainsi que le corpus complètent la synthèse.

À la lumière des Tableaux 1 et 2, nous avons décelé que onze études utilisent une méthodologie inductive (Aday & Austin, 2000; Bretthauer, Zimmerman, & Banning, 2006; Cole, 1971; Cooper, 1985; Diamond, Bermudez, & Schensul, 2006; Markert, 2001; Ostlund & Kinnier, 1997; Primack, Dalton, Carroll, Agarwal, & Fine, 2008; Primack, Gold, Schwarz, & Dalton, 2008; Van Sickel, 2005; Weitzer & Kubrin, 2009), neuf utilisent une méthodologie déductive (Carey, 1969; Friedman, 1986; Hunnicutt & Andrews, 2009; Livengood & Ledoux Book, 2004; Murphey, 1992; Pedelty & Thompson, 2009; Petrie, Pennebaker, & Sivertsen, 2008; Pettijohn & Sacco, 2009; West & Martindale, 1996) et cinq une méthodologie mixte (Dukes, Bisel, Borega, Lobato, & Owens, 2003; Freudiger & Almquist, 1978; Herd, 2009; Hust, Brown, & L'Engle, 2008; Primack, Nuzzo, Rice, & Sargent, 2012). Aussi, nous avons constaté que l'utilisation de la méthodologie mixte est plus récente que les deux autres puisque 80 % de ces études ont été réalisées après les années 2000. De plus, depuis la fin des années 90, la méthodologie inductive semble être la plus prisee (50 % du nombre d'études au total depuis 1997).

Il est également possible de voir une certaine évolution sur le plan de l'étude des différents styles musicaux. Le rap et le country sont des styles apparemment jeunes en tant qu'objets d'étude. Les chercheurs s'y intéressent majoritairement depuis les années 2000 alors que les périodes étudiées débutent dans les années 1950 et se terminent au début des années 2000. La musique chrétienne, quant à elle, n'est étudiée que par un groupe de chercheurs. Effectivement, Livengood et Ledoux Book (2004) étudient les mots liés à la religion dans les chansons rock chrétienne. Ils classent les mots religieux en trois catégories : explicites, modérés et ambigus. Leur corpus fait aussi partie des plus récents (1998 à 2002) et leur recherche n'est pas guidée par un modèle théorique. Nous avons, par le fait même, constaté que peu d'études sont théoriques (Carey, 1969; Hunnicutt & Andrews, 2009; Primack, Dalton,

Carroll, Agarwal, & Fine, 2008; Primack, Gold, Schwarz, & Dalton, 2008), c'est-à-dire qu'elles découlent d'une théorie ou d'un modèle en particulier.

Comme il est possible de le constater dans les Tableaux 1 et 2, les premières analyses de contenu de paroles de chansons se rapportent davantage aux relations interpersonnelles, alors que, depuis une dizaine d'années, les sujets les plus populaires sont liés au contenu sexuel, à la violence et aux substances ayant une connotation sociale négative (la drogue, l'alcool et le tabac). À la lumière de cette analyse, les thèmes aujourd'hui prisés par les chercheurs semblent être le reflet d'un vieux conflit entre différents groupes sociaux ainsi qu'entre plusieurs générations. Comme le mentionnent Martin et Segrave (1993), lorsque les paroles de chansons d'artistes noirs ont percé le marché dans les années 50, elles ont remis en question les valeurs de la classe moyenne « blanche ». La musique populaire de cette époque parlait aussi de sexualité et faisait la promotion d'un certain affranchissement de l'autorité adulte. À cet égard, la musique rock était considérée comme sensuelle et une célébration du sexe par les jeunes, contrairement aux valeurs en vigueur à cette époque et prônées par les adultes.

Dans cette même période récente, on peut remarquer un autre élément contextuel qui oriente la recherche sur les paroles de chansons : les événements du 11 septembre 2001. À cet effet, l'étude de Van Sickel (2005) est unique en son genre. Ce chercheur a volontairement choisi de ne pas analyser les chansons qui ont suivi les attentats du 11 septembre 2001 afin de ne pas biaiser les résultats de son étude longitudinale (de 1960 à 2000).

Tableau 1
Synthèse des analyses de contenu aux États-Unis, 1969-2006

| Année de publication | Auteur(s) | Objet(s) | Période étudiée | Corpus (chansons) | Méthodologie |
|-----------------------------|---------------------------------------|------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|
| 1969 | Carey | Amour | 1955-1966 | 227 | Déductive |
| 1971 | Cole | Thèmes à l'adolescence | 1960-1969 | 93 | Inductive |
| 1978 | Freudiger et Almquist | Stéréotypes | 1972-1973 | 151 | Mixte |
| 1985 | Cooper | Stéréotypes | 1946-1976 | 1164 | Inductive |
| 1986 | Friedman | Marques | 1946-1980 | 256 | Déductive |
| 1992 | Murphey | Vocabulaire | 1987 | 50 | Déductive |
| 1996 | West et Martindale | The Beatles | 1962-1970 | 183 | Déductive |
| 1997 | Ostlund et Kinnier | Thématiques | 1950-1989 | 100 | Inductive |
| 2000 | Aday et Austin | Vieillesse | 1950-1955 | 52 | Inductive |
| 2001 | Markert | Drogues | 1960-1998 | 751 | Inductive |
| 2003 | Dukes, Bisel, Borega, Lobato et Owens | Amour | 1958-1998 | 100 | Mixte |
| 2004 | Livengood et Ledoux Book | Vocabulaire religieux | 1998-2002 | 100 | Déductive |
| 2005 | Van Sickel | Idéologie | 1960-2000 | 1217 | Inductive |
| 2006 | Bretthauer, Zimmerman et Banning | Stéréotypes | 1998-2003 | 120 | Inductive |

