

# Le punk est mort. Vive le punk !

## La construction médiatique de l'âge d'or du punk dans la presse musicale spécialisée en France

Luc Robène et Solveig Serre\*

En janvier 2002, le magazine musical *Rock & Folk* publie un dossier consacré au groupe punk new-yorkais The Ramones<sup>1</sup>. Il ouvre pour l'occasion ses colonnes à la romancière française Virginie Despentes, qui, sur un ton empreint d'émotion, invite à sanctifier un pan du passé : « La saga de ce quatuor à perfecto est emblématique d'une époque, d'un endroit et d'un état d'esprit. Récemment décédé d'un cancer, Joey Ramone était pourtant le chanteur d'un des plus grands combos de l'histoire »<sup>2</sup>. Or ce qui pourrait n'apparaître que comme une forme épisodique d'hommage constitue en réalité l'expression maintes fois réitérée, dans la presse musicale spécialisée, d'une nostalgie cultivée à l'égard de « l'explosion punk » des années 1976-1978, d'une célébration à l'envi du

temps béni des trois accords, du pogo et de l'insolence érigés en art de vivre... ou de mourir.

En effet, entre 1976 (premier festival punk au monde à Mont-de-Marsan) et 1978 (dissolution des Sex Pistols), simultanément aux États-Unis, en Australie et dans de nombreux pays d'Europe, une multitude de formations musicales sont brutalement désignées dans la presse comme « punk » (un terme argotique synonyme de voyou) ou s'auto-désignent comme telles. Défini par Hebdige comme un « amalgame contre nature », une « alliance improbable et mystérieuse de traditions hétérogènes et apparemment incompatibles<sup>3</sup> », le punk rassemble un héritage complexe et riche dont il se nourrit et qu'il cherche aussitôt à dépasser dans un refus des codes,

---

\* Luc Robène est historien, professeur à l'université de Bordeaux (UMR THALIM). Solveig Serre est historienne et musicologue (CNRS, CESR/CMBV). Tous deux codirigent le projet de recherche PIND (Punk is not dead, une histoire de la scène punk en France 1976-2016), financé par l'ANR.

exprimant par une musique simple, violente et brute sa rage d'exister dans un monde sans avenir et sa volonté d'en découdre avec l'*establishment*, les symboles du pouvoir et les formes jugées abêtissantes de la contre-culture des aînés (les hippies)<sup>4</sup>. Ces trois années délimitent ainsi une période aussi brève qu'intense au-delà de laquelle le punk, auto-proclamé éphémère (*no future*), est considéré par une partie de ses acteurs et par la presse comme mort.

Cependant, la conscience d'une intensité particulière s'est progressivement chargée de nostalgie alors même que le mouvement, se survivant à lui-même, réinventait l'être punk (*punk's not dead*) en ancrant ses propres transformations dans la référence mémorielle à un « passé toujours présent<sup>5</sup> ».

Au-delà des stratégies commerciales de l'industrie musicale versée dans la publication de compilations, au-delà de la mode qui recycle les lignes et codes vestimentaires du punk<sup>6</sup>, une large part de la nostalgie punk est construite par la puissance médiatique, en particulier par les deux magazines qui dominent l'actualité musicale rock en France, *Rock & Folk* et *Best*. Le premier paraît pour la première fois au cours de l'été 1966, à l'initiative de Philippe Kœchlin qui est alors le rédacteur en chef du magazine *Jazz*

*Hot*<sup>7</sup>. Le mensuel obéit à une triple logique : catégorielle, commerciale et identitaire. Son concurrent direct, créé à l'instigation de Gérard Bernar, ancien maquettiste-rédacteur de *Disco Revue*, a un statut radicalement différent : *Best* est en effet lié à ses débuts aux mouvements de contestation du printemps 1968 et à la presse underground qu'ils suscitent. Le magazine, qui fait penser originellement à un fanzine, se mensualise au début de l'année 1969 et connaît une large diffusion. Les ventes des deux magazines bénéficient en effet de la dynamique engendrée autour de la scène rock en France et de l'explosion punk<sup>8</sup>. Ce point, essentiel, permet de comprendre combien l'essor du punk est consubstantiel d'une acmé éditoriale qui forge rétrospectivement la nostalgie d'un autre âge d'or, celui de la presse musicale : car dès la première moitié des années 1980 les deux magazines voient leur diffusion s'effondrer : *Best* cesse de paraître en décembre 1994<sup>9</sup>, laissant *Rock & Folk* demeurer le seul grand magazine « historique » mensuel de l'actualité musicale dans le champ du rock en France<sup>10</sup>.

