



HAL
open science

Pink Floyd et les Who : stratégies médiatiques et légitimation artistique au sein du rock britannique

Laura Chollet

► **To cite this version:**

Laura Chollet. Pink Floyd et les Who : stratégies médiatiques et légitimation artistique au sein du rock britannique. Art et histoire de l'art. 2023. dumas-04407346

HAL Id: dumas-04407346

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04407346>

Submitted on 20 Jan 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

UNIVERSITÉ SORBONNE NOUVELLE

Master Cinéma et Audiovisuel

Parcours international IMACS

Mémoire final de Master 2

Mention Très bien

**PINK FLOYD ET LES WHO :
STRATÉGIES MÉDIATIQUES ET LÉGITIMATION
ARTISTIQUE AU SEIN DU ROCK BRITANNIQUE**

Par Laura CHOLLET

Sous la direction de Raphaëlle MOINE,

Soutenu à la session du mois de septembre 2023.



REMERCIEMENTS

À ma directrice de recherche Raphaëlle Moine, pour sa bienveillance et sa confiance.

À ma famille pour leur indispensable soutien et à ma grande sœur et à ma mère pour leurs nombreuses relectures.

À mes cinq doigts de la main, ils se reconnaîtront.

Aux professeurs dont j'ai suivi les enseignements, à l'Université de la Sorbonne-Nouvelle, de Liège et de Ca' Foscari, qui ont grandement contribué à ce travail.

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	p. 4
I. « <i>Let there be more light</i> » : cristallisation d'une idéologie en construction.....	p. 18
A/ La télévision comme tremplin vers l'<i>intermedia</i>?.....	p. 18
1. Performance télévisée et idéologie rock.....	p. 18
2. Le <i>promotional film</i> : une forme proto-clipesque.....	p. 19
3. Les Who, Pink Floyd et le <i>multimedia</i>	p. 24
B/ Le <i>live</i> télévisé : une synesthésie du rock ?....	p. 29
1. Énergie et spectacularité immédiate.....	p. 29
2. Le corps-caméra : danse et <i>trip</i> synesthésiques.....	p. 32
3. Épreuve de résistance du médium par le refroidissement.....	p. 36
C/ Le <i>promotional film</i> : réchauffer pour mieux légitimer.....	p. 39
1. À l'épreuve de la technique cinématographique.....	p. 39
2. Le <i>promotional film</i> comme vitrine.....	p. 43
3. Une tentative de réversibilité par la surchauffe.....	p. 47
II. « <i>Amazing journey</i> » : la recherche d'une crédibilité artistique en actes.....	p. 50
A/ Pink Floyd : la quête multimédiatique.....	p. 52
1. Un groupe prolifique : création d'un univers visuel et musical unique.....	p. 52
2. Affirmations esthétiques sur scène.....	p. 58
3. Deux cas d'échanges médiatiques.....	p. 64
B/ <i>Tommy</i> : l'art pop au service d'une allégorie du rock.....	p. 68
1. The Who superstar.....	p. 68
2. Kitsch et distanciation brechtienne.....	p. 71
3. Discours sur la star et l'industrie du spectacle.....	p. 76
III. « <i>The thin ice</i> » : désillusion et nostalgie.....	p. 84
A/ Pink Floyd : <i>The Wall</i> et <i>Quadrophenia</i> : œuvres sommes, postmodernes et réflexives.....	p. 85
1. Le rock à l'aube de l'ère du vidéo-clip.....	p. 85
2. <i>Quadrophenia</i> : nostalgie et immersion anachronique.....	p. 89
3. <i>Pink Floyd : The Wall</i> : un film-clip ?.....	p. 94
B/ <i>Tommy</i>, Pink et Jimmy : désincarnation progressive de la rock star.....	p. 100
1. Miroirs de l'évolution de l'image de la rock star.....	p. 100
2. Des personnages qui concentrent toute la complexité de l'idéologie rock.....	p. 104

3. Introspections médiatiques : la télévision, fonctions et représentations.....p. 110

CONCLUSION.....p. 116

BIBLIOGRAPHIE..... p. 123

FILMOGRAPHIE ET MÉDIAGRAPHIE.....p. 134

TABLE DES MATIÈRES.....p. 138

RÉSUMÉ.....p. 141

SUMMARY.....p. 143

INTRODUCTION

Dans son essai paru en mars 2021, *All Things Must Pass : Vies et Morts du Rock*, Christophe Pirenne fait un état des lieux de ce genre musical dans la conjoncture actuelle des industries culturelles. Il apparaît en effet que le rock n'est plus, et cela à plusieurs niveaux : il ne parvient pas à s'adapter aux formes de consommation de la musique¹, ce qui participe à sa marginalisation médiatique². Seule la nostalgie, et le commerce mémoriel qui s'est développé par ce biais, semblent maintenir en vie le genre³. À la lumière de ce constat, il est néanmoins intéressant de constater que le jeune groupe de pop-rock-funk australien Parcels a sorti un *concept album* en novembre 2021. Ce modèle créatif est emblématique du rock progressif des années 1970, tout comme le support du vinyle, voire double vinyle, dont la forme en faces permettait d'élaborer une continuité narrative ou thématique entre les chansons. Il fut l'une des étapes de la recherche de crédibilité artistique par le rock, afin de mieux se manifester à travers divers phénomènes médiatiques tel que le passage d'un objet culturel, créé pour un médium spécifique, vers un autre médium. Ceux-ci consistaient majoritairement en un dépassement de l'exclusivement auditif pour atteindre l'audiovisuel. Il était de ce fait nécessaire d'opérer une traduction sémiotique et sensorielle pour parvenir à sortir du cadre médiatique d'origine. Le risque industriel qu'incarne la résurgence de cette forme anachronique d'expression musicale interroge. Ce double album de Parcels, complètement pensé dans cette optique, jusqu'à son intitulé dichotomique « Day/Night » et sa durée d'environ 80 minutes, s'impose en contre-courant de la consommation actuelle de la musique qui se fait de manière individuelle, la primauté étant donnée à la chanson ou à la playlist composée par les auditeurs. Par bien des aspects, le groupe réinvestit des paradigmes anachroniques : à l'instar des groupes de rock fondés dans les années 1960, il s'agit d'un quintet d'amis depuis l'adolescence composé d'un guitariste, d'un second également claviériste, d'un autre claviériste, d'un bassiste et enfin d'un batteur. Or, dans une époque où règne la figure du chanteur, la forme du groupe peine à survivre. De plus, Parcels fonctionne selon un mode de production indépendant, reprenant la figure de l'auteur-compositeur-interprète. Pour autant, en réintroduisant cette forme passée⁴, voire anachronique, d'expression musicale, Parcels prouve qu'il a su fonder sa notoriété sur une production musicale en accord avec les tendances actuelles, pour s'en écarter ensuite avec une certaine assurance. Ils y sont parvenus par l'hybridation des genres musicaux, entre rock, pop, funk et électro. Mais aussi par le refus de

1 PIRENNE, Christophe, *All Things Must Pass : Vies et morts du rock*, Paris, Honoré Champion, p. 4-10.

2 *Ibid.*, p. 20-27.

3 *Ibid.* p. 103-106.

4 *Ibid.*, p. 98.

s'attribuer une étiquette nationale, cultivant une certaine transnationalité qui peut justifier leurs choix artistiques anachroniques, par un dépassement à la fois spatial et temporel.

Dans cette perspective, il est important de noter que le groupe avait en amont construit une identité médiatique vintage et référentielle. En effet, celle-ci s'est construite sur la nostalgie et la mémoire, ce qui a pu ouvrir la voie à des dynamiques de capitalisation sur des ressources culturelles passées par leur remise au goût du jour. Cette image médiatique s'est surtout élaborée autour du visuel, qui a plus que jamais son importance aujourd'hui en ce qu'elle prend place majoritairement sur les réseaux sociaux. L'on peut effectivement remarquer que le groupe a exploré diverses stratégies transmédiatiques de promotion, cela dès leur premier album paru à la fin de l'année 2018. Et plus particulièrement avec la chanson « Tape », dont le clip sorti en 2019⁵ met en scène une hôtesse de l'air, Penelope, qui décide de quitter sa chambre d'hôtel durant une escale, pour aller voir le concert de Parcels dont elle est fan. Ce personnage avait par ailleurs déjà été esquissé au travers des pochettes de singles. À cette occasion, tout un ensemble de produits dérivés fut créé, en lien avec le principe visuel de cet album, qui met en scène les membres de Parcels comme employés d'une compagnie aérienne éponyme. En effet, un logo fut dessiné spécialement et une partie des accessoires de Penelope, tels que son t-shirt logotypé et son masque de sommeil sont disponibles à l'achat sur la boutique en ligne officielle – pratique dorénavant adoptée par tout artiste musical. Ce personnage de Penelope devient donc une personnification de la fan de Parcels. Idée que sous-entend Carmen Crommelin, la directrice artistique du groupe – statut très évocateur de l'importance du visuel aujourd'hui, dans une interview donnée à Libération en 2018, lorsqu'elle dit avoir voulu réaliser pour cet album une « image iconique », et définit ainsi le personnage créé : « Elle pourrait sortir d'un rêve ou d'un magazine de mode des années 50. [...] J'ai envie de continuer à croire à la dimension fantasmatique que la pop avait autrefois. Le besoin de communiquer sans filtre et en permanence avec les fans, une conséquence des réseaux sociaux, a tué l'imaginaire, ou tout du moins l'a dilué dans les contenus de masse. »⁶. Ce concept visuel, indépendant des chansons en elles-mêmes, s'inscrit dans des stratégies qui visent à l'élaboration d'une communauté de fans. Cela s'effectue selon un principe d'identification et d'appartenance à un ensemble par l'achat d'objets, dans une dynamique de dépossession de l'individu par fétichisme de la marchandise⁷. Par ailleurs, sur cette même boutique en ligne, on remarque que certains posters promotionnels sont construits et pensés comme des affiches de film. Ces derniers renvoient à divers genres cinématographiques tels que le *space opera* ou le film d'horreur. À cet effet, leur clip de « Withorwithout »⁸, d'une durée

5 Parcels (10 avril 2019), *Parcels – Tape (Official Music Video)* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=7se6-ZC7mTY>.

6 BERNIER, Alexis, « Je voulais réaliser une image iconique ». *Libération*, 12 octobre 2018. URL : https://www.liberation.fr/musique/2018/10/12/je-voulais-realiser-une-image-iconique_1685004/ (consulté le 26 mars 2022).

7 MARX, Karl, *Le Capital*, Paris, Gallimard, 2008.

8 Parcels (17 octobre 2018), *Parcels – Withorwithout (Official Music Video)* [Vidéo], Youtube, URL :

d'environ 7 minutes, est un court-métrage d'horreur avec l'actrice Milla Jovovich, réalisé par Benjamin Howdeshell et supervisé par Paul W. S. Anderson, le réalisateur de la saga *Resident Evil*. Si nous l'analysons par le prisme des stratégies médiatiques, qui seront au cœur de ce travail, on remarque que le groupe paraît d'abord à travers la télévision. Il performe la chanson éponyme ; cette dernière commence donc comme une chanson d'ambiance sourcée, elle est intra-diégétique. On les voit sur un écran plat, puis sur un modèle de télévision réduite comme cela se faisait dans les années 1970 (fig. 1). La chanson devient alors extra-diégétique lorsqu'ils deviennent des personnages de l'intrigue (fig. 2). Les citations cinématographiques relèvent quant à elles du genre du *slasher*, avec les meurtres arbitraires à l'arme blanche, les cris et la figure de la *final girl* (fig. 3). Le poster qui fut créé pour l'occasion a par ailleurs été conçu par Laurent Melki, affichiste de films d'horreur tels que *Creepshow*, *Videodrome*, ou encore *A Nightmare on Elm Street 3 : Dream Warriors*. En termes de rapport entre la chanson et le film on constate un certain équilibre. D'abord, le mixage donne la primauté à la chanson, l'ambiance intra-diégétique n'est entendue que sporadiquement. Puis, pendant presque deux minutes, la diégèse visuelle et sonore prend le dessus et fait disparaître la chanson, jusqu'à ce que la source télévisuelle, exposée plus tôt, réapparaisse à l'image pour la faire revenir (fig. 4). En somme, ce vidéo-clip cite et exploite le médium cinématographique tout en respectant ses conventions. La télévision renvoie à l'image médiatique vintage du groupe. Cependant la chanson, dans sa construction en couplets et en refrains, ne



Fig. 1 : *Withorwithout* (2018),
apparition du groupe en tant que groupe,
jeu sur l'historicité du médium télévisuel



Fig. 2 : *Withorwithout* (2018),
l'intégration des interprètes au sein de l'intrigue



Fig. 3 : *Withorwithout* (2018),
réappropriation des codes du slasher par le vidéo clip



Fig. 4 : *Withorwithout* (2018),
retour à la mise en abyme médiatique

<https://www.youtube.com/watch?v=JUelBEuz258&>.

peut véritablement raconter une histoire à la manière d'un livre ou d'un film, car il est dans son essence de se répéter. Comme l'explique Andrew Goodwin⁹, le vidéo-clip est un objet promotionnel, il vend une image, dans ce cas-ci d'un groupe qui construit son originalité sur une réflexivité visuelle et sonore. En effet, si la chanson évoque l'introspection d'un individu après une rupture amoureuse, le vidéo-clip s'inscrit dans un thriller qui nous introduit dans une soirée chez un couple qui tourne au cauchemar lorsqu'un groupe de cinq individus pénètre dans leur domicile pour les tuer. La toute fin vient nous sortir du point de vue qu'il nous a imposé par convention, celui de la femme survivante, pour nous montrer qu'elle est en fait l'auteure du meurtre de son mari et qu'elle l'avait prémédité. La sortie de ce clip-vidéo fut couverte par plusieurs médias en ligne, dont les choix de titres d'articles posent plusieurs questions : « Le clip du jour : « Withorwithout » de Parcels ou un court-métrage d'horreur captivant. »¹⁰, « À voir : « Withorwithout », le court-métrage d'horreur de Parcels avec Milla Jovovich »¹¹, « Parcels s'offre Milla Jovovich pour « Withorwithout » »¹², « Parcels Share Horror-Themed Video for « Withorwithout » Starring Milla Jovovich »¹³. Le tout premier suggère que sa vision suscite une confusion entre clip et court-métrage, là où le second se positionne sur l'idée de court-métrage, par association avec la présence de l'actrice. Le troisième laisse supposer qu'il n'est pas nécessaire de qualifier l'objet, celui-ci étant laissé à la déduction par l'évocation de Milla Jovovich. De plus, il suggère par l'idée de « s'offrir » que la notoriété du groupe lui permet maintenant de bénéficier d'une passerelle vers le septième art par le truchement d'une star de cinéma, participant d'un rayonnement par la convergence médiatique. Enfin, le dernier choisit les termes de partage, qui n'attribue pas directement la paternité au groupe, tout en impliquant implicitement des valeurs humaines d'échange avec les fans, et enfin le terme « video » entend une certaine neutralité face à l'objet. Nous pouvons constater que ces titres, censés attirer le lecteur, ont pour stratégie de considérer explicitement le clip comme un produit du groupe – il est fait mention du réalisateur seulement dans le contenu des articles. Il apparaît donc comme convenu qu'un groupe de musique puisse également être l'auteur d'un objet audiovisuel, il y est même comme spontanément associé.

9 GOODWIN, Andrew, *Dancing in the distraction factory : Music Television and Popular Culture*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1992, pp. 25-29.

10 VAUTIER, Charlotte, « Le clip du jour : "Withorwithout" de Parcels ou un court-métrage d'horreur captivant. », *Clique*, 17 octobre 2018, URL : <https://www.clique.tv/le-clip-du-jour-withorwithout-de-parcels-ou-un-court-metrage-dhorreur-captivant/> (consulté le 26 mars 2022).

11 FRAISSE, Corentin, « A voir : "Withorwithout", le court-métrage d'horreur de Parcels avec Milla Jovovich ». *Tsugi*, 17 octobre 2018, URL : <https://www.tsugi.fr/a-voir-withorwithout-court-metrage-dhorreur-de-parcels-avec-milla-jovovich/> (consulté le 26 mars 2022).

12 Michel. « Parcels s'offre Milla Jovovich pour "Withorwithout" », *Musikplease*, 17 octobre 2018, URL : <https://musikplease.com/parcels-withorwithout-milla-jovovich-100972/> (consulté le 26 mars 2022).

13 ROBERTS, Christopher, « Parcels Share Horror-Themed Video for "Withorwithout" Starring Milla Jovovich », *Under the Radar*, 17 octobre 2018, URL : https://www.undertheradarmag.com/news/parcels_share_horror-themed_video_for_withorwithout_starring_milla_jovovich (consulté le 26 mars 2022).

Pour autant, cet état des choses est le fruit de plusieurs décennies de recherche de légitimation artistique de la musique populaire. Elle s'est notamment manifestée au travers des moyens médiatiques de masse, qui étaient alors à sa portée et qui l'ont inévitablement façonnée. En effet, elle s'opposait jusqu'alors à la musique savante, qui était celle considérée dans la classification des arts de Hegel dans son *Esthétique*¹⁴ : sa valeur artistique était déjà acquise depuis plusieurs siècles, elle avait ses lieux et son propre système de représentation. Enfin, Parcells nous permet d'évoquer une stratégie ancienne mais relativement récente dans le domaine de la musique populaire : celle des apparitions médiatiques du groupe comme l'occasion de mettre en valeur des partenariats commerciaux, en l'occurrence avec la maison de couture Gucci – cette dernière cherche par ailleurs à rajeunir son image en collaborant avec de nombreux jeunes artistes musicaux, tels que Clara Luciani, Harry Styles ou Miley Cyrus, tout en affirmant son esthétique vintage. Une stratégie médiatique globale, donc, qui se déploie majoritairement sur les réseaux sociaux, dernier maillon de la chaîne, qui a pour mission de les humaniser par la proximité apparente qu'elle permet d'avoir avec la communauté de fans. En somme, ce cas de figure est révélateur en ce qu'il canalise les enjeux médiatiques qui régissent les interactions entre les industries culturelles actuellement. Il nous permet en effet de voir l'importance que revêt l'expression audiovisuelle chez les artistes musicaux afin de les positionner dans l'industrie musicale, au point même d'assurer leurs arrières pour des choix de production ambitieux et risqués. Ainsi, ces premières considérations nous permettent d'entrevoir ce qu'il reste des stratégies médiatiques de promotion des groupes musicaux, type de formation musicale anachroniquement liée au rock.

Comme nous l'avons déjà suggéré, cette synergie promotionnelle et médiatique, aujourd'hui ancrée dans nos sociétés, n'a pour autant rien d'évident. Comme tout phénomène culturel, celle-ci s'est élaborée sur la durée. Pour autant, il semble que les stratégies élaborées par le monde musical d'aujourd'hui ne sont que des formes préexistantes mais à présent devenues conventionnelles et machinales. Et l'exemple de Gucci est très probant, en ce sens qu'il réintroduit les dynamiques commerciales entre le cinéma et les industries culturelles existant depuis bien des décennies. On peut relever la promotion de la marque Lucky Strike par Gary Cooper, ou encore l'omniprésence des jeans de la marque Levi Strauss & co dans les westerns dès le milieu du XXe siècle. Mais c'est notamment à partir des années 1950 que les industries culturelles vont trouver dans la musique populaire le moyen de toucher la jeunesse. En effet, comme l'explique Julie Lobalzo Wright dans son ouvrage *Crossover Stardom : Popular Male Music Stars in American Cinema*, le succès et l'influence d'Elvis Presley auprès de la jeunesse furent planétaires du fait de ses performances télévisées. Grâce à un fort contrôle communicationnel, le manager de Presley en a également fait une star de cinéma, dans des films destinés à la jeunesse¹⁵. La réussite de cette stratégie publicitaire

14 HEGEL, Georg Wilhelm Fredrich, *Esthétique*, Paris, Le Livre de Poche.

15 LOBALZO WRIGHT, Julie, *Crossover Stardom : Popular Male Music Stars in American Cinema*, New York,

de l'image de Presley a amené de nouvelles mutations dans le monde du cinéma, qui est devenu de plus en plus lié à la musique populaire et inversement. Il est apparu que cette même musique populaire était intrinsèquement liée à la culture jeune. Et cela a continué de s'illustrer avec par exemple l'émergence du genre, aux États-Unis, *du beach party*, film avec au casting, dans la majorité de la production, l'idole de la jeunesse Frankie Avalon. Ces films, dédiés à un public adolescent, étaient notamment projetés dans les *drive-in*, cinémas en plein air où l'on pouvait venir voir un film en restant dans sa voiture - à une période où la salle de cinéma de centre-ville est en pleine crise avec le développement des *suburbs*. La Grande-Bretagne s'est à son tour emparée de cette stratégie du *cross-over*¹⁶ à la fin des années 1950 et a produit des *pop musicals*¹⁷ qui mettaient en scène plusieurs vedettes en vogue telles que Cliff Richard, Billy Fury ou encore Tommy Steele. *La British Invasion* et *le Mersey Beat*, constatés au début années 1960, sont venus bousculer les codes de ces films par le passage du héros individuel au collectif. Les médias se sont dès lors saisis de l'immense succès de ces groupes de musique populaire, à commencer par les Beatles, dont la déferlante bouleversa durablement les rapports entre média et industries culturelles. En ce qu'il était souvent fondé sur des amitiés, le groupe de musique était comme un catalyseur pour la jeunesse, autour duquel s'est alors élaboré tout un processus de starification, semblable à celui du cinéma théorisé par Richard Dyer¹⁸. Le groupe est ainsi devenu un phénomène social qui façonnait la jeunesse. Chaque individu devenait une source d'identification pour chaque jeune, dans notre cas, britannique, par l'incarnation d'un stéréotype qui participait de l'image médiatique du groupe dans sa globalité. Il était un modèle, porteur de valeurs et de tendances. Ainsi, ces premiers ponts entre les différentes industries sont les prémices des liens entre les industries de la mode, de la musique, de la télévision et du cinéma, aujourd'hui de convention, que nous avons pu observer à travers le cas contemporain de Parcels.

Problématique

Néanmoins, si le genre musical populaire du rock a éminemment contribué à faire de l'industrie musicale ce qu'elle est aujourd'hui, il est loin d'avoir une trajectoire unique et déterminée. Aussi, ce travail aura pour objectif de penser différents processus relatifs à une recherche de légitimation artistique par la mise en place de stratégies médiatiques de visualisation du rock. Il s'accomplira à travers l'étude comparative de deux groupes britanniques : The Who et Pink Floyd. Celle-ci s'effectuera de manière à la fois parallèle et perpendiculaire, ce qui permettra de partir de l'observation individuelle de leurs stratégies médiatiques pour mieux les penser dans un ensemble

Bloomsbury Academic, p. 45-47.

16 ALDGATE, Anthony, CHAPMAN, James et MARWICK, Arthur, *Windows on the Sixties : Exploring Key Texts of Media and Culture*, Londres, I.B. Tauris, 2000, p. 14.

17 p. 14-15.

18 DYER, Richard, *Stars*, Londres, BFI Publishing, 1998.

global. Notre sujet pourrait dès lors être ainsi formulé : « Pink Floyd et les Who : stratégies médiatiques et légitimation artistique au sein du rock britannique ». Notre démarche principale consistera à se demander dans quelles mesures les pratiques médiatiques des groupes de rock The Who et Pink Floyd ont participé de la dynamique générale de mise en images de la musique populaire britannique à partir 1960. Aussi, l'intitulé du sujet suppose une évidente approche historique : les mutations relatives aux industries culturelles que nous allons étudier seront à penser dans un contexte qui englobe plus largement l'entièreté de la société britannique. En effet, loin de vouloir faire une histoire exhaustive et générale des dynamiques médiatiques de la musique populaire, le sujet se circonscrit au Royaume-Uni et au rock, genre qui a le plus recherché une légitimation artistique. Cela tant et si bien que l'on a pu le considérer comme un descendant du romantisme, dans la mesure où il s'est développé en réaction au conformisme de la *pop music*, et que ses interprètes ont pu puiser leurs inspirations dans leurs expériences personnelles mais également dans l'imaginaire britannique. Nos analyses seront donc à replacer dans un contexte sociétal qui valorise une primauté des médias, comme support et/ou comme inspiration. Ainsi, nous évoquerons le fait que Pink Floyd s'est vite détourné de la télévision, afin de développer une identité visuelle forte par le biais de collaborations pérennes. Tandis que les Who semblent s'inscrire dès leurs débuts dans une culture de l'immédiateté, laissant supposer que leur identité médiatique puisse plus difficilement traverser le temps. Nous envisagerons à cet effet leurs origines sociales dans les trajectoires artistiques de chacun des groupes, à la lumière d'ouvrages tel que *Art Into Pop* de Simon Frith et Howard Horne¹⁹. Ces hypothèses nous conduiront à conceptualiser le rock et la pop.

Quant à la question de la légitimité artistique, elle apparaît dès lors que l'on s'intéresse à l'idéologie du rock. Il s'agira donc de saisir les différences et les similitudes dans les stratégies de chacun et de se demander si les objets produits relèvent de l'art. Et plus largement, il sera question de comprendre les mutations dans la définition de l'art à l'heure des *mass media*. En effet, le rock se développe en parallèle du Pop Art et d'un contexte de démocratisation des médias de masse et de leur interdépendance. Au sein de ce village global²⁰ - terme utilisé par McLuhan pour décrire le phénomène de mondialisation par les moyens de communication de masse, l'art voit ses structures traditionnelles déstabilisées et remises en question par ces médias et les formes inédites qui en émergent. Ainsi, appliquée aux deux groupes dont il sera question, la quête de légitimité artistique servira l'analyse de processus intermédiatiques, multimédiatiques et transmédiatiques. Aussi, si les deux premières notions sont contemporaines aux périodes étudiées, la dernière est une notion récente, mais dont l'utilisation didactique permettra de mettre en exergue l'impact, dans le temps et l'espace, des processus analysés.

19 FRITH, Simon, HORNE, Howard, *Art Into Pop*, Londres, Routledge, 2016.

20 McLuhan, Marshall, *Understanding Media: The extensions of Man*, 1965, Cambridge, The MIT Press, 1994.

En effet, l'émulation médiatique est telle que dès le début des années 1960 elle questionne les chercheurs, avec la parution du premier ouvrage relatif aux *media studies*, *La Galaxie Gutenberg* de Marshall McLuhan²¹. Ce domaine de recherche émerge en parallèle d'une nécessité éprouvée, à partir de cette décennie, de consigner les chanteurs et groupes de musique populaire à un processus médiatique de starification, dans une optique de rayonnement économique et culturel. De fait, l'usage des *media studies* sera nécessaire pour mieux penser les trajectoires médiatiques des groupes, dont les stratégies relèveront souvent de l'*intermedia*, notion introduite par Dick Higgins en 1966²². Celui-ci suggère le besoin de s'émanciper de la catégorisation des arts en fonction de leur médium. Les années soixante sont un tournant dans l'histoire des médias, en ce qu'elles voient se pérenniser à l'échelle du monde les médias de l'immédiateté. Il décrit donc la nécessité d'utiliser l'art et sa fonction de moyen de communication afin de pouvoir traiter pleinement du monde. Cela semble s'amplifier avec l'adaptation d'albums vers le cinéma, en ce sens qu'un tel dispositif nécessite une recherche et une réflexion, puisque l'objectif est de parvenir à la traduction sémiotique et sensorielle d'un univers musical vers la télévision et le cinéma – à une période où tout était à construire. Mais à la suite de quoi l'objet album gagnerait une dimension audiovisuelle qui étendrait son champ d'atteinte de la sensibilité humaine. En effet, la narration musicale – du chant et de la musique, se serait doublée pour devenir filmique. Pourtant, ces stratégies médiatiques combinées à la quête de légitimité artistique pourraient être ce qui cristallise les tensions au sein du groupe et leur rapport à l'industrie musicale.

Corpus

En ce qu'il participe d'une histoire problématisée des rapports entre rock et image mouvante, le corpus relatif aux années 1960 est composé d'une performance télévisée : « I Can See For Miles », des Who, de deux *promotional films* : « Happy Jack » des Who et « Arnold Layne » des Pink Floyd. La première moitié des années 1970 regroupe des *concert screen films*²³ de ces derniers, ainsi que du long-métrage *Tommy*, de Ken Russell. La dernière partie de notre chronologie se consacrera à *Quadrophenia* de Franc Roddam et *The Wall* d'Alan Parker. Les années 1960 sont les premiers temps de cette dynamique médiatique, engendrée par les Beatles. À cet effet, on voit se développer des émissions télévisées dédiées aux prestations musicales rock et pop telles que *Ready Steady Go* ou *Top of the Pops*, en Grande-Bretagne. Ce phénomène amène deux types de prestations : le *live* et le *promotional film* – ce dernier était diffusé dans différents pays sans que les groupes ne soient présents. Ces deux formes audiovisuelles sont propres à la télévision, il apparaît donc cohérent de comprendre, dans le corpus qui traite de la décennie 60, un ensemble de

21 McLUHAN, Marshall, *La Galaxie Gutenberg*, Paris, Gallimard, 1977.

22 HIGGINS, Dick, « Intermedia », *Something Else Newsletter*, n°1, février 1966.

23 Il s'agit de projections de court-métrages illustrant les chansons durant les concerts.

performances *live* et de *promotional films*. Ils nous permettront de percevoir des différences dans les interactions des groupes avec le médium télévisuel.

En ce qui concerne les Who, nous analyserons la prestation en direct de « *I can see for miles* » le 13 octobre 1967 pour *Twice a Fortnight*, où l'on remarquera les tentatives du médium de devenir musique en se calquant sur son rythme. Cela conduira à envisager les prémices d'une quête de légitimité artistique liée à un désir grandissant du groupe d'exprimer sa créativité de manière audiovisuelle. Mais également de penser les rapports entre le rock et la télévision. À l'inverse, le développement du *promotional film* servira à montrer comment la musique vient s'imbriquer dans la narration et la technique cinématographique, sans pour autant se synthétiser à elles. Il s'agira dès lors d'analyser en parallèle les films promotionnels de « *Happy Jack* » des Who, réalisé par Michael Lindsay-Hogg en 1966 et « *Arnold Layne* », réalisé par Derek Nice, au début de l'année 1967. En effet, le *promotional film* de « *Happy Jack* » explore le concept postmoderne de pastiche, tandis que celui de « *Arnold Layne* » joue au contraire avec la technique.

Durant les années 1970, on remarquera à travers leur grande production multimédia et audiovisuelle des caractéristiques propres à chacun des groupes, qui semblent diriger leurs stratégies médiatiques. La forte concentration des films pour lesquels Pink Floyd a participé pour la bande-originale – une collaboration par an de 1967 à 1972, sera importante à observer sans pour autant prendre place dans le corpus. Cela parce qu'il s'agit d'une production éclectique, qui va du film de fiction au documentaire, et qu'elle n'implique que partiellement le groupe. Il sera cependant nécessaire d'évoquer que les bandes-originales de *More* et *La Vallée* de Schroeder ont toutes deux fait l'objet d'albums. En effet, cette typologie de collaboration amènera des réflexions sur une sorte de dispositif intermédiatique, les albums se retrouvant médiatiquement associés aux films et vice-versa. Le *Live at Pompeii* d'Adrian Maben sera lui aussi abordé, dans la mesure où il a contribué à l'identité visuelle de Pink Floyd, mais sans pour autant faire partie du corpus, puisque le projet et ses intentions n'émanent pas du groupe. Ces dernières seront plutôt considérées par le prisme des courts films réalisés pour illustrer les chansons des tournées de 1974 et 1975, autour desquels s'est façonnée une scénographie toujours plus spectaculaire et massive. Nous évoquerons entre autres le *concert screen film* de « *Brain Damage* », réalisé par Caroline Wright, afin de l'inscrire dans les pratiques de cinéma expérimental de la période telles que le *found footage*. Le clip de « *Money* » sera intéressant à analyser plus spécifiquement en ce qu'il marie une technique de montage parallèle, en rythme avec la chanson, tout en proposant un discours réflexif sur les industries culturelles. Cet ensemble d'objets nous conduira à considérer la recherche de légitimation artistique du rock par une esthétique visuelle expérimentale. Nous nous consacrerons particulièrement à la chanson « *One of these day's* » qui a été au cœur d'un processus transmédiatique en ce qu'elle inspira *French Windows*, court-métrage d'animation réalisé par Ian Emes en 1972, et dont une partie

fut intégrée et remodelée par le cinéaste afin de devenir le *concert screen film* de la chanson « Time ». Nous nous intéresserons également aux processus transmédiatiques relatifs à la chanson « Careful with that axe Eugene ». L'usage du concept contemporain de transmédiation aura pour dialectique de servir la réflexion sur l'évolution de l'usage des médias par la musique rock sur trois décennies. Pour ce qui est des Who, nous tâcherons de voir en quoi il est significatif qu'ils aient choisi de se diriger vers le cinéma de fiction, avec l'adaptation de leur *rock opera*, *Tommy*, en 1975. Ce long-métrage servira une réflexion sur la propriété créative dans la collaboration entre le groupe et le réalisateur, ici Ken Russell. Plusieurs éléments serviront une lecture du film comme représentation du rock, de la présence du chanteur Roger Daltrey dans le rôle principal et du groupe, reconstitué à plusieurs reprises à l'écran sous sa forme scénique et dans les étapes constitutives de leur show la présence du groupe dans le film.

Nos deux derniers films *Quadrophenia* et *The Wall*, nous permettront de constater la démocratisation au cinéma de l'usage de la musique pop et rock comme musique d'ambiance ou non-diégétique, ainsi que l'émergence de l'industrie du clip-vidéo. Cette nouvelle manière d'utiliser la musique populaire s'inscrit dans un contexte de post-modernité cinématographique, dont l'objectif premier est la reconquête du spectateur délaissé par la modernité²⁴. À cet effet, le cinéma déploie différentes stratégies d'immersion dans lesquelles s'inscrit le deuxième film des Who en 1979, qui adapte l'album *Quadrophenia* de 1973. Ce film, comme première production de la société The Who Films, matérialise le désir d'indépendance artistique et médiatique du groupe. L'album-concept *The Wall* de Pink Floyd sort cette même année 1979, mais fut d'abord pensé comme un spectacle *live*, joué selon une scénographie unique pour la tournée de 1980 à 1981. Cette mise en scène inédite pose les fondations de ce que va être l'adaptation de l'album par Alan Parker en 1982. Avec *The Wall*, Pink Floyd peut avoir fait le choix de la fiction cinématographique pour véritablement rendre intermédiatique sa démarche critique et auto-réflexive, voire pour atteindre un hypothétique art-total par le rock. Ce sera l'occasion de faire dialoguer les personnages principaux de chaque film étudié afin d'y lire une désincarnation progressive de la rock star. Afin de nuancer ces postulats, l'argument économique, en particulier durant la décennie 1980, ne sera pas à négliger si l'on envisage des limites à la recherche de légitimation artistique du rock à l'orée de la décennie 1980.

Après avoir défendu les objets qui seront mis en avant dans ce travail, l'on peut donc dire que le corpus se composera d'environ neuf objets audiovisuels. Cinq sont relatifs aux Pink Floyd : le long métrage *The Wall*, le court métrage *French Windows*, le film promotionnel d'« Arnold Layne » et un ensemble de *concert screen films* parmi lesquels « Time », « Money », et « Brain Damage ». Les quatre derniers concernent les Who et rassemblent deux vidéos promotionnelles pour « I can see for miles » et « Happy Jack » et deux long métrages, *Tommy* et *Quadrophenia*.

24 JULLIER, Laurent, *L'Écran post-moderne : Un cinéma de l'allusion et du feu d'artifice*, Paris, L'Harmattan, 1997.

Méthodologie

L'usage central de la notion de légitimité artistique est le point de départ d'une réflexion sur l'évolution de l'usage des médias par la musique rock sur trois décennies. L'enjeu sera de penser le rock au sein d'une histoire des industries culturelles par le truchement de ses stratégies médiatiques. Celles-ci, hypothétiquement, montreront qu'elles se déclinent de diverses manières, mais toujours dans une démarche de conquête culturelle et économique. Ainsi, du fait de sa perspective interdisciplinaire, notre travail se situe dans l'approche des *cultural studies* telles qu'elles ont été élaborées à Birmingham par Richard Hoggart. En effet, nous tâcherons de déconstruire les relations entre musique populaire et audiovisuel, afin d'envisager plus globalement les rapports entre culture et pouvoir. En ce qu'il s'agit d'une étude des industries musicale, télévisuelle et cinématographique, et des stratégies médiatiques qui se sont développées à des fins économiques, nous devons envisager la pensée de Theodor D. Adorno²⁵ et de Guy Debord ainsi que la notion marxiste de fétichisme de la marchandise²⁶. Néanmoins, Walter Benjamin sera un auteur essentiel afin de nuancer la virulence de ces derniers et d'envisager la place de l'art dans la société moderne. Aussi, notre sujet est tout à fait situé, spatialement, par la polarisation sur l'Angleterre, et temporellement, en abordant une période qui s'étend des années 1960 à 1980. Mais si les bornes chronologiques peuvent laisser croire à une pensée de l'Histoire à destinée déterminée, il est néanmoins nécessaire de l'envisager au sein de l'étude comparative. Elle s'impose d'autant plus au vu du corpus rassemblé, mais également dans la mesure où Pink Floyd et les Who sont des groupes de musique existant encore aujourd'hui.