Tableau 2
Synthèse des analyses de contenu aux États-Unis, 2006-2012

| Année de publication | Auteur(s) | Objet(s) | Période étudiée | Corpus (chansons) | Méthodologie |
|-----------------------------|---|-----------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|
| 2006 | Diamond, Bermudez et Schensul | Ecstasy | 1996-2003 | 69 | Inductive |
| 2008 | Hust, Brown et L'Engle | Contenu sexuel | 2000-2002 | 88 | Mixte |
| 2008 | Petrie, Pennebaker et Sivertsen | The Beatles | 1960-1970 | 185 | Déductive |
| 2008 | Primack, Dalton, Carroll, Agarwal et Fine | Substances illicites | 2005 | 279 | Inductive |
| 2008 | Primack, Gold, Schwarz et Dalton | Contenu sexuel | 2005 | 279 | Inductive |
| 2009 | Herd | Violence | 1979-1997 | 340 | Mixte |
| 2009 | Hunnicut et Andrews | Violence | 1989-2000 | 329 | Déductive |
| 2009 | Pedely et Thompson | 11 septembre 2001 | 1998-2004 | 1280 | Déductive |
| 2009 | Pettijohn et Sacco | Valeurs | 1955-2003 | 49 | Déductive |
| 2009 | Weitzer et Kubrin | Stéréotypes | 1992-2000 | 403 | Inductive |
| 2012 | Primack, Nuzzo, Rice et Sargent | Marques et substances | 2005-2007 | 793 | Mixte |

Pedely et Thompson (2009), pour leur part, analysent les paroles des chansons de 1998 à 2004 dans le but d'observer si les émotions exprimées, comme la colère et la tristesse, diffèrent entre la période avant et celle après les attentats du 11 septembre

2001. Pettijohn et Sacco (2009), de leur côté, se fondent sur un index du climat social (taux de chômage, revenu annuel par habitant, indice des prix à la consommation, mortalité, naissance, mariage, divorce, suicide, homicide), qu'ils créent eux-mêmes, afin d'interpréter les différences dans les thématiques des chansons entre 1955 et 2003. Selon leurs résultats, lorsque le contexte social et économique est tendu, les paroles de chansons sont plus réconfortantes, romantiques et profondes. Cependant, leur corpus est très limité puisque les chercheurs n'ont codé qu'une seule chanson par année, soit la plus populaire.

Cette synthèse, réalisée dans un processus inductif, a été effectuée à l'aide d'études provenant des États-Unis. Bien que des analyses de contenu à propos de paroles de chansons existent pour le Québec (Doyon, 2009; Laabidi, 2010; Lechaune, 1997), le Canada (Bénéteau, 2004; McDonald & Sparling, 2010), la France (Marcadet, 2000; Mucchielli, 1999), la Grande-Bretagne (Gammon, 1984), l'Allemagne (Stehle, 2013) et même l'Irak (Abu-Haidar, 1995), il est important de mentionner qu'une des limites de notre métaétude est que celle-ci ne s'attarde qu'à la chanson aux États-Unis. Néanmoins, nous avons fait le choix de limiter notre corpus à ce pays étant donné que le palmarès de la musique rock chrétienne est propre à celui-ci. Toutefois, la consultation de ces études nous amène à constater que peu de chercheurs s'intéressent aux valeurs présentes dans les paroles de chansons, et ce, malgré l'appel de Carey (1969) à cet effet. Si l'on se fie aux idées de Morling et Lamoreaux (2008), ce produit culturel semble être le miroir de la culture étatsunienne et reflète probablement des valeurs propres à ce pays (Imada, 2012). Afin d'étudier les paroles de chansons d'un palmarès américain, soit le *Billboard Christian Songs*, nous nous insérerons dans le nouveau courant de recherche de ces analyses de contenu et nous utiliserons donc une méthodologie de type mixte.

2. Problématique initiale

Comme suggéré par Carey (1969), il importe d'analyser les valeurs qui sont prônées dans la musique. Pour ce faire, nous avons analysé 65 compositions s'étant retrouvées

au numéro 1 du palmarès américain *Christian Songs*, entre 2003 et 2011, à l'aide du modèle des valeurs de Schwartz (1992). Il est à noter que les résultats de la classification de ces chansons ont été trouvés sur le site www.billboard.com et leurs paroles sur le site www.elyrics.net. Le genre de l'artiste, la durée de la chanson, le nombre de semaines passées au numéro 1, ainsi que le rythme (BPM) ont aussi été comptabilisés pour chacune des chansons afin d'en détailler le portrait.

2.1 Le modèle des valeurs de Schwartz (1992)

Au début de cette étude, le modèle des valeurs de Schwartz (1992) devait servir de cadre théorique à cette étude. En effet, le but de ce projet était de déterminer les valeurs les plus présentes dans les chansons rock chrétiennes. Le modèle choisi était précisément en lien avec l'individu, ses buts et ses principes de vie. Selon Schwartz (1992), le but ou la motivation qu'exprime une valeur est ce qui la distingue des autres. Son modèle est en fait une typologie contenant dix types motivationnels de valeurs : autonomie, stimulation, hédonisme, accomplissement, pouvoir, sécurité, conformité, tradition, bienveillance et universalisme. Ces types motivationnels découlent de trois exigences universelles : les besoins individuels en tant qu'organisme biologique, la nécessité d'interactions sociales coordonnées, de même que la survie et le bien-être des groupes. Les individus utilisent ces types motivationnels pour sélectionner, justifier et évaluer des actions ou des événements. Nous trouvons que ce modèle permettait de déceler les valeurs prônées dans les chansons populaires de la musique rock chrétienne.