Deux régimes mémoriels se superposent ainsi de manière symbiotique. Le punk des origines, que la presse musicale va constamment réinterpréter, mettre en mémoire et réinvestir de manière nostalgique au fil des pages,

incarne la période faste de la presse musicale dans l'hexagone. La construction médiatique de l'âge d'or du punk constitue donc, sans s'y réduire, un miroir dans lequel cette presse peut rêver à sa propre jeunesse. Dès lors, notre travail, basé sur l'analyse d'un corpus constitué de la publication mensuelle de ces deux principaux magazines<sup>11</sup>, entend interroger la spécificité et la pluralité des processus médiatiques et mémoriels à l'œuvre dans l'élaboration de ces représentations en sondant les arcanes et le pouvoir d'expression de la puissance médiatique, appréhendée comme « un lieu où travaille la mémoire »<sup>12</sup>. Pour ce faire, nous tâcherons de saisir cette injonction au souvenir, de repérer ensuite ses formes de régularités médiatiques et ses structures, pour enfin interpréter et donner sens au travail de cette matière mémorielle.

### ***No future mais une mémoire***

#### ***Les cadres médiatiques de la mémoire***

Le choix de nous focaliser sur la presse musicale spécialisée relève d'une posture spécifique. Elle suppose tout d'abord que ces médias, intermédiaires incontournables entre l'artiste et son public<sup>13</sup>, ont joué un rôle important dans la diffusion d'une musique qui fut aussi une musique « lue », faite de

mots et d'images, de chroniques et de points de vue. Elle invite en second lieu à considérer que cette presse experte ne constitue pas simplement le reflet d'une hypothétique « réalité », mais qu'elle participe également à en définir de manière dynamique les contours et les catégories<sup>14</sup>. C'est donc considérer que l'émergence du punk en France, en tant que scène artistique originale, procède autant d'une production – ici médiatique – que de la capacité à produire les éléments – figures, dispositifs, œuvres – constitutifs de sa propre existence. La musique est en effet un phénomène fluide qui relève simultanément de l'immatérialité des émotions, des sensations et de la matérialité d'objets et de techniques qui fixent et transmettent ces impressions. Elle procède d'échanges et de chaînes d'interactions entre les êtres, les choses et les lieux dédiés<sup>15</sup>. Ce faisant elle substantialise l'existence de mondes qui inscrivent l'œuvre artistique au cœur d'un travail collectif animé par le fonctionnement de réseaux qui coopèrent à la production du fait musical<sup>16</sup>. Dans le cadre du punk, cette approche s'avère d'autant plus heuristique qu'elle permet de rendre compte de la réception médiatique d'une musique « en train de se faire », ainsi que des normes et conventions à l'élaboration desquelles contribue largement la presse, en particulier

la presse spécialisée. Ces interfaces sont donc partie prenante d'un processus de médiation qui permet ainsi d'appréhender la musique comme un élément indissociable de la médiatisation qui en rend compte<sup>17</sup>, qui irrigue la vie musicale et la façonne en fonction de perspectives idéologiques, affinitaires et commerciales, ainsi que de catégories esthétiques.

De plus, si la construction d'une forme d'âge d'or du punk procède d'une représentation sublimée du passé, la culture de la nostalgie n'est en réalité qu'une modalité spécifique du fonctionnement médiatique et de la propension des médias à opérer des choix dans leur façon de définir et de proposer une représentation particulière du monde. Cet aspect est fondamental si l'on considère que l'individu, pris dans un certain nombre de cadres sociaux, est le lieu de la mémoire, et que cette même mémoire le produit également, via ces mêmes cadres sociaux<sup>18</sup>. Les médias constituent donc des dispositifs décisifs à la fois dans la mesure où ils médiatisent notre rapport au monde, en réorganisant les savoirs, les croyances, la vision du passé et les représentations du temps, et en instituant des cadres d'échange et de représentations au cœur desquels travaille, de manière intersubjective, une mémoire vivante, dynamique et polarisée autour de plusieurs strates.

### *Questions de souvenirs*

Une observation minutieuse de la texture iconographique et littéraire de cette mémoire permet de repérer les divers procédés et techniques que la presse musicale a mobilisés pour jouer avec le temps et les contrastes, surexposant certaines scènes, en rejetant d'autres dans l'ombre de l'oubli, pour finalement définir son propre régime d'historicité<sup>19</sup>. Notre principale hypothèse est qu'en sélectionnant ce qu'il convenait de valoriser, cette presse spécialisée s'est affranchie de la perception classique des chronologies et qu'elle a déconstruit et recomposé, tout en sollicitant l'attention de générations successives de lecteurs, les continuités et discontinuités des temps du punk, transformant l'explosion initiale en âge d'or.