Effectivement, notre étude s'intéressera aux différentes stratégies relatives à la légitimité artistique observées entre les industries musicales et audiovisuelles à partir des années 1960. Dès lors, les frontières structurelles entre les médias s'estompent peu à peu, en faisant un préambule à la convergence des médias, telle que l'envisagera Henry Jenkins quelques décennies plus tard²⁷. Cela a notamment pu être accéléré par l'immense déferlante de la *Beatlemania* et de la *British Invasion* - et plus généralement des musiques populaires pop et rock. Dès lors, les groupes musicaux de cette époque ont tous très vite connu le succès grâce à une véritable émulation culturelle, notamment à Londres, durant les années 1960. Cela du fait que les industries culturelles voulaient alors s'emparer de la *British Invasion*, la sensation mondiale du moment : les musiciens ont donc rapidement fait l'objet d'un processus de starification similaire à celui de la star de cinéma, et le phénomène de fan a

25 ADORNO, Theodor, *Le Caractère fétiche dans la musique*, Paris, Allia, 2001.

26 MARX, Karl, *op. cit.*

27 JENKINS, Henry, *Convergence Culture : When Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006.

pris manifestement de l'ampleur. En effet, ces types de productions audiovisuelles s'inscrivent dans un contexte de *cross-over* audiovisuel entre les médias à des fins promotionnelles. En ce sens, *Dancing in the distraction factory* d'Andrew Goodwin sera un ouvrage important dans la manière dont il analyse les structures narratives et métanarratives du clip-vidéo. Le lien entre musique populaire, mais plus spécialement entre le genre musical du rock et la jeunesse, suppose que certains groupes, tels que les Who, aient bâti leur identité sur l'appartenance à des sous-cultures. À cet effet, l'image des Who fut très vite associée à la fois à la télévision et à la sous-culture *mod*.

Pour autant, le fait que cette starification émane de l'industrie musicale implique de nouveaux paradigmes qui lui sont propres. Elle s'est développée dans l'objectif de reproduire la fructueuse *Beatlemania*, il fallait alors individualiser les musiciens au travers de leur image médiatique et en faire des phénomènes sociaux²⁸. Et le succès des Beatles a incontestablement montré le pouvoir des médias audiovisuels dans la transformation du groupe de musique en un produit transnational et transculturel. À titre d'exemple, la télévision a pu contribuer au succès international des groupes de musique populaire, dans la mesure où la primauté du divertissement l'a conduite à s'approprier les techniques du son au cinéma, à savoir le *lip-sync*. L'étude de *promotional films* et de performances télévisées montreront la diversité des oscillations entre les conventions télévisuelles et les conventions cinématographiques, ces produits hybrides esquissant un récit filmique qui s'interrompt par à-coups, indépendamment du récit musical. L'étude des films conduira à l'analyse de leur production, de leur narration et leur esthétique. Cela nous amènera notamment à les penser comme des textes, à la lumière des notions issues de la transtextualité, définies par Gérard Genette en 1982 dans *Palimpsestes : La Littérature au second degré*²⁹, telles que l'intertextualité³⁰, l'hypertextualité³¹ et la métatextualité³². En ce sens les films soulèvent des questions de l'ordre du transmedia storytelling, concept qu'Henry Jenkins définit ainsi : « [...] processus dans lequel les éléments d'une fiction sont dispersés sur diverses plateformes médiatiques dans le but de créer une expérience de divertissement coordonnée et unifiée »³³. Cette définition s'inscrit pour autant dans un contexte d'émergence d'Internet. Mais l'on constatera que la dimension de *transmedia storytelling* peut, certes avec des limites, s'appliquer à notre corpus, en ce que nos objets en sont les prémices car encore loin d'être médiatiquement simultanés. Il semblerait que le genre qui en émerge, le *rock opera*, réinvestit les codes de la comédie musicale ainsi que du *film revue* pour exposer, dans une

28 DYER, Richard, *op. cit.*

29 GENETTE, Gérard, *Palimpsestes : La littérature au second degré*, Paris, Seuil.

30 Notion développée par Julia Kristeva dans années 1960, désigne les relations qu'entretient un texte donné avec d'autres textes, par le biais de références, de citations, d'allusions, de reprises ou d'hommage. Michel Riffaterre ajoute à cette définition la perception du lecteur dans la création de ces rapports.

31 « toute relation unissant un texte B (hypertexte) à un texte antérieur A (hypotexte) sur lequel il se greffe d'une manière qui n'est pas celle du commentaire. » *ibid.*

32 *cf.* « la relation, dite "de commentaire", qui unit un texte à un autre texte dont il parle, sans nécessairement le citer. » *ibid.*

33 JENKINS, Henry, « Transmedia Storytelling 101 » [En ligne], 21 mars 2007,

URL : http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html (consulté le 14 janvier 2022)

synthèse audiovisuelle, ce qui fait l'identité culturelle du rock. Nous convoquerons à cet effet les notions de *cinematic historiography*³⁴ britannique, de contre-culture et d'esthétique *kitsch* et baroque. Et ce sera à travers l'analyse de ces processus de traduction que nous tâcherons de définir les dynamiques modernes et postmodernes qui définissent le rock. L'unicité des dispositifs narratifs, entre récit-mental et récit-spectacle, suscitera des questionnements relatifs à l'équilibre entre récit musical et récit filmique, dans un contexte d'émergence de l'industrie du vidéo-clip. Enfin, la présence médiatisée du groupe nous amènera à penser la place du rock dans le cinéma postmoderne à travers les notions de *recognize and enjoy* - du cinéma vers la musique et l'image du groupe, mais aussi de nostalgie, qui sera dès lors au cœur des rapports entre rock et industries musicale et cinématographique. Les *media studies* se sont développées par curiosité scientifique pour cet emballement médiatique. Elles sont à comprendre selon la dialectique entre extension des sens humains, théorisée par McLuhan³⁵ et leur amputation, selon la pensée postérieure de Kittler. En effet, le cinéma, la radio et la télévision démultiplient les capacités sensorielles de l'Homme, en lui permettant de voir et entendre un objet issu du passé ou qui s'élabore simultanément dans un espace différent. Mais ils peuvent également relever de l'amoindrissement, dans la mesure où l'humain peut inconsciemment s'aliéner à ces médias, en leur déléguant une partie de ses facultés sensorielles. Cela s'applique à notre sujet dans sa dimension relative au *star studies* : l'image du groupe, façonnée par la télévision, peut le conditionner à rester fidèle à cette image construite – en chantant systématiquement en *lip-sync* par exemple. Ou encore, un admirateur du groupe de musique peut se contenter de l'image télévisée de celui-ci, se refusant à le voir réellement, ou bien être déçu, voire désenchanté, une fois confronté à son image non-médiatisée.

Nous aborderons ce travail par le prisme de la périodisation établie par Arthur Marwick dans son ouvrage *The Sixties : Cultural Revolution in Britain, France, Italy and the United States*³⁶, à savoir « The High Sixties », de 1964 à 1968 et « Everything goes, catching up » de 1969 à 1974. Londres devient l'épicentre de la culture occidentale, à travers des phénomènes tels que la *British Invasion* et le *Swinging London*. Ces deux impulsions ont durablement façonné l'*entertainment* et les industries culturelles. Mais également selon les caractéristiques culturelles que Marwick lui attribue dans son introduction à *Windows on the Sixties : Exploring Key Texts of Media and Culture*³⁷, telles que le *cross-over*, le conceptalisme, la participation ou encore l'usage de la technologie. Notre première partie se consacrera donc à la télévision et sera traversée par la

34 TAYLOR, Philip, *Britain and the Cinema in the Second World War*; Londres, Palgrave Macmillan, 1988.

35 McLUHAN, Marshall, *op. cit.*, 1994.

36 MARWICK, Arthur, *The sixties cultural revolution in Britain, France, Italy, and the United States, c.1958-c.1974*, Londres, Bloomsbury Reader, 2012.

37 ALDGATE, Anthony, CHAPMAN, James et MARWICK, Arthur, *op. cit.*, p. 13-14.

classification des médias par McLuhan entre médium chaud et froid³⁸. Celle-ci permettra d'aborder les dispositifs de synesthésie médiatique entre image et musique, qui furent le terreau de l'explosion de la forme du vidéo-clip à partir des années 1980. En effet, la télévision appartenant à la catégorie des médias froids³⁹, nous verrons ce qui relève de refroidissement ou sa réversibilité et en quoi cela est signifiant en termes de représentations médiatiques du rock. Nous analyserons ainsi deux manières de filmer les groupes de musique populaire développées par la télévision : la performance *live* enregistrée – en *lip-sync* ou non, et le *promotional film*. Nous serons ainsi amenés à analyser les quêtes identitaires des Who et Pink Floyd et leur relation aux industries culturelles. Nous constaterons que les choix médiatiques des groupes s'inscrivent dans une dynamique de rapports de force entre indépendance artistique et conformisme relatif à l'industrie musicale. Cette première approche historique sera couplée à celle envisagée par Kevin Donnelly dans son ouvrage *Pop Music in British Cinema*⁴⁰, dont le découpage en décennies est justifié par l'évolution des pratiques de mise en image des musiques populaires.

Dans un second temps nous nous consacrerons à une majeure partie des années 1970, marquée par une recherche de crédibilité artistique pour se détacher de leur affiliation à la musique populaire. Nous pourrions voir que cela a pu se faire par étapes, ce que l'on constatera à travers l'objet du *concept album*, qui sera à interroger dans un contexte de développement de ce qui à l'époque fut très vite appelé le rock progressif. Nous nous éloignerons ensuite du contexte culturel londonien pour constater pléthore de pratiques médiatiques, souvent transnationales. Cela s'exprimera notamment dans le tournant pris par les Pink Floyd, qui déploient grandement la spectacularité de leurs performances *live* par le biais de diverses explorations multimédias. Les Who nous amèneront à questionner les processus d'adaptations d'un univers musical vers des produits filmés, avec l'apparition du genre cinématographique du *rock opera*. Il s'agira de constater qu'il réinvestit les codes de la comédie musicale pour faire une synthèse audiovisuelle de ce qui fait l'identité culturelle du rock. Afin de mieux comprendre leur position dans l'industrie musicale et la manière dont ils se représentent au sein de celle-ci, seront convoquées les notions de distanciation brechtienne, de kitsch et d'allégorie telle que l'a pensée de Walter Benjamin.

Le corpus, tout comme le sujet, s'arrêtent au tout début de la décennie 80, en 1982, avec le film *The Wall*. L'étude de ce dernier, couplée à celle de *Quadrophenia*, nous permettra de saisir les enjeux qui furent au cœur des années 1980, à savoir la postmodernité et l'émergence de l'industrie du vidéo-clip. Cela se manifestera dans les objets étudiés par une certaine tendance à l'auto-réflexivité, souvent teintée de désillusion et de nostalgie. Ils se rapprocheront ainsi de la postmodernité telle que l'a définie Fredric Jameson. Ces derniers objets seront les témoignages d'un

38 McLUHAN, Marshall, *op. cit.*, p. 86-96.

39 *Ibid*, p. 284-298.

40 DONNELLY, Kevin, *Pop Music in British Cinema : A Chronicle*, Londres, BFI Publishing, 2002.

regard lucide sur l'état du rock face à l'industrie musicale en mutation et aux industries culturelles en général.

I. « *Let there be more light* » : cristallisation d'une idéologie en construction

A/ La télévision comme tremplin vers l'*intermedia* ?

1. Performance télévisée et idéologie rock

Les années 1960 furent définitivement celles de la dissolution des frontières artistiques et des médias⁴¹, dont la convergence fut accélérée par le conglomérat des industries culturelles. Dans un contexte d'augmentation du temps libre et du goût pour le populaire, cette décennie est alors marquée par la collaboration des deux médias dominants de la culture populaire d'après-guerre, à savoir la télévision et le rock⁴². Ainsi, l'hégémonie de la musique populaire, pop et rock, a largement contribué à ces mutations, d'autant plus que sa mise en visuel a permis certaines évolutions techniques. En effet, le rock n'est pas juste un genre musical, il implique systématiquement des images, de la pochette de disque jusqu'aux *soundies* ou encore les films avec des chanteurs-vedettes. Il s'écoute comme il se voit. Il est aussi irrémédiablement lié à la culture jeune et a dû s'adapter à celle-ci pour survivre. En cela, il apparaît inévitable qu'il se saisisse du médium télévisuel, devenant populaire en ce qu'il investit alors le domestique. Grâce à la télévision, le rock peut toucher un public plus global, car elle donne alors l'accès à l'image de l'artiste – à l'instar de la star de cinéma sur l'écran et à une performance *live* chez eux. C'est aussi l'occasion de développer davantage les styles et ses manières d'être au monde. Les *sixties* sont les années où s'est véritablement constituée l'idéologie rock mais aussi la télévision, médium où l'on observe le plus d'expérimentations afin de lier musique et visuel. Cela est notamment marqué en Angleterre par la mise en place des premières émissions télévisées dédiées à la musique, telles que *Ready, Steady, Go!*, diffusée de 1963 à 1966 sur ITV, ou encore l'émission de la BBC *Top of the Pops*, dont la diffusion s'est étendue de 1964 à 2006. Ces dernières sont rapidement devenues des vitrines pour les *charts*, en mettant en valeur les artistes populaires dans les classements. L'année 1964 est par ailleurs marquée par la participation en février, à trois reprises, des Beatles à l'émission de variété américaine *The Ed Sullivan Show*. L'audience de leur première apparition a atteint des records, lançant définitivement la *British Invasion*. L'émission musicale devient dès lors emblématique et symptomatique de cette synesthésie médiatique du rock.

Il est toutefois nécessaire d'envisager les contradictions qui auraient pu rendre vaine toute tentative de rendre télévisuel le rock. En effet, celui-ci s'est formé sur un idéal d'authenticité issu des musiques noires et folkloriques états-uniennes. En ce sens, il implique une visualité et une immédiateté anthropologiquement nécessaires ; cette authenticité est à la fois performance et spectacle. Néanmoins, la possibilité d'enregistrer, de diffuser et de stocker cette musique⁴³ a créé

41 MARWICK, Arthur, *op. cit.*, p. 316-318.

42 FRITH, Simon, GOODWIN, Andrew (dir.), GROSSBERG, Lawrence, « The media economy of rock culture : cinema, post-modernity and authenticity », *Sound & Vision*, Londres, Routledge, 1993, p. 159-178.

43 KITTLER, Friedrich, *op cit.*

une dialectique entre authenticité et artificialité. Cette même dialectique a conduit le rock à toujours se revendiquer d'une authenticité contredite par sa sympathie pour les médias du divertissement, mais qui dans un même temps a permis de consolider son idéologie durablement. En effet, son industrie a pu jouer avec cette dimension artificielle en lui donnant le mauvais rôle, c'est-à-dire celui du responsable du mode de vie « *sex, drugs and rock'n'roll* » et ses dérives, ou au contraire en l'affirmant comme identité créative. En cela la télévision crée l'illusion, elle assemble l'authenticité de la performance *live* à l'artificialité de sa captation, en son direct ou en *play back* et de sa diffusion, en direct ou en différé. Cette ambiguïté idéologique est accentuée par la basse qualité de l'image télévisée⁴⁴, qui exagère l'artificialité de la performance filmée. La télévision est ainsi devenue le laboratoire des images musico-visuelles⁴⁵ en ce qu'elle a toujours essayé de rétablir l'équilibre en cherchant à retranscrire l'énergie rock par la synesthésie. On peut donc estimer que c'est par sa relation étroite avec la télévision que le rock a eu un rôle essentiel voire déterminant dans la mise en image de la musique populaire.

Mais déjà deux décennies auparavant on a vu émerger les « *soundies* », formes audiovisuelles brèves développées par les jukeboxes Panoram et qui associent le principe de phonographe public actionné par l'insertion d'une pièce à celui de la projection sur écran. Ces petits films en noir et blanc, projetés simultanément avec la chanson sélectionnée, demeuraient toutefois une forme musico-visuelle marginale. Le début des années 1960 marque la commercialisation des Cinebox, en Italie et des Color-Sonic. Leur rival français, Scopitone, a quant à lui connu un certain succès en France, bien qu'éphémère. L'échec de cette résurgence est probablement lié à la



Fig. 1 : hybridité du chronophone, exemple de « *Take me back, Baby* » de Count Basie Orchestra

forte concurrence de la télévision. S'il s'agissait d'un moyen de diffusion de ces *promotional films*, la télévision en tant que *mass media*, offrait la possibilité d'atteindre une bien plus large audience. Par exemple, il a été décidé que les producteurs des Beatles ne performeraient que pour la télévision. En ce sens, la télévision a joué un rôle décisif pour la musique populaire britannique et pour l'avenir du clip-vidéo en instaurant et popularisant les pratiques de mise en image du rock⁴⁶.

2. Le *promotional film* : une forme proto-clipesque

44 McLuhan, Marshall, *op. cit.*, p. 337-368.

45 KAISER, Marc (dir.), GAUDIN, Antoine, « Le clip comme forme d'expression musico-visuelle : pour une esthétique de la relation musique-images », *Volume !*, n°14, avril 2018, « Watching Music : cultures du clip musical », p 97-110.

46 FRITH, Simon. "Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television". *Popular Music*, octobre 2002. p. 277-290.



Fig. 2 : *A Hard Day's Night*, Richard Lester (1964)

Ainsi, les médias optiques⁴⁷ se sont mis au service du rock dès la fin des années 1950 pour vraiment connaître un essor dans les années 1960. On a donc vu se développer à la télévision des formes brèves que l'on peut diviser en trois principaux types : performanciel, narratif et conceptuel. Les deux premiers dominent la production télévisuelle musicale des années 1960⁴⁸, on les traitera sous les termes de performance filmée et de *promotional film*. La première forme a contribué à renforcer la spectacularisation des pratiques socio-culturelles telles que la danse ou la performance scénique. En effet, les premières prestations *live* dans les émissions musicales cherchent à inclure le spectateur au sein d'une foule dansante. Parfois, le présentateur se trouvant parmi les danseurs interpelle une caméra, zénithale et dès lors, elle s'intègre au public et se mêle à lui pour offrir une vision souvent frontale de l'artiste. Cette mise en scène laisse croire à l'arrivée du dispositif filmique au sein d'un spectacle en cours, pris à la volée et dont la captation n'était pas prévue.



Fig. 3 : *Promotional film* de « Jugband Blues » de Pink Floyd (1967)

Néanmoins, c'est avant tout dans le cinéma que la performance filmée trouve le fondement de ses conventions. Cette forme, associant musique et image, s'est manifestée dès les débuts du cinéma à travers les phonoscènes, qui consistaient à filmer un artiste interprétant une chanson et qui, lors de la projection, se voyait sonoriser par la superposition du son du disque au film muet. Ce procédé de synchronisation, appelé chronophone, fut développé par Georges Demenÿ pour la société de production Gaumont dès le début du XXe siècle. Ceux-ci sont construits comme de véritables numéros de comédies musicales, mêlant parfois même des segments narratifs qui viennent remplacer la performance filmée, comme « Take me back baby » du Count Basie Orchestra (fig. 1). Chose que l'on va retrouver dans le genre du *pop musical*, et plus particulièrement dans son sous-genre du *film revue*. Par exemple, un film

47 KITTLER, Friedrich, *Médias optiques. Cours berlinois 1999, 2002*, Paris, L'Harmattan, 2015.

48 GAUDIN, Antoine, « Le clip comme forme d'expression musico-visuelle : pour une esthétique de la relation musique-images », *Volume ! 14* : 2, 2018.



Fig. 4 : *Dead End Street* (1966),
à la fois vedettes et personnages



Fig. 5 : *Dead End Street* (1966),
échos à l'héritage documentaire
britannique

comme *It's Trad, Dad*, réalisé en 1962 par Richard Lester, constitue en une suite de numéros majoritairement de jazz, tous reliés grâce au point de vue du personnage incarné par la chanteuse Helen Shapiro. Chacun d'eux est filmé de manière unique – comme une session d'enregistrement, comme un numéro de music-hall ou comme des performances télévisées. Mais c'est surtout avec *A Hard Day's Night* que Lester pose les jalons de la performance télévisée et *a fortiori* du vidéo-clip. En effet réalisé en 1964, ce film met en scène le groupe de rock The Beatles et reprend les codes du *backstage musical* tout en s'inscrivant dans la structure narrative d'un « *a day in a life* » à la fois réaliste et fantaisiste⁴⁹. Ce sont particulièrement les numéros musicaux télévisés qui vont servir d'exemple pour des émissions musicales telles que *Top of the Pop*, fondée cette même année. Le film montre l'envers du décor, du plateau jusqu'à la régie technique :

il est en cela particulièrement didactique. Les séquences de



Fig. 6 : *Dead End Street* (1966), adresses des interprètes à l'intérieur de la narration

performance sont construites sur une alternance de plans fixes, allant du gros plan sur les chanteurs, de face ou de trois-quarts, sur les instruments jusqu'aux plans d'ensemble sur le groupe (fig. 2). En terme sonore, le cinéma est le médium où se sont développées les techniques d'enregistrement du son et de sa synchronisation sur des images en mouvement. La performance télévisée va osciller entre performance en son direct et *lip-sync* ; elle tâtonne et expérimente comme lors des premiers temps du cinéma. Le son direct implique les artistes et garantit la véracité de la prestation pour le spectateur, mais implique des contraintes et des risques techniques. Le *lip-sync* est plus rassurant, mais inscrit davantage la performance dans une forme hybride de pantomime qui peut renforcer le décalage entre la version enregistrée en studio



Fig. 7 : burlesque et humour noir

⁴⁹ ALDGATE, Anthony, CHAPMAN, James et MARWICK, Arthur (dir.), AGAJANIAN, Rowana, « 'Nothing Like Any Previous Musical, British or American' : The Beatles' Film, *A Hard Day's Night* », *op. cit.*, Londres, I.B. Tauris, 2000, p. 91-113.

d'une chanson et celle performée lors d'un véritable concert. Cette forme performative peut, déjà dans ses premiers temps, prendre la forme de film promotionnel, comme c'est le cas pour celle filmée en 1967 pour « Jugband Blues » de Pink Floyd (fig. 3). Sous cette forme – sans contre-champ montrant le public, la prestation est différée pour être diffusée dans des émissions internationales.

Elle relève alors de la seconde forme du *promotional film*, créée afin de permettre aux groupes de musique d'être présents à la télévision sans y être en personne. Aussi, leur développement à la télévision fut également l'occasion de s'inscrire dans une filiation avec les *soundies* par l'élaboration de narrations, en lien direct avec la chanson ou non. Le terme de narration est à concevoir ici selon le modèle aristotélicien, qui comprend un univers fictionnel dans lequel évoluent des personnages bien identifiés, mais également un début, une succession de péripéties et une fin. Ces objets audiovisuels, destinés à la télévision, ont immédiatement su mettre en œuvre les trois conditions, théorisées par Richard Dyer, à la constitution d'une star, à savoir en faire un phénomène social, une image médiatique et un signe filmique⁵⁰. En effet, elle participe du rayonnement médiatique de la *rock star*, qui existe en tant que phénomène social à travers les concerts et comme images médiatiques dans la presse par exemple et enfin comme signe filmique dès lors qu'il interagit avec la caméra : il est à la fois la *rock star* et tout ce qu'elle incarne et l'image de celle-ci. En ce sens, la télévision a joué un rôle décisif pour la musique populaire britannique et pour l'avenir du vidéo-clip en instaurant et popularisant les pratiques de mise en image du rock⁵¹. On accorde la primauté de ce type de proto-clip télévisé à celui de « Dead End Street » des Kinks (1966)⁵², qui met en scène les membres du groupe en croque-morts qui rendent visite aux habitants de Dead End Street (fig. 4). Les séquences filmées sont entrecoupées par des photographies de la population urbaine londonienne (fig. 5). Par ce dispositif, les Kinks incarnent à la fois des personnages fictifs, tout en reprenant leur rôle de star en interpellant la caméra⁵³ grâce à des gros plans associés aux cris de la chanson en *playback* (fig. 6). Leur persona médiatique transcende quant à elle les deux rôles. Le ton burlesque et la thématique de la misère tendent à s'inscrire dans un héritage dickensien tout en instaurant une atmosphère semblable à celles des *gothic novel*. Dans cet exemple, on observe une certaine correspondance entre les paroles de la chanson – une tendance qui se révélera plutôt occasionnelle. Elles évoquent les pensées désespérées des habitants de la rue et la vidéo promotionnelle décrit des croque-morts qui se repaissent des décès dans la rue mais qui se font avoir par une femme qui fait croire que son mari, endormi, est mort (fig. 7). Enfin, l'intégration de photographies préexistantes et le tournage dans la Little Green Street, dans le

50 DYER, Richard, *op. cit.*

51 FRITH, Simon. « Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television ». *Popular Music*, octobre 2002. p. 277-290.

52 New Timer (22 juillet 2007), *The Kinks – Dead End Street* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=i0WPC-N3UYE>.

53 GOODWIN, Andrew. *op. cit.*, p. 74-78.

quartier londonien de Kentish Town, rappelle la dimension documentaire et sociale de la culture artistique britannique. Il reste que la dimension narrative de ces vidéos promotionnelles est essentiellement portée par l'image. Elle est minimale et condensée par le format de la chanson, mais manifeste un désir d'atteindre les sphères de la littérature et du cinéma.

La télévision est simultanément devenue indispensable dans le lancement de groupes musicaux. En effet, elle leur offre une visibilité, au moins nationale, et s'inscrit rapidement dans la routine managériale et industrielle. Pour autant, on constate qu'une fois lancés, les groupes de rock cherchent à s'émanciper le plus vite possible de ce médium. En effet, le rock semble vouloir, à partir de 1967, se défaire du carcan de l'industrie de la *pop music* en se tournant vers des formes plus artistiques. Cette stratégie se transforme vite en quête de légitimité artistique. Cela a pu s'observer au même moment aux États-Unis, dans la collaboration de l'artiste Andy Warhol avec le groupe de rock The Velvet Underground⁵⁴. Ces derniers se sont en effet installés dans la première salle de cinéma d'art expérimental, le Cinematheque Theater à New York, devenant rapidement un laboratoire pour des expérimentations multimédias, notamment musico-visuelles. Le Velvet Underground performait, d'autres dansaient, tandis qu'étaient projetés derrière eux les films de Warhol, tels que *Vinyl*, *Lupe*, *Eat* ou encore *Empire* ; des films sans narration préconçue qui jouent sur le passage du temps et les actions du quotidien. Ces performances, à la fois collaboratives et multimédiatiques, ont permis d'attirer en un même lieu les fans de rock, les cinéastes et les curieux. En Angleterre, cette volonté d'associer le rock à l'art expérimental s'est d'abord manifestée à la télévision.

Pour continuer sur cette lancée, les musiciens ont ensuite cherché à modifier la nature populaire du rock pour se rapprocher des musiques savantes. En cela, ils ont commencé à se tourner vers des formes plus longues et structurées, par l'hypertrophie de la forme familière de la chanson et la construction presque symphonique de longs morceaux multisectionnels⁵⁵. Cette mutation du rock est remarquée dès la fin d'année 1966⁵⁶, avec la sortie de l'album *Pet Sounds* des Beach Boys, qui est venu renforcer l'impression d'une nouvelle orientation de la pop, incarnée par les modernes – les Who et les Rolling Stones, et l'avant-garde – Soft Machine, les Beatles et Pink Floyd. En s'écartant peu à peu du fond et de la forme pop, ce qu'on a d'abord appelé la pop progressive est rapidement considérée comme relevant du rock dès l'année 1967⁵⁷. En effet, le format du *single*, correspondant au disque microsillon à 45 tours, perd en popularité en ce qu'il est symptomatique d'une popularité construite sur des *hits* – c'est-à-dire des chansons classées dans les premières places des charts. En effet, la forme de la chanson, commerciale parce qu'elle correspond au temps autorisé de diffusion

54 CAGLE, Van M, *Reconstructing Pop/Subculture : Art, rock and Andy Warhol*, Thousand Oaks, SAGE Publications, 1995.

55 PIRENNE, Christophe, *Le rock progressif anglais : 1967-1977*, Paris, Honoré Champion, 2005.

56 WELCH, Chris, « Progressive pop », *Melody Maker*, 3 décembre 1966, p.13.

57 *Billboard*, 2 décembre 1967.

radiophonique, est ainsi délaissée car elle ne permet pas d'expérimenter pleinement le potentiel de l'enregistrement en studio⁵⁸. Cela a notamment pu être permis par des améliorations des habitudes d'enregistrement, avec le développement de l'enregistrement multipiste analogique et du magnétophone de 4 à 8 pistes, le mixage devenant une étape essentielle dans le processus créatif. Ces recherches, célébrées dans leurs premiers temps sous le nom de rock progressif, sont validées et encouragées par l'industrie du disque, dont les majors telles que EMI, Phonogram ou Decca ont produit des disques sous des labels dédiés, tels que Regal Zonophone, Harvest ou Deram. Afin de mieux comprendre cette quête d'émancipation de la pop par le rock, Simon Frith et Howard Horne soulignent dans leur ouvrage *Art into Pop* l'importance des écoles d'art dans le développement du rock durant les années 1960⁵⁹. En effet, il apparaît que certaines conditions sociologiques ont participé de cette recherche de légitimité artistique par le rock, genre musical initialement accessible à tous⁶⁰. Or l'objectif du rock progressif, tel qu'il s'est manifesté entre 1967 et 1977 en Angleterre, fut de repousser les limites de sa définition populaire pour atteindre les sphères de l'art. On préfère dès lors le *LP (long play)*, qui tourne à 33 tours par minute et qui permet ainsi d'allonger les morceaux pour mieux élargir le champ des thématiques voire élaborer des narrations sur plusieurs morceaux. Par exemple, le premier album de King Crimson, sorti en 1969 sous le nom *In the Court of the Crimson King*, présente cinq chansons dont les durées dépassent toutes les 6 minutes. Considéré pour beaucoup comme le manifeste du rock progressif, il en a toutes les caractéristiques : il s'inspire à la fois du jazz et de la musique classique et traite de sujets sérieux tels que l'incommunicabilité, la guerre du Viêtnam et du *Summer of Love* et ses débordements, tout en se teintant de sonorités moyenâgeuses, épiques et folk. On notera toutefois qu'en 1967, l'album *Days of Future Passed* des Moody Blues présente déjà les éléments constitutifs du rock progressif. Album-concept qui raconte la journée dans la vie d'un homme, dont chaque composition correspond à un moment de la journée, il collabore avec The London Festival Orchestra et propose des formats majoritairement excédents les cinq minutes. Le groupe serait en ce sens l'initiateur légitime du genre.



Fig. 8 : pochette de *A Quick One* (1966)



Fig. 9 : pochette de *The Who Sell Out* (1967)

58 GRACYK, Theodore, *Rhythm and Noise: An Aesthetics of Rock*. Durham, Duke U

59 FRITH, Simon, HORNE, Howard, *Art Into Pop*, Londres, Routledge, 1987.

60 CHAPPLE, Steve, GAROFALO, Reebee, *Rock 'n Roll Is Here to Pay : The History & Politics of the Music Industry*, New York, Berkley Publishing, 2019.

3. Les Who, Pink Floyd et le *multimedia*

C'est donc durant cette période que différentes stratégies de légitimation et d'émancipation ont commencé à s'esquisser. Par exemple, les managers des Who, Kit Lambert et Chris Stamp, ont cherché à rendre le télévisuel indispensable à l'identité du groupe. De l'année 1965 à 1967, les Who sont apparus dans de nombreuses émissions britanniques et internationales⁶¹, devenant ainsi rapidement associés à l'aisance dont ils font preuve face au médium. Cela est d'autant plus intéressant que jusqu'alors produits par un label indépendant, les Who intègrent la major Polydor en 1967 tout en créant la même année leur propre label d'enregistrement, Track Records. Il semble que la stratégie médiatique des managers a permis de signer chez une grosse maison de disque tout en gagnant en autonomie. C'est également l'année de la sortie de leur troisième album, *The Who Sell Out*, qui met en œuvre une stratégie audiovisuelle globale qui s'inspire du Pop Art britannique. Lancé dans les années 1950, celui-ci était incarné par l'*Independent Group*, constitué d'artistes, critiques d'art et d'architectes. Le mouvement fut largement représenté lors d'expositions telles que "Parallel of Life and Art" et "This is Tomorrow", qui ont respectivement pris place à l'Institute of Contemporary Arts et à la Whitechapel Art Gallery, à Londres. Comme l'évoquent leurs titres, il s'agissait alors de mettre en avant de nouvelles méthodes de création artistique intégrant les technologies modernes et les nouveaux modes de communication tels que la publicité. Aussi, le collage est la pratique la plus emblématique des premiers temps du Pop Art, permettant la manipulation des imageries populaires et leur détournement⁶². De plus, dans une logique contemporaine d'*intermedia*, le Pop Art célèbre le *cross-over* entre les arts. En cela, il apparaît inévitable qu'il croise le chemin du rock, qui vise peu à peu des fins similaires. La pochette du précédent album des Who, *A Quick One* fut conçue par Alan Aldridge, illustrateur pour des magazines et des couvertures de livres. Elle est visuellement particulièrement *pop* en ce qu'elle reprend à la fois l'esthétique des *comics*, du psychédéisme et du collage (fig. 8). En effet, si le contenu sonore de *The Who Sell Out* reprend le principe d'une émission de radio pirate, avec ses publicités et ses jingles – fonctionnant comme transitions entre les chansons, le visuel de la pochette de l'album met en scène, sous forme de vignettes, les membres du groupe comme égéries d'objets de consommation réels. Photographiés par David Montgomery, Pete Townshend fait la promotion du déodorant Odorono, Keith Moon de la crème Medac pour soigner l'acné, Roger Daltrey est plongé dans un bain de haricots à la tomate Heinz et enfin John Entwistle est déguisé en « Cro-Magnon », une femme à un bras et un ours en peluche dans l'autre (fig. 9). Ce concept tend à souligner l'ancrage du groupe dans le présent, en s'appropriant le concept de Pop Art, que Lawrence Alloway définit comme une volonté d'accueillir toutes les formes d'art, permanentes ou consommables,

61 ATKINS, John, *The Who on Record: A Critical History, 1963-1998*, Jefferson, McFarland & Co Inc, 2009.

62 GUADAGNI, Walter, *Pop Art UK: British Pop Art 1956-1968*, Milan, Silvana, 2004, p. 17-30.

personnelles ou collectives, autographiques ou anonymes, pour s'affranchir des hiérarchies élitistes entre art mineur et art majeur et d'une vision de l'art comme original et à destinée contemplative⁶³. À cet effet, les artistes qui le représentent, tels qu'Andy Warhol, Roy Lichtenstein ou encore Richard Hamilton, ont cherché à rendre artistiques des sujets et des techniques issus de la culture de masse, pour mieux questionner la notion d'art. Les artistes ont pu transférer l'esthétique de la publicité et de la bande-dessinée sur une forme de la tradition picturale, le tableau, selon des procédés de reproduction industrielle tels que la sérigraphie ou la lithographie.

On retrouve cette démarche intermédiaire dans l'ensemble de la conception de l'album des Who. Ceux-ci semblent chercher l'unification des arts et des médias par le conglomérat de divers objets culturels – la radio, la publicité auditive et visuelle, la pochette de disque et l'enregistrement musical. Le concept d'émission de radio justifie les variations de durée entre les chansons et l'hétérogénéité des compositions, tandis que la pochette d'album vient renforcer le lien entre publicité et musiciens du rock qui se vendent pour exister en tant que tels⁶⁴. Il est possible de relier cette démarche artistique au bagage scolaire de Pete Townshend, qui a fait des études au Ealing Art College et qui a introduit le groupe à l'art autodestructeur de Gustav Metzger, son professeur pendant quatre ans. D'ailleurs, l'une des œuvres phares de ce dernier, des projections lumineuses en cristaux liquides, fut utilisée lors des deux soirées de fin d'année 1966 du Nouvel An « Psychodelphia », qui rassemblaient Cream, The Who et The Move⁶⁵. L'année 1968 marque durablement leur entrée dans le rock progressif avec leur participation au *Rolling Stones Rock and Roll Circus*, spectacle de revue filmé le 11 décembre par Michael Lindsay-Hogg, durant lequel les Who ont performé « A Quick One While He's Away ». Cette chanson, datant de 1966, est considérée comme le premier morceau du genre de l'opéra rock : une dénomination qui déjà tend à associer le rock à des formes artistiques pré-existantes. C'est alors la première fois que la performance est filmée, la chanson se pare ainsi de la dimension visuelle qui manquait à en faire un opéra. Pour autant, s'il s'agit d'une forme de performance *live* en son direct, c'est le montage qui appuie les jeux d'harmonies et de voix-personnages, permettant de doubler la narration musicale d'une dimension visuelle.

Pink Floyd est un groupe qui, dès ses débuts, a cherché à allier des images à sa musique. Le groupe est très conscient de la fugacité du psychédélisme lorsqu'il décide de s'en saisir pour se démarquer. Ce courant s'inscrit dans la tradition symboliste et surréaliste en ce qu'il s'intéresse à la représentation des phénomènes sensibles. Particulièrement effervescent, il connaît son apogée dès le

63 ALLOWAY, Lawrence, *American Pop Art*, New York, Collier Books, 1974.

64 Cette conscientisation de l'artificialité de la *rock star*, si elle rétablit momentanément le lien originel d'authenticité avec l'auditeur, s'effectue toujours dans le processus industriel de la vente. Un dispositif ébauché dès 1964 par la sortie du quatrième album des Beatles, *Beatles for Sale*.

65 The Who (31 décembre 2016), « 50 YEARS OF THE WHO » [En ligne], Facebook, URL: <https://www.facebook.com/thewho/photos/50-years-of-the-who31-december-1966-the-second-night-of-a-rocknroll-extravaganza/10153968750122331/>

milieu des années 1960 avec un événement clé, l'exposition "The Responsive Eye", et l'ouverture de la Coda Gallery à New York par l'artiste psychédélique Isaac Abrams, qui exposait à la fois des peintures, des films expérimentaux et des *light shows* multimédias⁶⁶. Cette dernière notion, tout d'abord formulée par le courant artistique allemand Bauhaus, désigne l'utilisation simultanée et interactive de plusieurs médias. Elle fut ensuite réutilisée par Andy Warhol dans les années 1960 pour qualifier les manifestations artistiques en collaboration avec The Velvet Underground⁶⁷. Son usage était courant à cette période afin de définir ces pratiques.