2.2 Définition des valeurs

Chaque valeur possède un but spécifique qu'il importe de préciser. De plus, chacune d'elles se rattache à des valeurs d'ordre supérieur : dépassement de soi, changement, affirmation de soi et continuité. La partie suivante présente une brève définition de chacune des dix valeurs ainsi que le quadrant auquel elles se rapportent. Auparavant, voici la Figure 1 illustrant le positionnement des dix valeurs dans les quadrants :

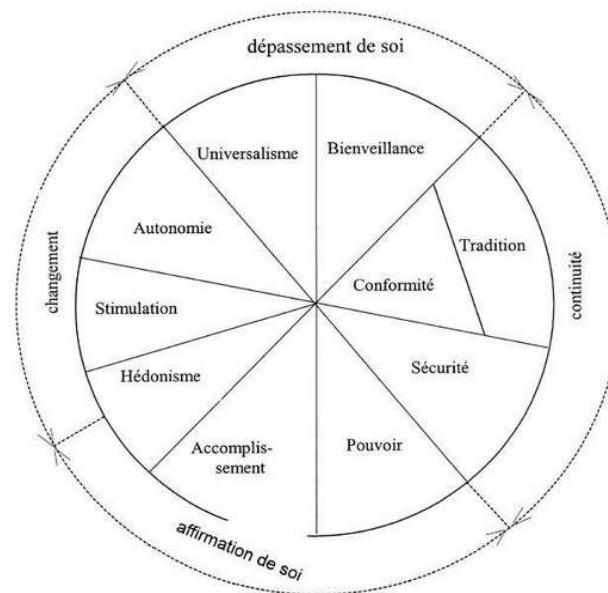


Figure 1. Modèle des valeurs de Schwartz (1992).

Le quadrant lié au changement est caractérisé par les valeurs d'autonomie, de stimulation et d'hédonisme qui misent sur les nouvelles idées, les nouvelles actions et les nouvelles expériences. Les valeurs de cette catégorie font référence à une ouverture au changement. L'objectif de l'autonomie est l'indépendance de l'action et de la pensée, le contrôle et la maîtrise de ses besoins. La créativité, la liberté, la curiosité et l'indépendance sont aussi liées à l'autonomie. La valeur de la stimulation renvoie à la nouveauté, à l'enthousiasme et à l'envie de relever des défis. L'audace est de mise ainsi qu'une vie variée et excitante. L'objectif de l'hédonisme, quant à lui, est de satisfaire des besoins vitaux et d'en retirer du plaisir ou de la gratification personnelle.

Dans le quadrant de l'affirmation de soi, la réussite, le pouvoir et une parcelle de l'hédonisme visent l'émancipation de soi et la poursuite de ses propres intérêts. La valeur de l'accomplissement réfère au succès personnel, au fait d'être performant selon les normes culturelles dominantes et d'avoir des compétences socialement

reconnues afin d'obtenir l'approbation sociale. Les résultats sont orientés vers le succès et la reconnaissance sociale. Le but de la valeur du pouvoir est d'avoir un statut social prestigieux et de pouvoir contrôler des personnes ou des ressources. L'autorité et la richesse sont des indicateurs de cette valeur.

Le quadrant de la continuité vise la stabilité, la préservation et l'ordre. Contrairement au quadrant de l'ouverture au changement, les valeurs de sécurité, de tradition et de conformité ne promeuvent pas le changement. La sécurité fait référence à la stabilité, qu'elle soit personnelle, interpersonnelle ou sociétale. De plus, elle concerne les intérêts collectifs, familiaux ou nationaux. Le sens de l'appartenance, l'harmonie intérieure et l'amitié sont valorisés. La valeur de la conformité est liée à la modération des actions, des goûts et des préférences afin de ne pas contrarier les interactions du groupe. La politesse, l'obéissance et l'autodiscipline font référence à la conformité. Finalement, la tradition vise le respect des coutumes, des croyances et de l'ordre social de son groupe, veille à honorer les ancêtres et fait la promotion de l'humilité.

Le quadrant du dépassement de soi met l'accent sur le renoncement à ses propres besoins et intérêts pour le bien des autres, contrairement au quadrant lié à l'affirmation de soi. Nous retrouvons, dans cette catégorie, les valeurs de bienveillance et d'universalisme. La bienveillance réfère au souci et au bien-être des autres. Elle est liée à la préservation et à l'amélioration des personnes de notre entourage immédiat. L'indulgence, la loyauté, l'honnêteté, la justice sociale et l'égalité font référence à cette valeur. L'universalisme vise la survie des personnes, des groupes ou de la nature. La protection, la tolérance et la compréhension renvoient à cette valeur. Cela se produit notamment lorsqu'une personne prend conscience de la limite des ressources naturelles, sur lesquelles la vie dépend.