Certes, la fascination pour le punk des origines n'a d'égale que la brièveté du mouvement. Et sans doute cet aspect est-il central dans la relecture d'un moment appréhendé comme rare : temps idéalisé dans sa brève intensité, sa sincérité et son authenticité, temps héroïsé porté par des figures érigées en icônes, temps inscrit dans le récit recomposé d'une révolte perçue comme mythique en ce qu'elle porte les germes de sa propre destruction. Cette représentation n'épuise cependant ni le sens qu'il convient de donner à la sublimation de « l'explosion

punk», ni la question de savoir comment les médias ont enraciné le mythe de cet âge d'or. En effet, si le punk incarne un idéal de subversion médiatiquement réactivé au fil des décennies, il fait aussi l'objet d'attentions soutenues de la part d'une génération de journalistes et de rédacteurs qui, ayant participé activement à l'aventure comme chroniqueurs, et parfois simultanément comme musiciens, se trouvent progressivement en position d'en défendre la légitimité «historique» et de recomposer émotionnellement ces moments. D'autre part, le sentiment d'un temps perdu et mythifié est également produit de manière synergique par le marché des biens culturels, dont la presse est l'un des vecteurs et l'une des caisses de résonance publicitaire. Au croisement de l'événementiel, des publications autobiographiques, des commémorations de tous ordres et des encycliques de la mode, cette économie – dans toutes les acceptions du terme – du souvenir contribue au fil des pages à redéfinir l'ampleur et la visibilité du phénomène, redoublant commercialement les processus de médiatisation qui font du «moment punk» un moment exceptionnel. Il convient donc de garder présent à l'esprit que les effets de remémoration médiatiques sont pluriels et qu'ils se constituent en segments indissociables d'un ensemble plus vaste de repré-

sentations qui concourent à installer les années 1976-1978 au centre d'une culture de la nostalgie punk.

## Les opérateurs de la mémoire

### *La publicité*

La publicité, qui joue sur la corde des sensibilités et des nostalgies, est le premier de ces lieux identifiables par lequel les souvenirs transitent et se reconstruisent. Si elle relève de logiques économiques, elle définit également au sein du média un espace de lecture spécifique, un lieu d'expression et de remémoration. La réclame doit accrocher le lectorat et transformer son regard. Ce faisant, elle fait appel, à partir d'une «image intentionnelle»<sup>20</sup>, à la mémoire du lecteur en tant qu'individu-consommateur, et simultanément en tant que cette mémoire est le produit d'une médiation au sein d'un cadre d'échange pour un lectorat qui se reconnaît potentiellement dans des codes négociés et partagés. En retour, cette connivence mémorielle forgée autour d'une image partagée renforce le sentiment de familiarité et de légitimité. Elle détoure un peu plus le souvenir mobilisé et contribue à le projeter dans un ailleurs sublimé, accentuant l'effet nostalgique qui est au principe même du processus. Un bon exemple nous en est fourni par une publicité intitulée *No future*, publiée

par *Rock & Folk* en septembre 1998<sup>21</sup>. Celle-ci représente un adolescent vêtu comme un «punk 1977», arborant un T-Shirt déchiré sur lequel est inscrit en rouge le fameux slogan. Le fait qu'il s'agisse d'une promotion pour une banque ajoute au contraste et à la puissance du message : «Votre père pensait qu'il n'y avait pas de futur, nous vous proposons d'investir sur l'avenir». Ce faisant, le jeu commercial mis en scène produit par retour un puissant levier mémoriel qui installe la période de référence – le temps fabuleux au cours duquel le «no future» pouvait avoir un sens – dans un ailleurs sublimé. De même, lorsque quelques années plus tard le même magazine intègre en pleine page la publicité d'un annonceur pour une marque anglaise de gin qui s'empare à son tour des codes du «punk 1977» – drapeau anglais déchiré, lettrages type «lettre anonyme» et coloris rose et jaunes directement empruntés à la pochette de l'album emblématique *Never Mind the Bollocks* des Sex Pistols<sup>22</sup> – le magazine participe, via cet espace spécifique, à solliciter les imaginaires et à réactiver le souvenir d'une époque qui fut vécue directement ou indirectement, partagée ou racontée. Qu'importe que la publicité laisse supposer que tout consommateur de gin serait un punk digne de l'époque bénie du punk, ou que cet âge fut un

temps béni et qu'il convient de se le remémorer en buvant du gin. Ce jeu avec les codes du punk se présente donc sous un double registre : en adoubant le produit commercialisé, il idéalise simultanément, pour et avec le lecteur, un monde disparu dans lequel ces codes avaient un sens. On voit bien comment la substance mémorielle présente des traits paradoxaux : la présence (du souvenir ou de l'image), l'absence (de la scène réelle), et l'antériorité (de la base de réminiscence)<sup>23</sup>.