Au sein de Pink Floyd, tous ses membres sont issus de milieux aisés – Syd Barrett est fils de médecin et a fait ses études au Cambridge Technical College et à Londres au Camberwell College of Arts, où il se lia d'amitié avec David Gilmour tandis que Roger Waters, Nick Mason et Richard Wright se sont rencontrés à la capitale, notamment dans les cours d'architecture de l'école polytechnique de Regent Street. Pour reprendre Frith et Horne⁶⁸, on peut estimer que ce bagage sociologique a façonné leur capacité de réflexion, mais aussi leur appréciation et leur stimulation culturelle. De ce fait, se refusant à devenir des vedettes, soit un objet de divertissement tel que l'envisage l'industrie de la *pop music*, le groupe cultive dès ses débuts un goût pour l'anonymat, désirant davantage produire une expérience que d'établir un lien avec le public. Leur musique doit se vivre, d'où une rapide tendance à l'appréhension et à la conception de l'espace où leurs improvisations doivent être entendues. Par un concours de circonstances, leur rencontre avec Mike Leonard, pionnier du *light show*, a contribué à faire de leurs performances une expérience à la fois optique et auditive. À cet effet, Nick Mason a pu dire que « l'architecture est une formation qui prépare très bien au *rock'n'roll*, parce qu'elle mélange le côté pratique avec les beaux-arts, le dessin, la réflexion tridimensionnelle et l'ingénierie de la construction »⁶⁹. L'année 1967 est celle de la signature de leur contrat avec le géant EMI et de la sortie de leur premier album en août, *The Piper at the Gates of Dawn* et de ce fait de la première apparition du groupe à la télévision britannique. Pink Floyd fait donc son entrée dans l'industrie musicale, mais maintient dans un même temps l'identité scénique par laquelle il a été mis en avant, en s'illustrant dans deux événements emblématiques de la mouvance psychédélique : le *14 Hour Technicolor Dream* et le *Games for May*.

Le premier constitue en un concert qui s'est tenu le 29 avril 1967 à l'Alexandra Palace et dont les fonds collectés devaient sauver *l'International Times*, le journal de la contre-culture. Il a pu s'agir d'une nuit de *cross-over* expérimental entre performance artistique, danse, musique et spectacle lumineux. La frénésie de l'événement a été immortalisée sous la forme d'un semi-documentaire réalisé par Peter Whitehead, *Tonite let's all make love in London*, musicalement

66 RUBIN, David S, *Psychedelic : Optical and Visionary Art since the 1960s*, États-Unis, The MIT Press, 2010.

67 CAGLE, Van M., *op. cit.*

68 FRITH, Simon, HORNE, Howard, *op. cit.*

69 « Architecture hits the wall », *Architecture 20*, 2013, p.12.

illustré par « Interstellar Overdrive » de Pink Floyd. Quelques semaines plus tard, se tient au Queen Elizabeth Hall le *Games for May*, premier concert organisé par les Pink Floyd, qui jusqu'à présent s'étaient toujours produits dans des clubs tels que l'UFO, haut lieu de la contre-culture. Véritable spectacle conceptuel, le groupe y déploie toutes ses facultés à construire un spectacle total, en élaborant une atmosphère dans la veine de ce que sera leur premier album aux thématiques à la fois enfantines et contemplatives. Néanmoins, dans une dialectique entre authenticité et artificialité, le groupe continue à se dissimuler derrière un *light show* aussi libre que leurs improvisations tout en se prêtant au jeu de la standardisation de la pop. En effet, le groupe se pliera à la production de 7 *singles*, entre 1967 et 1968, jusqu'à l'échec commercial de son dernier, « Point me at the sky », dont la vidéo promotionnelle marquera également la fin de leur présence télévisuelle. C'est cette même année 1968 que sort le deuxième album du groupe, *A Saucerful of Secrets*, qui marque un tournant dans l'histoire du groupe avec le départ de Syd Barrett. Sans ce dernier, leader et compositeur charismatique, le groupe sait qu'il doit redoubler d'efforts pour bâtir son répertoire et s'échapper du psychédéisme en déclin. Dès lors, Pink Floyd s'exprime sur le format long de l'album et troque les formes télévisuelles brèves pour s'illustrer dans la composition de bandes originales de films. La décennie 1960 se termine donc sur deux participations en tant que compositeurs de bande originale, avec *The Committee* de Peter Sykes et *More*, de Barbet Schroeder. Ce dernier film est un exemple intéressant d'un premier exemple de collaboration entre rock et cinéma qui donne lieu à deux succès qui se parachèvent l'un et l'autre tout en étant indépendants. En juin 1969 paraît un album qui répertorie toutes les compositions présentes dans le film, dont la première projection à Cannes en mai a permis à l'album éponyme de figurer parmi les dix meilleures ventes au Royaume-Uni dès sa sortie. De même, de façon plus indirecte, l'identité musico-visuelle qui colle au groupe l'a amené à être sollicité par la BBC pour effectuer un *jam*, appelé *a posteriori* « Moonhead » pour la retranscription télévisée de l'alunissage d'Apollo 11, le 21 juillet 1969.

B/ Le live télévisé : une synesthésie du rock ?

1. Énergie et spectacularité immédiate

La télévision est le point de départ historique de cette étude des stratégies médiatiques observées au sein du rock. Les deux groupes vont ici faire l'objet d'une étude de cas afin d'analyser plus précisément ce que sont les performances télévisuelles et les films promotionnels et ce qu'ils signifient médiatiquement. Les Who se sont davantage illustrés dans le premier type, dans la mesure où dès leurs débuts ils ont cherché à construire leur identité à travers la médiatisation télévisée de leurs performances. On se concentrera sur une première performance *live* de « Anyway, Anyhow, Anywhere », diffusée en 1965 dans *Ready, Steady, GO !*⁷⁰, et une seconde de « I can see for miles » de 1967 pour l'émission *Twice a Fortnight* de la BBC⁷¹. L'année 1965 est celle du premier hit du groupe, formé en 1964, et de leur premier album. L'année 1967 est quant à elle une année importante dans l'histoire du rock anglo-saxon. En effet, elle est l'année du premier véritable rassemblement musical rattaché aux idées de la contre-culture, le festival de Monterey, qui a propulsé les Who sur la scène américaine. Mais plus globalement, comme l'explique Christophe Pirenne, l'année 1967 marque le début de la reconnaissance des musiques marginales⁷². Ainsi, l'analyse sera à inscrire dans un contexte d'industrialisation du rock et de recherche de légitimation artistique par la synesthésie. En effet, la télévision et le rock demeurent inséparables durant la décennie 1960, leur relation est complexe en ce qu'elle participe à la fois au rayonnement de l'un et de l'autre.

Afin d'envisager les rapports entre rock, et plus spécifiquement les Who, et télévision, il est important de d'abord penser les particularités de la spectacularité développée par ces derniers. D'abord, l'énergie scénique est ce qui les distingue le plus, pour citer Roy Carr dans NME : « C'était comme voir un morceau d'énergie pure, d'énergie brute. S'il



a.



b.

Fig. 10 : rituels destructeurs de fin de performance en 1967, sur le plateau du Smothers Brothers Comedy Hour (a.) et au festival de Monterey (b.)



Fig. 11 : Nam June Paik, *One for Violin Solo* (1962)

⁷⁰ Brian Cady (26 juin 2010), *The Who – Anyway, Anyhow, Anywhere*, <https://www.youtube.com/watch?v=mXU0GvtOTH0>.

⁷¹ The Who (26 septembre 2018), *The Who 'I can see for miles' 1967* [Video], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=DdCySh8lW2E>.

⁷² PIRENNE, Christophe. *Une histoire musicale du rock*, Paris (France) : Fayard, 2011.

était possible d'obtenir de l'énergie pure, de la façonner et de la faire fonctionner – c'était les Who. »⁷³. Ainsi, la manière dont ils investissent l'espace scénique a pu être comparée à la démarche artistique des mouvements Dada et Fluxus⁷⁴. L'idée de ces deux mouvements était avant tout de briser les frontières traditionnelles et élitistes entre les arts et plus largement entre l'art et la vie. Le mouvement Dada correspond à l'avant-garde artistique de l'entre-deux-guerres, il est une réaction aux horreurs de la Grande Guerre et s'est manifesté sous des formes artistiques provocatrices et absurdes. Ses artistes – formant un collectif non hiérarchisé, souhaitaient s'émanciper de toute contrainte idéologique, morale et artistique, et se plaçaient dans un rapport d'opposition avec la réception que le public bourgeois faisait de leurs œuvres. La spontanéité et l'immédiateté sont des critères essentiels de cette avant-garde, comme l'écrit Tristan Tzara dans son manifeste : « Croyance absolue indiscutable dans chaque dieu produit immédiat de la spontanéité »⁷⁵. Le Fluxus regroupe quant à lui des artistes qui, durant les décennies 1960 et 1970, ont pu se distinguer et s'illustrer comme les héritiers du mouvement Dada et du compositeur John Cage. La démarche de ce dernier était d'attribuer l'indétermination de la nature à la musique. De ce fait, chacune de ses représentations prenait la forme d'un happening. Il s'agissait de remettre en question l'objectivisation de la musique par la considération d'objets du quotidien, des réactions du public et du silence comme faisant partie à part entière de la performance musicale. Au final, si l'expression artistique était particulièrement iconoclaste et ludique au sein du Fluxus, c'est parce qu'il se revendiquait d'une éthique du non-conformisme et de la désacralisation de l'art bourgeois par la promotion de l'anti-art. Les artistes, également très attachés à la notion de collectif, usaient ainsi de l'humour et de la provocation pour critiquer les institutions, le marché de l'art et les préjugés sociétaux. La réunion de toutes ces expressions artistiques dans de nouveaux lieux rejoignait alors le concept contemporain d'*intermedia* de Dick Higgins⁷⁶.

On retrouve globalement chez les Who les caractéristiques rapidement évoquées : la spectacularité immédiate et l'absence de hiérarchie se manifestent surtout musicalement, par la mise sur un pied d'égalité de chaque instrument. Aussi, leur mode d'expression par le rock relève de la culture populaire, aussi elle s'oppose à la bourgeoisie par des performances chocs, des thématiques de compositions osées, telles que « Pictures of Lily » qui traite de la masturbation, ou bien par l'intégration de difficultés d'élocution comme le bégaiement dans « My Generation ». Et si l'énergie du mouvement Fluxus résidait également dans la spontanéité de ses performances, présentées comme des « happenings » ou des « events », l'aspect visuel des performances du groupe relève en un certain sens de la performance artistique ; l'usage du *feedback* et l'égalité de chaque élément

73 BARNES, Richard, op. cit., p. 41.

74 PERONE, James E., *Mods, Rockers, and the Music of the British Nation*, Westport, Greenwood Publishing Group, 2008, p. 109-117.

75 TZARA, Tristan, « Manifeste Dada 1918 », *Dada 3*, Zurich, décembre 1918.

76 HIGGINS, Dick, « Intermedia », *Something Else Newsletter*, n° 1, New York, février 1966.

musical crée une cacophonie ponctuée par des gestes repères tels que le *windmill* ou la destruction des instruments (fig. 10). À l'inverse, lors d'une représentation d'un concerto classique, l'orchestre est toujours placé de la même manière, avec le soliste aux côtés du chef d'orchestre. Les règles y sont inflexibles, le respect de la partition obligatoire et le déroulé de la représentation immuable, elles constituent en cela la forme performative de cette forme d'art qu'est la musique savante. Il résulte donc de cette tendance à la violence et à la destruction sonore et visuelle une démarche d'anti-art, ou du moins d'une création musicale inédite par un procédé d'annulation de ses composantes. Inspirée par Metzger, la destruction serait ici la forme limite de création, et le refus de la beauté un moyen de retrouver la notion de divertissement en s'affranchissant de la notion d'œuvre d'art. Dans cette même démarche, *One for Violin Solo*, performée en 1962 à l'occasion du Neo-Dada in der Musik, par l'artiste coréen Nam June Paik (fig. 11), appartenant au Fluxus, est une prestation de cinq minutes pendant lesquelles l'artiste, très lentement, soulève un violon pour ensuite le fracasser d'un coup contre une table. La seule musique produite est celle de l'instrument détruit par l'impact volontaire d'un humain. De même en 1964, Yoko Ono performe *Cut Piece*, qui invite les spectateurs à découper ses vêtements – et donc à annuler leur fonction sciemment, suggérant la portée destructrice du regard anonyme sur le sujet regardé⁷⁷. *The Destruction in Art Symposium*, manifestation qui s'est tenue pendant trois jours en 1966 à Londres est à cet effet emblématique des tendances artistiques des années 1960.

Le principe de destruction a longuement été traité en philosophie par le prisme de l'énergie cosmologique, par laquelle l'univers s'expand et rayonne, et théologique, avec la notion d'apocalypse. En effet, la destruction est une étape essentielle du processus créatif, elle est nécessaire à un ordre nouveau. Nietzsche, dans son ouvrage *La Naissance de la tragédie*⁷⁸, a discerné deux types de pulsions créatrices : l'apollinien et la dionysiaque. L'un représente la perfection esthétique, faite pour l'éternité et le second le chaos et l'éphémère. Il s'agit en somme de reprendre la division traditionnelle entre les arts plastiques et les arts vivants pour penser leur nécessaire collaboration. De même, dans la section « Des contempteurs du corps » d'*Ainsi parlait Zarathoustra*⁷⁹, Nietzsche évoque cette même séparation sous la forme des dichotomies platoniciennes de « petite raison » pour ce qui est de l'esprit et de « grande raison » pour le corporel. Pour autant, Nietzsche pense une remise en question de la hiérarchie entre l'esprit et le corps pour envisager un idéal d'harmonie. Le rock, tel que le conçoivent les Who, pourrait s'inscrire dans cette mise en commun des deux pulsions nietzschéennes. Leur mode performatif relève de la pulsion dionysiaque en ce qu'elle n'est qu'excès et chaos musical et visuel. La pulsion apollonienne se retrouve quant à elle dans les relations médiatiques du groupe, dans la mesure où le manager

77 MUNROE, Alexandra, ONO, Yoko, « Statement », *Yes Yoko Ono*, 1966, New York, Harry N. Abrams, 2001, p. 28.

78 NIETZSCHE, Friedrich, *La Naissance de la tragédie*, 1872, Paris, Folio Essais, 1989.

79 NIETZSCHE, Friedrich, *Ainsi parlait Zarathoustra*, 1883-1885, Paris, Folio Essais, 1985, p. 32-34.

incarne une forme d'ordre en cherchant à élaborer leur image de façon cohérente ; elle est donc à la fois plastique et destinée à durer. C'est en cela qu'elle contribue à l'individuation de l'entité « groupe de rock »⁸⁰. Elle survient aussi lors de l'enregistrement, qui grave durablement les sons produits sur le disque. Le cas des Who présente donc une harmonie précaire, productrice d'une énergie particulière qui se répercute sur les médias dans lesquels elle se déploie. La télévision a vraisemblablement contribué à la mise en images de l'énergie rock des Who. Elle a pu incarner cette dimension apollonienne en capturant durablement sur la pellicule la pulsion dionysiaque du groupe, à savoir la performance *live*, unique et éphémère, qui s'évapore avec le temps. En devenant télévisés, les motifs récurrents de ces performances ont pu se répéter, dans une dynamique de reproduction industrielle bien qu'à portée esthétique. Le groupe s'éloigne ainsi des mouvements d'avant-garde pour davantage reprendre la démarche du Pop Art américain en extrapolant la réalité de la performance *live* pour mieux l'isoler sur l'écran télévisé, qui à la fois l'agrandit et la fragmente ; la télévision devient une technique de reproduction industrielle. En somme, on peut dire que dès leurs débuts les Who sont tirillés par le dilemme dichotomique du rock, entre authenticité et artificialité industrielle, tout en cherchant à s'inscrire dans la continuité artistique des avant-gardes du XXe siècle.

2. Le corps-caméra : danse et *trip* synesthésiques

Des deux performances choisies, « Anyway Anyhow Anywhere » est en son direct, tandis que « I can see for miles » est en *lip-sync* : on va pouvoir constater que ce détail est important dans la progression de l'énergie rock vers une transcendance du médium pour former une fusion audiovisuelle. The Who est un groupe dont le rattachement identitaire à la jeunesse *mods* est une construction de leur premier manager, Peter Meaden puis relativement perpétuée par les suivants, Chris Stamp et Kit Lambert. Cette sous-culture est avant tout un style de vie qui embrasse toutes les formes de modernité. Les Who sont rapidement devenus les porte-paroles de cette jeunesse issue de la classe moyenne d'après-guerre, partagée entre frustration et confusion. En effet, le conflit générationnel a eu un tel impact qu'il a fait de l'idéologie *mods* une idéologie fondée sur un mode de vie intense et frénétique. La danse a de ce fait une place primordiale dans l'expressivité culturelle des *mods*, se



Fig. 12 : *Anyway, Anyhow, Anywhere* (1965),
intégration du public à la performance

⁸⁰ Le principe d'individuation, au cœur de la pensée de Schopenhauer, désigne ce qui est à la fois semblable et différent par l'intermédiaire du temps et de l'espace. Pour Hume, il s'agit de l'invariabilité d'un objet à travers le temps. Les médias offrent une image semblable mais différentes du groupe, tout en les immortalisant sur leurs supports (pellicule, papier...).



Fig. 13 : *Anyway, Anyhow, Anywhere* (1965),
reprise des codes de la performance musicale filmée

attirer les regards et grimper en popularité. Ainsi, les Who font de nombreuses performances télévisées et ce dès 1965, lorsqu'ils commencent à interpréter ce qui va immédiatement devenir un hymne, « My Generation ». La renommée les fait dès lors entrer dans un certain conformisme industriel. Le groupe a alors déjà fondé sa popularité sur une énergie scénique unique, qui repose sur l'exagération des gestes d'interprétation par le guitariste Pete Townshend et le batteur Keith Moon, et le rituel final de destruction des instruments. Townshend a clairement explicité les intentions cachées derrière cet acte rituel à l'occasion d'une interview donnée à Jeremy Paxman en 1977 pour la BBC⁸¹ : « C'était un acte à la fois impulsif mais un peu intellectuel. [...] Ainsi, ça acquiert une portée intellectuelle, ça devient de l'art autodestructeur, une déclaration contre le matérialisme et contre la mauvaise qualité des guitares américaines. » se revendiquant de l'art autodestructif théorisé par Gustav Metzger. Toutefois, Townshend a également évoqué la première destruction de guitare comme ayant été faite sous le coup de la colère, face à des camarades d'école d'art se moquant de lui⁸². Néanmoins, l'inévitable spectacularité de cet acte a attiré du public, au point de devenir un rituel, comme l'évoque ce dernier dans une autre interview pour BBC 2 en 1974⁸³ : « Je ne détruisais pas une guitare tous les soirs. [...] J'avais pas les moyens. Mais si Kit Lambert, notre manager, était là, il disait : « Le photographe du Daily Mail est dans le public ! Détruis ta guitare ! » Et je la détruisais. ». Au final très peu viable sur la durée, il consistait majoritairement en une pantomime pour satisfaire le public et le reste du temps en la destruction promise par le show mais pour les médias.

Ainsi, il apparaît que la performance de « Anyway Anyhow Anywhere », lors de sa diffusion

81 STEIN, Jeff (Réalisateur), *The Kids are alright* [DVD], The Who Films, 1979, 109 minutes.

82 BARNES, Richard, op. cit., p. 37.

83 Nakedeye515 (15 avril 2021), *Pete Townshend – Melvyn Bragg interview (August 29, 1974)* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HwHMURcjFh8>.

en 1965, cherche à identifier les Who comme un groupe qui fait danser la jeunesse. Tout d'abord parce que certaines caméras sont placées en plongée, dans la fosse, afin de montrer le public de jeunes danser de manière individuelle (fig. 12) ou en contre-plongé, pour montrer la proximité entre le public et le groupe. Si le son direct cherche à reproduire des impressions du *live*, le filmage reprend lui les codes de la performance télévisée jusqu'à la moitié de la chanson : le groupe est montré sous tous les angles, avec quelques plans rapprochés sur chacun des interprètes et sur les instruments (fig. 13). Le montage de la performance suit le rythme de la chanson de manière fluide, puis les caméras s'agitent doucement à partir du solo de guitare, qui survient à 01:05. Dès lors elle se fixe sur le rythme de la guitare, s'agite dans tous les sens lorsque les plans sont sur les instruments. L'une, qui filme le groupe de dos, montre Roger Daltrey dansant les yeux fermés : point de départ d'une traduction audiovisuelle de la transe qu'est censée provoquer le solo chez le jeune danseur (fig. 14). En effet, si certaines caméras opèrent des mouvements qui transforment l'image en abstraction (fig. 15), les autres filment de manière nette Daltrey et le batteur Keith Moon, dont l'agitation du jeu suffit à suggérer la frénésie. Celle-ci s'interrompt subitement à 02:03, lorsque le refrain reprend. On revient de nouveau à une mise en scène conventionnelle, mais qui est contaminée par des sursauts de zoom et des balayages rapides de gauche à droite - pour ce qui est de la caméra qui filme le groupe de dos et qui filme en plan taille Pete Townshend. Le zoom final sur ce dernier cale la vitesse de ses allers et retours sur la musique qui s'évanouit.

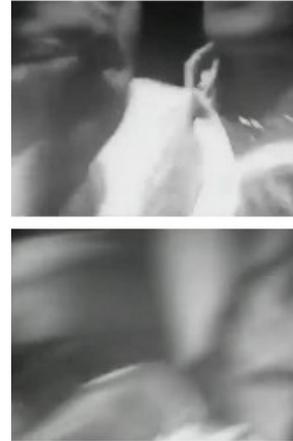


Fig. 16 : *I Can See For Miles* (1967), mimésis de la danse par des zoom extrêmes et mouvements extrêmement rapides et illisibles



Fig. 17 : *I Can See For Miles* (1967), des images subliminales

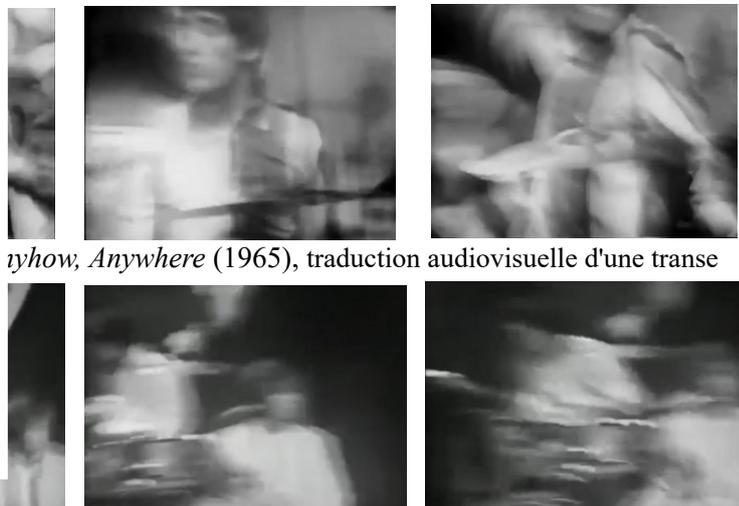


Fig. 15: *Anyway, Anyhow, Anywhere* (1965), abstraction

Ce dispositif est étendu à la chanson entière dans la performance de « I can see for miles » de 1967, qui est filmée ici comme une danse : elle commence par un montage alterné sur chacun des visages en gros plan, qui s'accélère au fur et à mesure que la musique gagne en puissance. Par ailleurs, il est intéressant de constater que les « faces », les visages, désignent dans le vocabulaire mod les meneurs charismatiques qui créent la tendance. Puis le filmage développe tout un ensemble de motifs qui tendent à recréer les impressions visuelles d'un jeune mod qui danse sous amphétamines – comme le suggère le titre de la chanson : la caméra zoome sur les visages, dézoome, tremble, se balance et ondule jusqu'à l'abstraction. Elle revient parfois à la normale, dans les temps plus calmes de la chanson, ce qui peut suggérer un repos du corps pour mieux repartir. En somme, la performance musicale, le montage et le filmage ne forment ici plus qu'un, manifestant le désir de recréer les sensations du corps qui danse sur la musique rock, mais aussi du corps sous psychotropes, dont les perceptions se trouvent modifiées (fig. 16). L'année 1967 est d'ailleurs marquée par l'omniprésence du psychédélisme au sein du rock. Son succès est de courte durée, de 1966 à 1970⁸⁴, mais a participé de la métamorphose perçue au sein de l'industrie musicale populaire. En liant l'expérience du *trip* sous substances à l'expérience de composition et d'interprétation, on assiste à des dilations temporelles et sonores. Les paroles de la chanson s'inscrivent dans cette idée de transcendance et d'accès à la vérité grâce aux substances psychédéliques, portées par Aldous Huxley et Humphrey Osmond⁸⁵, mais la réponse qu'elles proposent est cependant violente.

Le plus saisissant est le mouvement constant de l'image, calqué sur la chanson ; il est quasiment impossible d'en saisir une suffisamment nette dans les moments les plus frénétiques de cette deuxième performance. Aussi, le montage est extrêmement découpé et les plans souvent d'une ou deux secondes : cette tentative d'atteindre le subliminal, appuyée par les apparitions du visage de Charles de Gaulle, s'inscrit également dans cette recherche de représentation du « *trip* » (fig. 17). La technique filmique sert donc une démarche synesthésique en ce qu'elle cherche à reproduire des impressions visuelles qu'elle hiérarchise et monte selon le rythme de la musique. Cette conception musico-visuelle manifeste de la place de la danse et de son irrésistible communicativité, jusqu'à sa traduction télévisuelle quasi épileptique.

3. Épreuve de résistance du médium par le refroidissement

Ces essais synesthésiques ont pour autant un impact sur le médium en tant que tel. Pour reprendre la théorie développée par McLuhan durant cette même décennie, la télévision est un médium froid : sa définition est basse, ce qui fait que les messages qu'elle transmet sont pauvres en stimuli⁸⁶. L'image qu'elle produit est en effet, en particulier dans les années 1960, faible en données

84 PIRENNE, Christophe, *op. cit.*, « Danser sur un volcan – Le psychédélisme (1966-1970) », p. 74-105.

85 HUXLEY, Aldous, OSMOND, Humphrey, *Les portes de la perception*, Paris, 10/18, 1954.

86 McLUHAN, Marshall, « Media Hot and Cold », *op. cit.*



Fig. 19 : *I Can See For Miles* (1967), saturation visuelle

et jamais réellement fixe. Chaque seconde se compose d'environ trois millions de points, mais le spectateur n'en retient qu'une infime partie, nécessaires à composer une image. L'image télévisuelle est comme une mosaïque et le spectateur devient maître de l'image en reconstituant dans son inconscient les points pour former un ensemble visible⁸⁷. Elle suggère donc une interaction avec son destinataire, qui doit participer pour comprendre l'image que la télévision produit. Or, la télévision musicale est marquée par le passage du chanteur et du « crooner » à celui du groupe musical, qui « fut la cause et l'effet de nouvelles conventions de montages et d'un filmage déterminé non plus par le sens de la chanson mais par la composition du groupe – tout le monde doit être montré »⁸⁸. En l'occurrence, cette performance *live* joue avec les limites définitionnelles de ce médium froid en cherchant à restituer l'énergie rock comme difficile à contenir. Dans la première partie de la performance, le filmage respecte les codes nécessaires afin de proposer une image la plus lisible possible (fig. 18). À cet effet, le groupe reste relativement statique, afin que les caméras le saisissent nettement – de plus, les nombreuses adresses faites aux appareils, et par extension aux téléspectateurs, tendent à montrer la compréhension des conventions télévisuelles par les Who, qui performeront souvent pour la télévision. Cette aisance est à comprendre selon la perspective moderniste des mods, qui embrasse toutes formes de nouveautés consuméristes. La seconde partie cherche quant à elle à fusionner le visuel avec le musical. La saturation sonore de la musique performée devient également visuelle, rendant quasiment impossible la participation du spectateur à la recomposition de l'image en basse définition (fig. 19). La domination du rock dans ces émissions a obligé le filmage télévisuel à s'adapter à l'agressivité et à



Fig. 20 : *I Can See For Miles* (1967), Keith Moon, repère et amorçe du refroidissement

87 McLuhan, Marshall, « Television: The Timid Giant », *ibid.*, p. 337-368.

88 FRITH, Simon, « Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television », *Popular Music*, octobre 2002, p. 285.

l'imprévisibilité de son mode performatif⁸⁹. C'est ce que l'on peut constater pour cette performance d'« I can see for miles » : le montage et les mouvements de caméra saturent au point que l'image devient extrêmement voire



Fig. 18 : *I Can See For Miles* (1967), adresses et netteté du début de la performance

totalemt abstraite. Le spectateur ne peut que se rattacher aux visages des interprètes, relativement impassibles, donc nets - à l'exception de Keith Moon.

En effet, selon McLuhan, les personnalités typées, c'est-à-dire très définies et expressives, ont une image trop haute en définition pour la télévision, qui a tendance alors à les rejeter parce qu'elles réchauffent le médium⁹⁰. Ainsi, la focalisation de la caméra sur le batteur Keith Moon, dont la présence scénique se définit par l'excessivité et l'exagération des mouvements, s'inscrit dans cette recherche d'abstraction. L'économie de mouvement est idéale pour lire l'image télévisuelle et compenser la pauvre qualité sonore de la télévision britannique⁹¹ ; pour reprendre Simon Frith, celle-ci est davantage *picture-driven* que *sound-centred*⁹², pour autant le son est indispensable pour capter l'attention du spectateur, d'où l'utilisation du play-back. Moon rendrait d'autant plus difficile la reconstitution de l'image du téléspectateur. Pour autant il joue avec la caméra de télévision, il la regarde, l'attend tout comme le filmage s'amuse et joue avec lui (fig. 20). Une danse se forme, par des va-et-vient ; les plans sur lui deviennent des repères pour le spectateur perdu. En ce sens, McLuhan définit la télévision comme un médium de l'immersion profonde dans une situation. En effet, il s'agit de la première technologie qui offre des divertissements forçant le développement de structures qui encouragent la profondeur et la participation du public. Elle ne peut donc proposer que des programmes qui portent sur des situations dont le processus est à compléter : en l'occurrence ici, le spectateur doit reconstituer l'espace du plateau selon la configuration connue de celle d'un concert, avec une scène et une fosse. Le processus d'abstraction du montage rend difficile mais nécessaire la participation du spectateur pour reconstituer l'espace mais surtout les corps des membres du groupe, qui tendent sans cela à devenir une créature polycéphale et multiforme. En somme, la force synesthésique de l'image télévisuelle unifie à la fois les sens et l'imagination pour accomplir en symbiose le travail de reconstitution de l'image.

89 *Ibid.*

90 McLUHAN, Marshall, *op. cit.*

91 MULVEY, Laura (dir.), SEXTON, Jamie (dir.), DONNELLY, Kevin, « Experimental music video and television », *Experimental British Television*, Manchester, Manchester University Press, 1999, p. 166.

92 FRITH, Simon, *op. cit.*, p. 279.

Cette étude de deux performances télévisées des Who nous permet d'introduire une pensée de l'énergie audiovisuelle du rock. En effet, comme l'explique David E. James⁹³, l'ouïe et la vue sont pleinement interdépendantes dans le rock, dont l'histoire constitue en un ensemble complexe d'innovations visuelles et auditives. Les deux performances analysées sont des objets où la simple captation frontale des prestations ne résiste pas à la force rythmique des chansons. L'énergie musicale du groupe encourage son filmage à fusionner avec elle. Le filmage télévisuel se donne dès lors la mission de restituer des sensations, ce qui est d'autant plus rendu possible par la basse définition du médium qui nécessite la participation du spectateur. En l'occurrence, Keith Moon est à la fois celui qui amorce l'abstraction frénétique qui a pour effet de refroidir davantage le médium et celui sur lequel compte le spectateur afin de se repérer dans cette danse télévisuelle. Ainsi, les deux prestations cristallisent les enjeux du rock à l'époque, qui cherche à se détacher de sa mission de faire danser la jeunesse dans les clubs pour offrir une musique, non plus qui se danse, mais qui *se ressent*. Néanmoins, force est de constater que la représentation filmique du rock implique une atténuation de ses plaisirs liés à son essence *live*, pour mieux intensifier ceux liés à la proximité acoustique, spatiale et optique. Pour autant, si par la performance le rock se revendique d'une authenticité folk, les enjeux promotionnels et médiatiques que porte la télévision rappellent que la musique rock est issue de l'industrie de la musique populaire, et qu'elle reste pour l'instant, en dépit de ses efforts, un produit de masse.

93 JAMES, David E, *Rock 'n' Film: Cinema's Dance with Popular Music*, New York, Oxford University Press, 2016.

C/ Le *promotional film* : réchauffer le médium pour mieux légitimer le rock

1. À l'épreuve de la technique cinématographique



Scarface, Howard Hawks (1932)



Happy Jack, Michael Lindsay-Hogg (1966)

Fig. 21 : pastiche et références au film de gangster

Les *promotional films* répondent quant à eux à une impasse industrielle : lorsqu'un groupe de musique enchaîne les succès dans son pays d'origine, l'ambition grandit au point de vouloir que cette notoriété s'étende aux pays voisins voire au monde entier. Or, la télévision est un médium de l'immédiat, elle est à la fois information et distraction. Ces *promotional films* ont toutefois pu répondre à cette problématique en offrant la possibilité de transcender le temps et l'espace. Mais il a pour cela fallu abandonner les conventions télévisuelles pour revenir aux modes productions cinématographiques, qui impliquent un certain lapse de temps entre le tournage et la diffusion. Néanmoins, le médium qui les diffuse est signifiant, puisque peu importe les conditions de filmage de ces objets, ils deviennent immédiats et participatifs lorsqu'ils sont diffusés de manière télévisuelle. Pour autant, ce retour aux techniques cinématographiques interroge quant à sa signification en termes de démarches à la fois *intermedia* et promotionnelle. L'objet en lui-même pose des questions relatives à la représentation du groupe au sein d'une narration. Le film promotionnel se calque sur la durée d'une chanson, donc trois

minutes, pendant lesquelles se manifeste un désir de fiction. Le narratif devient le médiateur entre la chanson et les images, et se caractérise par un récit circulaire, minimal et condensé. Il sera question de comprendre ce qui en fait la forme limite dans la hiérarchie entre la musique et les images. Afin de mieux saisir l'unicité de ses conventions narratives, Yves Picard propose en 1987, dans un contexte de développement de l'industrie du vidéo-clip, trois catégories structurelles⁹⁴ ; l'enregistrement de la performance, la transposition et la transformation de la chanson en récit imagé et la visualisation télescopée du rythme. Ces dernières serviront l'analyse de deux films promotionnels, celui de la chanson "Happy Jack"⁹⁵ des Who, réalisé par Michael Lindsay-Hogg en 1966 et celui d'"Arnold Layne"⁹⁶, des Pink Floyd, réalisé par Derek Nice en 1967. Ces deux films

94 PICARD, Yves, "Le vidéoclip : entre le postmodernisme et le «star-system »", *Communication*, « Information Médias Théories », vol. 9, n°1, été 1987, p. 68-77.

95 The Who (20 mars 2010), *The Who - Happy Jack (Official Music Video)* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=52cQeFBU2Kw>

96 Pink Floyd (20 août 2018), *Pink Floyd - Arnold Layne (Official Music Video)* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=H3DGP1NHX5Q>.

permettront de considérer l'aspect narratif et promotionnel des *promotional films* et de cerner la place et la mise en scène du groupe au sein de ces objets.

Sortie en décembre 1966, la chanson "Happy Jack" appartient à l'album *A Quick One* et elle évoque un garçon qui, malgré le harcèlement dont il est victime, garde toujours le sourire. On remarque cependant que le film s'inscrit dans une démarche de transformation de la chanson lors de son passage en récit imagé⁹⁷. En effet, celui-ci expose la situation suivante : quatre malfrats amateurs tentent de forcer un coffre-fort, l'un se détourne de l'objectif et parvient à ouvrir le tiroir d'un bureau dans lequel se trouve un gâteau, les trois se le partagent lorsque le quatrième les prévient qu'un policier arrive. Dans un premier temps, il est important de relever qu'il s'agit de la première collaboration du groupe avec l'américain Michael Lindsay-Hogg, qui a commencé sa carrière comme réalisateur pour *Ready Steady GO!* pour ensuite passer à la réalisation de films promotionnels pour les Beatles et surtout les Rolling Stones. Ils se sont ensuite retrouvés en 1968 pour *The Rock and Roll Circus*. Ici cependant, le projet musico-visuel résulte en un pastiche⁹⁸ du film de gangsters, en particulier du *Scarface* de 1932, réalisé par Howard Hawks. Roger Daltrey reprend le rôle devenu stéréotypé du *coin-flipping mobster*, et John Entwistle incarne l'homme à la cicatrice (fig. 21). Les choix opérés par Lindsay-Hogg peuvent davantage se fonder sur les sonorités de la chanson en elle-même que sur les paroles. En effet, la composition s'inscrit dans le registre burlesque par son rythme lancinant et ses harmonies d'opérette. De ce fait, la réalisation fait écho aux films burlesques des premiers temps : on trouve du comique de gestes dans la chute en cascade de trois personnages, dans la lampe torche projetée dans les yeux de celui qui essaye d'ouvrir le coffre et du comique de situation dans l'apparition impromptue du gâteau, la bataille de nourriture et le gag final de la tarte à la crème.

En cela, ce *promotional film* interroge la dimension narrative de la chanson populaire et des possibilités de la transposer. Il est pour autant important de rappeler que le rock dérive de deux tendances : le rock'n'roll et la pop. Ces



Fig. 22 : *Arnold Layne* (1967), le corps du musicien marionnettisé

⁹⁷ La discontinuité narrative entre l'objet original de la chanson et la vidéo promotionnelle est saisissante. En effet, la majorité de ces formes brèves s'inscrivaient davantage dans le registre performatif. Un *promotional film* tel que celui de « Dead End Streets » mélange à la fois ce registre et le registre narratif, tandis que pour « Happy Jack » la musique n'est qu'illustrative. Sa superposition à l'image n'entraîne aucun sentiment de *liveness*, c'est-à-dire d'authenticité performative.