3. Problèmes rencontrés

Nous avons commencé le projet par un prétest en codant la présence des valeurs dans les chansons à l'aide du modèle des valeurs de Schwartz (1992). Selon les définitions des dix valeurs du modèle de Schwartz présentées ci-haut, nous avons codé la présence (1) ou l'absence (0) d'une valeur dans dix chansons sélectionnées au hasard. Ce prétest nous a permis de démontrer que les valeurs liées au quadrant de la continuité étaient présentes dans chaque chanson, ce qui posait un questionnement quant à la richesse de nos données. En sachant que les valeurs liées à la continuité sont présentes dans chacune des chansons, et non simplement dans la majorité d'entre elles, comment pouvions-nous enrichir nos résultats? Gherardi et Turner (1987) suggèrent que le problème consiste à savoir quand il est utile de compter et quand il est « difficile ou inapproprié de compter » (Miles & Huberman, 2003, p. 82). Nous nous sommes donc tournés vers une approche inductive afin de bonifier notre analyse. Contrairement à notre approche première, l'induction permet au chercheur de passer du spécifique vers le général, c'est-à-dire qu'il n'existe pas de cadre théorique préétabli (Blais & Martineau, 2006).

À cette étape, nous souhaitons décliner les indicateurs des valeurs pouvant être liées au quadrant de la continuité afin d'affiner nos résultats. L'approche inductive nous permettait donc de faire apparaître des dimensions qui étaient encore inexplorées. Puisque notre étude comporte des éléments qualitatifs, mais aussi quantitatifs, nous avons décidé de nous inscrire dans une approche inductive générale (Blais & Martineau, 2006; Thomas, 2006), au lieu de nous inscrire dans les traditions de recherches spécialisées comme la phénoménologie (Van Manen, 1990), la théorisation enracinée (Corbin & Strauss, 2008; Luckerhoff & Guillemette, 2012) ou encore l'analyse de discours (Potter & Wetherell, 1994). L'approche inductive générale, selon Blais et Martineau (2006, p. 3), « s'appuie sur différentes stratégies utilisant prioritairement la lecture détaillée des données brutes pour faire émerger des catégories à partir des interprétations du chercheur qui s'appuie sur ces données

brutes ». Cependant, comme l'approche inductive générale et la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) se ressemblent sur plusieurs points, il importe de préciser que nous avons eu recours à certaines idées provenant de la MTE, notamment en ce qui concerne les stratégies d'analyse. Ainsi, nous trouvons important de capturer la complexité de cette situation et d'en faire une analyse d'un autre niveau. Un des avantages de la MTE est de permettre une meilleure compréhension de notre problème de recherche (Creswell & Plano Clark, 2007). Bien que cette méthode soit relativement récente, puisqu'elle est apparue à la fin des années 1950, il n'en demeure pas moins qu'elle est de plus en plus populaire au sein des sciences humaines et sociales.

Lorsque nous nous sommes inscrits dans une approche inductive, nous avons recommencé à zéro l'analyse de contenu de nos chansons. Au lieu de coder directement la présence (1) ou l'absence (0) d'une valeur dans une chanson, nous avons attaché des mots-clés à des segments de texte. Cette méthode s'est avérée plus complexe que la première pour laquelle nous avons opté. En effet,

la difficulté la plus sérieuse et la plus centrale de l'utilisation des données qualitatives vient du fait que les méthodes d'analyse ne sont pas clairement formulées. Pour les données quantitatives, il existe des conventions précises que le chercheur peut utiliser (Miles, 1979, p. 591).

Nous devons donc mettre de côté notre cadre théorique précédent et nous laisser imprégner du sens des chansons.

Nous nous sommes penchés sur les 65 chansons, les unes après les autres, au hasard. À cette étape du codage, le plus difficile pour nous a été de stimuler le processus d'induction et de prendre du recul par rapport à nos connaissances. Nous devons prendre une distance par rapport aux écrits scientifiques que nous avons consultés et par rapport à notre ancien cadre théorique afin de voir les nouvelles possibilités qu'offraient nos données. De plus, nous devons mettre de côté nos idées

préconçues et nos hypothèses de départ afin de nous laisser guider par les données elles-mêmes. Le but de ce codage était d'arriver à un niveau d'abstraction pour trouver des termes permettant de saisir le sens des données. Corbin et Strauss (2008) suggèrent que « la meilleure approche pour effectuer un codage est de relaxer et de laisser sa pensée et son intuition travailler pour soi »³ [traduction libre] (p. 160).

4. Apports de la procédure inductive

La procédure que nous avons adoptée a permis de faire ressortir onze catégories que nous avons ensuite reprises pour une nouvelle phase d'analyse de notre corpus, les 65 textes de chansons. Lors de la première lecture d'une chanson, celle-ci était annotée de concepts ou d'étiquettes qui ressortaient d'un mot ou d'un groupe de mots. Dans leur livre *Basics of qualitative research*, Corbin et Strauss (2008) proposent plusieurs stratégies d'analyse de données qualitatives. Lors de la lecture d'une chanson, nous utilisions certaines de ces stratégies. Entre autres, nous pensions aux divers sens d'un mot ou d'un groupe de mots. Une deuxième stratégie a consisté à utiliser nos expériences personnelles, en tant que chercheurs, pour obtenir un sens similaire à celui évoqué par la chanson. Puisque nous partageons une même culture, celle de la société nord-américaine, nous pouvions utiliser nos repères afin de mieux comprendre le sens d'une chanson. Cependant, une des difficultés rencontrées lors de l'analyse des chansons a été la langue. Bien que nous soyons compétents dans la langue de Shakespeare, l'utilisation de référents culturels ou d'un jargon spécifique à un groupe ou à une région américaine, dans une chanson, augmentait le niveau de complexité de notre analyse.