### **Numéros spéciaux et hors-séries**

La publication de numéros spéciaux, dont les magazines usent régulièrement<sup>24</sup>, constitue une autre forme de médiation mémorielle, sans doute la plus immédiatement accessible dans le parcours qui mène des horizons d'attente du lectorat aux échos nostalgiques se déployant dans les imaginaires et les strates de la mémoire collective. En 2004, *Rock & Folk* publie par exemple un numéro spécial entièrement consacré à «l'explosion punk» (réédité en décembre 2013)<sup>25</sup>. L'éditorial donne le ton du numéro en évoquant nostalgiquement «la fantastique bouffée d'air frais que le punk fit surgir dans un contexte morose, sclérosé, un monde où les triples albums de Yes étaient devenus la norme<sup>26</sup>». Parmi d'autres éléments, la couverture de ce numéro spécial

mérite un intérêt particulier. D'une part, elle utilise un procédé récurrent dans le système de remémoration et de représentation du punk des origines en adoptant comme tonalités dominantes les couleurs jaune et rose qui renvoient à la pochette de l'album des Sex Pistols. D'autre part, cette couverture propose un détournement assumé de la pochette de l'album *Sergeant Pepper* des Beatles (1967) en imaginant une foule bigarrée de figures punk assemblée virtuellement en un hommage au punk de 1977. À un premier niveau, le journal signifie bien que le punk tel qu'on le représente et qu'on le fait vivre au lectorat évoque rétrospectivement un âge d'or de l'insolence, de la provocation et du détournement : plus personne n'oserait se moquer de la reine ou des Beatles, comme l'avaient pourtant fait les punks entre 1976 et 1977 avec le morceau « God save the Queen » des Sex Pistols, interdit par la BBC et la Independent Broadcasting Authority, ou la chanson « Get baque » du groupe punk lyonnais Starshooter, dont le détournement impertinent de la chanson des Beatles avait provoqué le retrait de la vente par EMI au bout d'une semaine. Or le magazine ose ce détournement : ce clin d'œil éditorial adressé dans les formes qui sièent au lectorat alimente en retour l'idée d'un paradis perdu de la subversion. À un

second niveau, une telle couverture signifie bien que si la moquerie, la provocation et l'insolence ont droit de cité aujourd'hui, c'est grâce au punk et à la génération de 1977. Enfin, à un troisième niveau, le message iconique délivré par le journal semble signifier que le punk, en se bonifiant avec le temps, sous couvert d'effets générationnels et rétro-maniaques, est aussi paradoxalement entré dans les mœurs... comme les Beatles. La mémoire réactivée devient ainsi représentative des ambiguïtés du punk 1977, écartelé dès ses débuts entre l'absence revendiquée de perspectives et la *maintreamisation*<sup>27</sup>.

### **Les « articles mémoriels »**

Les articles mémoriels, vaste catégorie de dispositifs disparates dont le point commun est de fonctionner résolument sur le principe du souvenir que l'on cultive, constituent un segment original dans le fonctionnement de la mémoire et offrent des prises d'une rare solidité au discours nostalgiques sur le punk. Parmi ceux-ci, la rubrique « Mes disques à moi » (*Rock & Folk*) est particulièrement intéressante : le système de l'interview permet un processus mémoriel qui est celui de l'impact de la musique sur les choix d'une vie. La puissance évocatrice du souvenir, partagée avec le lectorat, joue à la fois à partir des artefacts qui

guident le propos (au fil de l'entretien, les pochettes de disque évoquent autant de jalons d'une vie) et du partage plus intime des émotions musicales qui se sont incrustées dans une existence. Ainsi Irvin Welsh (auteur du film *Transpotting*), présentant la pochette du 45 tours *God save the Queen* des Pistols (1977), se remémore la sortie du disque et, ce faisant, enracine un peu plus l'explosion punk dans la forme du récit nostalgique :

Les Sex Pistols avec «Anarchy in the UK» et «God save the queen» m'ont donné envie de m'installer à Londres. [...] On aimait les Sex Pistols pour cette anarchie complètement folle qu'ils ont déclenchée. Clash était un groupe qui a conduit le punk vers de nouveaux sommets. Et juste après the Jam est arrivé. Ce sont les trois groupes légendaires sortis d'Angleterre à cette période<sup>28</sup>.

La force de ce discours qui inscrit des albums ou des groupes dans la légende, au miroir des souvenirs d'une vie dont le récitant est finalement le principal héros, constitue indéniablement une dynamique fondamentale dans la construction de l'âge d'or du punk. La rubrique est d'autant plus intéressante qu'on y voit régulièrement apparaître des effets de génération, redoublés par le fait que beaucoup des membres des rédactions, journa-

listes, rédacteurs en chef (Patrick Eudeline, Philippe Manœuvre, Vincent Palmer) appartiennent désormais eux aussi à cette ancienne jeunesse qui a partagé les débuts du punk. Les ressorts de la mémoire jouent donc de façon d'autant plus forte qu'ils sont en quelque sorte maîtrisés par l'appareil de production éditorial auquel cette mémoire parle de manière sensible. Le choix même des personnalités interrogées relève implicitement de rêves ou de mondes partagés au cœur desquels le punk a produit du sens : «J'aimais les Clash. C'est bien la dernière occasion de ma vie où j'ai dansé» se souvient par exemple Michel Houellebecq<sup>29</sup>.