⁹⁸ GOODWIN, Andrew, *Dancing in the distraction factory : Music Television and Popular Culture*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1992, p. 74-77.

deux genres musicaux exploitent davantage les voix que les qualités d'écriture de ses interprètes, d'autant plus que leurs structures mélodiques sont simples et répétitives. Le rock, quant à lui, exploite tout d'abord à son maximum la notion de bruit, dont les paroles font partie⁹⁹. En dehors de toute structure de sens, il est pensé comme un ensemble sonore visant à être expérimenté sensuellement¹⁰⁰, dans un premier temps par la danse. Enfin, il est important de considérer que la discontinuité entre la chanson et le visuel qui lui est associé peut permettre de désamorcer des paroles qui, transposées littéralement, risqueraient la censure par la télévision britannique.

Le mode de filmage des films promotionnels est radicalement différent de celui des performances télévisées. Les corps des musiciens sont assujettis à un médium qui s'extrait spatialement et temporellement du filmage télévisuel par des décors autres que le studio de



Fig. 23 : *Arnold Layne* (1967), l'imprévu qui fait éclater la bulle de fiction

télévision et par une réalisation largement anticipée sur le moment de la diffusion. Ces deux conditions particulières permettent de les intégrer à des espaces inédits et de les sortir momentanément de leur statut de *rock star*. Cette expérience peut se révéler amusante pour certains et pour d'autres violente et fastidieuse.

"Arnold Layne" est une chanson qui traite du travestissement, elle s'inscrit dans un ensemble de compositions aux sujets assez inédits parmi le reste de la pop cette même année. Elle évoque plus particulièrement un homme dont le passe-temps consiste à voler des vêtements et des sous-vêtements féminins sur les cordes à linge. Malgré le ton décalé du *promotional film*, certains aspects semblent vouloir représenter l'expérience d'arrachement du groupe de son environnement habituel – la scène ou encore le studio d'enregistrement, à des fins promotionnelles comme difficile voire brutale. Cela passe



Fig. 24 : *Arnold Layne* (1967),

quand l'inanimé exerce le collectif

99 GRACYK, Theodore, *Rhythm and Noise: An Aesthetics of Rock*, Durham, Duke University Press, 1993.

100 WICKE, Peter, *Rock Music. Culture, Aesthetics and Sociology*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990.

notamment par le traitement du corps, qui tend à devenir une marionnette pour la technique cinématographique par des effets de déroulement à l'envers, de ralenti et d'accélération. Cela est particulièrement manifeste dans le plan entre 1:42 et 1:53, où l'on tend à penser qu'il s'agit au départ d'un mannequin inerte, pour ensuite reconnaître la mobilité humaine et plus encore le corps de Roger Waters (fig. 22). Le corps du bassiste, sous l'effet de la technique de la réversibilité de la pellicule et d'un effet spécial, est en réalité d'abord une poupée de chiffon, traînée dans le sable puis soulevée dans les airs pour devenir véritablement Waters¹⁰¹. La technique sert une forme de kinésie qui reflète la dynamique de la musique. Cela dans un contexte de pop psychédélique, dont les



Fig. 25 : *Arnold Layne* (1967), le mannequin comme métaphore violente de la chanson

inspirations surréalistes se traduisent visuellement par la juxtaposition radicale d'images apparemment disparates et illogiques. Il ne faut pour autant pas ignorer les moments où la bulle de fiction surréaliste éclate. Cela survient lorsque l'imprévu surgit, c'est-à-dire quand le mannequin se délite alors que le groupe essaye de le soutenir, provoquant le rire de ces derniers, ou encore lorsque le chapeau de Nick Mason s'envole, ce qui fait naître un sourire sur son visage (fig. 23). Cette expressivité soudaine dénote avec le reste du film où l'impassibilité est collective. En l'occurrence, ce film promotionnel n'a aucune narration au sens aristotélicien du terme, c'est-à-dire qu'elle ne présente aucun espace-temps défini nécessaire à l'élaboration d'une diégèse, de plus, l'enchaînement des saynètes semble tout à fait aléatoire. En effet, ce film ne raconte pas une histoire, l'image ici cherche davantage à parachever l'identité psychédélique et énigmatique du groupe et à retranscrire une manière d'être au monde favorisant l'anonymat.

Aussi, le décor en lignes horizontales de la plage de East Wittering permet de mettre particulièrement en valeur la verticalité des corps des musiciens. Ces derniers sont les moteurs de l'action et presque l'unique source de mouvements. Cela est également accentué par le contraste incarné par le mannequin inerte que baladent les membres du groupe. Dès le premier plan, ils se

101 Une manipulation similaire a été faite par Peter Goldmann pour le *promotional film* de « Strawberry Fields Forever » des Beatles au début de l'année 1967, mais elle contribue davantage à dôtter Paul McCartney de pouvoirs magiques. Dans une idée de transposition de la chanson, cela est notamment lié au caractère onirique et nostalgique de cette composition.

retournent tous mais n'intègrent pas la tête du mannequin qui reste tournée vers la mer, de même dans le plan suivant où ils font la même action mais masqués. Plus tard, ils marchent du même pas et à la même allure, font l'exercice du pantin, tandis qu'au premier plan le mannequin masqué est immobile. Les quatre membres du groupe cherchent à intégrer ce cinquième acteur en l'affublant d'un même masque, en le mêlant à leur marche, mais cela sert surtout à renforcer l'unité formée par le groupe dans le mouvement (fig. 24). Et si l'on identifie Arnold Layne comme le mannequin, on peut alors regarder le film comme une métaphore visuelle de la composition de la chanson : l'illusion de mobilité du mannequin est permise par les membres du groupe, qui tour à tour le portent, le démembrant et l'assemblent. Ce dernier est habillé, déshabillé, démembré et reconstitué par des agents extérieurs puis enfin porté comme un mort (fig. 25). Syd Barrett, le chanteur principal, porte la tête, et les quatre autres le corps ; la tête peut être considérée comme la partie vocale et le corps les instruments. Une certaine correspondance s'établirait alors entre les paroles et le visuel, dans la mesure où le mannequin est déshabillé et habillé de différentes façons comme on change des rimes ou des strophes.

2. Le *promotional film* comme vitrine

Yves Picard fait une analogie entre le vidéo-clip et les spots publicitaires, en reprenant trois catégories de réclames publicitaires : celles dédiées aux biens de consommation durables, dont l'objectif est de mettre en avant leurs performances, puis celles qui, sous la forme d'un récit, cherchent à humaniser certains biens et services, et enfin les réclames de bien de consommation non durables, "dont la finalité est de susciter une forte impression du plaisir instantané par un montage associatif morcelé mais chatoyant."¹⁰². Leurs points communs sont manifestes : la structure performative met en avant la performance du groupe comme bien de consommation, la transposition de la chanson en récit imagé cherche à humaniser les marchandises que sont le disque ou le single à vendre, et enfin la visualisation télescopée du rythme revient à dupliquer le plaisir de l'écoute éphémère par le montage associatif et morcelé. Un tel parallélisme éclaire d'autant plus les enjeux promotionnels de ces vidéos musicales. Lorsque l'industrie des musiques populaires rock et pop explose sous l'impulsion de la *British Invasion*, le succès des groupes qui la représente est international et il est dès lors nécessaire de développer des stratégies afin de maintenir leur rayonnement global. La structure performative est d'abord dominante puis on lui préfère un hybride entre les deux autres, conceptuelle et narrative, à partir de 1967.

Cela est tout à fait observable dans la production de *promotional films* des Beatles¹⁰³, avec

102 PICARD, Yves, *op. cit.*, p. 70.

103 MULVEY, Laura (dir.), SEXTON, Jamie (dir.), DONNELLY, Kevin, *op. cit.*, p. 169.

une majorité de prestations filmées en 1965, comme pour « We Can Work it Out »¹⁰⁴, en 1966, avec « Paperback Writer »¹⁰⁵, la structure reste la même mais l'environnement change, entre performance et humanisation et enfin en 1967, le film de « Strawberry Fields Forever »¹⁰⁶ supprime la structure performative et devient un hybride des deux autres. Ces films brefs deviennent un moyen de rendre omniprésente l'image des groupes musicaux dans de nombreux pays, dans la mesure où il s'agit d'objets préenregistrés et diffusés en remplacement de leur présence physique sur les plateaux de télévision. Il est donc signifiant que ces films promotionnels se saisissent de stratégies issues de la publicité, comme elles cherchent à mettre en valeur différents déclencheurs de consommation : le groupe et la musique. La présence systématique des membres du groupe est ce qui fait de ces objets des films promotionnels, et non juste des courts métrages. En tant que vedettes, les musiciens sont les médiateurs entre la chanson et l'objet visuel auquel ils sont associés. Ils ont une fonction de repère pour les spectateurs qui alors connaissent le groupe par le biais d'images proches mais fixes, comme les magazines ou les pochettes de disques, ou par leur présence éloignée lors des concerts. Dans ces premiers temps de la télévision musicale, le film promotionnel est à la fois image-surface et image-fragment¹⁰⁷, il évite le risque de la déception causée par la tentation du vrai proposée par la télévision en mettant en scène le groupe en dehors de tout environnement lié à ce médium.

"Arnold Layne" est le premier single de Pink Floyd après la signature de leur contrat chez la maison de disques EMI. Il manifeste de la nécessité de se plier aux exigences de l'industrie pour un jour connaître le succès au-delà des clubs de Londres. De ce fait, elle ne dure que trois minutes et fait l'objet d'une campagne de promotion à la télévision. Néanmoins, les caractéristiques formelles et narratives de ce *promotional film* tendent à élaborer une esthétique psychédélique, voire une traduction audiovisuelle de l'expérience. Il



Fig. 27 et 28 : *See Emily Play* (1967),
pantomimes absurdes du groupe et
détournement des instruments

104 The Beatles (4 novembre 2015), *The Beatles - We Can Work it Out* [Vidéo], Youtube, URL : https://www.youtube.com/watch?v=Qyclqo_AV2M.

105 The Beatles (15 décembre 2017), *The Beatles - Paperback Writer* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=yYvkiCbTZIQ>.

106 The Beatles (4 mai 2018), *The Beatles - Strawberry Fields Forever* [Vidéo], Youtube, URL : https://www.youtube.com/watch?v=HtUH9z_Oey8.

107 VERNIER, Jean-Marc, « Trois ordres de l'image télévisuelle », *Quaderni*, n°4, Printemps 1988.

reprend ainsi la narration issue de la chanson "Arnold Layne" mais de manière superficielle. En effet, il sert alors surtout à représenter médiatiquement le groupe. L'industrie de la musique rock à l'époque doit reproduire la fructueuse *Beatlemania*, et estime nécessaire d'établir une identité visuelle globale, de montrer le groupe comme un collectif. Ici, cela passe notamment par des accessoires communs tels que des lunettes de soleil, des chapeaux, des chaussures et des tenues qui tendent à se ressembler tout en étant légèrement différents. Les plans où ils arborent des masques les rendent interchangeable. Néanmoins, il reste signifiant que Syd Barrett, à la fois le chanteur et la personnalité la plus charismatique du groupe, soit le seul que l'on individualise (fig. 26). Cela est effectivement possible au sein du dispositif cinématographique, dans la mesure où les conventions sont différentes et qu'il s'agit d'un médium en haute définition, donc riche en informations, et davantage lié à l'imaginaire. Or, dans le cadre d'une performance télévisée le filmage est simultané et la prestation captée par plusieurs caméras. Les choix de ce qui est montré ou non pour les téléspectateurs s'effectuent selon les conventions préalables mais également en fonction des adresses de chaque membre à la caméra.



Fig. 26 : *Arnold Layne* (1967), mise en valeur, par l'individualisation, de Syd Barrett

Le film promotionnel de "See Emily Play"¹⁰⁸, réalisé la même année, s'inscrit aussi dans cette narration psychédélique en ce qu'elle repose sur le mécanisme de la pantomime : Nick Mason joue de la batterie bien qu'elle soit absente, puis le groupe se met subitement à mimer une partie de tennis, la basse devenant une raquette (fig. 27). Sans pour autant aller jusqu'à la radicalité performative des Who, la basse est ici seulement détournée de sa fonction première. À la différence de celui d'"Arnold Layne", le groupe joue ici son propre rôle d'une manière absurde et partielle (fig. 28). Il donne l'illusion de vouloir se conformer aux conventions de la structure performative, mais il manque une partie des instruments et le *playback* est presque toujours en décalé. Ce détournement de la performance laisse entendre une certaine malléabilité de cette dernière du fait de sa nature purement artificielle. Le médium devient alors le message : le groupe est dans ses débuts réticent à intégrer l'industrie et à gravir ses différents échelons, or le film promotionnel en fait partie dès lors qu'il commence à avoir du succès. L'économie ludique des premiers vidéo-clips de Pink Floyd manifeste une prise de distance moqueuse avec le médium qui pourtant contribue à faire décoller

108 Pink Floyd (24 août 2018), *Pink Floyd - See Emily Play* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=7c0EDM-Yu9o>.

leur carrière. Cette relation ambiguë du groupe à la télévision se retrouve intrinsèquement dans leurs films promotionnels ; ils participent de leur rayonnement par essence, mais leur contenu appuie sur ses conditions médiatiques de diffusion et de mise en relation du son avec l'image.

Pour ce qui est d'*Happy Jack*, il est assez intéressant de constater que ce film s'inscrit dans une démarche de pilote d'une hypothétique série mettant en scène les Who, à l'instar de la série



« Monkees in a ghost town », *The Monkees*, épisode 6, saison 1 (1966)



« The Chaperone », épisode 9, saison 1 (1966)

Figure 29 : clin d'oeil à *Scarface* et burlesque dans *The Monkees*

télevisée *Les Monkees*, diffusée de 1966 à 1968 sur NBC¹⁰⁹ (fig. 29). Cette dernière racontait les aventures d'un groupe de rock fictif éponyme en reprenant le style burlesque et absurde développé par Richard Lester dans *A Hard Day's Night* et *Help!*. Néanmoins, le *promotional film* semble avoir été réalisé avec très peu de moyens et rapidement, à en voir les faux raccords et les défauts dans certaines prises de vue (fig. 12). On remarque cela dit rapidement que chacun est rattrapé par son image scénique : le duo fauteur de trouble formé par Townshend et Moon est reproduit à l'écran, tout comme le flegme nonchalant d'Entwistle (fig. 30). Mais plus globalement, ce film peut être analysé comme une métaphore idéalisée du groupe de rock amateur, qui est censé incarner l'envie de révolte. Tout d'abord, le groupe assimilé à la sous-

culture *mods* devient ici un gang de malfrats. Leur objectif est de vider un coffre-fort, autrement dit d'avoir du succès et de gagner beaucoup d'argent en faisant de la musique. Or, l'un d'eux trouve un gâteau, nouvelle source d'intérêt collectif. Si les personnages n'étaient dès le début pas vraiment caractérisés par leur astuce, ces derniers sont d'autant plus infantilisés lorsqu'ils commencent une bataille de nourriture. Enfin, les voyous inoffensifs échappent à l'autorité en la ridiculisant.

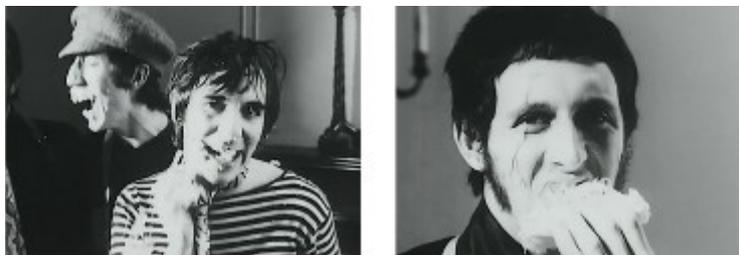


Fig. 30 : *Happy Jack* (1966), le duo Moon/Townshend à la scène comme à l'écran, exacerbé par le flegme de Entwistle

109 BARNES, Richard, *The Who : Maximum R&B*, Londres, Plexus Publishing, 2004.



Fig. 31 : *Happy Jack* (1966), récurrence d'un triangle noir dans le coin gauche (1) présence soudaine d'un photographe à gauche (2)

3. Une tentative de réversibilité par la surchauffe

Ce deuxième cas de figure nous permet de constater que les films promotionnels ont tendance à faire l'opération inverse des performances télévisées, c'est-à-dire de réchauffer le médium télévisuel. En effet, on remarque à travers nos deux exemples que le montage est bien moins découpé et que les plans sont également plus longs, leur échelle varie mais avec douceur, par des mouvements de travelling ou de panoramique. L'image cinématographique contient elle aussi beaucoup de données et sa haute définition suscite moins la participation du spectateur lors de sa diffusion à la télévision. Ainsi, il ne prolonge qu'un seul sens, celui de la vue, là où la basse définition de la télévision demande la participation de la vue et de l'ouïe. En effet, l'image vidéographique se caractérise par son instabilité ; arrêter une vidéo implique souvent une image fixe imprécise voire illisible. Le montage est de ce fait une étape essentielle, elle met en forme l'image télévisuelle, constituée de points lumineux. Il s'agit alors de les faire fusionner, de les concentrer et de les intégrer pour atteindre un idéal du réel ; "l'ontologie de l'image vidéographique serait de multiplier la réalité"¹¹⁰.

On constate que les films promotionnels analysés sont toujours entre la visualisation associative, la performance et la narration. Ils contribuent à la création de la *rock star*, en ce qu'ils donnent accès à une aura cinématographique, offrant ainsi une proximité dans le lointain, à la fois temporellement et spatialement. Il s'agit d'objet indécis, entre l'utilitaire publicitaire et l'émancipatoire à travers une forme qui tend vers le ludique et l'artistique. Les deux exemples analysés présagent les formes vidéo-clipesques s'inscrivant souvent dans le registre du burlesque, de la parodie ou bien de la citation issues du septième art. Néanmoins, les références faites au cinéma, et l'usage de ses conventions pour une forme télévisuelle peuvent, dans un



Fig. 32 : *Arnold Layne* (1967)
référence au cinéma

110 PICARD, Yves, *op. cit.*, p. 72.

contexte de recherche de légitimation artistique du rock, relever de l'*intermedia*. On remarque rapidement qu'ils sont filmés de manière cinématographique : on peut saisir des images fixes nettes et le gros plan est minoritaire. Cette préférence pour le cinéma est par ailleurs pleinement assumée et intégrée au film d'"Arnold Layne", lors d'un plan où le groupe reproduit un plateau de cinéma, Nick Mason utilisant un pavillon de phonographe comme porte-voix et une chaise pliante comme chaise de metteur en scène (fig. 32).

En effet, ces *promotional films* permettent de saisir l'ensemble du groupe pour lui-même et, hypothétiquement, de le regarder interagir en dehors des sphères de l'industrie musicale. Cependant hermétiques à la dimension participative de la télévision, les membres de Pink Floyd ne s'adressent au public – par le regard caméra, qu'à deux reprises et par erreur. Or cette adresse directe est nécessaire afin de rétablir, au sein de l'objet musico-visuel, le lien participatif puis authentique qui s'établit lors d'une performance *live* entre l'interprète et son spectateur. Il s'agit d'une étape de reconnaissance pour le téléspectateur, qui ressent, grâce à des situations et des angles nouveaux, une proximité inédite avec ses artistes favoris. Il apparaît pour cela que les Who ont bien mieux compris les mécanismes télévisuels ; leurs adresses assumées et intégrées dans la narration¹¹¹ permettent de véritablement inscrire un film promotionnel tel que celui réalisé pour "Happy Jack" dans la catégorie du médium naissant du vidéo-clip.

On observe donc que les performances captées s'intègrent mieux au médium télévisuel car elles doivent être filmées afin de reproduire les impressions d'un individu dans le public : l'image télévisuelle se caractérise par son instabilité et sa rapidité selon une mise en scène et un mode de filmage visant à donner une impression de réel. Le filmage cinématographique des films promotionnels permet d'allier dynamiques industrielles et artistiques, en ce qu'il développe en profondeur l'aura des interprètes selon un processus de starification, tout en permettant l'expression visuelle du groupe sur un format court. Ce dernier aspect reprend l'idée d'image-fragment, dans la mesure où il s'agit d'une forme qui cultive le goût de l'image comme "sensation visuelle détachée de toute inclinaison vers un sens possible de l'image"¹¹². En effet, le sens des images produites s'inscrit dans un contexte extérieur, il ne survient que lorsque l'on a connaissance de ce dernier. Le degré artistique des images filmées participe quant à lui à un réchauffement voire une surchauffe du médium diffuseur, la télévision, puisqu'il signifie un rapprochement avec le septième art. Ce n'est par ailleurs pas un hasard si Pink Floyd, après plus d'une vingtaine d'apparitions à la télévision entre 1967 et 1969¹¹³, dont environ cinq films promotionnels, prend doucement ses distances avec le médium. Ils avaient déjà peu adhéré au système de la chanson et du single imposé par l'industrie,

111 *cf.* fig. 10.

112 VERNIER, Jean-Marc, *op. cit.*, p.17

113 POVEY, Glenn, *Pink Floyd*, Paris, Place des Victoires, 2012.

mais l'échec du single "Point me at the sky", pour lequel un film avait été réalisé¹¹⁴, n'a fait qu'accélérer cela. Dès lors, le groupe se fera plus discret et préférera, lors de ses apparitions télévisées, le registre performatif, comme dans une volonté de revenir à l'essence authentique de la performance *live*.

Paul Yonnet associe la culture rock à la culture du vertige¹¹⁵. Elle se manifesterait notamment par « l'utilisation des amplifications et distorsions audiovisuelles » et « l'utilisation de produits modificateurs de conscience ». Nos deux groupes ont fait usage de ces deux caractéristiques sur scène, à travers les *light-shows* et les distorsions sonores allant de la dilatation à sa saturation voire sa destruction, et à la télévision, par le biais des performances télévisées ou des *promotional films*. En transposant ces pratiques dans un médium audiovisuel, ils ont donné accès massivement à l'ésotérisme au cœur d'un genre musical en mutation¹¹⁶.

Le performance télévisée, premier mode de filmage de la musique populaire à la télévision, renvoie à l'essence immédiate du plaisir rock'n'roll bien qu'il n'en soit qu'une représentation. La collaboration du rock et la télévision sous ce format a pu donner lieu à des expérimentations audiovisuelles relatives à l'aventure sensorielle psychédélique. En témoignent les deux performances des Who. Le *promotional film* présente des caractéristiques hybrides permettant de le définir comme proto-clip, en ce sens qu'il se trouve déjà à l'intersection entre l'art et le commerce. À la fois publicité télévisée et film d'avant-garde, il respecte les stratégies médiatiques de l'industrie musicale, puisque l'audiovisuel sert à vendre la musique qu'elle accompagne. Forme particulièrement libre, elle émet la possibilité d'une stabilisation de la production parallèle, voire proportionnelle, à la recherche de l'excellence, de liberté et d'innovation au sein de la création musicale¹¹⁷

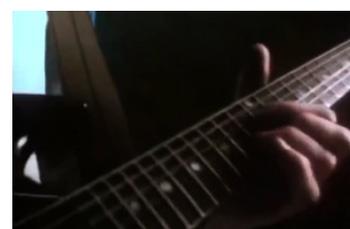


Fig. 1 : *promotional film* de « The Seeker » des Who et son esthétique performative

114 BROACKES, Victoria, STRONG LANDRETH, Anna, *Pink Floyd : Their Mortal Remains*, Neuilly-sur-Seine, France, Michel Lafont, 2017, p. 62-73.

115 YONNET, Paul, « Rock, pop, punk : Masques et vertiges du peuple adolescent », *Débat*, n°25, mai 1983, p.144.

116 *Ibid.*, p. 143.

117 DEN TANDT, Christophe, « La Culture rock entre utopie moderniste et construction d'une industrie alternative », *Volume !*, 2012.

II. « *Amazing journey* » : la recherche d'une crédibilité artistique en actes

Dès le début de l'année 1970, le monde du rock est frappé par l'annonce de la séparation des Beatles. Les années de transition entre les décennies 1960 et 1970 sont également marquées par les décès prématurés de grands noms tels que Brian Jones, Jimi Hendrix, Janis Joplin et Jim Morrison. Il en émane un sentiment de désenchantement. Aussi, on constate le déclin du rock psychédélique mais aussi le revirement critique du rock progressif, tandis que de nouveaux genres émergent. Mais c'est surtout l'apogée des groupes formés durant la seconde partie des années 1960, dont le succès, retentissant et planétaire, définit les nouvelles conditions de la performance musicale. Présagé par des concerts tels que celui des Beatles en 1966 au Shea Stadium, le stade devient le nouveau lieu du rock. Si en 1966 l'expérience fut décisive pour les Beatles, qui renoncèrent à se produire sur scène, le concert en stade devient un passage obligé pour tout groupe à succès du fait de son grand potentiel commercial. En effet, l'amélioration des systèmes de sonorisation de ce type d'architecture amène l'*arena concert* à s'institutionnaliser peu à peu pour devenir l'une des commodités de l'industrie musicale. À la fois signifiant professionnellement et industriellement, il tend à renforcer une organisation proxémique de la musique populaire¹¹⁸, ce qui signifie que l'évolution trajectorielle est parallèle à la distance prise avec le public. Ce processus est également accéléré par les festivals de musique en plein air : onze festivals de grande envergure furent organisés en 1968, vingt-six en 1969 et une vingtaine en 1970 pour ensuite connaître une dégression. Néanmoins, l'ampleur de ces manifestations a pu donner des envies de captations, sous la forme de *rockumentary*, pour la première édition du festival Woodstock ou encore celui sur le tout premier concert de charité, *The Concert for Bangladesh* (1972). Mais pour des films tels que *Gimme Shelter* (1970) ou *The Song Remains the Same* (1976), dont les performances *live*¹¹⁹ sont le fil rouge, c'est surtout l'occasion de montrer le train de vie des groupes de rock The Rolling Stones et Led Zeppelin, participant à hisser leurs membres au rang de *rock stars*. Enfin, ils permettent de filmer le processus d'enregistrement des chansons produites sur scène et de montrer les nouveaux outils technologiques permettant d'aboutir à des compositions toujours plus innovantes et expérimentales. La première moitié des années 1970 a pu proposer une augmentation des enregistreurs multipistes, avec la standardisation des 16 pistes et l'arrivée des enregistreurs à 24 pistes. Cela se développe avec les améliorations de la haute-fidélité, afin que le matériel de restitution et de reproduction sonore domestique offre une qualité d'écoute toujours plus proche de l'original. Enfin, le rock continue d'exister à travers le médium télévisuel, qui devient l'une des premières sources de divertissement de la population britannique : en 1971, 91% des foyers britanniques ont un poste de

118 HALL, Edward, *The Silent Language*, New York, Doubleday & Company, 1959.

119 En l'occurrence la tournée américaine de 1969 pour les Rolling Stones et les trois concerts de Led Zeppelin au Madison Square Garden à New York en 1973.

télévision¹²⁰. Pour les groupes ayant le plus de succès, les *promotional films* reviennent à des formes plus proche de la captation de performance, notamment parce qu'ils sont plus rapides à filmer (fig. 1).

120 MARWICK, Arthur, *British Society Since 1945*, Londres, Penguin, 2003, p. 117.

A/ Pink Floyd : la quête multimédiatique

1. Un groupe prolifique : création d'un univers visuel et musical unique

Pink Floyd, qui a déjà commencé ses expérimentations à la fin des années 1960, voit sa célébrité exploser durant la décennie suivante. Rétrospectivement, elle est un grand condensé de tournées à travers le monde mais également d'explorations à la fois intermédias et multimédias.

Le visuel, constitutif de l'identité du groupe depuis sa formation, devient véritablement essentiel à l'univers de Pink Floyd. Afin de saisir cette évolution, il semble bienvenu de se consacrer à la création de cet univers visuel à partir de leur collaboration avec le collectif de graphisme britannique Hipgnosis. Elle commence en 1968, à l'occasion de la conception de la pochette de leur second album, *A Saucerful of Secrets*. En effet, c'est afin de pouvoir délivrer le projet auprès de leur maison de disques, EMI, qui pour la première fois s'ouvrait à des graphistes extérieurs pour la conception de pochette, que Storm Thorgerson et Aubrey Powell fondent le studio. Cette première pochette, ainsi que la suivante pour *Ummagumma*, l'année suivante, restent dans la tradition de la pochette d'album qui doit représenter le groupe. Pour autant, ces deux



Fig. 6 :
Atom Heart Mother (1970)



Fig. 7 :
Pony, Patrick Caulfield (1964)

premiers exemples présentent déjà une originalité qui les détache de *The Piper At the Gates of Dawn* (fig. 2). On remarquera toutefois que l'effet

kaléidoscopique fragmente les visages, les rendant pour certains difficiles à lire, tandis que le cadrage coupe les visages. Mais pour *A Saucerful of Secrets* (fig. 3) Hipgnosis va dissimuler le groupe à l'intérieur d'un vaste ensemble d'images en surimpression. Ce

premier travail est tout à fait en accord avec les propositions musicales et scéniques du groupe, à savoir d'offrir un patchwork d'improvisations et de *light shows* derrière lesquels les musiciens

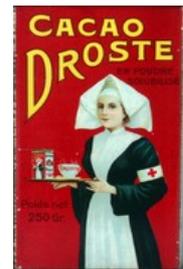


Fig. 4 et 5 : *Ummagumma* (1970) et la publicité pour le cacao *Droste* (vers 1900)



Fig. 2 : *The Piper at the Gate of Dawn* (1967)

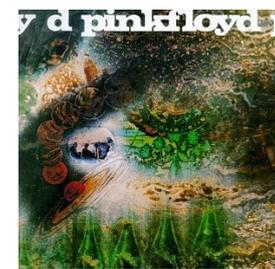


Fig. 3 : *A Saucerful of Secrets* (1968)



Fig. 8 : *Meddle* (1971)

disparaissent pour faire prévaloir les sensations. *Ummagumma* (fig. 4) montre une nouvelle fois le groupe, mais tire son épingle du jeu par l'utilisation de l'effet Droste, c'est-à-dire d'une visualisation récursive de la mise en abyme : à l'intérieur du cadre sur le mur se trouve l'image principale réduite et ainsi de suite¹²¹. Ce dispositif, tout en reprenant un mode de représentation artistique connu, fait également écho à son usage par la publicité (fig. 5) et donc à la nature double du rock. Elle mobilise la notion de *topos*, c'est-à-dire d'éternel retour, de lieux communs et de clichés, dont la réactivation

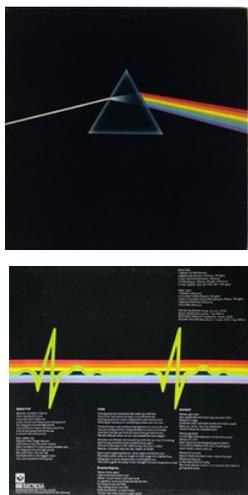


Fig. 9 et 10 :

The Dark Side of the Moon
(1973), couverture et intérieur
de la pochette



Fig. 11 : *Gravy for the Navy*,
Peter Phillips (1963)

par les industries médiatiques peut relever de stratégies idéologiques et commerciales¹²². Dans le cas présent, l'effet Droste est un topo publicitaire mais également artistique, renvoyant en particulier – à la lumière du bagage scolaire du groupe, au surréalisme et à la notion d'infini, comme dans les constructions impossibles M. C. Escher. Néanmoins, l'image reproduite change légèrement à chaque fois : le décor ne bouge pas, mais les musiciens s'interchangent, venant appuyer l'image énigmatique et opaque du groupe.

Mais dès lors que Pink Floyd se détourne peu à peu du psychédéisme pour suivre la voie du rock progressif, on observe certains changements au sein des pochettes. Celles-ci deviennent des métonymies, cherchant à donner à voir la musique, comme une représentation créative et complémentaire de la musique. La transition visuelle est relativement nette, lorsque l'on regarde la pochette de *Atom Heart Mother* (fig. 6), en 1970. Album appartenant à moitié au psychédéisme et à moitié au rock progressif, il est constitué d'une composition éponyme d'environ 24 minutes, dont la construction en six mouvements fait écho à la musique savante. Sa pochette présente effectivement deux nouveautés majeures : le nom, ainsi que le groupe,

sont absents, laissant l'image vierge de tout ajout qui permettrait l'identification et la commercialisation de l'album. Le groupe, qui est alors en pleine exploration musicale et qui voudrait éviter les étiquettes musicales, demande à Hipgnosis « quelque chose de simple »¹²³, confirmant le désir de corrélation entre l'univers musical et l'image médiatique du groupe. Il en résulte la photographie d'une vache dans une prairie, photographiée par Thorgerson. La trivialité du sujet, appliquée à une pochette de disque, fait émerger une impression de non-sens proche des peintures du Pop Art britannique. À cet effet, la construction de l'image peut faire penser à la peinture *Pony*, de Patrick Caulfield, l'un de ses représentants (fig. 7). Cette épuration, inédite dans

121 BELTON, Robert J., « The Narrative Potential of Album Covers », *Studies in Visual Arts and Communication*, 2015, p. 2.

122 HUHTAMO, Erkki, *Media Archaeology*, Berkeley, University of California Press, 2011, p. 310.

123 MANNING, Toby, *The Rough Guide to Pink Floyd*, Londres, Rough Guides, 2006.

le champ de la pochette d'album, fut probablement décisive quant au grand succès de l'album dès sa sortie. La pochette de l'album suivant, *Meddle* (fig. 8), témoigne de la continuation de la période de transition. Elle revient également à la surimpression en proposant une photographie d'ondulations sur l'eau en vue zénithale superposée à celle d'une oreille, cadrée en un insert extrême frôlant l'abstraction.

L'année suivante, le travail d'Hipgnosis pour le huitième album du groupe, *The Dark Side of The Moon*, est décisif (fig. 9). Tout d'abord parce que Pink Floyd le présente comme un album concept, en ce que les paroles de chaque chanson ont été travaillées afin de former un ensemble cohérent et homogène.

Ainsi, cet album s'intéresse aux angoisses humaines relatives au temps et à la mort, ainsi qu'à la folie et l'aliénation de soi par le travail et l'argent. Sur fond noir, un prisme fragmente un rayon de lumière, en laissant voir le spectre visible pour la perception humaine : un motif très présent dans les œuvres de l'artiste du Pop Art britannique Peter Phillips (fig. 11). Cette représentation de la lumière se pose en contraste avec l'intitulé de l'album - lui-même métonymie du contenu des compositions, mais fait aussi référence au *light show*, constitutif de l'identité scénique de Pink Floyd. Par ailleurs, l'intérieur même de la pochette (fig. 10) poursuit le spectre et le transforme en électrocardiogramme, sachant que le son d'un battement de cœur débute et termine et l'album. Aussi pure que la lumière, la musique serait le prisme révélateur des émotions et de la beauté de la condition humaine, symbole d'espoir au milieu du chaos. Particulièrement ambitieux, la force de ce projet musico-visuel en fait un exemple particulièrement probant des potentialités d'une collaboration entre visuel et musique populaire, en ce que cette pochette de disque est devenue une image connue mondialement, reproduite et détournée au fil des décennies.

Dans cette même lignée, *Wish You Were Here* (fig. 12) est traversé par la thématique de l'absence, en particulier celle de Syd Barrett, mais également par une critique de l'industrie musicale, au lendemain du succès phénoménal de l'album précédent qui les a transformés en superstars. À l'instar des Who ou de Led Zeppelin, Pink Floyd est passé « de groupe culte à pilier du marché du rock »¹²⁴. Afin de représenter cet état d'esprit général, d'autant plus renforcé par le déclin du collectif comme force créatrice harmonieuse, après l'apogée atteinte par *The Dark Side of the Moon*, Hipgnosis prit en photo deux cascadeurs en costume au studio de la Warner Bros., en Californie. Tous deux se serrent la main tandis que l'un prend feu, dans une représentation visuelle de l'idiome « to get burned », qui, dans le jargon de l'industrie musicale, signifie se faire avoir par



Fig. 12: *Wish You Were Here* (1973)

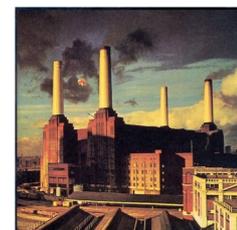


Fig. 13 : *Animals* (1975)

124 POVEY, Glenn, *Pink Floyd*, Paris, Place des Victoires, 2017, p. 188.

des contrats cupides de maisons de disques. Depuis *The Dark Side of the Moon*, le rythme de production d'albums est passé de un an à deux ans entre chaque sortie, *Animals* (fig. 13) fut donc commercialisé en 1977. Le groupe revient alors plus franchement à la forme du *concept album*, s'inspirant de *La Ferme des Animaux* de George Orwell, fable politique écrite en 1945. La pochette créée est une photographie de la Battersea Power Station, l'une des premières grandes centrales électriques du pays et donc symbole de la dominance industrielle, au-dessus de laquelle vole un cochon de 12 mètres de long gonflé à l'hélium. Ce dernier devient un élément récurrent de l'univers visuel du groupe dès la tournée de promotion *In The Flesh* en 1977.

Par leur lien avec le cinéma, amorcé à la fin des années 1960, Pink Floyd a su élaborer un univers complet. On notera par ailleurs qu'il s'agit du premier groupe de rock à composer pour le



(a.)



(b.)



(c.)



(d.)