Il est important de noter que nous avons seulement lu les paroles des chansons et que nous ne les avons pas écoutées. Ce choix a été fait en tenant compte du fait que le mélange de la mélodie et des paroles fournit une source d'expression des émotions chez un individu (Mott, 1921). Nous cherchions, dès le début de notre étude, à distinguer ces deux aspects afin de les analyser séparément. Nous ne voulions, en aucun cas, que la mélodie ou le rythme influence l'analyse des paroles.

Nous avons ensuite effectué de plus amples lectures qui nous ont permis de standardiser nos concepts et de les regrouper en catégories distinctes. Au terme de ces lectures, l'analyse de contenu des paroles des 65 chansons indiquait la présence de onze catégories : la dévotion, la présence de Dieu, l'espoir, la déférence, la sécurité, l'altruisme, l'autonomie, la dignité, la modération, le pardon et la famille. Chacune de ces catégories a été minutieusement développée et définie avant d'être utilisée dans une nouvelle phase de l'analyse du corpus. Cette façon de procéder est typiquement inductive. Afin de comprendre en profondeur le codage des textes des 65 chansons rock chrétiennes, ci-dessous se trouve une définition de chacune des catégories relevées ainsi que quelques exemples de mots-clés qui ont permis de cibler une valeur dans un texte.

La catégorie de la dévotion a été repérée lors de références à l'adoration, à l'attachement à une religion et à ses pratiques, à l'amour inconditionnel, à la loyauté, au fait de se battre pour l'entité religieuse (par exemple Dieu, Jésus, le Seigneur, le Père) et au courage transmis par cette dernière. Des termes tels que *worship* [vénérer] et *love* [aimer] nous indiquaient la présence de la dévotion. Puis, la présence de Dieu renvoie à l'utilisation de l'entité religieuse pour soi ou pour aider les autres. Elle a été observée, entre autres, par le terme *closer* [plus près]. Cela est considéré comme une extension de Dieu, c'est-à-dire que la personne a le sentiment que Dieu est présent en elle, ou autour d'elle. Elle se sent bien en sa présence et ce sentiment lui permet de passer à travers des moments difficiles. La catégorie de l'espoir a aussi émergé. Ce thème regroupe tout ce qui a trait au changement, à un futur meilleur. Le terme *hope* [espoir] est représentatif de cette catégorie. Plus précisément, lorsque l'on voit l'entité, les doutes et les temps noirs s'effacent, elle nous donne confiance et nous aide à nous en sortir. La déférence à l'autorité, quant à elle, renvoie au respect inconditionnel pour l'entité religieuse. Le terme *King* [Roi], débutant par une majuscule, est un exemple saillant. Ensuite, la sécurité est liée au confort. À cet effet, le mot *safe* [en sécurité] est apparu à plusieurs reprises. Dans cette catégorie,

l'endroit, ou la personne, se fait rassurant, ce qui fait en sorte qu'une personne se sent comme chez elle. L'altruisme est une catégorie qui réfère à l'entraide, mais surtout au fait d'aider les autres sans rien attendre en retour. Un exemple d'un groupe de mots se retrouvant dans cette catégorie est *feeding the hungry* [nourrir les affamés]. Pris dans le contexte d'une chanson, ces mots-clés laissent entrevoir une volonté d'aider et de se préoccuper des autres. Ensuite, l'autonomie reflète la notion de liberté pour les humains, qu'elle soit à travers l'entité religieuse ou non. Dans ce cas, les humains gèrent seuls les problèmes et les combats. Nous retrouvons, dans cette catégorie, des mots-clés comme *free to be me* [libre d'être moi-même]. La catégorie de la dignité renvoie au fait d'être digne ou non de ce que l'entité offre ou donne à un individu. Elle inclut notamment le groupe de mots *don't deserve* [ne mérite pas]. Dans les textes traitant de la dignité, la relation entre le chanteur et l'entité religieuse est omniprésente. Puis, la modération est une catégorie qui va à l'encontre de l'excès dans la vie de tous les jours et s'associe à la notion de paix. Le pardon a également été repéré comme étant une catégorie importante dans les paroles. Il est lié à la notion de demander pardon, mais aussi à celle de pardonner. Finalement, la famille est un terme faisant surtout référence au mariage ainsi qu'aux enfants. Des termes tels que *kids* [enfants] et *wife* [épouse] nous ont permis de circonscrire cette catégorie.

Dans notre cas, nous partions du principe que la principale caractéristique des mots était leur distribution quantitative. À la suite de la construction de cette liste de onze catégories, nous avons codé la présence (1) ou l'absence (0) de ces indicateurs dans les 65 chansons.

5. Résultats

La méthode mixte utilisée dans notre étude nous a permis de dresser un portrait type de la musique rock chrétienne, que nous décrivons dans cette section. D'un point de vue descriptif, les artistes composant et interprétant ce type de musique sont à 80 % des hommes. Dans ce média, ils semblent surreprésentés par rapport aux femmes. La Figure 2 en fait état. De plus, en moyenne, un numéro 1 de ce *Billboard*

reste au sommet de ce palmarès 6,8 semaines (E.T.= 5,2), est d'une durée de 4 min 7 s (E.T.= 42 secondes) et le rythme associé à celui-ci est de 85,4 BPM (E.T.= 17,3).