Les encarts référentiels, insérés souvent dans des ensembles plus vastes comme des rétrospectives, exhalent également de manière plus diffuse ce parfum de nostalgie. Un bref encadré consacré en 2009 à Johnny Rotten, leader des Sex Pistols, dans une enquête consacrée aux «chanteurs de rock» donne le ton de ces vignettes qui placent le punk des premières années en position de référence idéalisée : «Johnny restera dans l'histoire comme l'auteur des textes les moins cons de ces trente dernières années<sup>30</sup>». Mais ces encarts proviennent aussi, par contraste, des éclats du monde musical *mainstream* qui donne régulièrement son opinion sur le punk et qui participe, en arrimant



implicitement sa propre histoire à celle des figures de la rébellion, à réécrire le grand discours de la « légende » punk. Il en va ainsi de cette grande tirade héroïsante de Bono à propos de Clash, dans une interview pourtant consacrée à U2 et à son succès planétaire : « Il faudra le dire un jour, c'est la presse qui a assassiné les Clash »<sup>31</sup>. Prononcée par l'un des leaders de la scène pop rock mondiale qui, tout en reconnaissant sa dette à l'égard du punk, s'identifie à ce que ce moment a pu porter, cette parole contribue à alimenter par effet de miroir le regret d'un temps qui ne reviendra plus.

### ***Esthétique et charte graphique***

La dimension visuelle du punk est une autre composante fondamentale dans la mobilisation du souvenir et la formation du sentiment nostalgique. La « punkitude » des messages passe par la disposition de certains signes<sup>32</sup>, au premier rang desquels la réutilisation régulière de la charte graphique de la pochette *Never mind the Bollocks* des Sex Pistols (1977) : couleurs rose et jaune, lettrage machine, découpage des lettres type lettre anonyme, détournement du drapeau anglais. Les magazines contribuent ainsi largement à susciter le sentiment d'une familiarité sans cesse reconduite avec le passé. Les pochettes de disques, images spé-

cifiques chargées d'émotion et de sens, constituent à cet égard un objet particulièrement sensible. Reproduites, recomposées ou parfois détournées par la presse musicale, elles acquièrent une deuxième vie qui contribue à raviver le souvenir d'un temps. Un bon exemple est fourni par les Wampas qui, à l'invitation de *Rock & Folk*, jouent à détourner, dans un hommage punk, tendre et nostalgique, les pochettes des premiers albums de la scène punk (Blondie, Ramones, etc.). En suggérant que ce qui n'est plus est en réalité tout ce qui compte ou a pu compter, cette joyeuse mascarade ancre ces artefacts dans l'émotion d'un temps partagé, adulé ou regretté. Le système iconique fonctionne à double sens pour inclure dans la mouvance punk première les nouveaux groupes dignes d'être adoués et de nourrir par retour cette mémoire. Shonen Knife par exemple, dont on situe la musique « entre Ramones et Ronettes », bénéficie d'une photo pleine page en « rose et jaune »<sup>33</sup>. La filiation graphique codée génère donc un horizon inversé : le souvenir ravivé de l'éclat du punk, creuset de la nostalgie. En suggérant et reflétant en permanence ce paradis perdu, cette mémoire colorée et encodée participe à la construction en continu de l'âge d'or du punk.

## Le sens des souvenirs

### *La mémoire du « no future »*

Au-delà des dispositifs médiatiques et des canaux mémoriels, l'idéalisation des premiers temps du punk renvoie à la question du sens à donner aux thèmes qui trament cette mémoire. Le jusqu'aboutisme punk qui s'érige en posture légitime, noble et combative, entre désespérance et slogan pour un monde à réinventer, est sans doute le plus évident à saisir. La couverture de *Rock & Folk* de mai 1994 est à cet égard éloquente<sup>34</sup>. Le lecteur repère immédiatement la posture typique de l'ex-chanteur des Sex Pistols Johnny Rotten, cheveux orange en bataille, sourire goguenard. Son regard est ensuite attiré par le glissement du slogan « *no future* », des Sex Pistols vers Nirvana (en encadré). Le grunge (qui n'est pas le punk, loin s'en faut) est à cette époque marqué par le suicide très médiatisé et très commenté de Kurt Cobain, chanteur et leader du groupe. Le jeu-image de la couverture est organisé de manière à interroger l'avenir de Nirvana et du mouvement grunge au prisme du slogan incantatoire du punk. Ce procédé participe à réactiver une nostalgie de la révolte et de la désespérance, incarnée par la figure tutélaire de Sid Vicious, compagnon de route de Rotten, dont la fin tragique, à l'instar de

celle de Cobain, est présentée comme emblématique d'un mouvement. L'effet est d'autant plus saisissant que Rotten, dans le même numéro, évoque de manière très émouvante la disparition tragique et prévisible de Sid Vicious. Finalement le lecteur, au terme de la lecture du magazine, aura fait le cheminement de Vicious à Cobain, réactivant le mythe et la nostalgie de l'être ou de l'esprit sacrificiel du punk de 1977, une autre manière de construire ce que peut être l'âge d'or du punk.