Fig. 14 : génériques des films mentionnant Pink Floyd

cinéma et à être crédité. La manière dont le groupe figure aux génériques connaît plusieurs variations au fil des années. Pour *Tonite let's all make love in London* (fig. 14, a.) et *The Committee* (fig. 14, b.) le groupe est cité sans mention des maisons de disques. En effet, ces dernières commencent à apparaître dans les films suivants, *More* et *Zabriskie Point* notamment. Puis *La Vallée* (fig. 14, d.) revient à la seule créditation de Pink Floyd, qui entre temps a connu son premier grand succès avec *Atom Heart Mother*, qui resta plusieurs semaines premier des *charts* britanniques, et de ce fait a gagné en puissance dans les rapports de forces avec les maisons de disque. *Zabriskie Point*¹²⁵ et *La Vallée* sont les deux seuls films à utiliser les formulations « *Original Music composed and performed by* » et « *musique composée et interprétée par* ». Contrairement aux premières mentions, ces dernières sont particulièrement significatives en ce qu'elles sous-entendent qu'il ne s'agit pas d'un prêt de chansons préexistantes mais bel et bien d'un travail de composition spécialement pour ces films. Néanmoins, Pink Floyd a pu fournir certaines de ses compositions préexistantes pour des films telles qu'« *Interstellar Overdrive* », pour *San Francisco*, d'Anthony Stern (1968) ou « *Echoes* » pour le *surf film* australien *Crystal Voyager* de David Elfick (1973). Enfin, pour ce qui est des films *The Committee*, *More* (fig. 14, c.) et *La Vallée*,

l'entièreté des membres du groupe figure au générique, venant nuancer leur désir d'anonymat tout en humanisant l'entité Pink Floyd.

Dès l'année 1970, le groupe est contacté pour faire la bande-originale du prochain film du

125 La capture d'écran de ce générique n'a pas été joint pour des questions de lisibilité.



16.

17.

18.

Fig. 16, 17, 18 : Construction d'une aura chamanique et mystique par le choix du lieu et la mise en scène du groupe, *Pink Floyd : Live at Pompeii*

cinéaste italien Michelangelo Antonioni, *Zabriskie Point*, quatre ans après *Blow-Up*. Composée en une semaine, la collaboration reste difficile et Antonioni ne sélectionne que trois morceaux. Mais en dépit de ces désaccords, le grand succès du film a largement profité à Pink Floyd, qui se voit donner l'opportunité d'une première grande tournée aux États-Unis. Ce rayonnement intermédiaire sert autant l'économie du groupe que sa créativité, en ce sens que les compositions abandonnées ont pu nourrir les sets de concert mais aussi faire évoluer le processus de composition vers des conceptualisations toujours plus cinématographiques. Cette même année, Roger Waters, avec la participation non-créditée du groupe, compose la musique de *The Body*, de Ron Geesin, documentaire scientifique sur le corps humain. Ces expérimentations servent les compositions de l'album sorti cette même année, *Atom Heart Mother*, qui mélange suite orchestrale accompagnée par un chœur, techniques de jeu étendues et musique concrète ainsi qu'improvisations à partir d'objets du quotidien, de discussions et de bruits organiques.

Pink Floyd : live at Pompeii est intéressant pour comprendre l'évolution des stratégies médiatiques du groupe. Tout d'abord, il est important de signaler que le projet vient du réalisateur lui-même, Adrian Maben, dont les ambitions étaient de faire un « anti-Woodstock », en référence au film sorti en 1970. En choisissant plus spécifiquement Pink Floyd, il semble vouloir offrir un rapprochement inédit avec le groupe mais aussi ébaucher les individualités, grâce à des gros plans et l'isolement de chaque musicien durant la captation (fig. 15). Aussi, le choix du lieu est déterminant. En effet, Pompéi et son amphithéâtre sont les vestiges d'une ville ensevelie par une éruption volcanique en 79 après Jésus-



Fig. 19 : nombreux plans des ruines de Pompéi dans le film



Fig. 20 : publicité et baroque



Fig. 15 : une proximité inédite avec le groupe

Christ. Le film est monté de sorte à créer une forme d'harmonie entre le concert et les vestiges de l'amphithéâtre, symboles même des arts du spectacle antiques et de la nature reprenant ses droits. Ainsi, les musiciens apparaissent comme des chamanes capables de s'intégrer à l'environnement et faire se réveiller le lieu endormi (fig. 16). Cela est particulièrement appuyé par l'utilisation d'un gong par Roger Waters, instrument antique et chamanique d'Asie du Sud-Est (fig. 17). Ils semblent être représentés comme les intermédiaires entre un temps passé et ses esprits, que suggèrent les ruines et les mosaïques, public figé (fig. 18) et le présent du film. L'aura mystique et chamanique est, du fait du dispositif cinématographique, une aura fantôme captée dans un lieu fantôme. Mais celle-ci contribue à faire de la musique de Pink Floyd une musique qui traverse les âges, voire atemporelle. Elle devient, dans le film, comme un médiateur entre le passé, représenté par les ruines (fig. 19) et le présent. En effet, pour reprendre la pensée de Walter Benjamin, « le mot "histoire" est inscrit sur le visage de la nature dans le langage des signes passés »¹²⁶, la ruine est ainsi le rappel d'une splendeur passée, tandis que la musique vient combler « l'abîme qui sépare l'image de sa signification »¹²⁷, par une résurgence hypothétique du spectacle antique à partir des vestiges. Le caractère baroque de la localisation et de la mise en scène est toutefois contrebalancé par la nature même de Pink Floyd comme groupe de rock. L'aura chamanique du groupe est immédiatement nuancée par son revers marchand. Dans « Zentral Park. Fragments sur Baudelaire. »¹²⁸, Benjamin analyse la figure de la prostituée, dans la poésie de Baudelaire, comme une personnification de la marchandise : « La marchandise cherche à se voir elle-même en face. Elle célèbre son humanisation dans la prostituée »¹²⁹. La rockstar pourrait en être la continuité contemporaine et la publicité en serait quant à elle son allégorie. Dans leur quête de légitimation artistique, il apparaît que les groupes de rock cherchent à échapper à leur essence mercantile mais cela n'est qu'illusoire. Toute représentation d'une marchandise implique, du fait de sa nature commerciale, une notion de publicité. Ainsi, *Pink Floyd : live at Pompeii*, utiliserait le médium cinématographique afin de dissimuler la promotion du groupe derrière un vernis baroque et mystique servant leur image médiatique (fig. 20).

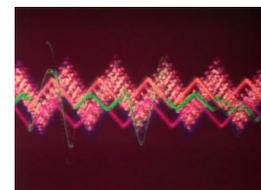


Fig. 21 et 22: animations du film
« Speak to me »



Fig. 23 : *Catalog*, John Whitney
(1961)



Fig. 24 : *Allures*,
Jordan Belson (1961)

126 BENJAMIN, Walter, « Allégorie et *Trauerspiel* », *L'origine du drame baroque* 1928, p. 190-191.

127 *Ibid.*, p. 178.

128 BENJAMIN, Walter, « Zentral Park. Fragments sur Baudelaire. », *Charles Baudelaire. Un poète tyrique à l'apogée du capitalisme*, Paris, Petit bibliothèque Payot, 1979.

129 *Ibid.*, p. 227.

2. Affirmations esthétiques sur scène

Déjà améliorée entre 1971 et 1972, la structure des concerts de Pink Floyd connaît de nombreux changements à partir de l'énorme succès de *The Dark Side of the Moon*. C'est à l'occasion du « British Winter Tour 1974 » que le groupe propose un crash d'avion en modèle réduit, une structure pyramidale et une boule à facettes gigantesque, tout un dispositif pyrotechnique et surtout la projection de films sur un immense écran circulaire. L'importance de ce dernier dispositif a impliqué une période de répétitions aux studios de cinéma d'Elstree juste avant la tournée, afin de mettre au point le minutage précis, nécessaire à la synchronisation entre la musique et les effets visuels. En effet, à l'instar des pochettes de disque, ces films traversent le temps et l'espace en ce qu'ils suivent le groupe dans la sphère du *live*. Modulables, ils ont pu être légèrement réactualisés au fil des années, mais leur récurrence – à partir de 1974, participe à en faire des éléments constitutifs du rituel d'un concert de Pink Floyd, mais également à imprimer durablement l'esthétique musico-visuelle propre au groupe. Et depuis la décennie précédente, le cinéma expérimental et l'art vidéo ont pris une très grande place dans la sphère artistique mondiale. Un tel constat est d'autant plus applicable au cas anglophone, qui a vu la création des laboratoires *The New American Cinema Group*, en 1961 et *London Film-makers' Co-op* en 1966. Et dans un contexte de *global village* grandissant, les influences entre les médias se multiplient, communiquant presque sans entrave. De plus, le cinéma est un médium ayant longtemps été considéré seulement comme un divertissement, pour ensuite intégrer les arts. Cette dualité essentielle, proche de celle que l'on retrouve dans le développement du rock britannique, a pu jouer dans le choix des musiciens du rock de se tourner très rapidement vers le cinéma. Pink Floyd, en se tournant vers le cinéma expérimental afin

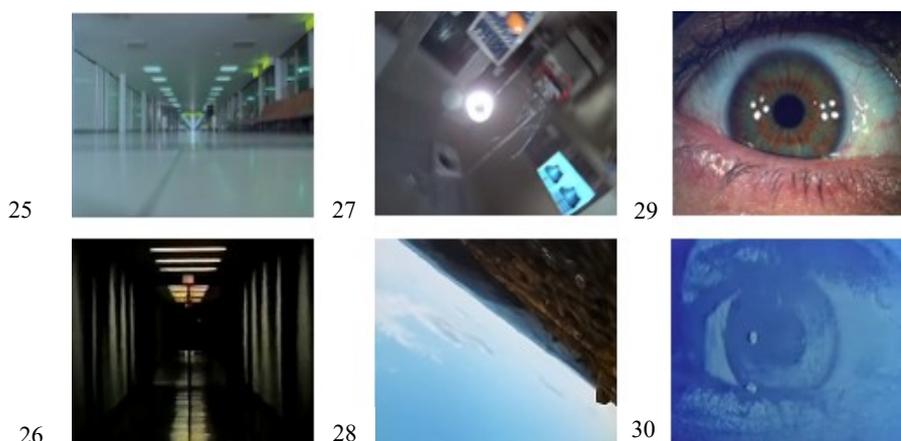


Fig. 25 et 26 : comparaison entre « On the Run » et *Serene Velocity* (1970)

Fig. 27 et 28 : *machine vision* dans « On the Run » et *La Région Centrale* (1971)

Fig. 29 et 30 : expérience, perception et subjectivité dans « On the Run » et dans *OnOff* (1967)

d'illustrer ses chansons, intègre une expression artistique approuvée à la forme de divertissement qu'est le concert. Cette partie de l'étude s'intéressera donc aux *concert screens films* utilisés en 1974



Fig. 31: « Us and Them »



Fig. 32 : *Boardwalk*, William Raban (1972)

et 1975. Le film de « Speak to me »¹³⁰ communique visuellement les concepts de l'album, à savoir l'urgence à réagir face à la folie et l'immobilité. Et le point de vue offre une forme d'expérience d'omniscience. Des prises de vues réelles en vue subjective sont suivies de plans animés (fig. 21). Ces derniers, élaborés selon la technique de *Computer-Generated Imagery*, peuvent faire penser aux travaux initiateurs des frères James et John Whitney (fig. 23) ou de Jordan Belson (fig. 24). Et lorsque « Breathe » commence, l'électrocardiogramme, présent à l'intérieur de la pochette, est reproduit sous forme animée (fig. 22).

« On the run », séquence de voyage omniscient, a pu être illustrée par un film du britannique Ian Emes pour la tournée britannique, toutefois celui projeté lors de la tournée américaine¹³¹ montre des inspirations issues du cinéma expérimental américain et canadien. En effet, il commence dans le couloir d'un aéroport que le point de vue subjectif nous fait parcourir à grande vitesse au ras du sol (fig. 25). Le lieu, ainsi que le jeu avec la vitesse, peuvent, dans une certaine mesure, rappeler *Serene Velocity* (fig. 26), film de l'américain Ernie Gehr, qui consiste en une prise de vue statique d'un couloir mais dont le changement de focale constant stimule les impressions. Dans une idée de perceptions visuelles rendues accessibles par la machine, il y a également un travail du mouvement de caméra déshumanisé relatif à celui de Michael Snow



Fig. 33 : extraits de « Brain Damage »

Fig. 34 : *Videotape Study No. 3*, Nam June Paik (1967)

Fig. 35 : *Monument*, Ture Sjölander et Lars Weck (1967)

Fig. 36 : *Zum Krisen-Parteitag der SPD*, John Heartfield (1931)

130 Funkydung (29 novembre 2020), *1975 North American Tour Concert Screen Reels 1 & 2* [Vidéo], Youtube, URL : <https://youtu.be/6e5VWmGgPo8?t=20>.

131 *Ibid.*, URL : <https://youtu.be/6e5VWmGgPo8?t=237>.

dans *La Région Centrale* (fig. 28), réalisé en 1971 à l'aide d'un système télécommandé de caméra-machine. En effet, la caméra pivote à plusieurs reprises à une vitesse soutenue mais contrôlée (fig. 27), tout en restant dans son axe. Le montage est entrecoupé d'images saccadées de l'aéroport, de la piste de décollage, de la salle d'opération, de New York, et d'un gros plan sur un œil, comme le contre-champ de ces images aux points de vue impossibles. Cet œil réagit aux images en s'écarquillant, ou en laissant se dilater ou se rétracter sa pupille (fig. 29). Déjà présent dans « *Speak to me* », il signifie l'humanité derrière ce voyage audiovisuel. Un dispositif qui peut faire penser à l'introduction de *OffOn* (fig. 30), film de 1967 réalisé par l'artiste américain Scott Bartlett, qui s'est illustré dans la création de loops pour des *light shows*. Cela est d'autant plus frappant qu'il s'agit également d'un film sur la perception et les impressions sensorielles.

L'humain est enfin sujet pour le film de « *Us and Them* », qui filme une foule piétonne marchant vers la caméra (fig. 31). Tournée au ralenti, elle permet d'identifier chaque individu, que l'on peut ensuite reconnaître lorsque le film recommence, selon une structure de *loop*. Cela à la différence de *Boardwalk* réalisé en 1972 par William Raban (fig. 32), qui a également filmé la foule londonienne dans la durée mais qui est monté en accéléré. Le film propose également des vues d'ensemble du pont de Waterloo à Londres et du pont de Brooklyn à New York, offrant de nombreux plans surplombant les deux villes. Ainsi, cette version du film d'« *Us and Them* » s'adapte totalement au public américain ; elle crée pour un temps une forme d'analogie entre les deux nations. Or la version britannique était relativement différente, pour reprendre la description

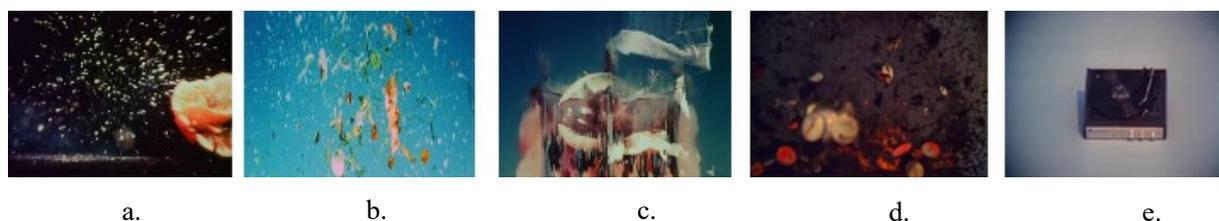


Fig. 37 : représentations de la destruction dionysienne dans « *Brain Damage* »

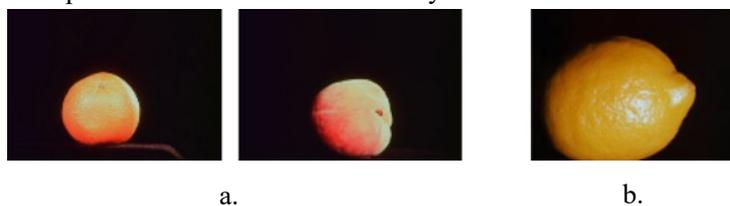


Fig. 38 : dernier clin d'œil potentiel au cinéma expérimental américain, *Lemon*, Hollis Frampton (1969)

de Glenn Povey¹³² « [le film] montrait des vues au ralenti de l'heure de pointe à la City de Londres, en contrepoint du travail des mineurs de diamants en Afrique du Sud ». Le film, dans le cas britannique, est fondé sur la notion de choc du montage des attractions, moyen d'expression politique utilisé dans le cadre national.

¹³² POVEY, Glenn, *op. cit.*, p. 184.

Enfin, le film¹³³ réalisé pour la conclusion de l'album, « Brain Damage », propose une forme d'apogée apocalyptique. La première partie est à la fois de la réutilisation d'images existantes, figées ou mouvantes, et leur détournement. Cela passe par des techniques de ralenti sur des images de Henry Kissinger, Léonid Brejnev, Richard Nixon ou encore Alec Douglas-Home et l'ajout d'animations ironiques sur des images, comme le roulement des yeux de Mao Zedong (fig. 33), avec en fond sonore des rires. On trouvait déjà des détournements d'images d'hommes politiques dans

des films tels que *Videotape Study No. 3* de Nam June Paik (fig. 34), qui joue sur la basse définition de l'image télévisée, déformant le visage du maire de New York, ainsi que sur l'effet de *loop*. Ou encore *Monument*, de Ture Sjölander et Lars Weck (fig. 35), qui présente des animations et des morphings de personnalités célèbres, notamment le roi de Suède, Gustave VI Adolphe, à partir d'images télévisées. Enfin, la surimpression du poisson sur Charles de Gaulle (fig. 33) peut rappeler les photomontages antifasciste de l'artiste John Heartfield (fig. 36). Dans la seconde partie, on retrouve le motif de la destruction qui laisserait place à un ordre nouveau, notamment de la société. De nombreuses images, montrant la destruction d'objets du quotidien, véhiculent cette dernière idée : une

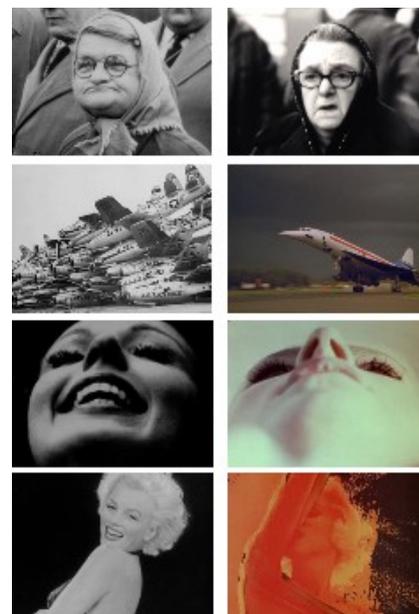


Fig. 39 : similitudes visuelles et discursives entre *Very Nice, Very Nice* (à gauche) et « Money » (à droite)

orange sur laquelle on tire (fig. 37, a.), une vitre que l'on brise, des œufs qu'un poing vient broyer et surtout la reprise des images de l'explosion de *Zabriskie Point* (fig. 37, b. et c.). Mais cette destruction se pare d'une dimension dyonisienne lorsque l'explosion finale laisse entrevoir plusieurs vinyles déchiquetés suspendus dans les airs (fig. 37, d.) et de l'album en cours d'écoute sur une platine vinyle (fig. 37, e.), qui explose au même moment que sonne Big Ben. Pour finir, on notera que la mise en scène de fruits illuminés par un faisceau lumineux sur fond noir (fig. 38, a.) peut rappeler le court-métrage *Lemon* (fig. 38, b.), d'Hollis Frampton, cinéaste de l'avant-garde américaine.

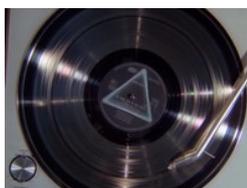
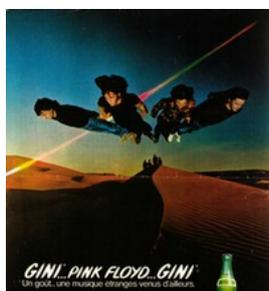
Les stratégies que nous avons pu observer jusqu'à présent relève de l'*intermedia* et du *cross-over*. Au final, l'idée d'élaborer une identité esthétique à travers plusieurs médias – la pochette de disque, le *concept album* et les *concert screen films*, est une stratégie commerciale dont l'efficacité justifie des explorations esthétiques toujours plus ambitieuses. En effet, l'élaboration d'une esthétique propre permet de fidéliser une audience, tout en garantissant la pérennité de certaines collaborations. Il reste toutefois que cet étalage esthétique nous ramène toujours aux ambiguïtés

133 Dead8Phish (7 mars 2021), *Pink Floyd - The Dark Side of The Moon - Movie - 1974* [Vidéo], Youtube, URL : <https://youtu.be/aYE9ZtsRwBM?t=2960>.

idéologiques du rock.

Le film réalisé par Peter Medak pour illustrer « Money »¹³⁴ cristallise toutes les problématiques qui englobent les esthétiques de la musique populaire. Il est construit sur un montage par association et sur des effets de chocs, par l'alternance entre images mouvantes en couleurs et des photographies en noir et blanc. Il s'agit d'un film particulièrement réflexif sur le statut de la *rock star*, mais il traite également du consumérisme et des inégalités. L'accumulation de symboles de richesse, tel que le caviar, l'argent, les courses hippiques, les bateaux de plaisance et la femme-objet est contrastée par les photographies représentant diverses manifestations de la misère sociale. Le dispositif formel utilisé pour traduire les contradictions des sociétés occidentales et capitalistes peut faire écho aux films d'Arthur Lipsett, réalisateur québécois de films expérimentaux. Par exemple, un film tel que *Very Nice, Very Nice*, réalisé en 1961, est fondé sur la confrontation par un montage saccadé de photographies superposées à des fragments de chutes de bandes-sonores, cela afin de traduire l'angoisse du mode de vie urbain moderne. Le montage est réalisé en étroite association avec les rythmes des bandes-sonores, musicales ou orales. On retrouve ces éléments dans « Money », avec la répétition rapide de visages photographiés entrecoupés par l'œil et la salle d'opération exposés dès le premier film du *show*, suggérant une obsession subjective et un regard omniscient. Les similitudes entre les deux films sont ainsi autant formelles que discursives (fig. 39).

Aussi, il en émerge une sorte de cohabitation nécessaire entre commodification et refus du capitalisme. Les membres de Pink Floyd sont à présent des *rock stars*, et leur ambition n'en est que plus forte. Cependant le rock progressif et les formes qui en ont émergé sont coûteuses à reproduire sur scène, d'où la nécessité de certains sacrifices afin d'offrir aux fans le spectacle promis. Ainsi, en 1973, la chanson « The



a.



b.



c.



d.



e.

Fig. 41 : représentation du processus de fabrication industrielle du vinyle de musique populaire dans « Money »

Great Gig in the Sky » fut utilisée dans une publicité américaine pour Dole Banana. L'année suivante leur image médiatique a momentanément pu être entachée par le scandale de leur partenariat avec Gini pour leur tournée française. En effet décidé par leur manager Steve O'Rourke, le contrat comportait une campagne publicitaire dans les magazines (fig. 40) mais également d'affichage dans les salles de concert. On remarque que ces publicités ont vraiment été

¹³⁴ *Ibid.* URL : <https://youtu.be/aYE9ZtsRwBM?t=1441>.

conceptualisées selon l'image médiatique du groupe telle qu'on la retrouve dans *Live at Pompeii*. Cette affaire, tout comme le court-métrage de « Money », sont particulièrement représentatifs de la dualité idéologique fondamentale de Pink Floyd et plus largement du rock. Ils traduisent effectivement cette ambivalence de la notion de succès inhérente à la musique populaire, qui est à la fois un moyen d'atteindre une certaine gloire, de laquelle découle richesse, pouvoir et donc liberté créative, mais qui corrompt les valeurs non-commerciales que prône le rock¹³⁵. En effet, le film réutilise certaines techniques de communication publicitaire telles que l'image subliminale et représente plusieurs publicités, alors que l'objet en lui-même est une forme de publicité en devenir¹³⁶.

Un aspect particulièrement important dans ce film demeure la représentation de la fabrication de la musique populaire de façon non-linéaire. On voit tout d'abord le vinyle en écoute, qui transmet les signaux sensibles sonores (fig. 41, a.), puis l'étape de fabrication de la matrice, qui consiste en la vaporisation de chlorure et de solution d'argent sur la surface d'essai en laque, afin d'en créer le moulage qui permettra sa reproduction (fig. 41, b.). Puis avancent ensuite en grand nombre les albums de *The Dark Side of the Moon* emballés sur la chaîne d'assemblage (fig. 41, c.). Cette façon de montrer le médium en cours de manufacture peut rappeler le court-métrage d'Alain Resnais *Le Chant du Styryène*. Réalisé en 1958, ce film de commande montre tout le processus de fabrication d'objets en plastique sur fond musical et récitation du poème éponyme de Raymond Queneau. Plus tard, on peut voir des images fixes des appareils d'enregistrement et de stockage de la musique (fig. 41, d.). Enfin, sa commercialisation est signifiée par un plan du vinyle créé sur lequel tombent en cascade des pièces de monnaie (fig. 41, e.).

Néanmoins, les nombreux rapprochements faits jusqu'ici entre ces films et le cinéma expérimental questionnent. En intégrant des formes marginales à des objets populaires - en ce sens qu'ils sont projetés à l'occasion des rassemblements populaires que sont les concerts, il est possible d'envisager un processus de familiarisation qui aurait préparé à l'avènement majeur du vidéo-clip dans la décennie suivante. En effet, ce qui caractérisera le vidéo-clip sera un basculement dans les rapports de force entre son et image. En l'occurrence, l'image du vidéo-clip se subordonne rythmiquement à la musique, à l'inverse du cinéma¹³⁷. Pour autant, le cinéma expérimental cherche à s'écarter de ces schémas pour explorer toutes les possibilités du médium audiovisuel, de sa matérialité à sa spatio-temporalité. Pour ce faire, il s'émancipe de toute idée de narration classique, ce qui lui permet de travailler plus librement le temps et le montage. Très tôt la musique a accompagné ces recherches filmiques, des films de Fernand Léger, à ceux de Len Lye, Maya Deren

135 TOYNBEE, Jason, *Making Popular Music : Musicians, Creativity and Institutions*, Londres, Bloomsbury Academic, 2000.

136 En ce sens que le film est, à cette période, seulement diffusé durant les concerts, mais qu'il connaîtra plus tard un certain succès en tant que clip-vidéo.

137 AUSTERLITZ, Saul, *Money for Nothing : A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*, Londres, Bloomsbury Publishing, 2008.

ou encore Norman McLaren. Il apparaît que le champ de la musique, en particulier avant-gardiste, soit indissociable de la recherche expérimentale au cinéma. Afin d'élaborer un univers esthétique complexe et unique, Pink Floyd pénètre dans le domaine du cinéma expérimental à travers les *concerts screen films* et les compositions qu'ils accompagnent tendent à s'inscrire dans une esthétique de l'expérimentation, alors qu'elles restent de l'ordre de la musique populaire. Cette analogie appliquée à Pink Floyd, ainsi que la méta-réflexivité des chansons et des films du groupe, élaborent une esthétique romantique participant d'une considération de ses membres comme des artistes.

3. Deux cas d'échanges médiatiques

Deux cas de figure seront considérés : celui de la composition musicale qui traverse les œuvres audiovisuelles et celui du film qui illustre différentes chansons. Kevin Donnelly, dans son ouvrage *Magical Mystery Tour : rock and pop in film soundtracks*, consacre quelques pages au cas de Pink Floyd et plus spécifiquement de la composition « Careful with that axe Eugene »¹³⁸. Cette chanson apparaît au cinéma à trois reprises, de la fin des années 1960 au début des années 1970. Tout d'abord dans *The Committee* de Peter Sykes, en 1968, puis dans *Zabriskie Point* en 1970 et enfin en 1972 dans *Pink Floyd : live at Pompeii*. Toutefois, chacune de ces occurrences présente des différences musicales particulièrement significatives. Dans *The Committee*, celle-ci survient durant la suite du dialogue entre le directeur du comité et le personnage principal interprété par Paul Jones du groupe Manfred Mann. Cette discussion traite d'une situation hypothétique où l'on pourrait faire un pas de côté et observer la société pour mieux revenir et la renverser. Cette rêverie est vite anéantie par le constat que refonder la société sur un acte criminel mènerait au même résultat. Ce qui est plutôt intéressant lorsque l'on constate que sa deuxième utilisation rejoint cette thématique de la révolution imaginaire.

En effet, *Zabriskie Point* aborde dans un premier temps les contestations dans le milieu universitaire américain à travers le personnage de Mark, qui se retrouve à fuir Los Angeles pour échapper à une fausse accusation de meurtre. La prise de recul sur la société s'effectue à Zabriskie Point, dans la Vallée de la Mort, en compagnie de Daria, secrétaire dans une agence publicitaire. Ils se séparent pour retourner à leur existence mais Mark est abattu par des policiers. Daria a alors rejoint son patron chez lui à Phoenix mais ne supporte plus d'être la complice de ceux contre qui luttent ses pairs. Elle repart et imagine faire exploser la riche maison : « Careful with that axe Eugene » intervient ici en association

138 DONNELLY, Kevin, *Magical Mystery Tour : rock and pop in film soundtracks*, L 2015, p. 46-57.



Fig. 42: *French Windows*



Fig. 43: *Pink Floyd Ballet*,

Roland Petit

avec des images de l'explosion au ralenti, laissant voir tout type d'objets de consommation dans les airs. Le cri primal de Roger Waters, emblématique de cette composition – mais absent dans *The Committee*, devient le cri intérieur de Daria. Il s'établit une forme de continuité narrative entre les deux versions de la musique et les deux films, des balbutiements embryonnaires de *The Committee* à l'explosion sonore et visuelle de *Zabriskie Point*. Enfin, la forme associée à Pink Floyd est visuellement illustrée dans leur *live* à Pompéi, mais relève davantage d'un retour à la nature et de révolte par la terre, comme le suggère l'explosion volcanique, qui fait écho à l'histoire même de la ville antique dévastée par une éruption du Vésuve. Seulement la narration ne dispose que de quelques minutes pour se déployer. Pour autant, la malléabilité de la composition est manifeste, elle évolue vers diverses formes de pensée de la révolution. Il apparaît que « Careful With that Axe Eugene » se déploie sur différents supports, selon les prémices du *transmedia storytelling* tel que l'a défini Jenkins, qui désigne un univers fictif qui vient interlier différents médias. À la différence de *l'intermedia*, où une œuvre synthétise plusieurs formes artistiques et médiatiques, la chanson devient hypertextuelle ; l'hypotexte, l'original, est transformé au sein de l'hypertexte. Son absence de parole lui permet de proposer un univers qui s'adapte aux systèmes narratifs et médiatiques



Fig. 44 : *French Windows*



Fig. 45 : séquence similaire dans le film « Time »

auxquels elle participe, montrant qu'une composition musicale n'est pas figée. Par l'utilisation de cette chanson dans le domaine du cinéma, on peut relier entre elles des scènes de films qui, à la fin, forment une narration éclatée mais dont la cohérence du discours est permise par cette même chanson.

Notre dernier cas concerne le film d'animation *French Windows* de Ian Emes, réalisé en 1972. Il fut vu par le groupe à l'occasion de sa diffusion à la télévision durant l'émission « The Old Grey Whistle Test » de la BBC. Emes fut ensuite contacté par le groupe afin d'organiser une projection privée. Il s'agissait alors du

premier film à se synchroniser avec la musique de Pink Floyd. Ce court-métrage a en effet pour bande-son la musique « One of these days » et donne à voir des personnages qui dansent à la manière d'un corps de ballet (fig. 42). Le réalisateur avait pour ambition de créer « une expérience parfaite, un événement musical spatio-temporel, pas fait pour délivrer un message mais davantage un état d'esprit. »¹³⁹. Il permet de saisir le caractère hybride des compositions du groupe, entre musique populaire et musique expérimentale, à travers une rythmique marquée par la pulsation et la répétition. Chose confirmée la même année par la collaboration du groupe avec Roland Petit pour le « Pink Floyd Ballet », un cas alors inédit de collaboration entre ballet et musique populaire qui

139 *Bonhams Magazine*, « Property From The Ian Emes Collection », « Rock, Pop & Film », Londres, 16 novembre 2022, p. 40-43.

témoigne une nouvelle fois des ambitions *multimedia* du groupe. Proposant une musique en accord avec la danse moderne, les musiciens jouaient en même temps que la performance dansée, ce qui nécessitait une certaine précision (fig. 43).

À l'issue de cette projection, Emes fut commissionné pour créer les films de la tournée à venir, en particulier pour ses concerts britanniques. Et l'on remarque notamment qu'une partie de *French Windows* a été réutilisée pour illustrer « Time ». Construit selon un *loop*, le film élabore toute une imagerie du temps tel que les humains le conceptualisent et qui, couplée à la chanson, en forment une représentation audiovisuelle. La composition, dans un premier temps, rend l'expérience du temps selon un dispositif métanarratif : les paroles parlent du temps, et la construction musicale restitue « l'expérience subjective chaotique du temps en utilisant le temps d'horloge »¹⁴⁰. Le film de Emes demeure une version allongée et plus définie du segment de *French Windows* (fig. 44), qui conserve les influences surréalistes. Il sert une représentation visuelle de l'angoisse exprimée musicalement par la répétition du motif de l'horloge sur des ciels abstraits (fig. 45). Une technique que l'on retrouve chez un peintre tel que René Magritte. Ce dernier cas met en lumière la difficulté d'identification des réalisateurs de ces films, voire leur invisibilisation, dans la mesure où leur projection s'effectue exclusivement à l'occasion des concerts de Pink Floyd. De plus, ces films demeurent visiblement interchangeables en fonction du pays où s'effectue la tournée et ont pu changer au cours des années afin de s'adapter aux évolutions visuelles et aux mutations sociétales. L'auditeur-spectateur d'aujourd'hui connaît les éléments visuels des films tels que « On the run » et « Time », compositions récurrentes des *set lists*, mais ceux-ci se regroupent dans l'entité à la fois manifeste et abstraite du groupe Pink Floyd, détenteur de l'identité visuelle globale. *French Windows* pourrait être hâtivement considéré comme une ébauche, indissociable de l'objet final de cette collaboration, et non comme une œuvre autonome – ce qu'il fut au début des années 1970. Cela soulève des questions d'appropriation et de réappropriation au sein du rock – à des fins supposées artistiques d'expérience audiovisuelle immersive, et plus largement dans la musique populaire. D'autant plus lorsque l'on constate qu'aujourd'hui, Ian Emes se présente uniquement comme l'animateur de Pink Floyd¹⁴¹ : la collaboration est devenue à la fois un argument de vente et un carcan. Pour autant, on ne peut négliger le fait que le film créé est une œuvre de commande qui bénéficie du financement du client. L'artiste-réalisateur se doit de respecter un certain cahier des charges mais se voit donner des moyens qui lui permettent de réaliser des films de meilleure qualité technique que pour une production indépendante. Ces interrogations seront d'autant plus omniprésentes la décennie suivante avec l'émergence de l'industrie du vidéo-clip.

140 MATHEWS, Shobana P., VARIER, Vishal, « Pink Floyd's Time: an aural metanarrative exploring time through form, lyric, and musical arrangement », *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, Vol. 12, No. 5, 2020, p 1-8.

141 Ian Emes [@ianemes_official], Instagram, URL : https://www.instagram.com/ianemes_official/.

B/ Tommy : l'art pop au service d'une allégorie du rock

1. The Who superstar

Comme pour Pink Floyd, les années 1970 sont décevantes dans la carrière des Who. Seulement celles-ci sont bien plus contrastées pour ces derniers. Dans *Maximum R&B*, Richard Barnes consacre un chapitre à la période de 1969 à 1975¹⁴², 1969 correspondant à la sortie de l'album *Tommy* et 1975 à la sortie de son adaptation au cinéma. Ces six années sont autant celles de la notoriété que de la fracture. Quatre albums paraissent : *Tommy* en 1969, *Who's Next* en 1971, *Quadrophenia* en 1973 et *The Who by Numbers* en 1975. Le rythme de parution passe d'un an à deux ans, en raison des ambitions du groupe et du rock en général. *Tommy* est un succès phénoménal avec plus de 20 millions de copies vendues, dont 100 000 en deux semaines aux États-Unis¹⁴³, faisant accéder les Who au statut de superstars. Le succès généré par le *concept album*

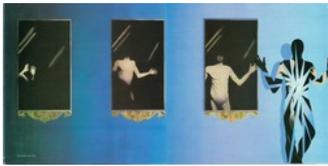


Fig. 46 : Illustrations de Michael McInnerney pour le livret de l'album *Tommy* (1969)

amène son compositeur et guitariste Pete Townshend à considérer un nouveau projet, collaboratif et innovant, appelé *Lifefhouse*, cependant avorté. Les compositions qui en émergent donnent toutefois corps à *Who's Next*, tandis que l'année 1972 est significative de la fragmentation autant musicale que personnelle du groupe : John Entwistle, Roger Daltrey et Pete Townshend se tournent vers des projets en solo. L'année 1973 est quant à elle celle de la fin de la collaboration avec les managers Kit Lambert et Chris Stamp, remplacés par Bill Curbishley. Malgré la volonté de Townshend d'essayer de retrouver l'étincelle en rassemblant le groupe autour de nouveaux projets musicaux, les tensions persistent ainsi que l'alcoolisme et la consommation de drogues. Enfin, la seconde partie des années 1970 est celle de la difficulté à rester sur le devant de la scène, mais elle est surtout marquée par deux événements majeurs : la mort de Keith Moon en 1978 et l'accident survenu à Cincinnati lors de la tournée de 1979, où onze personnes ont trouvé la mort écrasées à l'ouverture des portes de la salle de concert¹⁴⁴.

Il est néanmoins nécessaire de revenir plus précisément sur *Tommy*, en ce sens qu'il est un véritable pivot dans la carrière des Who, les faisant quitter les sphères de la pop pour celles du rock. Néanmoins, les stratégies adoptées pour les précédents albums perdurent, avec « Pinball Wizard » figurant sur un single faisant office d'annonce. Présenté comme un opéra rock, le groupe commence la promotion de l'album en 1969 avec un concert à Leeds¹⁴⁵, au London Coliseum et une

142 BARNES, Richard, *Maximum R&B*, Plexus, p. 96-117.

143 *Ibid.*, p. 96

144 *Ibid.*, p. 143.