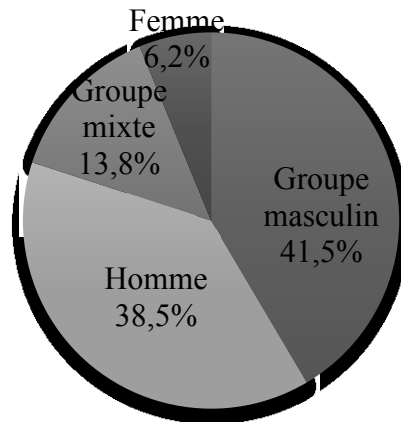


Figure 2. Le genre des artistes.

Pour ce qui est des onze catégories, comme il est possible de le remarquer à la Figure 3, la dévotion (86,2 %), la présence de Dieu (75,4 %,.) et l'espoir (63,1 %) sont les plus présentes parmi les numéros 1 du palmarès *Christian Songs*. À titre d'exemple, « j'ai été conçu pour toi, conçu pour t'adorer et être aimé de toi »⁴ [traduction libre] (TobyMac, *Made to love*) réfère à la dévotion. « Je donne ma vie au Seul Enfant qui fût, qui est et qui sera, laissons les louanges résonner, car Il est tout, car Il est tout »⁵ [traduction libre] (Chris August, *Starry night*) illustre la catégorie de la déférence. Aussi, l'utilisation de la majuscule reflète la présence d'une entité religieuse dans le texte. Par ailleurs, la catégorie de la présence de Dieu se retrouve dans la citation suivante : « le temps a passé et nous le voyons face à face, tous les doutes sont effacés, pour toujours nous vénèrerons le roi »⁶ [traduction libre] (Mercy Me, *All of creation*). En plus de faire référence à la présence concrète de l'entité religieuse, cet extrait est lié à la dévotion ainsi qu'à la déférence à l'autorité.

Il est également intéressant de mettre de l'avant que la valeur de l'autonomie est présente dans notre analyse, mais qu'elle fait également partie du modèle des valeurs de Schwartz (1992). En effet, dans les chansons rock chrétiennes, l'autonomie réfère à la bonté de l'entité religieuse. Cette dernière permet à un individu d'être libre ou l'aide à se libérer de ses problèmes et de ses tourments. Dans une culture individualiste comme celle de l'Amérique du Nord, il est tout de même d'intérêt de constater que les artistes qui chantent à propos de Dieu mettent de l'avant cette valeur.

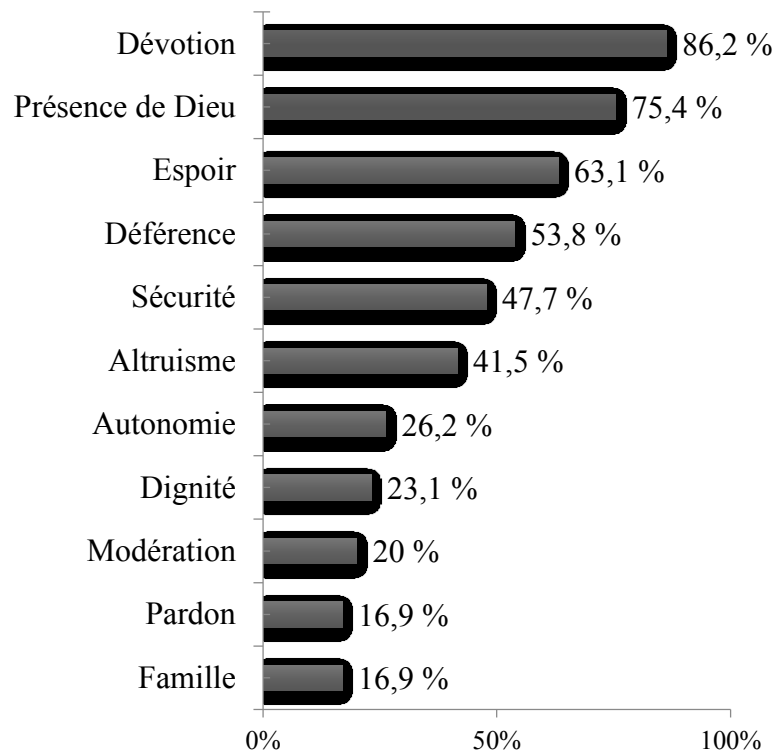


Figure 3. Récurrence des catégories.

Conclusion

Au terme de cet article, il est important de comprendre que l'induction et la déduction ne sont pas propres à une démarche en particulier. Dans notre cas, il a été

enrichissant, pour la partie qualitative de notre recherche, de faire appel à la logique de l'induction en laissant émaner les catégories de notre corpus. Notre étude démontre que l'approche inductive nous a permis de sortir de l'impasse épistémologique résultant d'une approche hypothético-déductive. En clair, l'utilisation du modèle de Schwartz (1992) limitait nos résultats au quadrant de la continuité. L'approche inductive, quant à elle, a permis de mettre à jour des données plus riches et de nouvelles catégories qui aident à mieux cerner ce quadrant, et par conséquent la musique rock chrétienne.