### *La mémoire de la subversion*

Le deuxième thème qui cristallise les imaginaires en recomposition est celui de la subversion. Si l'un des segments fondamentaux de cette identité culturelle réside dans la capacité du punk à tordre l'ordre établi, à résister et à subvertir, cette capacité n'est rémanente que parce que la mémoire en ravive en permanence le souvenir. Ainsi, dans le flux éditorial de la presse musicale française, au fil des numéros, des figures émergent, se distinguent, sont mises en scène et incarnent au fil des pages le substrat subversif d'une époque, rappelant de manière nostalgique, lancinante et régulière, ce que fut le punk dans sa sombre pureté. Malcom McLaren, passeur culturel et demiurge maintes fois convoqué dans les récits de l'aven-

ture punk, est l'une de ces figures emblématiques. Il incarne la subversion et la subversion s'incarne en lui au point d'être encore présenté, vingt ans après les débuts du punk, comme « le grand perturbateur<sup>35</sup> », « le dernier des grands excentriques<sup>36</sup> ». Ses aventures punk new-yorkaises (management des New York Dolls) et londonniennes (création avec Vivian Westwood du magasin « Sex » et lancement du groupe punk phare britannique Sex Pistols), rappelées au fil des pages, comme dans un bréviaire du punk, font de lui le symbole d'une époque et d'un état d'esprit. La mémoire telle qu'elle se lit au creux des magazines est donc celle de la subversion, mais une subversion recomposée qui réfléchit, comme un miroir enchanté tendu aux jeunes générations, l'idée du moment de la rupture punk de 1977.

### *La mémoire des héros déchus*

Le troisième thème majeur procède de la perte et de la disparition. Au-delà de l'absence de futur, le punk a produit des trajectoires inscrites dans l'instantanéité, le moment présent et le sentiment confus d'une perte de repères, ouvrant sur la consommation effrénée de soi. La disparition très rapide d'une scène punk rendue vulnérable par ses modes de vie, ses addictions et son jusqu'aboutisme a

symétriquement défini des portraits de héros déchus qui ont à leur tour largement contribué à magnifier, embellir et héroïser le moment punk. Le traitement spécifique de ces trajectoires sans espoir, des Ramones à Sid Vicious en passant par Stiv Bator, participe à l'élaboration d'une légende. Les articles consacrés à Johnny Thunders, guitariste des New York Dolls de 1972 à 1975, puis fondateur des Heartbreakers, sont emblématiques de cette restitution. Thunders, admiré autant pour son œuvre que pour sa vie résolument dissolue dans l'héroïne, est l'objet d'un culte auquel les médias contribuent sans mesure. En 1990, le magazine *Best* fait appel à des témoignages de musiciens et d'amis pour retracer, au moyen d'un récit croisé, l'itinéraire de ce loser magnifique<sup>37</sup> : le montage de souvenirs est caractéristique d'une vision héroïsante du punk qui, malgré ou à cause de sa dimension tragique (Thunders meurt moins d'un an plus tard à Paris) érige en thème majeur la trajectoire du punk maudit et fait paradoxalement de cette mémoire l'une des composantes du moment originel appréhendée dans ses ambiguïtés et ses contradictions, comme la marque de fabrique de l'authenticité.

La construction d'un panthéon du punk contribue en retour à légitimer l'existence d'un âge d'or, une époque

bénie à laquelle ces héros ont donné ses lettres de noblesse (ou de bâtardise) avant de s'éteindre violemment. La caractéristique principale de ces représentations est bien d'ancrer ces figures dans le paradis perdu qu'ils ont contribué à ériger et hors duquel toute tentative de réussite est vouée à l'échec. Nous retrouvons ici l'intersection paradoxale du punk avec le succès : «The Jam ou comment un trio de mods fades devient le plus populaire des groupes punks [...] quand ils se séparent les Jam sont encore numéro 1 des Charts. Weller réussira sa carrière solo heavy soul mais sans jamais retrouver l'alchimie du trio original»<sup>38</sup>. Au total, c'est bien la reconnaissance de ces figures, de ces groupes et de leur assignation à résider dans les territoires du souvenir qui donne forme à ce continent perdu. La disparition des héros ouvre quant à elle sur l'avènement de la commémoration, du recueillement et participe au travail de la mémoire qui alimente le paradigme de l'âge d'or du punk.