145 Le concert fut enregistré et commercialisé sous la forme d'un album dès l'année suivante.

participation au festival de Woodstock puis démarre une tournée des opéras européens qui va durer deux ans. L'un de ses points d'orgue demeure la représentation entière de l'album sur la scène du New York Metropolitan Opera House. Après la tournée, à la fin de l'année 1972, Lou Reizner, producteur pour Mercury Records, s'empare de l'objet *Tommy* pour en proposer une version orchestrale proche d'une comédie musicale¹⁴⁶. En effet, pour la première, les membres du groupe sont présents et interprètent les mêmes segments que sur le disque, accompagnés des musiciens et chanteurs Rod Stewart, Merry Clayton et Steve Winwood, ou encore l'acteur Richard Harris. Cette version est donnée en décembre au Rainbow Theatre à Londres¹⁴⁷ et la seconde en Australie, au Australia Music Myer Music Bowl en mars 1973. Elle fut également enregistrée, avec Ringo Starr comme remplaçant de Keith Moon dans le rôle d'Uncle Ernie.

L'album en lui-même bénéficie d'une pochette illustrée par Michael McInnerney, qui avait notamment dessiné l'affiche du concert psychédélique *The 14 Hour Technicolor Dream* en 1967. Elle représente un grillage aux couleurs du ciel, avec des nuages et des colombes. À sa commercialisation furent ajoutées en incrustation les têtes des membres du groupe dans les espaces noirs, afin que l'on puisse toujours identifier visuellement le groupe. Le dos de la pochette laisse voir un poing qui transperce l'image, représentant le moment où Tommy brise le miroir et retrouve ses sens. Le vinyle était accompagné d'un livret avec les paroles, illustré par le même artiste. Ils comportent huit illustrations qui représentent les moments clés de l'album. Les influences artistiques rompent avec les habitudes pop du groupe, en ce qu'elles reprennent davantage le surréalisme fondé sur la géométrie et les jeux d'absence de René Magritte (fig. 46). Fruit d'une ouverture spirituelle par le truchement du gourou indien Meher Baba, il peut s'agir de l'album le plus psychédélique des Who¹⁴⁸. Le surréalisme était un mouvement transdisciplinaire du début du XXème siècle dont le champ de représentation était celui du rêve, également au centre du processus créatif. On retrouve tout cela dans les montages photographiques visant à représenter les hallucinations de Tommy pour la chanson « Acid Queen » (fig. 46). Plus largement, ces premières représentations ont pu servir d'éléments de visualisation, en plus des nombreuses représentations sur scène mais aussi de point de départ pour son adaptation cinématographique. En effet, loin de les reproduire, Ken Russell propose au contraire un univers totalement opposé à celui proposé par McInnerney.



Fig. 47 : L'esthétique allégorique de Ken Russell

146 *Ibid.*, p. 102-103.

147 *Ibid.*

148 Dans la mesure où le psychédéisme prônait une certaine quête de spiritualité, à l'inverse du Pop Art qui embrassait la modernité et ses objets.

En termes d'histoire du rock, le début des années 1970 correspond à une volonté de légitimer sa place au sein des arts. Sortie en 1975, l'adaptation de l'album *Tommy* en film est un projet fondamentalement curieux qui interroge. Et cela est lié au choix du réalisateur, dont il est important de réfléchir sur sa place et son impact sur l'objet à adapter. Ken Russel fut réalisateur pour la télévision, notamment pour les programmes dédiés à l'art de la BBC *Monitor* et *Omnibus*, de 1956 jusqu'à l'année 1970. Mais il s'est aussi illustré dans le domaine de l'hagiographie audiovisuelle de peintres et de compositeurs. Cette première partie de carrière lui a permis de développer et de légitimer une esthétique qui mêle documentaire et fiction, au travers de la reconstruction dramatique et de l'interprétation subjective de la vie des artistes. Russell a pu jouer avec les limites de l'institution qu'est la BBC en cherchant à ancrer dans le réel et redonner leur humanité à des artistes considérés comme des génies hors normes. En 1971, son film *Les Diables*, inspiré de l'affaire des démons de Loudun et de l'œuvre d'Aldous Huxley, a subi la censure britannique. Jugé scandaleux, il y développe, en pleine révolution sexuelle, un discours fort qui suggère que la répression – ici l'Inquisition, déclenche le chaos bien plus qu'elle n'apporte l'ordre. Déjà dans ce film, Russell s'inscrit dans une démarche allégorique, dans la mesure où sa dialectique, pour reprendre les termes de la théorie de Benjamin, suggère l'abîme entre l'image et sa signification. Par l'historicité du sujet choisi, à savoir l'Église catholique en France au XIII^e siècle, le cinéaste traite en réalité du monde contemporain en quête éperdue de liberté. *Mahler*, son dernier film au moment de la production de *Tommy*, est quant à lui un exemple canonique de son esthétique de la démesure, à la fois baroque, flamboyante et ancrée dans la tradition symboliste (fig. 47). Il y déploie aussi un fort goût pour les juxtapositions et les structures oppositionnelles, au travers de séquences oniriques justifiées par l'état maladif du compositeur. Ainsi, le choix de Ken Russell pour le projet de *Tommy* semble être justifié par sa forte identité esthétique et sa réputation de provocateur. Mais son désintérêt *a priori* pour le rock, et la musique populaire en général, est le point de départ des difficultés qui rendent complexe le discours véritable d'un film qui est censé les valoriser. Pour autant, tout comme Townshend, Russell s'intéresse à la signification sociale des médias et aux ambivalences propres au Royaume-Uni tels que le déclin de l'empire britannique et la disparition du nationalisme, supplanté par le culte de la célébrité¹⁴⁹. Et l'esthétique Pop Art développée par The Who jusqu'alors permet une transposition au cinéma représentative de ses tensions fondamentales entre commerce de masse et ambitions artistiques. Néanmoins, pour reformuler les dires de Russell dans la monographie de Gene D. Philips dédiée au cinéaste¹⁵⁰, celui-ci percevait le projet de *Tommy* comme un véritable challenge, en ce sens qu'il fallait créer une narration visuelle et une forme de continuité permettant de lier entre eux les numéros musicaux. Parce qu'au-delà d'apprécier davantage la musique savante, Russell pouvait l'illustrer comme il le souhaitait. Il admit par ailleurs qu'il lui était apparu plus

149 DICKINSON, Kay, *Off Key : When Film and Music Won't Work Together*, Oxford, Oxford University Press, p. 89.

150 PHILIPS, Gene D, *Ken Russell*, États-Unis, Twayne Publishers, 1979.

difficile de formuler des images sur de la musique ayant des paroles, dans la mesure où il fallait à la fois commenter, maximiser les émotions et le sens mais aussi développer les personnages. L'album des Who élabore une narration sous forme de saynètes chantées, plus ou moins reliées par des *leitmotiv* sonores. Pour autant, en devenant cinématographique, *Tommy* devient une œuvre partagée ; par sa traduction sémiotique et narratologique entre les deux médias, elle en est inévitablement différente et ses discours d'autant plus multipliés. Avec *Tommy*, Ken Russell semble exécuter une œuvre de commande d'une industrie culturelle à une autre. Or, l'objet qui en résulte est un produit *cross-over*, à savoir de la musique populaire vers le cinéma, qui apparaît effacer momentanément les frontières entre art cinématographique et musique populaire. De ce fait, il paraît cohérent, pour l'analyse qui suit, d'envisager le film comme une allégorie du rock.

2. Kitsch et distanciation brechtienne

Passé par Russell, le projet initial conserve l'ambition du compositeur-interprète Pete Townshend mais gagne en impact sur le public par une transposition de la narration de la fin de la Première Guerre Mondiale à la fin de la Seconde. L'ordre des chansons est changé afin d'approfondir et rendre pleinement audiovisuelle la narration. Quelques chansons, dont « Champagne », écrite spécialement pour le film, ont permis d'apporter de la complexité au personnage de Nora et d'approfondir le discours sur la société de consommation. Cette critique de la culture consumériste est propre au film, puisqu'à la différence de l'album où il est davantage question de la paresse des suiveurs, le message spirituel de Tommy est ici corrompu par son exploitation commerciale. Dans cette même optique, l'amant de Nora, Uncle Frank, tue Captain Walker dans le film, à l'inverse de ce que semble suggérer l'album. Ce changement participe à faire de l'amant un opportuniste cynique qui va exploiter les talents de Tommy et l'ériger au statut de star en profitant de ses handicaps.

Afin de coller à l'identité musicale « Art Pop » des Who, Ken Russell élabore un objet filmique où la forme prime, selon une esthétique Pop Art. En cela, cette critique se construit

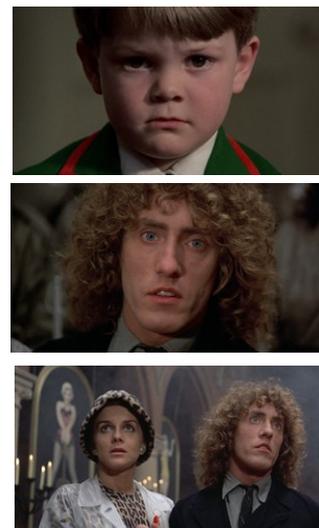


Fig 48 : l'aléatoire et l'absurde comme convention tacite



Fig 49: sous-jeu de l'un, surjeu des autres

visuellement sur un ensemble formel complexe qui mélange distanciation et kitsch. La première est une notion reliée au travail du dramaturge Bertold Brecht sur le théâtre épique, qui s'oppose au théâtre dramatique aristotélicien. Cherchant à éviter toute reproduction du réel, elle consiste à placer le spectateur dans une position active et critique par rapports à ce qui est représenté sur scène. On retrouve cela dans *Tommy* de plusieurs manières. Le fait même que le film construise sa narration



Fig. 50 : Caractérisation et distanciation par un usage irréaliste de la couleur

visuelle sur la durée des chansons implique déjà une forme de distanciation, le film se retrouvant découpé en tableaux. Aussi, les personnages s'expriment en chantant, rompant ainsi avec le réalisme. Néanmoins, toutes les chansons ont été réenregistrées par les Who et les acteurs, en ce sens *Tommy* respecte certains critères syntaxiques de la comédie musicale¹⁵¹, comme le rapport entre musique et récit comme agents actifs de la production de sens : les paroles des chansons correspondent aux dialogues et participent ainsi à la compréhension. Les codes du genre sont alors déjà bien ancrés et familiers pour le spectateur et pourtant il y a comme un abîme qui empêche l'identification. En effet, les choix visuels opérés pour illustrer les chansons semblent aléatoires, ou du moins respecter une règle qui nous apparaît absurde. En effet, si l'on reprend la typologie de l'art dans les années 1960 qu'établit Arthur Marwick dans *The Sixties : Cultural Revolution in Britain, France, Italy and the United States (1958-1974)*¹⁵², il apparaît que, par plusieurs aspects, le film s'inscrit dans une certaine indétermination justifiée par l'absurde. Le spectateur doit donc les accepter comme conventions propres à l'univers développé au sein de la diégèse. Tout d'abord par le dispositif énonciatif selon lequel un enfant devient sourd, muet et aveugle suite à un traumatisme. Aussi, l'acteur interprétant Tommy enfant a les yeux marrons, puis a les yeux bleus lorsqu'il est incarné adolescent par le chanteur des Who, Roger Daltrey (fig. 48, 1-2). Par ailleurs, ce dernier a alors trente-et-un ans, soit à peu près le même âge qu'Ann-Margret, qui joue sa mère Nora Walker (fig. 48, 3). La caricature a également une place essentielle et tend à inscrire le film dans un dispositif énonciatif relatif au conte. Sa galerie de personnages est restreinte et chacun se définit en fonction du personnage de Tommy et selon des caractéristiques sommaires. De même, la tendance au surjeu permet d'accentuer l'impossibilité d'expression de Tommy (fig. 49), selon les structures oppositionnelles qui caractérisent l'allégorie. Celui-ci est le miraculé naïf, Uncle Ernie le pédophile et pervers, Cousin Kevin la brute sociopathe, à la fois *rocker* et néonazi, et Frank le père de

151 ALTMAN, Rick, *The American Film Musical*, Bloomington, Indiana University Press, 1987.

152 Composée de huit caractéristiques : le *cross-over*, le brouillage des frontières, le conceptualisme, l'indétermination et l'aléatoire, la participation, la technologie, le criticisme radical et les positions révolutionnaires et les pratiques socio-culturelles comme spectacle.



Fig. 52 : La forme ronde, matière onirique classique exploitée et déclinée selon une démarche kitsch

substitution opportuniste. Aussi, ils sont associés à des couleurs, par exemple Frank correspond au vert, Acid Queen au rouge, Ernie au bleu et Kevin au jaune (fig. 50). L'usage de la couleur dans ces séquences, criant par son omniprésence, peut rappeler les peintures de l'artiste Pop Art Patrick Caufield. On remarquera que les trois derniers viennent colorer les trois visions que Tommy a de lui-même dans le miroir, ne devenant qu'une, un Tommy tout en blanc - ce qui semble suggérer l'impact des trois expériences traumatisantes dans sa construction en tant qu'individu (fig. 50, 4). Il apparaît que lui et Nora sont les personnages dont la trajectoire est la plus travaillée et complexe, en cela les couleurs auxquelles ils sont associés fluctuent. Accumulés, la caractérisation minimaliste, ainsi que l'usage irréaliste des couleurs et les disparités entre les acteurs contribuent fortement à l'effet de distanciation, en ce sens que les personnages participent à rendre particulièrement précaire l'équilibre entre réel et irréel.

Cet ensemble d'éléments renforce une lecture du film comme conte fantastique. En

effet, pour citer la définition de Pierre-Georges Castex dans son ouvrage *Le Conte Fantastique en France*, le fantastique est « l'intrusion brutale du mystère dans le cadre de la vie réelle », à laquelle Tzvetan Todorov va ajouter la notion d'hésitation¹⁵³. Cette dernière va de nombreuses fois être utilisée par Russell au cours du récit, passant du réel diégétique à l'hallucination et au rêve. La notion de seuil est dès lors essentielle : c'est ainsi que la projection mentale du père ouvre la porte de la chambre de Tommy et l'invite à faire face à l'union charnelle de Nora et Frank – signifiant le remplacement du père biologique et donc son assassinat par Frank. De même, lors de la séquence de "Champagne", le doute s'installe à partir du moment où Nora jette la bouteille de champagne dans l'écran de télévision. Le médium, qui donne à voir des simulacres, est plein de matière onirique. L'action de Nora survient à cause du trop plein d'images, c'est pourquoi une fois que

153 TODOROV, Tzvetan, *Introduction à la littérature fantastique*, Paris, Points, 1970.



Fig. 53 : Seuils fantastiques traditionnels et matières oniriques modernes



Fig. 51 : La notion de seuil dans la séquence de « Champagne »

l'écran est brisé le personnage et les spectateurs pénètrent dans une rêverie où l'image devient plus vraie que nature (fig. 51). Le doute persiste jusqu'à l'arrivée de Frank, le spectateur quittant le point de vue de Nora pour le sien, qui nous ramène à des impressions de vacuité quant aux produits de consommation.

En ce sens, Walter Benjamin écrit l'article « Kitsch onirique » dans la revue littéraire allemande *Neue Rundschau* en 1927. Il y envisage le phénomène du kitsch au XX^{ème} siècle comme symptomatique des bouleversements provoqués par la technique moderne, redéfinissant durablement notre rapport au rêve et au passé¹⁵⁴. Ces seuils fantastiques ne surgissent pas de nulle part, mais sont préparés par diverses matières oniriques, qui sont en elles-mêmes allégoriques. Il peut s'agir dans ce film de la structure géométrique du rond, déclinée et répétée : le soleil, les formes sphériques des balles argentée de munition et de flipper, la tapisserie du salon ou encore les miroirs (fig. 52). Tropes et *topos* de la littérature¹⁵⁵, la présence de ceux-ci construisent un horizon d'attente pour le spectateur, à savoir celui de seuil fantastique. Mais les rêveries qu'ils génèrent ici sont nourries, ou plutôt corrompues par une collection d'objets de consommation tels que les manèges lors de la séquence de « Amazing Journey », le flipper et donc la télévision (fig. 53, 3-5). La drogue, qu'il prend dans « Acid Queen », est quant à elle davantage hallucinatoire. En somme, si le film propose des seuils fantastiques classiques tels que la porte (fig. 53, 1-2), les autres sont des extensions – en terme d'expérience de la vitesse et des sens, dont la démocratisation survient dans les sociétés d'Après-Guerre. Le kitsch offre matière à la rêverie, mais celle-ci demeure dégradée car elle est toujours ancrée dans le présent : la rêverie de Nora se compose d'une suite de publicités qu'elle a vues à la télévision, qui ensuite semblent quitter le télévisuel pour rejoindre le réel diégétique sous leur forme consommable. Aussi, il est intéressant de remarquer que la découverte du flipper par Tommy se fait dans une casse automobile, sorte de cimetière moderne représentatif de la société de consommation. Il est une manifestation kitsch du « monde disparu des objets »¹⁵⁶, en ce sens qu'il s'agit d'une collection de voitures qui furent utilisées dans le passé ; rassemblées et entassées, elles offrent matière à un imaginaire et des souvenirs tout en renvoyant aux phénomènes d'industrialisation et de massification. Le kitsch de l'image sert la démarche Pop Art de décontextualisation et de déconstruction de la culture de masse, puisqu'elle implique l'idée de collection d'objets qui fait elle-même écho à la production en série de ceux-ci. Pour citer Benjamin : « L'art nous apprend à voir dans les choses. L'art populaire et le kitsch nous permettent de voir depuis les choses. »¹⁵⁷. On peut imaginer que *Tommy* rassemble cette dernière idée ; le rock et le cinéma peuvent être considérés comme des arts populaires et la réalisation de Russell touche

154 DESLAURIERS, Antoine, « Dialectique du kitsch. Une lecture de "Kitsch onirique" de Walter Benjamin », Posture, 2021.

155 Dans notre cas il s'agit du miroir comme lieu, tel que Lewis Carroll l'a pensé pour *Alice de l'autre côté du miroir*.

156 BENJAMIN, Walter, « Kitsch Onirique », *Oeuvres*, tome II, 1927, Paris, Gallimard, 2000, p. 7-10.

157 BENJAMIN, Walter, « Quelques idées sur l'art populaire », *Fragments*, Paris, Presses universitaires de France, 2001, p. 234.

au kitsch en ce qu'il déploie des stratégies visuelles propres à l'allégorie, faisant surgir l'onirisme des objets et du cinéma lui-même.

Ainsi, le fantastique de Tommy relève de l'illogique et de l'impossible, cela au sein du genre cinématographique même de l'évasion qui dépasse l'entendement par la structure formelle qui le définit. Mais afin de susciter l'hésitation, la diégèse se place dans une réalité connue bien que formellement alternative, celle de l'Angleterre d'après-guerre. La première séquence de rêve survient après quinze minutes de film, Nora vient border Tommy, dont la chambre consiste en une collection d'objets rappelant son père Captain Walker : le papier peint représentant des avions bombardiers, que l'on retrouve sous forme miniature sur la table de nuit et suspendues, et enfin en affiche (fig. 54, 4). La distanciation émerge de l'accumulation de ces objets symboliques qui peu à peu les éloigne de leur statut de symboles pour devenir complètement objets. En effet, la technique moderne, en retirant peu à peu le sens donné aux objets en raison de leur relative unicité, vient donner un sens nouveau à ceux-ci en partant de leur condition d'objet industriel. La collection du motif du bombardier contribue au kitsch onirique du film, en ce sens que chaque objet répété dans le film ouvre la porte à la remise en question de ce qui relève du réel ou non.



Fig. 54 : Ancrages temporels précis et lieux indéterminés, *Tommy*

Captain Walker est mort durant la Seconde Guerre Mondiale lors d'un affrontement aérien, une contextualisation qui occupe la séquence d'ouverture du film jusqu'à la fin de la première chanson « It's a boy ». Elle montre une ville en ruine après des bombardements, le travail de Nora dans une usine de fabrication de munitions, la naissance de Tommy le 8 mai 1945 puis l'enterrement de Captain Walker (fig. 54, 1-3). Ces deux derniers moments présentent une esthétique allégorique, que cela soit l'encombrement de l'image par les drapeaux internationaux signifiant la paix et la victoire des Alliés que dans le second par des croix en carton affublées de coquelicots en papier, fleur que l'on dépose sur les tombes pour le Remembrance Day en souvenir des morts et blessés de guerre britanniques. Cette force allégorique prend source dans le titre même de l'album, « Tommy », prénom à la signification nationale en ce qu'il désigne de manière générique le soldat de l'armée britannique. Et si l'on sait que l'histoire se passe en Angleterre après la Seconde Guerre Mondiale, le temps et l'espace



Fig. 55 : Décalage dans les décors et les costumes qui confronte deux images historiques de l'Angleterre, *Tommy*

sont aussi créateurs d'une tension entre réel et irréel, oscillant entre ancrage temporel précis – 8 mai 1945, la chanson « 1951 », et lieux indéterminés. Pour cela, l'usage dialectique du kitsch « témoigne d'une tension constitutive de la modernité, entre volonté affichée de rupture avec le passé et attachement inavoué à ce même passé »¹⁵⁸. En effet le temps, dont le passage est notamment signifié par les costumes, est brouillé par des éléments anachroniques qui viennent créer un décalage. Par exemple, après être devenus riches grâce à Tommy, Nora arbore des tenues typiques de la fin des années 1960 et sa chambre est décorée selon les tendances de l'époque – tel que la *ball chair* de Eero Aarnio, tandis que Frank arbore les tenues de l'ancienne aristocratie britannique (fig. 55, 2-3). Le cabinet du docteur est en totale opposition avec les intérieurs précédents, renvoyant à un certain imaginaire lié à l'époque victorienne (fig. 55, 1). Ces derniers éléments, éminemment allégoriques, le sont d'autant plus que, pour citer Benjamin, « l'abîme qui sépare l'image de sa signification »¹⁵⁹ persiste pour les autres nationalités de spectateurs, mais est clair pour les britanniques. Aussi, le motif du *british holiday camp*, est surtout signifiant pour la population de l'époque. Ce type de structure est en effet une idée britannique datant des années 1930, mais largement développé durant les années 1960, au point de devenir une véritable industrie mais également une institution de la culture britannique. Sa présentation par Russell (fig. 53, 4) est largement allégorique : construite sur une structure oppositionnelle entre les maisons reconstruites d'un côté et celles toujours en ruine de l'autre, l'entrée du camp, entre elles, est marquée par deux palmiers, évoquant de manière incongrue des vacances à la plage, et une barrière. Il en ressort une forte ironie, qui laisse entendre que le pays aurait détourné les britanniques de la résilience en créant des structures de divertissement. D'ailleurs, l'uniforme des animateurs consistait en une veste de couleur verte. Cette couleur reste accolée à Frank jusqu'à la fin du film, le renvoyant systématiquement à sa condition première. Ses efforts pour tenter de s'élever socialement tombent dans l'anachronisme burlesque : il porte un haut de forme et un monocle qui tombe sans cesse, s'étouffe avec son cigare et ramène le fruit de sa chasse dans le lit conjugal (fig. 55, 2). Cet ajout narratif s'inscrit également dans le motif de la circularité, lorsque Frank décide de créer un empire de *Tommy's Holiday Camp* en réponse à la forte demande des admirateurs. En somme, la dialectique kitsch des *leitmotiv* visuels et sonores et la distanciation qu'elle implique permettent véritablement de distinguer cette adaptation d'album concept d'une comédie musicale classique.

3. Discours sur la star et l'industrie du spectacle

Pour finir, il est important, afin de véritablement saisir l'idée d'allégorie du rock, de se consacrer à la notion de star dans le film mais également de s'intéresser à la représentation de l'industrie du spectacle. Il est tout d'abord nécessaire de penser le rôle de la musique populaire au

158 DESLAURIERS, Antoine, *op. cit.*

159 BENJAMIN, Walter, *op. cit.*, p. 178.

sein de la société, en l'occurrence britannique. Selon Robert Colls¹⁶⁰, elle servirait à exagérer les motifs clés de l'organisation de la consommation, amoindrissant ainsi l'aura de la culture traditionnelle, relative au naturel. En effet, l'industrie qui s'est construite autour du rock'n'roll depuis les années 1950 en est l'exemple le plus probant, en ce qu'elle a généré un grand nombre de vedettes et de chansons



Fig. 56 : Représentations des thématiques du rock progressif, *Tommy*

correspondant au genre. Il a ainsi su atteindre un rôle culturel aussi important que la littérature, quelques décennies plus tôt, grâce à l'émergence des adolescents comme catégorie démographique et sociale spécifique. Le rock'n'roll a fait s'interpénétrer l'industriel et l'amateur, en proposant une revitalisation du rôle des classes ouvrières dans la production culturelle par la célébration de l'amateurisme et de la spontanéité¹⁶¹. En cela il a su remodeler le concept de populaire pour qu'il devienne un indicateur pour une consommation de masse,

tout en cherchant à promouvoir un idéal d'authenticité folklorique par divers processus et stratégies médiatiques. Le cinéma est ainsi rapidement devenu l'une des raisons d'existence voire l'un des modes de production du rock¹⁶², par la mise en scène des vedettes en tant que vedettes au sein des films. En effet, ce que l'on a pu appeler le genre du *pop musical* regroupe des films qui reprennent les codes génériques des comédies musicales mais avec des stars et des chansons populaires¹⁶³. Il a pu s'agir de *backstage musical*, de films musicaux où s'intègre une *pop star* ou de *film revue*. Dans les deux premiers cas, les films s'inscrivent dans une démarche fantaisiste, où le chant est une forme spontanée d'expression. Dans la *revue*, la vedette ne joue aucun rôle supplémentaire et fournit une performance médiatisée, renouant avec la frontalité du cinéma des premiers temps. La musique populaire survient donc au cinéma comme un moyen de communication ou sous sa forme performée. *Tommy* utilise ces deux



Fig. 57: Symbioses musico-visuelles, *Tommy*



Fig 58 : Intégration des personas au récit du film, *Tommy*

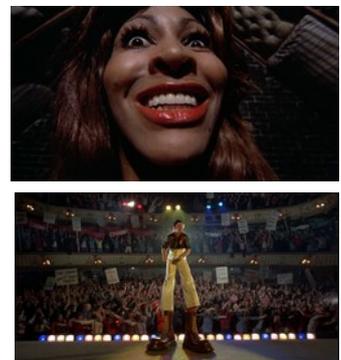


Fig. 59: Le refus de la idéalisation par le grotesque, *Tommy*

160 COLLS, Robert, *Identity of England*, Oxford, OUP Oxford, 2002.

161 SIMONELLI, David, *Working Class Heroes : Rock Music and British Society* Lexington Books, 2012, p. 81-98.

162 JAMES, David E., *op. cit.*

163 DONNELLY, Kevin, *op. cit.*

modes : sous ses traits exotériques de conte où les personnages s'expriment en chantant, le film se révèle être, dans sa forme ésotérique, une représentation de l'industrie musicale. La découverte du flipper est celle de l'instrument de musique – qui nécessite un apprentissage et de la dextérité, Frank serait le manager véreux et l'Acid Queen une personnification de la drogue. Aussi, dans la séquence « Pinball Wizard », Tommy tourne le dos au public, il est en compétition avec The Champ pour devenir champion de flipper. L'atteinte progressive d'un score toujours plus conséquent pourrait correspondre à une forme de classement au hit-parade. Celui-ci s'établit sur les données d'enregistrement, à savoir la diffusion et l'achat de disques ; cette première séquence ne relèverait alors pas encore véritablement de la performance mais de la recherche de validation par l'industrie. Cela expliquerait pourquoi Tommy et The Champ sont de dos au public, comme en phase d'affrontement depuis le studio.

Enfin, l'idéologie rock se retrouve jusque dans les représentations genrées et sociales du film : les suiveurs de Tommy sont souvent de jeunes blancs et on a pu constater une certaine absence de mixité dans les groupes de rock, le plus souvent constitués de jeunes hommes blancs prolétaires¹⁶⁴. Aussi, la place de la femme dans le rock des années 1960 à 1970 est souvent celle de la groupie ou de la femme vénale et volage : dans notre cas il s'agirait alors de Sally Simpson et de Nora Walker. Mais aussi, la construction en saynètes forme des ensembles unifiés par des thématiques récurrentes du rock progressif, allant de l'opposition entre le bien et le mal, la dénonciation du vide spirituel du monde contemporain et de la technologie pour un retour à un mode de vie plus naturel. Cela est manifeste par la grande présence de décors naturels, ou lors de la séquence « I'm Free », où Tommy parcourt les quatre éléments mais est vite rattrapé par le monde moderne, représenté par la destruction des écosystèmes par des pesticides et par la guerre (fig. 56). Cependant, le rock progressif contient une contradiction essentielle, que le film met en œuvre à travers son esthétique et sa forme, décelable par l'analyse allégorique. Car en effet le rock progressif se réclame du *Gesamtkunstwerk* de Richard Wagner, terme qui désigne la synthétisation de plusieurs médias artistiques au sein d'une même œuvre d'art. Ce concept d'œuvre d'art totale s'est mis en place dans le rock progressif par étapes : en rassemblant la musique et la littérature au travers des paroles, les arts graphiques par le biais des pochettes de disque, puis les arts vivants dans son interprétation scénique, et parfois le cinéma – qui a lui-même pu être considéré comme un art total dans ses premiers temps¹⁶⁵. Alors la musique rock est devenue non plus une musique de danse mais d'écoute. Le passage de *Tommy* au cinéma s'inscrit ainsi dans ce désir d'en faire une œuvre qui s'écoute mais qui se regarde également. Cette symbiose audiovisuelle atteint son apogée à des moments où la caméra vrille (fig. 57) ou lorsque le montage se cale sur la musique. Pour autant, on peut se demander si ce projet ne relève pas également d'un certain opportunisme médiatique. En effet,

164 PIRENNE, Christophe, *All Things Must Pass : Vies et morts du rock*, Paris, Honoré Champion, 2021.

165 CANUDO Ricciotto, *Manifeste des Sept Arts*, 25 janvier 1923, Paris, Séguier, 1995, p. 15.

lorsque l'on observe le casting principal, on remarque un certain équilibre : huit musiciens et huit acteurs professionnels, pour lesquels il est intéressant d'observer la manière dont ils sont mis en scène. Ceux connus pour être des chanteurs voient leur présence scénique reproduite : l'énergie en transe de Tina Turner (fig. 57, 1) ou encore l'esthétique chamanique du cri et du geste d'Arthur Brown. Aussi, tous les musiciens sont associés à leur instrument, que cela soit le piano pour Elton John (fig. 58, 3) - alors qu'il est censé jouer au flipper, ou la guitare électrique pour Eric Clapton (fig. 58, 2). Néanmoins, ces représentations sont relativement grotesques, en particulier celle de Tina Turner, dont le visage filmé dans un gros plan en fish-eye exagère les traits qui font son identité (fig. 59, 1), de la grande bouche jusqu'aux jambes, et d'Elton John, habillé de manière extravagante et portant des lunettes tout en étant juché sur des Doc Martens disproportionnées (fig. 59, 2). Le dispositif narratif se trouve ainsi entre comédie musicale et revue, dans la mesure où elle donne des rôles aux artistes tout en conservant leur persona. La participation au film leur permet de rayonner à travers un médium supplémentaire, par des va-et-vient entre diégèse et captation de la performance. Dans cette même idée, on remarque dans le générique que seuls Roger Daltrey et Elton John sont considérés comme des membres du casting, tandis que le reste des artistes est désigné comme des invités. Enfin, la présence des Who est évidemment à envisager sous cet angle. En effet, les séquences qui reproduisent leur mise en place scénique tendent à rappeler qu'il s'agit avant toute chose d'un projet musical. Pour autant, si le rock progressif a cherché à revendiquer le statut d'art du rock et son indépendance, on peut constater que les producteurs exécutifs du film soulignent son lien avec les industries culturelles, en particulier musicales : parmi les producteurs, Beryl Vertue qui était une productrice de télévision et Christopher Stamp qui fut le manager des Who jusqu'en 1973, aussi, le film est produit par RSO Records¹⁶⁶ et Polydor Records.

L'autre partie du casting mérite aussi d'être analysée. Les rôles de Frank et Captain Walker sont joués par Oliver Reed et Robert Powell, deux acteurs britanniques ayant déjà joué pour Russell : le premier a de nombreuses fois travaillé avec Russell et le second a joué dans son précédent film *Mahler*. Ann-Margret est quant à elle une actrice d'origine suédoise naturalisée américaine qui s'est fait connaître dans deux films de George Sidney, *Bye Bye Birdie* et *L'amour en quatrième vitesse*, partageant l'affiche avec Elvis Presley dans le dernier. Le rôle de Nora, en particulier dans la séquence de « Champagne », a mis fin à son statut de *sex symbol* hollywoodien. L'américain Jack Nicholson, qui fait une apparition dans le rôle de docteur, est alors au firmament de sa carrière : l'année 1975 est également pour lui celle de *Profession : Reporter* de Michelangelo Antonioni et de



Fig. 60 : merchandising autour de Tommy



Fig. 61 : Marilyn Monroe, idôle et sainte, Tommy

Vol au-dessus d'un nid de coucou de Miloš Forman, qui lui vaut un Oscar. Pourtant, malgré sa persona d'anti-icône de l'*establishment*, ce rôle est totalement en dehors de ses habitudes, dans la mesure où il ne sait pas chanter et qu'il interprète un banal médecin britannique. Enfin, la dernière star de cinéma du film, Marilyn Monroe, est représentée à travers divers objets.

On remarquera que Captain Walker meurt mais permet à son fils de naître dans la paix tandis que Nora et Frank meurent en défendant Tommy. Ce premier élément nous permet d'envisager une analyse qui serait celle d'un passage de relais de la star de cinéma à la *rock star*, dont le développement dans les années 1960 a montré qu'elle pouvait devenir le nouveau pivot en terme de convergence des médias. En effet, Nora et Frank sont ceux qui élaborent une commercialisation de l'expérience de Tommy, en particulier Frank qui décide du design des uniformes et qui est aux commandes du studio de télévision. Ils lui permettent de devenir une star telle que l'a définie Richard Dyer, c'est-à-dire comme à la fois un phénomène social et une image médiatique. Leur connaissance sous-entend l'expérience issue du statut de star de cinéma d'Oliver Reed et Ann Margret. Aussi, la star inspire, dans l'imaginaire collectif, la peur et le fantasme, la fascination et la répulsion. Des impressions contraires qui rappellent le pouvoir similaire des icônes religieuses : une comparaison qui devient

complètement claire lors de la séquence de « Eyesight to the Blind » qui se déroule dans une église et dont le chemin de croix du Christ est remplacé par des images en pied grandeur nature de divers rôles de Marilyn Monroe. Elle est l'incarnation de la manière dont, à l'heure de la reproduction mécanique de la célébrité, l'image a supplanté l'authenticité et comment la star n'a de signification qu'en tant qu'image. Cela inspire la conception de produits dérivés lorsque Tommy accède à ce statut (fig. 60). Aussi, par le truchement de sa représentation statufiée, elle est célébrée comme une sainte thaumaturge. La statue de l'actrice est portée par des fidèles et d'autres agitent des encensoirs, mais tous portent des masques à son effigie. De même, l'eucharistie est reprise mais détournée : l'hostie et le vin consacrés sont remplacés par des somnifères et une bouteille de Johnnie Walker Red (fig. 61). En ce sens, la présence du guitariste Eric Clapton dans le rôle du prédicateur peut faire écho au graffiti « Clapton is God »¹⁶⁷, photographié à Londres après un concert des Yardbirds dans les années 1960 (fig. 62). Largement ironique et totalement Pop Art, ce détournement du rituel religieux et l'analogie entre la star et la sainteté permet à Russell de condamner la religion dans sa



Fig. 62 : Graffiti « Clapton is God » (1965)



Fig. 63: parallèles avec le premier documentaire de Russell

167 FLANAGAN, Kevin M., *Ken Russell : Re-Viewing England's Last Mannerist*, Lanham, Scarecrow Press, 2009, p. 101.

forme commercialisée, comme il l'avait déjà fait en 1958 dans son documentaire amateur sur le pèlerinage de la ville de Lourdes (fig. 63). Comme l'a évoqué Ken Russell dans une interview en 2004, la lecture du scénario de Tommy lui a rappelé un projet qui n'a jamais vu le jour, abordant le messianisme. Ainsi, par cet aveu d'intertextualité¹⁶⁸, l'univers de *Tommy*, passé par Ken Russell, s'étend à une critique du christianisme et ses dérives, dont l'imagerie contribue à la force allégorique du film.

Pour reprendre la pensée d'Edgar Morin¹⁶⁹, le fait que le vrai chanteur des Who incarne le personnage également le film, dans lequel est développé tout un *merchandising* propice à une commercialisation réelle, rend inévitable un rayonnement marchand au-delà du film. Aussi, il y a interaction entre Roger Daltrey et le public, dans la mesure où il est connu de celui-ci et qu'il jouait déjà Tommy sur scène, et enfin entre lui et le personnage, devenant véritablement Tommy par son interprétation au cinéma. Par ailleurs, on peut également dire qu'en tant que *rock star* réelle incarnant Tommy, il accomplit la dernière étape de Dyer, celle d'être un signe filmique. Qu'il interprète ce personnage permet effectivement de rendre sensible pour le spectateur une lecture du film comme allégorie du rock, voire du *star system* et de comprendre le discours ésotérique derrière tous les choix *a priori* aléatoires. Cette idée de filiation, ou encore d'héritage, rejoint l'idéologie du rock progressif, qui s'inspire du passé pour trouver une légitimation dans le présent. Néanmoins, l'ambiguïté du film dit aussi le paradoxe d'un genre musical qui s'est développé grâce aux évolutions technologiques et qui, dans sa quête de l'art total, a surtout réorganisé les rapports entre les industries culturelles.