Notes

¹ Radio. (n.d.). *Federal Communications Commission (FCC)*. Repéré à <http://transition.fcc.gov/osp/inc-report/INoC-2-Radio.pdf>

² U.S. Media habits – Time spent with recorded music. (2008). *Statista*. Repéré à <http://www.statista.com/statistics/186920/time-spent-listening-to-recorded-music-in-the-us-since-2002/>

³ *The best approach to coding is relax and let your mind and intuition work for you* (Corbin & Strauss, 2008, p. 160).

⁴ *I was made just for you, made to adore you and be loved by you* (TobyMac, *Made to love*).

⁵ *I'm giving my life to the Only Son who was and is and yet to come, let the praises ring 'cause He is everything, 'cause He is everything* (Chris August, *Starry night*).

⁶ *Time has faded and we see him face to face, every doubt erase forever we will worship the king* (Mercy Me, *All of creation*).

Références

Abu-Haidar, F. (1995). The linguistic content of Iraqi popular songs. *Studia Orientalia*, 75, 9-23.

Aday, R. H., & Austin, B. S. (2000). Images of aging in the lyrics of American country music. *Educational Gerontology*, 26, 135-154.

Behrens, J. T., & Smith, M. L. (1996). Data and data analysis. Dans D. C. Berliner, & R. C. Calfee (Éds), *Handbook of educational psychology* (pp. 945-989). New York, NY : Simon and Schuster Macmillan.

Bénéteau, M. (2004). Chansons traditionnelles et identité culturelle chez les francophones du Détroit. *Ethnologie du proche*, 26, 201-220.

- Blais, M., & Martineau, S. (2006). L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, 26(2), 1-18.
- Bretthauer, B., Zimmerman, T. S., & Banning, J. H. (2006). A feminist analysis of popular music. *Journal of Feminist Family Therapy*, 18, 29-51.
- Carey, J. T. (1969). Changing courtship patterns in the popular song. *American Journal of Sociology*, 74, 720-731.
- Castro, R., & Bronfman, M. N. (2000, Octobre). *Integration of qualitative and quantitative methods in social research on health : some unsolved problems*. Communication présentée à la Fifth international conference on social science methodology, Cologne, Allemagne.
- Cole, R. R. (1971). Top songs in the sixties : a content analysis of popular lyrics. *American Behavioral Scientist*, 14, 389-400.
- Cooper, V. W. (1985). Women in popular music : a quantitative analysis of feminine images over time. *Sex Roles*, 13, 499-506.
- Corbin, J. M., & Strauss, A. L. (2008). *Basics of qualitative research* (3^e éd.). Thousand Oaks, CA : Sage.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and conducting mixed methods research*. Thousand Oaks, CA : Sage.
- Diamond, S., Bermudez, R., & Schensul, J. (2006). What's the rap about ecstasy? Popular music lyrics and drug trends among American youth. *Journal of Adolescent Research*, 21, 269-298.
- Doyon, N. (2009). Sujet précaire et quête de liberté : analyse de sept chansons de « Quatre saisons dans le désordre » de Daniel Bélanger. *Études littéraires*, 40, 137-152.
- Dukes, R. L., Bisel, T. M., Borega, K. N., Lobato E. A., & Owens, M. D. (2003). Expressions of love, sex, and hurt in popular songs : a content analysis of all-time greatest hits. *The Social Science Journal*, 40, 643-650.
- Fielding, N., & Schreier, M. (2001). Introduction : on the compatibility between qualitative and quantitative research methods. *Forum Qualitative Social Research*, 2, 1-19.

- Freudiger, P., & Almquist, E. M. (1978). Male and female roles in the lyrics of three genres of contemporary music. *Sex Roles*, 4, 51-65.
- Friedman, M. (1986). Commercial influences in the lyrics of popular American music of the postwar era. *Journal of Consumer Affaires*, 20, 193-213.
- Gammon, V. (1984). "Not appreciated in worthing?" Class expression and popular song text in Mid-Nineteenth-Century Britain. *Popular music*, 4, 5-24.
- Gherardi, S., & Turner, B. (1987). Real men don't collect soft data. Trento : Quaderni del Dipartimento di Politica Sociale, Università di Trento
- Herd, D. (2009). Changing images of violence in rap music lyrics : 1979-1997. *Journal of Public Health Policy*, 30(4), 395-406.
- Hunnicut, G., & Andrews, K. H. (2009). Tragic narratives in popular culture : depictions of homicide in rap music. *Sociological Forum*, 24, 611-630.
- Hust, S. J. T., Brown, J. D., & L'Engle, K. L. (2008). Boys will be boys and girls better be prepared : an analysis of the rare sexual health messages in young adolescent' media. *Mass Communication & Society*, 11, 3-23.
- Imada, T. (2012). Cultural narratives of individualism and collectivism : a content analysis of textbook stories in the United States and Japan. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 43, 576-591.
- Laabidi, M. (2010). Du manque d'intérêt pour la politique dans le hip-hop québécois. *Cahiers de recherche sociologique*, 49, 161-180.
- Lechaune, A. (1997). Chanter le pays : sur les chemins de la chanson québécoise contemporaine. *Géographie et culture*, 21, 45-58.
- Livengood, M., & Ledoux Book, C. (2004). Watering down Christianity? An examination of the use of theological words in Christian music. *Journal of Media and Religion*, 3, 119-129.
- Luckerhoff, J., & Guillemette, F. (Éds). (2012). *Méthodologie de la théorisation enracinée : fondements, procédures et usages*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Marcadet, C. (2000). Un chanteur populaire : Yves Montand. *Sociétés et représentations*, 8, 187-216.