### ***Mémoire des conflits et conflit des mémoires***

Comme toute construction enracinée dans l'émotion de l'instant remémoré, raconté, revécu, la nostalgie suscite un fort sentiment d'appartenance et de réappropriation, en particulier parce que chaque souvenir

tend à légitimer ou délégitimer une vision du punk qui doit faire consensus. Or si la presse musicale peut être appréhendée comme un cadre à l'intérieur duquel travaille la mémoire, il serait vain d'y percevoir une trop grande homogénéité : la production d'un discours sur le punk est en réalité portée par des points de vue, des journalistes ou des équipes de rédaction. En revanche, des effets générationnels sont susceptibles de se dessiner au regard des trajectoires mêmes des acteurs et de leur vécu commun<sup>39</sup>. Que la polémique éclate en 2013 entre Patrick Eudeline, chanteur du groupe punk Asphalt Jungle (1977), ancien journaliste de *Best* puis membre indéfectible des rédactions de *Rock & Folk*, et Éric de Chassey, commissaire de l'exposition *Europunk* (Cité de la Musique, 2013), n'est finalement guère étonnant au regard des projets et des régimes mémoriels et historiques dont ils sont chacun porteur. Là où Eudeline reproche à de Chassey de n'avoir aucun vécu de l'objet et de passer à côté de l'essentiel du punk – « le mec n'était pas là. Le mec n'a rien compris » – tout en insistant sur sa propre perception de journaliste-participant, le commissaire de l'exposition attaque précisément sur la propension du journal à tisser le récit arrangé du punk : « Il est triste cependant qu'un mouvement qui

voulait n'être qu'au présent [...] ait pu susciter autant de gardiens du temple. [...] S'il est une idéologie qui a présidé à cette exposition, ce n'est en tout cas pas celle du « c'était mieux avant » qui transpire de tous les pores de M<sup>o</sup>ssieur Eudeline ». La réponse du commissaire est du reste très éclairante : elle montre toute la perception du travail de la mémoire et simultanément rend compte de ce qui pourrait être décrit comme la définition d'un champ de concurrence pour la mémoire légitime. En opposant deux visions de cette reconstruction du « temps punk », la passe d'armes sous forme de feuilleton montre bien comment la mémoire travaille de manière conflictuelle et souligne les enjeux mémoriels attachés à la présence d'acteurs qui ont été à la fois partie prenante du mouvement punk et auteurs du récit qui l'a révélé, voire reconstruit.

En conclusion, l'âge d'or du punk apparaît à la fois comme une invention mémorielle et un travail constant de la mémoire au carrefour de plusieurs dynamiques liées au vécu des acteurs et à des reconstructions commerciales et éditoriales. L'âge d'or du punk est ainsi porteur d'enjeux identitaires, commerciaux et éditoriaux : il souligne combien la presse musicale spécialisée constitue un lieu où travaille la mémoire. Certes, cette dynamique de réplication et de rétro-mania apparaît d'autant plus paradoxale dans le cadre d'un mouvement qui avoue son incapacité à se projeter dans le futur, l'érigant même en principe. Mais on voit bien comme les formes d'idéalisation du punk génèrent des grands axes de pensée qui renvoient à des récits partagés<sup>40</sup>, cristallisent les représentations qui donnent un sens à l'idéalisation du passé et en renforcent, narrativement, la structure mémorielle du sentiment nostalgique.

## Notes

<sup>1</sup> Trois des musiciens sont morts autour de la cinquantaine : Joey, le chanteur, en 2001, DeeDee, le bassiste en 2002, Johnny, le guitariste, en 2004.

<sup>2</sup> *Rock & Folk*, janvier 2002, p.64

<sup>3</sup> Dick Hebdige, *Sous-culture. Le sens du style*, Paris, La Découverte, 2008, p.27.

<sup>4</sup> Dee Dee Ramone, *Mort aux Ramones*, trad. Virginie Depentes, Paris, Au diable vauvert, 2002 ; Ovidie, Éric Débris : *Un bon hippie est un hippie mort. Métal Urbain*, Rosières-en-Haye, Camion Blanc, 2012.

<sup>5</sup> Comme le souligne Gérard Noiriel (« Histoire, mémoire, engagement civique », *Hommes et Migrations*, 1247, janvier-février 2004), la mémoire est une forme de « ques-

tionnement adressé au passé », p.19.

<sup>6</sup> Voir par exemple la collection capsule de Karl Lagerfeld, « Karl goes punk » (2013). <http://www.karl.com/experience/fr/fashion/karl-goes-punk/> [Consulté le 1<sup>er</sup> mars 2016].

<sup>7</sup> Pour une présentation plus détaillée des deux périodiques musicaux, on se reportera avec profit à la thèse de doctorat en musicologie de Catherine Rudent, *Le discours sur la musique dans la presse française, l'exemple des périodiques spécialisés en 1993* (Université Paris-Sorbonne, 2000) ainsi qu'au mémoire de D.E.A. en sciences de l'information de Catherine Le Brun consacré à *Rock & Folk et Best. Les frères ennemis de la presse rock* (Université Paris II, 1995).

<sup>8</sup> Voir notre article *À l'heure du punk ! Quand la presse musicale française s'emparait de la nouveauté (1976-1978), Raisons politiques*, 62, mai 2016, p.83-99.

<sup>9</sup> *Best* cède la place à une publication éphémère, *B-mag*, puis à une seconde édition sous le nom de *Best* entre 1998 et 2000, avant cessation définitive.