Ainsi, l'approche allégorique du film de Ken Russell permet de saisir la complexité et l'ambiguïté fondamentale de ce film. Pour reprendre la théorie de Gérard Genette, Tommy a fait l'objet d'une transformation par la transposition, dont les deux pratiques principales sont l'amplification et la transmodalisation¹⁷⁰. Il est aussi saisissant de constater qu'avec *Tommy* Russell adopte la stratégie inverse à celle utilisée pour ses biographies de compositeurs de musique savante. Dans ces dernières, il cherchait à ancrer dans le réel et à rendre humains des individus considérés comme des génies hors normes. Tandis que dans la musique populaire, le rock tout particulièrement, les individus mis en avant sont résolument humains, raison pour laquelle le concept de star a pu être réapproprié par ceux-ci. En effet, la star concentre ce mélange de proximité et de distance et leur humanité constitue en cela un fort potentiel économique. Les stars du rock sont exemplaires de ce phénomène en ce qu'elles sont le signe des contradictions idéologiques propres à leur domaine. Elles se revendiquent d'une hypothétique authenticité et semble essayer de camoufler l'industrialité de leur statut de star derrière une recherche de légitimation artistique. Russell a alors fait le choix d'opérer un renversement et de déstabiliser un univers issu et destiné à une consommation de masse,

168 KRISTEVA, Julia, *Théorie d'ensemble*, Paris, Seuil, 1968.

169 MORIN, Edgar, *Les Stars*, 1957, Paris, Seuil, 2015.

170 GENETTE, Gérard, *op. cit.*

à travers l'usage du kitsch et de la distanciation. Aussi, la mise en place d'un dispositif narratif hybride, entre suite de tableaux et reprise des codes de la comédie musicale a permis d'installer une confusion entre réel et irréel. L'allégorie repose sur l'histoire humaine, en cela le film devait avoir un cadre spatio-temporel défini. Celui-ci renforce d'autant plus l'aspect caricatural et burlesque du film. C'est grâce à ces diverses stratégies de transposition à première vue complètement extravagantes que l'on peut dire que le film reprend le caractère irrévérencieux et espiègle des Who, et leur esthétique, allant du Pop Art à la culture hippie et au psychédéisme. En effet, la critique du rock, qui est représentée ici de manière ésotérique, s'inscrit dans une démarche Pop Art de critique des structures par l'utilisation de celles-ci.

Les années 1970 sont, pour les deux groupes, des années d'expérimentations à des niveaux différents. Pink Floyd s'est inscrit dans une démarche *multimedia*, cherchant à construire une véritable identité visuelle, à défaut d'exploiter l'image de ses membres. Afin d'y parvenir, le groupe s'est entouré d'un certain nombre de collaborateurs, qui ont contribué à l'élaboration d'une aura mystérieuse et intemporelle. La composition pour le cinéma a largement contribué à conserver un certain anonymat tout en capitalisant sur cette collaboration entre industrie cinématographique et industrie du rock. Leur seule apparition dans un long-métrage, *Pink Floyd : live at Pompéi*, s'inscrit dans le registre de la captation d'un concert, bien que celle-ci contribue largement à l'impression d'une musique qui transcende le temps et l'espace.

À l'inverse, les Who – ou plus particulièrement Pete Townshend, se sont vraiment nourris des formes artistiques de leur temps, tels que le Pop Art et psychédéisme, mais également le *rock musical* de Broadway¹⁷¹ qui a entraîné la théâtralisation de leurs compositions et des performances scéniques. Le groupe se met volontiers en scène, que cela soit durant les concerts, sur des plateaux télévisés ou au cinéma, avec *Tommy*. Tout comme Pink Floyd, ceux-ci se prêtent à l'expérimentation mais restent toutefois dans le cadre de l'industrie, continuant d'apparaître à la télévision et de produire des singles.

Il apparaît que Pink Floyd cherche alors l'universalité et ainsi à s'éloigner le plus possible des mouvances artistiques pour créer une identité visuelle et musicale unique et atemporelle. Tandis que les Who semblent totalement s'ancrer dans le présent, fondant leur singularité sur la récupération des formes artistiques émergentes afin de créer en symbiose avec leur temps. Chacun a contribué à sa manière à expandre le champ des possibles du rock, qui devient dès lors une musique audiovisuelle. Il n'en demeure pas moins que les deux groupes se rejoignent sur différents points : la difficulté à continuer après avoir atteint le sommet et le statut de *rock star* conduisant à des mésaventures liées aux ambitions toujours plus grandes de leurs compositeurs – respectivement

171 À commencer par *Hair*, dont la première représentation daterait de 1967, qui fut suivie par *Godspell* en 1971 et par *Jesus Christ Superstar* en 1973.

Roger Waters et Pete Townshend.

III. « *The Thin Ice* » : désillusion et nostalgie

Les années 1970 sont pour l'Angleterre une décennie de crise, impliquant la fin du consensus politique, déclin des standards de vie, conflits sociaux, violences raciales et terrorisme. L'entrée dans les années 1980 est symbolisée par l'arrivée de Margaret Thatcher au poste de Premier ministre du Royaume-Uni, après avoir été à la tête du parti conservateur depuis 1975. Sa politique libérale chamboule l'organisation du pays, façonnée par la politique socialiste depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale. Tandis que le chômage atteint des records, elle fait preuve de fermeté face aux troubles avec l'Irlande du Nord puis pendant la guerre des Malouines, qui se déroule durant l'année 1982, dernière année de notre chronologie.

Particulièrement riche, cette période est une grande source d'inspiration pour la musique populaire. En effet marquées par une diversification des genres, les années 1970 voient un éclatement du rock en sous-catégories, tels que le hard et le glam rock ou encore le heavy metal. Avec le rock progressif, les deux dernières se placent dans une démarche emphatique, la première tâchant de revenir aux racines blues du rock tout en profitant des évolutions instrumentales et sonores. Ce phénomène de fragmentation est symptomatique de l'impossibilité de maintenir l'idéal d'authenticité à mesure que l'industrie du rock se développe¹⁷². Ainsi, le renouvellement musical du rock peine à se faire à partir du milieu des années 1970, tandis que des formes hybrides apparaissent, telles que la new wave, ou encore le disco, musique jeune et festive, venant faire de l'ombre au rock au sein des musiques populaires. Le punk vient quant à lui incarner la nouvelle musique associée à la *working class*. Si les Beatles avaient proposé des vêtements au sein de leur boutique Apple, les Sex Pistols, groupe emblématique du genre punk, sont un exemple de *cross-over* entre musique populaire et mode ; ces derniers ont assidûment fréquenté « SEX », la boutique de la couturière Vivienne Westwood et de Malcolm McLaren, leur manager. Si le punk provient des États-Unis, la forte médiatisation des Sex Pistols a été l'impulsion à la création d'une véritable esthétique. Bon marché et faite de détournements, la mode punk est accessible à tous et exprime l'antisystème et le mal-être causé par le chômage. Ainsi, lorsque John Lydon arbore un t-shirt où est inscrit « I hate Pink Floyd » sur scène, il semble capturer le *zeitgeist*, à l'heure où Pink Floyd serait devenu élitiste.

Aussi, tous ces genres manifestent également le besoin de montrer d'autres manières de performer la masculinité à travers l'élaboration de stéréotypes de la rock star. Puisque le rock s'adresse aux jeunes hommes en quête de leur identité, le glam rock invite à l'excentricité et à l'excessivité tout en revenant à des compositions plus simples, à l'inverse du hard rock qui est dans

172 MULLEN, John, « What has popular music ever done for us? Pleasure, identity and role play in UK pop music in the 1970s », *Études Anglaises*, 2018, p. 20.

l'expression d'une extrême virilité. En ce sens, les musiciens du milieu des années 1960 devenus rock stars vieillissent avec leurs auditeurs ; la fin des années 1970 est une période de désillusion, remise en question qui peut préparer à la traversée du désert des années 1980.

Le début des années 1980 est celui de l'émergence de l'industrie du vidéo-clip, incarnée par des chaînes de télévision telles que MTV, aux États-Unis. Le pouvoir multidiscursif¹⁷³ de la musique populaire s'en trouve renforcé par le médium qui les héberge, la télévision. Celle-ci offre en effet simultanément, dans le temps et l'espace, une même programmation musico-visuelle pour les détenteurs, toujours plus nombreux, du petit écran. En ce sens les objets visuels représentant la musique populaire sont de plus en plus adaptés, au point de devenir une forme essentiellement télévisuelle. Au cinéma, la musique populaire devient de plus en plus présente, venant servir des ambitions postmodernistes de nostalgie et de référentialité. En parallèle, le marché de la vidéo vient bouleverser durablement les rapports entre industries culturelles.

A/ *Quadrophenia* et *Pink Floyd : The Wall* : œuvres sommes, postmodernes et réflexives

1. Le rock à l'aube de l'ère du vidéo-clip

Le succès final de *Tommy*, sous sa forme cinématographique, permet au groupe d'accéder au rang de millionnaire. Néanmoins, les liens se délitent peu à peu, à mesure que les années passent. Chacun se tourne vers des projets en solo, Roger Daltrey continuant au cinéma avec *Lisztomania*, une nouvelle fois de Ken Russell, sorti la même année que *Tommy*, puis dans *Psychose phase 3* en 1978 et *McVicar* en 1980. Il sort également deux albums en 1975, tout comme John Entwistle, et un autre en 1977. Keith Moon réside quant à lui aux États-Unis, rendant d'autant plus difficiles la communication et la réunion régulière des musiciens. De plus, l'alcoolisme touche trois des membres, impactant durablement les relations au sein du groupe. Pour autant, l'argent généré par les différentes activités des Who les conduisent à rester ensemble. En effet, si à partir de la sortie du film *Tommy*, ceux-ci sont assez fortunés pour pouvoir envisager des carrières solos, c'est sans pouvoir espérer atteindre la rentabilité de la marque The Who. C'est pourquoi, à la suite de la sortie de *The Who by Numbers*, le groupe a enchaîné les concerts et les tournées. Mais également parce que le versement des droits d'auteur avaient été stoppés en raison de désaccords avec leur manager qui dirigeait le label Track Records¹⁷⁴. Paru en 1975, cet album concentre toutes les problématiques liées à la sensation de ne plus être « dans le vent » et à la dégradation des relations au sein du groupe. Townshend a pratiquement tout écrit et composé, faisant part de ses réflexions et frustrations personnelles. Dans sa veine proto-punk, le groupe atteint le record du monde du concert

¹⁷³ GOODWIN, Andrew, *op. cit.*, p. 25.

¹⁷⁴ BARNES, Richard, *op. cit.*, p. 120.

le plus fort en décibels à Charlton en 1976, devant un public de 50 000 spectateurs, qui a fini sur de nombreuses violences. La mort de Keith Moon survient en septembre 1978, l'année de la sortie de l'album *Who Are You*. C'est également l'année de sortie du documentaire *The Kids are Alright*, dont la réalisation a nécessité deux années de travail de collecte d'archives audiovisuelles et iconographiques. Ayant dépassé les dix ans d'existence, il s'agit d'un objet signifiant en ce sens qu'il élabore une histoire du groupe alors que celui-ci n'est pas séparé. Il suggère toutefois une certaine obsolescence, appuyée par une exposition memorabilia, *Who's Who*, au Institute of Contemporary Arts à Londres. On remarquera par ailleurs le choix du lieu, qui inscrirait les Who dans le domaine des arts contemporains. En effet, il s'agit d'une première forme de muséalisation du rock, qui perpétue l'ambiguïté en capitalisant sur des ressources passées et présentes tout en faisant accéder les musiciens au rang d'artistes.

L'album *Quadrophenia* sort en 1973, après les nombreuses tournées dédiées à *Tommy*. Il est la réponse à la crise identitaire du groupe après leur plus gros succès. Eminemment cathartique, celui-ci consiste en une introspection sur les Who par son compositeur-interprète, Pete Townshend. Si le processus de création, peu démocratique, présage la suite de leur carrière, tous les membres du groupe sont mis à l'honneur. Ainsi, chacun est représenté par un thème précis qui se mêle aux différentes chansons, leur influant une ambiance particulière. Représentés par des motifs musicaux, ils sont des indications pour l'auditeur des fluctuations mentales du personnage. Particulièrement ambitieux, l'album devait ainsi répondre à un challenge technique, celui de la quadriphonie. Chacun des quatre thèmes devait être restitué dans chaque voie, offrant des perceptions de l'espace et de la profondeur inédites. Cela survient dans des compositions instrumentales complexes telles que « I Am the Sea » et « The Rock ». Si *Tommy* a eu beaucoup de succès en *live*, la sophistication de *Quadrophenia* l'a rendu impossible à interpréter complètement sur scène. Pour autant, il y avait déjà l'ambition de projeter un film en arrière-plan du concert.

L'aspect narratif est constitutif de la conception cinématographique de cet album, qui bénéficie d'une véritable trame écrite dans le livret qui accompagne l'album. Écrite sous la forme d'un journal à la première personne, elle correspond à une version prosaïque des chansons, qui s'enchaînent toutes grâce aux transitions les attachant les unes aux autres comme la bande-sonore d'un film sans image. Ce dernier pan est complété par le travail iconographique d'Ethan A. Russell, déjà photographe pour la pochette de *Who's Next*. Trente-deux photographies donnent sa visualité à l'histoire musicale, permettant d'envisager son écoute comme un roman-photo voire un film que l'auditeur se fait dans sa tête. Le cinéma devient une part importante de la vie du groupe dès lors que Keith Moon commence à jouer dans des films en 1971 jusqu'à la réalisation de *Tommy*. À tel point que les recettes du film leur ont permis d'acheter une partie des studios de cinéma Shepperton dans l'idée de les transformer en complexe de rock et de cinéma, créant à l'occasion leur propre

société de production de film, The Who Films. Dans un contexte de déclin de l'industrie cinématographique britannique, où la production est dominée par les films de genre à petits budgets¹⁷⁵, il servit surtout pour le tournage des séquences contemporaines lives de *The Kids Are Alright*. L'adaptation de *Quadrophenia* est réalisée en 1979 par Franc Roddam, qui a alors déjà quelques court-métrages à son actif, a aussi écrit et produit pour une agence de publicité puis rejoint la BBC, où il s'est illustré dans le documentaire et une série proche de la télé-réalité¹⁷⁶.

Pour ce qui est des Pink Floyd, les albums *The Dark Side of the Moon* et *The Wall* sont séparés par *Wish You Were Here*, en 1975 et *Animals* en 1977. Le premier marque le début d'une nouvelle collaboration déterminante : le dessinateur Gerald Scarfe réalise deux films pour les concerts, un pour « Welcome to the Machine » et l'autre pour « Shine On You Crazy Diamond » (fig. 1)¹⁷⁷. Selon Melody Maker, la production du deuxième a coûté 100 000 £ pour six mois de

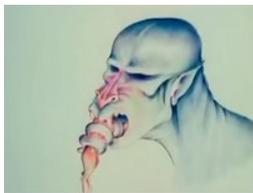


Fig. 1 : Extraits des *concert screen films* de « Welcome to the Machine » et « Shine On You Crazy Diamond »

réalisation¹⁷⁸. En dépit de leurs coûts, les *concert screen films* vont se révéler particulièrement stratégiques à partir de la création des chaînes de diffusion de vidéo-clips, puisqu'il s'agit de matériau totalement adaptable à ce nouveau médium. À la suite de *The Dark Side of The Moon*, les proportions adoptées par les *shows* amènent le groupe à jouer dans les stades. Or le problème de ce type d'architecture est qu'il tend à isoler les spectateurs de la scène. Avec un album-concept tel qu'*Animals*, possédant une galerie de personnages, il est possible d'élaborer un nouveau spectacle dont l'objectif serait d'inclure toutes les strates du public. Pour cela, une série d'éléments gonflables à grande échelle sont conçus, d'une famille atomique à une réplique du cochon de la pochette d'album jusqu'à un canon à moutons. Une Cadillac, un frigidaire et une télévision sont ajoutés spécialement pour la tournée américaine.

Néanmoins, la difficulté à contenir le public dans un espace aussi grand va avoir raison de Roger Waters, en juillet 1977. En effet, lors d'un concert à Montréal, devant plus de 80 000 spectateurs, l'agitation générale ruine le spectacle, entre hurlements et pétards. À la fin du premier set, Waters crache à la figure d'un homme dans le public, marquant la fin de la tournée.

L'année 1978 est celle de la division du groupe, durant laquelle Waters est en dépression nerveuse tandis que Gilmour et Wright sortent leur premier album solo. Elle est consacrée pour le premier à l'écriture d'un prochain album-concept fondé sur ce dernier concert désastreux. Tout

175 MUNDY, John, *Popular music on screen: From Hollywood musical to music video*, Manchester, Manchester University Press, 1999.

176 GLYNN, Stephen, *Quadrophenia*, New York, Wallflower Press, 2014, p. 28-29.

177 On retrouve certaines séquences de ces concert screen films dans les séquences animées de *Pink Floyd : The Wall*.

178 POVEY, Glenn, *op. cit.*

comme l'a fait Pete Townshend pour *Tommy*, Roger Waters écrit sur son vécu, entre sentiments d'aliénation et solitude, afin de réfléchir sur son rapport au public et aux fans. Il le pense comme une œuvre en trois étapes : un album, un spectacle scénique et un film. *The Wall* est une œuvre pensée dans un premier temps visuellement avec l'aide de Gerard Scarfe, sa composition qui la seconde est le fruit de la collaboration des membres du groupe et du producteur Bob Ezrin. Entre temps, le groupe est amené à enregistrer l'album en France puis aux États-Unis et les relations entre Roger Waters et le claviériste Richard Wright se détériorent, conduisant ce dernier à quitter momentanément le groupe. « Another Brick In the Wall Part 2 » est la composition présente sur le single qui annonce l'album, le premier depuis 1968. Son succès est tel qu'il est premier des hit-parades dans de nombreux pays, probablement grâce à ses sonorités disco.

Le spectacle scénique fait l'objet d'une tournée en 1980 et 1981. Celui-ci est particulièrement ambitieux et impressionnant : un mur de briques en carton de 12 mètres de haut sépare le groupe du public, les images animées réalisées par Gerald Scarfe sont projetées en triptyque par des projecteurs 35 mm, trois marionnettes géantes sont utilisées et le système sonore est amélioré afin d'échapper à l'environnement caverneux du stade (fig. 2). Roger Waters interprète le personnage de Pink, rock star qui construit un mur métaphorique dont chaque brique correspond à une forme d'aliénation ou un traumatisme.



Fig. 2 : Mise en scène de *The Wall* dans un stade en 1980

Le film résulte quant à lui en une adaptation de ce spectacle. Tout comme ce dernier, le film n'est financé que par des acteurs extérieurs, majoritairement par la Metro Goldwyn Meyer¹⁷⁹. Avec un budget de six millions de livres, la réalisation est d'abord donnée à Scarfe et Michael Seresin avec Alan Parker comme producteur, pour que finalement Parker devienne le réalisateur unique et Waters le producteur. Issu du monde de la publicité, il fonde sa propre compagnie de production en 1970 et réalise son premier film en 1976, la comédie musicale *Bugsy Malone* qui est suivie du grand succès *Midnight Express*, récompensé à Cannes en 1978 et enfin une deuxième comédie musicale, *Fame*, en 1980. Force est de constater que la musique est déjà très présente dans sa filmographie, d'autant plus que les musiques de *Midnight Express* ont été composées par Giorgio Moroder, déjà célèbre pour ses collaborations avec la chanteuse disco Donna Summer¹⁸⁰.

179 GONIN, Philippe, *Pink Floyd : The Wall*, Marseille, Le Mot et le Reste, 2015, p. 110.

180 SHAIL, Robert, *British Film Directors : A Critical Guide*, Edinburgh, Edinburgh University Press, 2007.

2. *Quadrophenia* : nostalgie et immersion anachronique

Dès sa construction visuelle, l'album apparaît être dans une mouvance nostalgique et cathartique, mobilisant de nombreux éléments de l'héritage esthétique et artistique britannique. Conçu par Ethan A. Russell, photographe pour les Beatles et Rolling Stones, le livret qui accompagne l'album se compose de 48 pages regroupant paroles et photographies (fig. 3). Celles-ci retracent les éléments évoqués par le préambule écrit par Pete Townshend, qui explicite plus précisément la narration de l'album. Suivant les pérégrinations de Jimmy, jeune mod, l'histoire racontée se place dans le contexte réel, des émeutes survenues entre *mods* et *rocker* à Brighton et Margate en mai 1964. Prises majoritairement en extérieur et en noir et blanc, les photographies convoquent les esthétiques socio-réalistes et documentaires qui traversent le cinéma britannique depuis la fin des années 1920¹⁸¹. D'abord incarné par John Grierson et la *General Post Film Unit*, le documentaire connaît une grande impulsion dans les années 1930, jusqu'à la prise en charge de la production par le ministère de l'Information en 1939. La *Crown Film Unit* créée, la fonction du documentaire évolue et devient un outil d'instruction du peuple légitime car s'inscrivant dans une certaine tradition artistique. Baptisé ainsi en 1956¹⁸², le *Free Cinema* émerge en réaction à l'école documentaire, à l'*Establishment* mais aussi à la déconsidération pour le cinéma et le conformisme médiocre de sa production. Rassemblés sous l'appellation *kitchen sink realism*, les *Angry Young Men*, entre autres composés des écrivains Alan Sillitoe et David Storey furent les contemporains des cinéastes du *Free Cinema* dont Lindsay Anderson, Karel Reisz et Tony Richardson, qui ont commencé leur carrière en adaptant certaines de leurs œuvres. Jacques Belmans définit ce cinéma ainsi : « La démarche du nouveau cinéma part de cette école documentaire dont elle épouse l'acuité de vision, le goût du document sociologique, la préférence accordée au décor naturel, la haine du pittoresque, le sens de l'ellipse, du montage nerveux et du détail significatif de même que l'humour en demi-teinte »¹⁸³. Ce retour à l'authenticité est vite évincé par les productions du *Swinging London*, qui deviennent les étendards à échelle mondiale de la *permissiveness* de l'époque. Dans les années 1970, le *pop music film* britannique est dans sa phase décadente, c'est-à-dire où le sous-genre



Fig. 3 : Photographies figurant dans le livret de l'album *Quadrophenia* et reprise de codes esthétiques nationaux

181 BARROT, Olivier, « Le cinéma documentaire anglais », *Cinéma d'aujourd'hui*, « L'Angleterre et son cinéma », février-mars 1977, n°11, p. 27-85.

182 LAMBERT, Gavin, « Free Cinema », *Sight and sound*, vol. 25, n° 4, printemps 1956, p. 173.

183 BELMANS, Jacques, « Jeune Cinéma Anglais », *Premier Plan*, n°44, Lyon, Serdoc, 1967.

réfléchit sur lui-même, revenant sur sa propre histoire¹⁸⁴. *Quadrophenia* est réalisé quelques années après une période nostalgique incarnée par les films tels que *That'll Be the Day*, réalisé en 1973 et sa suite *Stardust*, dans lesquels apparaissent Ringo Starr et Keith Moon mais aussi les premiers acteurs vedettes britanniques de *pop music films*, Billy Fury et Adam Faith. Ceux-ci présentent une esthétique nostalgique tant formelle que narrative, puisqu'ils s'inspirent de la vie de John Lennon. Déjà cette glorification stylisée des *good old days* est signifiante des tensions structurelles au sein d'un pays particulièrement fragmenté. Mais si ces deux films offrent une vision nostalgique de l'histoire du rock'n'roll, *Quadrophenia* s'inscrit dans un ensemble artistique plus global et identifiable par tous les Britanniques. C'est que la fin des années 1970 correspond à l'émergence du punk, qui exprime à travers son esthétique la difficulté de la jeunesse à exister sous la politique conservatrice de Margaret Thatcher. Le punk se nourrit de l'environnement immédiat et populaire pour créer et détourner afin de provoquer, là où les mods avait pour credo la réinvention permanente¹⁸⁵. De même, leur *britishness* est indéniable. Le national est effectivement omniprésent, notamment chez les Sex Pistols avec des chansons telles que « Anarchy in the UK » ou encore leur reprise de l'hymne britannique¹⁸⁶. Et pour ce qui de *Quadrophenia*, l'album comme le film se proposent de revenir à une période de troubles culturels similaires dans ses revendications, incarnés par la sous-culture mod. L'album est à l'opposé de l'esthétique punk, puisqu'il reprend les formes délaissées du *rock opéra* et de l'album-concept, se plaçant ainsi dans le genre du rock progressif en ce sens qu'il reconnaît qu'il existe grâce au passé. Ainsi, The Who continue de diffuser une image irrémédiablement liée à l'expression artistique, entre opéra et comédie musicale.

L'esthétique documentaire a pour objectif d'informer et d'éclairer tout en faisant preuve de créativité, par la stylisation du réel ; pour citer Grierson c'est « le traitement créatif de l'actualité »¹⁸⁷. Avec l'invention de la photographie et l'émergence de la presse de masse avant la Seconde Guerre Mondiale, la photographie documentaire a pu être utilisée par la presse comme moyen de raconter des histoires visuelles, grâce des petites légendes écrites¹⁸⁸. Pourtant, les photographies prises par Ethan A. Russell demeurent fictionnelles et totalement construites pour le matériau écrit d'origine. Si la photographie documentaire repose aussi sur la construction d'une image de la réalité et sa représentation, elle relève toutefois d'une temporalité immédiate et non rétrospective. Le travail photographique effectué pour l'album est une reconstitution, une vision du passé teintée de nostalgie. Il se rapproche en ce sens de la notion de simulacre telle que la définit Jean Baudrillard, puisqu'il simule ce qu'il n'est pas : un travail documentaire contemporain du sujet

184 MUNDY, John, *op. cit.*, 1999.

185 CROWLEY, David, JOBLING, Paul, *Graphic Design : Reproduction and Representation Since 1800*, Manchester, Manchester University Press, 1996, p. 213.

186 ADAMS, Ruth, « The Englishness of English Punk : Sex Pistols, Subcultures, and Nostalgia », *Popular Music and Society*, 2008, p. 469-488.

187 BATES, David, « Documentary and storytelling », *Photography : The Key Concept*, Londres, Routledge, 2016, p. 45-65.

188 *Ibid.*



Fig. 4 : représentation du mode de vie mod dans *Quadrophenia*

qu'il imite. Il brouille ainsi la frontière entre le vrai et le faux comme le réel et l'imaginaire¹⁸⁹, pouvant même remplacer la réalité tant sa simulation est optimale. Ce simulacre demeure toutefois la vérité dans la sphère de *Quadrophenia*, sa réalité est de l'ordre de sa correspondance avec le récit qu'il illustre. C'est pour cela qu'il n'entache pas le principe de réalité dans sa globalité. Accompagné du récit écrit par Townshend et entouré des paroles des chansons et des crédits, l'ensemble des photographies interagit avec un élément fictionnel et des éléments purement pragmatiques. Les récits visuel et écrit ont conscience d'être fictions, encore faut-il que l'auditeur

relativise un ensemble converti en valeur marchande, ce qui pourrait annuler toute forme de remise en question¹⁹⁰.

L'immersion du spectateur est l'une des caractéristiques du cinéma postmoderne¹⁹¹, ou du moins l'un de ses objectifs principaux. Pour y parvenir, il déploie différentes stratégies afin de le toucher, les plus notables étant l'allusion et la sensation. Volontairement dépourvu de la spectacularité baroque de *Tommy*¹⁹², *Quadrophenia* est à première vue un film classique, tant formellement que narrativement, or celui-ci présente deux dispositifs relatifs à ce cinéma postmoderne. Tout d'abord, l'immersion par la sensation s'effectue au niveau auditif. Bien que l'album soit à la fois un album-concept et un opéra rock, son adaptation ne relève pas de ce genre. En effet, *Quadrophenia* est diamétralement opposé à *Tommy* dans son utilisation du matériau original, cela alors que ses derniers n'ont que quelques années d'écart. L'usage de la musique par Franc Roddam relève davantage de la mise en contexte : les compositions issues de l'album sont en son off – ou plus précisément en musique de fosse¹⁹³, tandis que les autres chansons ont toujours une source intra-diégétique désignée, du concert à la platine jusqu'au chant *a cappella*. Ces dernières servent la représentation d'une époque où la musique populaire revêt une grande importance pour la jeunesse ouvrière. Le film traite d'événements survenus en 1964 et la bande-originale est avant tout composée de grands succès de l'année 1963 aux États-Unis et en Angleterre, ce qui peut laisser supposer un choix effectué pour le spectateur afin qu'il identifie au mieux l'ambiance musicale de l'époque. On retrouve déjà cela dans le cinéma underground américain, notamment dans *Scorpio Rising*, réalisé en 1964 par Kenneth Anger, qui utilise pour sa bande-sonore des morceaux de rock'n'roll d'Elvis Presley et de rythm'n'blues d'artistes afro-américains tels que Ray Charles, Martha and the Vandellas ou encore The Crystals. Néanmoins, cette même année

189 BAUDRILLARD, Jean, *Simulacres et Simulation*, Paris, Galilée, 1985.

190 LYOTARD, Jean- François, *La Condition postmoderne*, Paris, Éditions de Minuit, 1979.

191 JULLIER, Laurent, *op. cit.*

192 GLYNN, Stephen, *op. cit.*, p. 29.

193 CHION, Michel, *Le Son au cinéma*, Paris, Éditions l'Étoile/Cahier du cinéma, 1985.

est créée l'émission *Ready, Steady, Go!*, expressément dédiée à des spectateurs mods. Rassemblant plusieurs millions de spectateurs, elle a surtout entraîné la médiatisation nationale de cette sous-culture et sa normalisation. Aussi, les gros hits surviennent dans le film dans des lieux populaires tels que les bars ou les boîtes de nuit, laissant supposer une représentation relativement authentique. Par ailleurs, si les chansons choisies avaient déjà eu leur succès lors de leur parution, le film a pu remettre en valeur certaines d'entre elles : l'utilisation du grand succès instrumental « Green Onions » de Booker T. & the M.G.'s lui a permis de rejoindre pour la première fois les charts britanniques en 1979. Le goût des mods pour la recherche musicale et l'anticipation des tendances en matière de jazz moderne, le rhythm and blues et le ska se retrouvent dans la première séquence du concert du groupe Cross Section. Or celui-ci fut sélectionné spécialement pour le film, il n'existait donc pas à la période décrite. Cette séquence permet par ailleurs de faire une description du langage et des danses populaires chez les jeunes mais également des codes vestimentaires mod et des pratiques illégales de consommation de drogue (fig. 4).

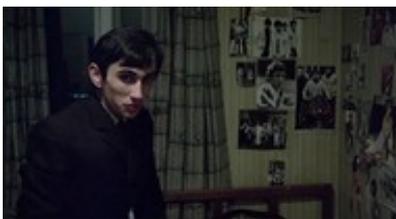


Fig. 7 : La notion de *recognize and enjoy* dans *Quadrophenia*

Il s'avère que l'anachronisme principal demeure la présence, bien que discrète, des Who. Il permet d'élaborer un monde alternatif sans altérer le monde réel. Déjà la narration établie par le livret accompagnant l'album fait mention des Who : « La seconde

nuît, j'ai vu les posters à l'extérieur de l'Odeon pour un concert des Who. Je les ai vus à Brighton. C'est un groupe mod. Enfin, les mods les apprécient. Ce ne sont pas vraiment des mods mais les mods les aiment bien. ». Les Who se sont appelés ainsi jusqu'au début de l'année 1964, pour ensuite adopter le nom des High Numbers, choisi par leur manager Peter Meaden qui voulait alors les rapprocher de la scène mod. Pour ce faire, le film présente de nombreux anachronismes. D'abord, le groupe ne sort son premier single qu'en 1964, or dans la séquence de la fête Jimmy lance le single où figure « My Generation », qui donne lieu à une scène de danse frénétique laissant entrevoir ce que pouvait provoquer cette chanson, devenue leur hymne, lors de son écoute (fig. 5). Au début de cette même séquence, on peut même observer un faux-raccord particulièrement évocateur de la dimension postmoderne du film (fig. 6). Tandis que Jimmy et Monkey s'embrassent, la



Fig. 5 : Occurrence de « My Generation » et son potentiel effet sur les mods, *Quadrophenia*



Fig. 6 : Faux-raccords servant la référentialité, *Quadrophenia*

caméra effectue un travelling latéral qui laisse entrevoir la source musicale ; un meuble où est posée une platine vinyle. Les albums sont éparpillés dessus et quelques-uns contre le mur. Parmi eux, figurant ostensiblement, une compilation parue en 1973, qui comprenait deux albums en un : *A Quick One* et *The Who Sell Out*. On aperçoit d'abord le dos de la pochette qui laisse voir l'arrière de ces mêmes albums, plus particulièrement celui de *The Who Sell Out*, un 45 tours non-identifié dissimulant le reste. La caméra suit l'arrivée de Steph et Peter, que Jimmy aperçoit ensuite, le faisant se lever et immédiatement changer le disque en cours : un slow, « Rhythm of the rain » des Cascades. Sur la console, le même 45 tours et des bouteilles de bières empêchent de voir le vinyle, qui soudainement est montré de face. On n'aperçoit alors plus la vignette correspondant à *Sell out*, mais l'on devine l'illustration de l'album *A Quick One*. L'inscription « The Who » saute aux yeux du spectateur, comme la réponse satisfaisante d'un jeu d'observation pour l'amateur, tout en préparant l'arrivée intradiégétique de « My Generation ». Un tel dispositif, qui va à l'encontre du principe d'invisibilité du cinéma classique, participe de la dynamique de référentialité propre au cinéma postmoderne par l'auto-citation. Le spectateur, fan ou non du groupe, est amené à faire du *recognize and enjoy*. Le mur de la chambre de Jimmy présente de nombreuses photographies dont une d'un concert probablement en 1967 et celles d'un shooting datant de 1965 (fig. 7). Pour finir, deux auto-citations se glissent dans le son intradiégétique : d'abord au début, Jimmy écoute « Zoot Suit »¹⁹⁴ dans sa chambre puis lorsqu'à la moitié du film Jimmy s'habille pour partir à Brighton l'on entend à la radio la fin de la chanson « Armenia City in the Sky », première chanson de *The Who Sell Out* au concept radiophonique. Intégrée de manière presque imperceptible à un flux conventionnel, voire peut-être archivistique puisque utilisée en tant que jingle, cette dernière référence est totalement dans la dynamique du *recognize and enjoy*. Aussi, en dépit de sa démarche documentaire, le film présente d'autres nombreux faux-raccords répertoriés repérés au fil des années par les amateurs du film¹⁹⁵.

Toutes ces réflexions nous amènent à penser l'historicité postmoderne telle que l'a pensée Fredric Jameson. En effet, celui-ci la définit comme particulièrement ambiguë, en ce qu'elle « exprime un élan historique » mais en même temps « le réprime et le dévie »¹⁹⁶. *Quadrophenia* est un retour sur un passé récent or celui-ci n'est qu'un passé de surface, puisqu'il s'agit d'un ensemble d'arrangements afin de parvenir à un objet nostalgique, dont l'esthétique documentaire peut contribuer à son réalisme. La même année, l'acteur principal de *Quadrophenia*, Phil Daniels, ainsi que l'acteur jouant l'ami rocker, Ray Winstone, jouent dans *Scum*, film d'Alan Clarke qui traite du cas contemporain des violences dans les maisons de correction pour mineurs. Celui-ci présente

194 Sorti en single en face B de « I'm The Face », sous le nom High Numbers en juillet 1964.

195 GLYNN, Stephen, *op. cit.*, p. 55-61.

196 JAMESON, Fredric, *Le Postmodernisme ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, Paris, Beaux-Arts de Paris, 2017, p. 26.

également une linéarité narrative classique mêlée à une esthétique documentaire, leur différence résidant toutefois dans le fait que l'un est un simulacre du passé et l'autre une représentation d'une certaine vérité alors d'actualité.

3. *Pink Floyd : The Wall* : un film-clip ?

The Wall est tout d'abord un ensemble de compositions dont il est essentiel de noter que le travail sonore complexe a pour objectif de faire comprendre la trame narrative à l'auditeur. Le collage est une pratique récurrente de l'album afin de créer une ambiance immersive : on peut par exemple entendre un bébé pleurer sur « The Thin Ice » puis des enfants jouer et un hélicoptère au début de « Another Brick in The Wall, Part One », des extraits du film *La Bataille d'Angleterre* durant « Vera » et « Nobody Home », la clameur d'un public pour « In the Flesh » ou encore une porte qui grince et des pas dans « The Trial ». Les paroles expriment majoritairement l'intériorité du personnage de Pink, incarné par la voix de Roger Waters, qui réfléchit sur son passé et sur le monde moderne, là où les sons et les bruitages viennent parasiter et donner une densité supplémentaire par l'impression d'un extérieur venant agresser le personnage.