- Markert, J. (2001). Sing a song of drug use-abuse : four decades of drug lyrics in popular music – from the sixties through the nineties. *Sociological Inquiry*, 71, 194-220.
- Martin, L., & Segrave, K. (1993). *Anti-rock : the opposition to rock'n'roll*. Cambridge, MA : Da Capo Press.
- McDonald, C., & Sparling, H. (2010). Interpretations of tradition : from Gaelic song to Celtic pop. *Journal of Popular Music Studies*, 22, 309-328.
- Miles, M. B. (1979). Qualitative data as an attractive nuisance : the problem of analysis. *Administrative Science Quarterly*, 24, 59-601.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2003). *Analyse des données qualitatives*. Paris : De Boeck.
- Morling, B., & Lamoreaux, M. (2008). Measuring culture outside the head : a meta analysis of individualism collectivism in cultural products. *Personality and Social Psychology Review*, 12, 199-221.
- Mott, F. (1921). The influence of song on mind and body. *Journal of Mental Science*, 67, 162-172.
- Mucchielli, L. (1999). Le rap et l'image de la société française chez les « jeunes des cités ». *Questions pénales*, 11, 1-4.
- Murphey, T. (1992). The discourses of pop songs. *TESOL Quarterly*, 26, 770-774.
- Ostlund, D. R., & Kinnier, R. T. (1997). Values of youth : messages from the most popular songs of four decades. *Journal of Humanistic Education & Development*, 36, 83-94.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation*. Newbury Park, CA : Sage.
- Pedelty, M., & Thompson, M. (2009, Mai). *A profound distraction : popular music in the aftermath of 9/11*. Communication présentée à la 59^e conférence annuelle de la International communication association, Chicago, États-Unis.
- Petrie, K. J., Pennebaker, J. W., & Sivertsen, B. (2008). Things we said today : a linguistic analysis of the Beatles. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2, 197-202.

- Pettijohn, T. F. II., & Sacco, D. F. (2009). The language of lyrics : an analysis of popular billboard songs across conditions of social and economic threat. *Journal of Language and Social Psychology, 28*, 297-311.
- Pinard, R., Potvin, P., & Rousseau, R. (2004). Le choix d'une approche méthodologique mixte de recherche en éducation. *Recherches qualitatives, 24*, 58-82.
- Potter, J., & Wetherell, M. (1994). Analyzing discourse. Dans A. Bryman, & R. Burgess (Éds), *Analyzing qualitative data* (pp. 47-68). London : Routledge.
- Primack, B. A., Dalton, M. A., Carroll, M. V., Agarwal, A. A., & Fine, M. J. (2008). Content analysis of tobacco, alcohol and other drugs in popular music. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine, 168*, 169-175.
- Primack, B. A., Gold, M. A., Schwarz, E. B., & Dalton, M. A. (2008). Degrading and non-degrading sex in popular music : a content analysis. *Public Health Reports, 123*, 593-600.
- Primack, B. A., Nuzzo, E., Rice, K. R., & Sargent, J. D. (2012). Alcohol brand appearances in US popular music. *Addiction, 107*, 557-566.
- Reichardt, C. S., & Rallis, S. F. (1994). *The qualitative-quantitative debate : new perspectives*. San Francisco, CA : Jossey-Bass Publishers.
- Rousseau, R. (1996). Questions éthiques et recherche expérimentale et quasi-expérimentale : quelques considérations. Dans R. Rousseau, C. Landry, & B. Isabel (Éds), *Éducation, recherche et considération éthiques* (Monographie no 48, pp. 49-56). Rimouski : Département des sciences de l'éducation, Université du Québec à Rimouski.
- Savoie-Zajc, L., & Karsenti, T. (2000). La méthodologie. Dans T. Karsenti, & L. Savoie-Zajc (Éds), *Introduction à la recherche en éducation* (pp. 127-140). Sherbrooke : Éditions du CRP.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values : theory and empirical tests in 20 countries. Dans M. Zanna (Éd.), *Advances in experimental social psychology, 25*, (pp. 1-65). New York, NY : Academic Press.
- Smith, J. K., & Heshusius, L. (1986). Closing down the conversation : the end of the quantitative-qualitative debate among educational inquirers. *Educational Researcher, 4*, 4-12.

- St-Cyr-Tribble, D., & Saintonge, L. (1999). Réalité, subjectivité et crédibilité en recherche qualitative : quelques questionnements. *Recherches qualitatives*, 20, 113-125.
- Stehle, M. (2013). Pop-feminist music in twenty-first century Germany : innovations, provocations, and failures. *Journal of Popular Music Studies*, 25, 222-239.
- Thomas, D. R. (2006). A general inductive approach for analyzing qualitative evaluation data. *American Journal of Evaluation*, 27, 237-246.
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience : human science for an action sensitive pedagogy*. London, ON : Althouse.
- Van Sickel, R. W. (2005). A world without citizenship : on politics and ideology in country music lyrics, 1960-2000. *Popular Music and Society*, 28, 313-331.
- Weitzer, R., & Kubrin, C. E. (2009). Misogyny in rap music : a content analysis of prevalence and meanings. *Men and Masculinities*, 12, 3-29.
- West, A., & Martindale, C. (1996). Creative trends in the content of Beatles lyrics. *Popular Music and Society*, 20, 103-125.
- Zhao, S. (1991). Metatheory, metamethod, meta-data-analysis : what, why, and how? *Sociological Perspectives*, 34, 377-390.