<sup>10</sup> En 1981, *Rock & Folk* tire à 130 751 exemplaires. Ce tirage chute à 78421 dès 1985. En 2010, il était de 37870 exemplaires, en 2015 de 31113, voir [www.acpm.fr/Support/rock-folk](http://www.acpm.fr/Support/rock-folk) [Consulté le 1<sup>er</sup> mars 2016].

<sup>11</sup> Pour ce travail, nous avons dépouillé l'intégralité des numéros de *Rock & Folk* entre 1976 et 2015, soit 468 numéros, et l'intégralité des numéros de *Best* entre 1976 et 1994 (le journal cessant de paraître à cette date), soit 216 numéros.

<sup>12</sup> Pierre Nora, « Présentation », dans *La République, la Nation, les France*, t 1 des *Lieux de mémoire* (dir. Pierre Nora), Paris,

Gallimard, 1997, p.17-18.

<sup>13</sup> Voir *Les stratégies de la notoriété. Intermédiaires et consécration dans les univers artistiques*, dir. Wenceslas LIZÉ, Delphine Naudier et Séverine Sofio, Paris, Éditions des archives contemporaines, 2014.

<sup>14</sup> Dick Hebdige, *Sous-culture. Le sens du style*, Paris, La Découverte, 2008, p.90.

<sup>15</sup> Bruno Latour (*Changer de société. Refaire de la sociologie*, Paris, La Découverte, 2006) a bien montré de quelle manière la prise en considération de ces chaînes d'interactions est décisive pour comprendre les transformations symétriques des mondes.

<sup>16</sup> La musique est donc abordée ici comme un fait social relevant d'une interaction entre l'auteur et ses pairs. Elle s'inscrit dans / et participe à la production de mondes spécifiques (Howard Becker, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988) organisés autour et par un réseau de gens qui coopèrent tout en interagissant. Ce qui n'empêche guère que cette production s'inscrive également dans des logiques de concurrences spécifiques, notamment en termes de légitimité, propres à la structuration et au fonctionnement du champ artistique, comme le montre Bourdieu (« Le marché des biens symboliques », *L'Année sociologique*, 22, 1971, 49-126) à travers la théorie des champs.

<sup>17</sup> Antoine Hennion, *La passion musicale, une sociologie de la médiation*, Paris, Éd Métailié, 1993.

<sup>18</sup> Maurice Halbwachs, *Les cadres sociaux de la mémoire*, Paris, Librairie Félix Alcan, 1925, p.7.

<sup>19</sup> François Hartog, *Régimes d'historicité. Présentisme et expérience du temps*, Paris, Seuil, 2003.

<sup>20</sup> Roland Barthes, « Rhétorique de l'image »,

*Communications*, 1964, vol. 4/1, p.40.

<sup>21</sup> *Rock & Folk*, septembre 1998, p. 115.

<sup>22</sup> *Rock & Folk*, juillet 2014, p. 13.

<sup>23</sup> Paul Ricœur, « Mémoire, histoire, oubli », *Esprit*, « *La pensée Ricoeur* », mars-avril 2006.

<sup>24</sup> Voir par exemple *Rock & Folk*, « Contes et légendes du rock and roll », H. S. 27, janvier 2012.

<sup>25</sup> *Rock & Folk*, « Spécial punk », H. S. 29, décembre 2013.

<sup>26</sup> Philippe Manœuvre, « Édito. Et les vaches seront bien gardées », *Rock & Folk*, « Spécial punk », H. S. 29, décembre 2013, p.3.

<sup>27</sup> Voir notre article, *op. cit.*

<sup>28</sup> *Rock & Folk*, juillet 2014, p.16.

<sup>29</sup> *Rock & Folk*, mai 2000, p.17.

<sup>30</sup> *Rock & Folk*, mars 2009, p.58.

<sup>31</sup> *Rock & Folk*, mars 1997, p.62.

<sup>32</sup> Roland Barthes, « Rhétorique de l'image », *Communication*, n°4, 1964, p.41-42.

<sup>33</sup> *Rock & Folk*, avril 1993, p.30.

<sup>34</sup> *Rock & Folk*, mai 1994.

<sup>35</sup> *Rock & Folk*, mai 1994, p.19.

<sup>36</sup> *Rock & Folk*, mai 2010, p.26.

<sup>37</sup> *Best*, août 1990, p.44.

<sup>38</sup> *Rock & Folk*, « Contes et légendes du rock and roll », *op. cit.*, p.59.

<sup>39</sup> La rédaction de *Rock & Folk* compte aujourd'hui en son sein trois journalistes qui étaient des figures majeures de la scène punk-rock de la fin des années 1970 : Philippe Manœuvre, devenu rédacteur en chef, Patrick Eudeline, chroniqueur, et Vincent Palmer, secrétaire de rédaction.

<sup>40</sup> Raoul Girardet, *Mythes et mythologies politiques*, Paris, Seuil, 1986.