Le film a été pensé en fonction de la musique et des spectacles qui furent joués auparavant. La narratologie propre à l'album-concept de Pink Floyd est ici développée en ce sens qu'elle aspire à leur illustration. En effet, c'est l'histoire racontée dans l'album qui permet son adaptation au cinéma. La scénographie du spectacle-concert a eu son importance puisque l'on retrouve certains éléments de mise en scène dans le film, tel que Pink regardant la télévision. Cette position quasi invariable dans le film agit par ailleurs comme un repère spatio-temporel pour le spectateur. Ainsi, la musique fait figure de narrateur-personnage car elle exprime la plupart du temps l'intériorité du personnage de Pink, de nature autobiographique puisqu'elle s'inspire de la vie de Roger Waters. Mais elle tient également le rôle de partiteur, qui, pour reprendre Gardies « se faisant lyrique, dramatique, enjoué, enthousiaste, langoureux, ironique, ect., me souffle (ou me crie) à l'oreille, à la façon d'un bonimenteur, son propre commentaire sur la scène ou le film en cours »¹⁹⁷. Par ailleurs, le spectacle proposait la figure du maître de cérémonie, qui ponctuait certains moments décisifs du concert, ici supprimé puisque l'image vient substituer sa fonction. Et si dans *Tommy*, les chansons constituent majoritairement en des dialogues et répliques chantées, ce cas de figure ne se présente dans *The Wall* qu'à trois reprises, le reste du film étant sans dialogues. Il y a tout d'abord deux performances chantées, « In the flesh ? » et « In the flesh », interprétées en *lip-sync* par Bob Geldof. La première s'introduit dans une séquence qui montre des fans courir pour rentrer dans un stade pour un concert et les débordements qui s'en suivent. Pink apparaît ensuite sur un balcon, entouré

197 GARDIES, André, *Le Récit filmique*, Vanves, Hachette Éducation, 1993, p. 124.

d'étendards et portant un uniforme avec un brassard rappelant ceux de la Waffen-SS. Terminant la séquence d'exposition, cette scène nous renvoie à notre condition de spectateur dans l'attente à travers les fans qui écoutent et admirent Pink comme s'il était un dieu (fig. 8). Déjà présente lors des concerts, elle s'adresse à tous les spectateurs comme ouverture du récit-mental. Dans la deuxième, la musique commence de manière intradiégétique, la source musicale étant désignée par l'orchestre et la clameur des fanatiques. On peut en noter une troisième, « The Trial », séquence animée où les personnages chantent également *lip-sync*.



Fig. 8 : Séquences chantées par Bob Geldof, « In the flesh ? » et « In the flesh », *The Wall*

Dans le cas spécifique de *Pink Floyd : The Wall*, il s'agit d'une stratégie d'adresse au spectateur médiatisée : la présentation du monde diégétique est déléguée à des voix narratrices – en l'occurrence Roger Waters et David Gilmour et à des auxiliaires partiteurs, les compositions musicales. Il apparaît ainsi que l'utilisation des chansons comme narration bouscule la hiérarchie entre visuel et audio, au point de les rendre co-dépendants lors de la traduction cinématographique. Pourtant, la durée des chansons conditionne le découpage du film, tandis que les images sont indispensables à la condition de film. Elles viennent soutenir un récit musical certes poussé mais toujours précaire, par ailleurs contraint par la forme même de l'album, qui propose différents types de compositions et qui implique éventuellement d'enregistrer des morceaux dont le format les rend exploitables en single ou à la radio.

Le film propose un cas d'équilibre musico-visuel inédit, où chaque instance, dans le cadre de l'objet *Pink Floyd : The Wall*, est dépendante l'une de l'autre. Cette dernière traduction de l'album apporte ce que le spectacle-concert parvenait difficilement à reproduire, à savoir un récit audiovisuel immersif. Pour y parvenir, l'image et le son ont dû se parer de la même fonction de narrateur énonciateur, toujours pour reprendre les termes d'André Gardies. Le fait que le découpage du film soit en symbiose avec l'enchaînement des musiques signifie la présence de l'énonciateur maître d'œuvre. Les images et les sons dialoguent sans que l'un pénètre la diégèse de l'autre – sauf à quelques exceptions, imposant au spectateur une position d'extériorité face à un monde qui semble exister de lui-même. Synesthésie et distanciation sont des caractéristiques proches du vidéo-clip, suscitant un « effet-clip »¹⁹⁸ qui a souvent été reproché au film et de ce fait une dimension de récit-spectacle. À cet effet, on retrouve beaucoup d'artifices tels que la répétition de plans et l'hyperréalisme par des points de vue impossibles. Néanmoins, la prédominance du récit-mental

198 JULLIER, Laurent, PÉQUIGNOT, Julien, « L'effet-clip au cinéma », *Kinaphos*, août 2013.

laisser penser qu'il puisse aussi y avoir un personnage-narrateur, dénommé Pink. En effet, les images sont omniscientes, ce qui permet de créer une tension entre la réalité et le délire schizophrénique de Pink, lorsque les chansons ne se concentrent que sur le mental. Elles couvrent ainsi différents champs de la monstration ; elles sont tant subjectives, représentant les délires de Pink par les fantasmes de révolte et les séquences animées, qu'externes, entre énonciation masquée et marquée. C'est-à-dire, dans le premier cas, que le film donne parfois une vision panoptique du monde diégétique, en donnant des informations que le personnage de Pink ne peut avoir vues. Dans le second cas il peut s'agir des séquences animées qui créent de la distance avec le monde diégétique. De ce fait, ce qui relève du visuel vient combler les lacunes narratives de l'album seul tout en permettant d'aller plus loin que le film de commande. Par exemple, le fait que la femme de Pink le trompe avec un militant anti-nucléaire n'est jamais dit dans les chansons. Un élément qui donne alors une dimension supplémentaire aux délires schizophréniques de Pink, lorsqu'il s'imagine par opposition radicale comme une personnalité politique charismatique incitant à la violence.

Ainsi, les images produisent un sens supplémentaire aux chansons de l'album seules. Cette ambition de créer une œuvre en trois étapes progressives peut rappeler la quête de l'art total, mais aussi faire écho à la conceptualisation du médium comme message par McLuhan¹⁹⁹. Chacune des étapes ne serviraient pas alors à donner la vie à la musique, mais ferait partie du message lui-même²⁰⁰. Le langage cinématographique met ici sa grammaire au service du projet, notamment par des montages parallèles fréquents, comme celui entre les fans poursuivis par la police et les soldats sur le champ de bataille. Ou bien par le parallélisme, par la construction du plan, entre les élèves, les soldats et les fanatiques, qui ont chacun perdu leur individualité par différents types d'aliénation et de don de soi - thématique centrale du film. Le visuel apporte ainsi une dimension allégorique très forte, cohérente avec le dispositif de récit-mental. En ce sens, le bagage publicitaire d'Alan Parker peut transparaître au sein de film, qui repose beaucoup sur l'association d'images et la mémoire visuelle du spectateur au sein d'un récit²⁰¹. De plus, de la même manière que la musique avec la création de thème, le cinéma peut procéder à la création de *leitmotiv*. L'élaboration d'une stratégie de guidage du spectateur s'avère effectivement inévitable dans une œuvre aussi labyrinthique. Évidemment, la construction du mur demeure le fil rouge principal de la narration (fig. 9). Mais l'on retrouve aussi le *leitmotiv* du tunnel, qui permet de faire la transition entre plusieurs séquences, par exemple quand Pink arrive dans la salle du meeting ou bien quand il en sort. Il sert alors de rite de passage dans la construction du personnage de Pink mais permet aussi de faire comprendre au spectateur que l'on passe dans le monde mental de Pink (fig. 10).

199 Le contenu d'un médium est toujours celui d'un autre médium : l'enregistrement de la musique est un prolongement spatio-temporel ainsi qu'une amplification de la voix qui permet son stockage et sa transmission en signaux sensibles. Le concert se sert de différents médias afin de restituer une interprétation simultanée et authentique de la musique et enfin le cinéma enregistre et projette grâce à la lumière.

200 INGLIS, Ian, *Popular Music and Film*, New York, Columbia University Press, 2003, p. 64.

201 PICARD, Yves, *op. cit.*



Fig. 9 : Le leitmotiv du mur, *The Wall*



Fig. 10 : Le leitmotiv du tunnel, *The Wall*

Le cri est quant à lui un exemple particulièrement probant du rapport entre visuel et musique, dans la mesure où le cri revient régulièrement dans les musiques et à l'image. Souvent, même, il est le véritable moment de synchronisation visuelle et sonore dans le film. On ne peut s'empêcher de penser qu'il s'agit d'une référence au *Cri* de Munch, tant ils sont nombreux, que cela soit en prises de vue réelles ou en animation (fig. 11). Dans son ouvrage *Le Postmodernisme ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, Fredric Jameson analyse cette peinture comme une expression des grandes thématiques modernistes telles que l'aliénation, la solitude, l'isolement et l'angoisse, court-circuitées par sa propre esthétique, puisqu'il utilise un médium incompatible²⁰². Le modernisme en art se qualifie par le style unique et le moi. Or, la reprise de ce motif au sein de ce film est signifiante du postmodernisme comme « la fin du style, au sens de l'unique et du personnel, la fin du coup de pinceau caractéristique et distinctif ». En ce sens que le film, du fait de son titre, désigne Pink Floyd, mais qu'en son sein on trouve la conception de l'objet par Roger Waters, la réalisation d'Alan Parker et les animations de Gerald Scarfe. L'aspect autobiographique et la direction par Roger Waters s'inscrivent dans une démarche moderniste mais l'ambition totale vient l'annuler. L'exaltation du moi est contre-carrée et le formel devient un vivier de distanciation. Son hypothétique esthétique publicitaire y participe également. En effet, si *Pink Floyd : The Wall* traite musicalement du thème moderne de l'aliénation du sujet, il s'illustre visuellement par sa fragmentation. Cette dernière est justifiée par diverses sources d'aliénations, c'est pourquoi Pink nous apparaît de manière chronologique à plusieurs âges, puis sous trois formes : l'homme hypnotisé par la télévision, le dictateur charismatique, et le bonhomme rose dans les séquences animées.

202 JAMESON, Fredric, *op. cit.*, p. 53-56.



Fig. 11 : L'omniprésence visuelle et sonore du cri dans *The Wall* et le *Cri* de Munch (1893)

Le film est la dernière étape de spectacularisation d'une séparation volontaire du groupe – bien qu'il s'agisse d'une volonté individuelle, avec son public. Elle s'est manifestée littéralement dans les paroles des chansons et matériellement durant les concerts. Au cinéma, la distanciation s'opère dans la mise en place d'un récit à la fois mental et spectaculaire. Cela s'exprime par des points de vue subjectifs modalisés, comme le suggère le travelling d'ouverture au ras du sol du couloir de l'hôtel, nous mettant à la place d'un asticot ou bien d'un rat, pour reprendre les motifs animaliers du film (fig. 12). Aussi, le film nous renvoie à notre condition de spectateur en proposant des plans impossibles à capter selon le point de vue humain. Ils sont cependant réalistes dans une certaine mesure, mais relèvent davantage de l'hyperréalisme. Notamment par un gros plan sur la main et la cendre de la cigarette qui cachent le visage de Pink, ou le gros plan sur la goutte de sang provenant de la coupure qu'il s'est faite à la main et qui s'écrase au ralenti sur la moquette de la chambre d'hôtel (fig. 13). Enfin, plus que tout, l'alternance entre prises de vue réelles et images animées est la principale source de distanciation du fait de la rupture visuelle forte qu'elle provoque, bien que rendue fluide par le montage et la musique (fig. 14).



Fig. 12 : Point de vue impossible et focalisation déroutante, *The Wall*



Fig. 13 et 14 : Distanciation par l'hyperréalisme et le mélange entre *live action* et animation, *The Wall*

Si on lui a souvent reproché son déséquilibre audiovisuel, il est nécessaire de souligner que le dispositif cinématographique prend l'avantage sur le fond musical à plusieurs moments du film : c'est le cas au début, où on entend seulement l'aspirateur puis la musique intradiégétique de la chanteuse Vera Lynn, avant « What Shall we do ? » quand Pink essaye de téléphoner à sa femme, la discussion avec le groupe dans « One of my turns » ou encore la fin, qui laisse seulement entendre les bruitages intradiégétiques des enfants sur les gravats. De plus, les chansons sont superposées de

manière quasi systématique aux sons intra-diégétiques des images en *live action*, comme les pas ou encore les destructions d'objets, à la différence de *Tommy*. D'abord pensé comme un *rock opera*, genre qui, tout comme les thématiques du film, sont déjà anachroniques, *Pink Floyd : The Wall* est au final plus proche des codes esthétiques du clip, dans la mesure où les images découlent de la musique. Cependant, les scènes silencieuses et les quelques moments cités empêchent de le considérer complètement comme un vidéo-clip d'une heure et demie. Passé par Alan Parker, le film devient un film davantage musical, où la musique a pour fonction d'unifier des images de natures multiples²⁰³, ce qui rend chaque séquence segmentable. Aussi, l'image sert à véhiculer l'identité multimédia du groupe, d'où la multiplicité des supports de l'animation aux prises de vues réelles. On notera à cet effet que le film promotionnel réalisé en 1979 pour « Another Brick in the Wall, Part Two »²⁰⁴ présente déjà cette hybridité formelle. Les séquences animées conçues à cet effet, déjà connues du public, furent réutilisées pour le film. Elles laissent présager aussi les futurs concerts avec des plans de la marionnette gonflable du professeur (fig. 15).



Fig. 15 : film promotionnel d'« Another Brick in the Wall, Part Two » et occurrence de la structure gonflable du professeur et de séquences animées

203 DONNELLY, Kevin, *op. cit.*

204 Pink Floyd (9 août 2014), *Pink Floyd – Another Brick In The Wall, deuxième partie (Official Music Video)* Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HrxX9TBj2zY>.

B/ Tommy, Jimmy et Pink : désincarnation progressive de la rock star

1. Miroirs de l'évolution de l'image de la rock star

Le figure du protagoniste principal est l'élément commun à *Tommy*, *Quadrophenia* et *The Wall*. Chacun des albums, et donc chacun des films, suivent la trajectoire d'un jeune homme blanc britannique, évidemment le miroir des individus qui l'ont créé.

La décennie 1970 est, de fait, décisive pour les Who, elle commence par l'immense succès de *Tommy* et se termine par le décès de l'un de ses membres. C'est aussi, plus implicitement, la prise d'importance de Pete Townshend au sein du groupe, qui est à la tête des deux albums-concepts sortis en 1969 et 1975. Que cela soit pour *Tommy* ou pour *Quadrophenia*, on remarque que les récits musicaux suivent un personnage masculin principal. Inspirés du vécu de Townshend, ces derniers incarnent deux périodes de la carrière des Who. En ce sens, les films adaptés des *concept album* présentent des caractéristiques de représentation du groupe et sont manifestes de l'avancée de leur carrière.

Dans *Tommy*, le groupe est omniprésent, autant visuellement qu'auditivement. Si les chansons ont été réenregistrées par les acteurs, certaines d'entre elles restent chantées par Pete Townshend. À l'image, deux personnages sont joués par des membres du groupe, Tommy interprète Roger Daltrey et Keith Moon, Uncle Ernie. Les Who, sous leur forme complète et performative apparaissent à deux reprises : lors des séquences de « Pinball Wizard » et de « Sally Simpson ». La première est hybride, entre concert et performance télévisée. À la fois sur scène et retranscrite à la télévision, elle fait ainsi écho au *live* comme essence du rock'n'roll et à la nécessaire auto-promotion de la *pop star*. Cela est d'autant plus appuyé par la présence scénique de Pete Townshend, John Entwistle et Keith Moon – qui quitte momentanément son rôle : ils sont placés autour de Daltrey selon leur formation scénique réelle (fig. 17) et reproduisent leurs rituels performatifs - le *windmill*, l'eau sur les tambours de la batterie et la destruction finale des instruments. Enfin, l'aspect industriel est appuyé par les tenues de scène de ceux-ci, qui reprennent un motif de billets de banque. La seconde séquence serait celle du sommet, lorsque l'artiste n'a plus à prouver sa valeur. Cette fois-ci



Fig. 17 : Représentation de la foule en délire et référence à la Beatlemania dans « Sally Simpson », *Tommy*



Fig. 18 : John Entwistle et Pete Townshend dans « Eyesight to the blind », *Tommy*

Tommy fait face à un public dont l'excitation doit être contenue par des policiers, rappelant l'apogée de la Beatlemania (fig. 17). Le reste du groupe est placé de manière identique, bien que plus en retrait. Il est également intéressant de constater que Daltrey apparaît dans une tenue composée d'un jean et d'une veste en cuir à franges sur son torse nu ; une tenue quasiment identique à celle portée au festival de Woodstock, en 1969. Ce détail est comme un indice du discours caché, la frontière entre fiction et réalité devenant particulièrement ténue. Enfin, le groupe est présent partiellement dans la séquence « Eyesight to the blind », où l'on retrouve Pete Townshend et John Entwistle en suiveurs du prédicateur joué par Eric Clapton (fig. 18). Vêtus de robes imprimées en unes de journaux, leur présence indique la connaissance de l'ambiguïté de leur situation de rock star, dénonçant son système tout en en faisant pleinement partie.

Quadrophenia manifeste quant à lui la disparition du groupe derrière son image médiatique. Le groupe crée son propre label en 1967, Track Records²⁰⁵, puis sa société de production à la fin des années 1970. Cette recherche d'autonomie créative et économique par diverses extensions peut rappeler le cas de la société Apple Corps fondée en 1968 par les Beatles²⁰⁶. Le film de Franc Roddam est la première production de l'entreprise, dont il est important de signaler la disparition de la narration sur l'univers du rock ou du moins sur l'industrie et ses acteurs. Elle suit le train de vie de Jimmy, mod en pleine crise identitaire. Townshend a en effet conçu le personnage de Jimmy comme « quadrophenic », avec quatre personnalités, traduites en thème dans l'album. Celles-ci correspondent chacune à l'un des membres du groupe : le romantique, associé à John Entwistle, le fou, à Keith Moon, la brute, à Roger Daltrey et le poétique qui serait Pete Townshend. Pour autant, le groupe apparaît quand même subtilement dans l'album ; « The Punk and The Godfather » élabore une mise en abyme avec un concert des Who²⁰⁷ dans la chanson, où on entend la clameur de la foule, au milieu et à la fin. On y entend aussi une version déformée de « My Generation » à plusieurs reprises. De même, les paroles de « Cut My Hair » présentent l'occurrence de certains titres

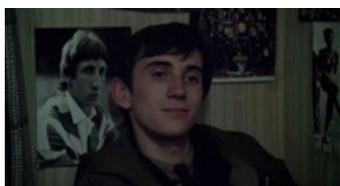


Fig. 19 : présence médiatisée de Pete Townshend dans *Quadrophenia*

tels que « Zoot Suit », « Out On The Street » et « Can't Explain ». Plus directement, à la fin de « Helpless Dancer » on entend « The Kids are Alright » comme un concert au loin. Ces éléments marquent un temps de rétrospection, que l'on retrouve irrémédiablement dans son adaptation au cinéma. Par exemple au début du film, Jimmy écoute « Zoot Suit » dans sa chambre. Plus tard, les jeunes mods se défoulent sur « My Generation » lors d'une soirée, ou encore Jimmy, dans un magasin de disques, écoute « Anyway, Anyhow, Anywhere ». À

l'image, le groupe en tant que tel est absent. Ses apparitions se font médiatiquement, par le biais de

205 Qui a notamment produit le single à succès « Purple Haze » de The Jimi Hendrix Experience.

206 PALMER, Landon, *Rock Star/Movie Star : Power and Performance in Cinematic Rock Stardom*, Oxford, Oxford University Press, 2020, p. 58-95.

207 Cela n'est pas explicitement dit, mais plutôt corroboré par le récit fait par Townshend dans le livret de l'album.

photographies sur le mur de la chambre de Jimmy. Certaines sont dissimulées, comme des réminiscences alors que d'autres sautent au yeux. Comme la publicité pour Track Records mais surtout la photographie de Pete Townshend veillant sur Jimmy, tel un modèle pour celui-ci (fig. 19). Cette grande présence médiatique met en avant l'évolution des Who, qui n'ont plus besoin d'être vraiment présents dans chacun des objets médiatiques qu'ils produisent. Seule leur image suffit pour appuyer leur rôle de producteurs et avant tout de sources créatrices.

L'album *The Wall* est l'exemple le plus probant de ce qu'on a pu appeler le meta-rock, qui correspond à l'état où le rock commence à traiter de lui-même. Si dès *The Dark Side of The Moon*, Pink Floyd évoquait de manière sous-entendue l'industrie du rock, c'est en particulier l'album *Wish You Were Here* qui initie cette tendance. « Have a Cigar » l'aborde du point de vue d'un manager peu scrupuleux qui promet monts et merveilles à un jeune musicien, dont l'aspect autobiographique est signifié par les paroles « By the way, which one's Pink ? », qui fait écho à une question régulièrement posée par les journalistes. Celle-ci manifeste le manque d'intérêt pour la construction des groupes, ne s'intéressant exclusivement qu'à leur succès et leur accolant des structures de groupes musicaux datées. Plus virulente, « Welcome to the machine » critique directement l'industrialisation intensive du monde et l'aliénation dont les individus sont victimes.

Peu présents à la télévision à partir de 1968, l'absence du groupe à l'écran s'inscrit dans la continuité identitaire du groupe. Néanmoins, Roger Waters devait à l'origine interpréter Pink et les Pink Floyd devaient apparaître sous la forme d'une captation d'un *show* de 1981²⁰⁸. Dans ces scènes ils devaient avoir la fonction de chœur tel qu'on peut le trouver dans le théâtre antique, c'est-à-dire que le groupe devait assister aux souffrances du personnage face à son destin et commenter ses actions. Cela ne convenait cependant pas à Parker qui a persuadé Waters de laisser tomber ces scènes *live* mais également son rôle de Pink²⁰⁹. Ce choix se pose en total contraste avec *Tommy*, comme *Pink Floyd : live at Pompeii* allait à rebours de la démarche de la captation du festival de Woodstock. Aussi, l'intitulé du film est précédé du nom du groupe, mais celui-ci est absent à l'image. Pour autant, l'entité Pink Floyd reste omniprésente auditivement dans les compositions qui, contrairement à *Tommy*, n'ont pas été réenregistrées par les acteurs. Waters est la voix de Pink, tandis que Gilmour interprète son épouse et la mère. En dépit de son vernis collectif, *The Wall* traite de l'industrie musicale du point de vue d'un individu avec son propre passif. En effet, bien que Pink soit interprété par Bob Geldof, chanteur du groupe punk et rock irlandais The Boomtown Rats, il est également l'alter ego de Roger Waters.

208 BROACKES, Victoria, STRONG LANDRETH, *op. cit.*

209 GONIN, Philippe, *op. cit.*, p. 110.

Ce film est en ce sens à l'image du groupe à cette période : Waters est la force créatrice qui permet à Pink Floyd de continuer à subsister mais dont l'omnipotence attribuée de plus en plus à Gilmour, Wright et Mason la fonction de groupe accompagnateur. Par ailleurs, dans une interview donnée pour l'émission *Les Enfants du Rock* en 1982²¹⁰, David Gilmour dit ne pas souffrir de son existence de rock star et qu'à la différence de Waters, celui-ci apprécie les concerts. Ces différends sont manifestes dans le film dès les génériques de début et fin qui stipulent : « Pink Floyd The Wall by Roger Waters » et « Film Music Produced by Roger Waters, David Gilmour and James Guthrie », le groupe n'apparaissant qu'en tant que tel seulement pour le volet « Music Performed by ». Mais pour ce qui est de la diégèse, la notion de groupe est inexistante : « In The Flesh ? » et « In The Flesh » sont des performances exécutées par Pink seul sur un balcon dans la première et accompagnée d'un orchestre et d'une chorale pour la seconde. Le film laisse supposer que Pink est un guitariste, à voir la collection de guitares dans sa chambre d'hôtel mais également compositeur, comme le suggèrent les plans le montrant au piano ou à la fin lorsqu'il lit des paroles de chansons dans son carnet noir (fig. 20). Il s'agit toutefois d'un récit reposant sur un dispositif de représentation d'un processus mémoriel.



Fig. 20: Les indices d'un succès musical, *The Wall*

Cela implique des oublis et des déformations du personnage et le spectateur est en constante interrogation sur ce qui relève du souvenirs ou du réel diégétique. La séquence de la chanson « Young Lust », particulièrement stéréotypée, nous présente une continuité narrative mais



Fig. 21 : Récit mémoriel et ellipses dans la séquence « Young Lust », *The Wall*

des ruptures spatiales radicales. Tout d'abord, on voit la bande de groupies soudoyer les vigiles et les roadies pour avoir des pass afin d'aller voir les artistes, mais les espaces sont surprenants : ce qui devrait être un couloir est en fait une remorque de camion, se trouvant dans un hangar où sont entassées des caravanes (fig. 21, 1). Un lieu qu'on a déjà vu auparavant au début du film, lorsque la foule de fans se précipite sur les stands de vente de produits dérivés. Pink sort de sa caravane et va chercher la groupie qui se détache de la bande (fig. 21, 2). Vinyle à la main, dont la pochette représente le visage de Pink hurlant, elle demande un autographe à ce dernier, qu'il refuse. Puis, lorsqu'ils y entrent, il y a un *cut* et

210 INA (5 novembre 2022), *The Wall : interviews de David Gilmour et Alan Parker – 1982* [Vicéo], Facebook, URL : https://www.facebook.com/Ina.fr/videos/the-wall-interviews-de-david-gilmour-et-alan-parker-1982/1840367232970030/?locale=fr_FR.

un raccord montage sur la porte qui se ferme, puis sur la porte de la chambre d'hôtel qui s'ouvre (fig. 21, 3). La continuité narrative est cependant toujours présente, dans la mesure où la groupie est là et que Pink est habillé de la même manière. Mais cette séquence est introduite par le motif du tunnel, ce qui semble introduire une nouvelle reconstitution mémorielle de Pink, expliquant cette représentation sous cloche de l'espace du souvenir. Dans cette même séquence, on voit le manager, joué par Bob Hopkins, que l'on retrouve pour « Comfortably Numb ». Dans cette dernière, Pink a perdu connaissance et on voit qu'il a réellement détruit sa chambre et rasé ses sourcils. Le manager cupide, après s'être énervé après lui, met tout en œuvre pour le forcer à monter sur scène malgré son état. On retrouve une figure similaire en la personne de Uncle Frank dans *Tommy*. Néanmoins, là où l'ascension de *Tommy* est largement détaillée, *The Wall* est très lacunaire. On ignore comment Pink est devenu une rock star, le spectateur se doit d'accepter la situation telle qu'elle est. Il est supposé établir un lien entre ce personnage et Roger Waters, qui à travers cette histoire semble essayer de comprendre pourquoi il a craché sur ce fan, acteur sans lequel le principe de musique populaire est inexistant.

2. Des personnages qui concentrent toute la complexité de l'idéologie rock

Comme le rock célèbre les individualités, *Tommy* et *The Wall* ont pour protagonistes un homme au passé traumatique mais qui trouve un semblant de calmant dans un domaine où il excelle. Tommy devient champion de flipper et Pink une rock star. Le premier film raconte en détail cette existence tandis que le second part d'un moment de désespoir pour décrire sous forme de flash-backs décousus le vécu de son personnage central. Tous deux traitent, de manière ésotérique pour l'un, exotérique pour l'autre, du rock et des individus qui l'incarnent. Une dizaine d'années sépare les deux ensembles d'œuvres, on remarquera de ce fait que leurs dialectiques ne sont pas les mêmes. Toujours est-il qu'elles se rejoignent dans la traduction de ses contradictions idéologiques : la célébration de l'anti-institutionnel et le soutien les institutions établies mais également l'engagement contemporain et le renforcement de l'esthétique et les valeurs sociales issues d'un héritage récent²¹¹.

Tommy est un ensemble véritablement issu du rock progressif. Particulièrement ambigu, il va à l'encontre des valeurs du rock'n'roll en réinvestissant des formes classiques au processus de création. Le texte est aussi un élément essentiel, il doit dès lors être en symbiose avec la musique²¹² : il devient symptomatique de la quête de légitimité du rock. Il se donne ainsi la mission d'être un messenger, de faire passer par la musique des messages sur le monde à son public. Il s'écoute alors plus qu'il ne se danse, relevant presque du liturgique. Pour citer Guy Debord : « Le spectacle est la

211 MORRA, Irene, *Britishness, Popular Music and National Identity : The Making of Modern Britain*, Londres, Routledge, 2013.

212 PIRENNE, Christophe, *op. cit.*, 2005.

reconstruction matérielle de l'illusion religieuse. La technique spectaculaire n'a pas dissipé les nuages religieux où les hommes avaient placé leurs propres pouvoirs détachés d'eux : elle les a seulement reliés à une base terrestre. »²¹³. À cet effet, les films de Ken Russell ont souvent pour thématique ou pour référentiel celui des croyances, récurrente également dans le rock progressif. On le remarque par le traitement liturgique de *The Music Lovers* et *Savage Messiah*, ou encore dans *Mahler* par la longue séquence de conversion du compositeur de confession juive au catholicisme. Mais il est également intéressant de constater que deux ans plus tôt est sortie l'adaptation cinématographique du *musical* de Broadway *Jesus Christ Superstar*, produite par Robert Stigwood, producteur de *Tommy*. Le contexte culturel tendait donc déjà à assimiler le phénomène de la rock star à celui du messie. Tommy est cependant le premier personnage de ce type créé d'abord pour un album puis adapté et repensé pour le cinéma. Cette thématique religieuse est amorcée par la séquence de « Eyesight to the blind », qui se déroule dans une église. Mais Tommy a déjà manifesté son refus d'adhérence à la religion dans la séquence précédente, lorsqu'il renverse la crèche. Elle est représentée ici par la chute qui détruit la statue, alors que Nora le force à toucher le pied de l'icône. Tommy semble refuser les formes passées de croyance et en ce sens s'inscrit dans l'idéologie rock d'opposition au passé. Pourtant, cette séquence préfigure la messianisation de Tommy, qui va faire l'objet d'un culte similaire : ce jeu de miroirs met en lumière l'une des contradictions du rock progressif avec le rock'n'roll, qui revendique l'impact du passé sur son processus créatif.

À la suite de ce premier échec, Tommy est amené à expérimenter le LSD dans une vierge de fer, dont les piques ont été remplacées par des seringues. Dans son *trip*, Tommy est comparé au Christ sur sa croix, arborant la couronne, le pagne et les plaies (fig. 22, 1). Il ressortira plus tard guéri par les eaux du baptême qui le font en même temps renaître. Cette expérience du miracle de la guérison le rend susceptible d'en accomplir lui-même ; les suiveurs le penseront thaumaturge et seront encouragés à expérimenter sa privation des sens de la vue, de l'ouïe et de la parole pour espérer ce miracle. Mais il apparaît que l'échec de la communication de la religion de Tommy réside dans l'artificialité de cet état de privation auquel il contraint ses fidèles. En plus de cela, il fait une utilisation baroque des conventions religieuses par leur détournement : il reproduit la Cène, reprend l'emblème de la croix mais l'affuble d'une boule de flipper et fait marcher Tommy sur un plongeur comme s'il marchait sur l'eau (fig. 22, 2-3). Mais on touche au blasphème lorsqu'une forte iconographie va se développer autour de Tommy, selon des moyens contemporains : il est photographié, il passe à la télévision et fait la une des journaux. L'appât du gain les amènent à développer des produits dérivés : des disques, des badges et des t-shirts. Enfin, le parallélisme entre le culte de Marilyn Monroe et le culte de Tommy s'effectue par une starification incarnée par la présence du reste du groupe des Who lors des séquences de « Eyesight to the blind », « Pinball Wizard » et de « Sally Simpson ».

²¹³ DEBORD, Guy, *L'industrie du spectacle*, Paris, Gallimard, p. 17.



Fig. 22: Une analogie servie par un fort référentiel religieux dans *Tommy*

Si l'on se réfère à la chronologie du rock progressif anglais établie par Christophe Pirenne, la sortie de l'album *The Wall* survient deux ans après son déclin. Toujours dans une perspective de *cross-over* multimédia, Roger Waters conçoit totalement l'album en fonction de sa destinée théâtrale et spectaculaire. À cet effet, le personnage de Pink s'était d'abord appelé Punch, en référence à Punch & Judy, deux marionnettes faisant totalement partie du patrimoine culturel britannique²¹⁴. Cela allait toutefois à l'encontre de l'idée d'universalité émise par Ezrin, tout comme le fait d'attribuer au personnage l'âge de Waters, qui empêcherait d'atteindre les jeunes spectateurs : « Je ne voyais pas le public s'intéresser aux petits malheurs d'un rockeur de cet âge. Ce dont nous avons besoin, c'était un *Gestalt*, un personnage qui serait la synthèse de tous les rockeurs disloqués qui nous avons connus et aimés. »²¹⁵. En ce sens, Pink est une somme, une synthèse dépourvue de détails précis car nourrie de plusieurs éléments de diverses origines. C'est pourquoi il apparaît être l'incarnation de toutes les frustrations et contradictions du rock, et qu'il est en cela la clé d'une réflexion sur la culture de masse au sein même d'un objet qui la représente - processus similaire à la démarche Pop Art. La création de Pink intervient alors que le rock perd en impact, sa rhétorique et son horizon d'attente deviennent de l'ordre du mémoriel²¹⁶. Des groupes tels que Pink Floyd, ayant alors une dizaine d'années de carrière à leur actif, ne peuvent plus pleinement accomplir la mission du rock, à savoir représenter la jeunesse. Si Tommy est un faux messie, Pink se rêve messie mais a conscience de sa décrépitude : sa femme ne l'aime plus et le trompe, son esprit est embrumé par les addictions et il ne parvient plus à participer à la vie sociale propre à son milieu. Il s'agit d'une rock star brisée, en pleine introspection durant une tournée aux États-Unis. Tout comme Tommy, il a perdu son père à la guerre – précisément la bataille d'Anzio²¹⁷, et a donc grandi dans cette même atmosphère de frustration que son prédécesseur. Si l'album parvenait plus ou moins à reconstituer cette réflexion sur sa propre existence, le film de Parker permet d'établir de manière très efficace des liens entre sa propre aliénation, la guerre, son état psychologique, la culture de la mémoire britannique et le pouvoir destructeur de l'industrie du rock²¹⁸. Effectivement, le film élabore tout un référentiel du rock, de l'enfant-poète incompris au stand de produits dérivés, aux groupies qui

214 GONIN, Philippe, *op. cit.*, p. 37.

215 BLAKE, Mark, *Pigs Might Fly : l'histoire cachée de Pink Floyd*, Paris, Tournon, 2008.

216 ACKERMANN, Zeno, « Rocking the Culture Industry/Performing Breakdown: Pink Floyd's *The Wall* and the Termination of the Postwar Era », *Popular Music and Society*, Février 2012, p. 2.

217 Durant laquelle le père de Roger Waters a été assassiné.

218 ACKERMANN, Zeno, *ibid.*, p. 9.

soudoient les roadies, l'alcool, la drogue, les autographes, la collection de guitares ou encore l'emprise de la musique qui détourne de la vie affective. Tout est là sauf l'essentiel : le concert, la rock star en pleine performance. Au lieu de cela, on assiste à une transposition imaginaire du concert de rock en rassemblement fasciste. Dionysiaque, Tommy montrait la voie mais n'a pas réussi. Pink envisage une attitude apollinienne, marquée par l'ordre et l'individualité : sous la coupole de son *doppelgänger*, la performance scénique devient un lieu où la star domine et le public se soumet. Une idée que l'on retrouve dans la pensée d'Adorno et de Guy Debord, pour lesquels le spectateur est aliéné : « Plus il contemple, moins il vit ; plus il accepte de se reconnaître dans les images dominantes du besoin, moins il comprend sa propre existence et son propre désir »²¹⁹. Cependant, même dans cet idéal apollinien le dionysiaque se manifeste sous la forme du chaos qu'il entraîne au-delà de l'espace du stade. C'est qu'en réalité il reste dionysiaque : empreint à la démente et au désordre, il tend vers le monstrueux. Une tension que l'on retrouve également dans *Tommy*, lorsque les adeptes se soulèvent et sèment le chaos afin de retrouver leur individualité, ce qui permet de retrouver une forme d'ordre à la fin du film. Paul Klee, dans sa *Théorie de l'art moderne*, évoquait cette idée ainsi : « Le chaos comme antithèse de l'ordre n'est pas proprement le chaos, le chaos véritable ; c'est une notion "localisée", relative à la notion d'ordre cosmique et son pendant. Le chaos véritable ne saurait se mettre sur le plateau d'une balance, mais demeure à jamais impondérable et incommensurable. Il correspondrait plutôt au centre de la balance. »²²⁰.

Qu'il s'agisse de Tommy ou de Pink, tous deux sont par bien des aspects le noyau d'un film au fort référentiel historique, chacun représentant une Angleterre d'après-guerre hallucinée. Dans son essai "Sur le concept d'histoire", Walter Benjamin dresse la figure de l'Ange de l'Histoire à travers l'*Angelus Novus*, tableau justement exécuté en 1920 par Paul Klee. Une figure, qu'à bien des égards, Tommy semble incarner, au regard du contexte des années 1960. Tommy, dans le film, est également un enfant d'après-guerre. Il porte en lui la douleur du père mort sur le front et donc toute la colère et la frustration de sa génération. Son père est cependant à la fois celui qui l'amène vers la vérité de la relation entre sa mère et Frank et celui qui condamne son enfance en le privant de la découverte sensible propre à cette période. En quelque sorte, le père empêche la possibilité, pour Tommy, de se joindre aux manifestations violentes de sa génération et donc de s'adonner à un mode



Fig. 23 : le motif de la ruine et la fonction assumée de *faciès hippocratica* du rock progressif dans *Tommy*

219 DEBORD, Guy, *op. cit.*, p. 23

220 KLEE, Paul, *Théorie de l'art moderne*, Paris, Denoël, p. 56.

de création dionysiaque. La guérison et la messianisation de Tommy participent d'une recherche de création apollinienne. Mais sa mission perd en authenticité car elle est cadrée et enfermée dans des modèles socio-culturels pré-existants, en l'occurrence le Tommy's Holiday Camp. De plus, l'omniprésence du cercle et la construction en miroir du film renforce l'idée de cycle inévitable, laissant entendre que le seul progrès à trouver est dans une plus grande confusion encore. Pour reprendre Benjamin : "Là où nous apparaît une chaîne d'événements, il ne voit, lui, qu'une seule et unique catastrophe, qui sans cesse amoncelle ruines sur ruines et les précipite à ses pieds. Il voudrait bien s'attarder, réveiller les morts et rassembler ce qui a été démembré, mais du paradis souffle une tempête qui s'est prise dans ses ailes, si violemment que l'ange ne peut plus les refermer. Cette tempête le pousse irrésistiblement vers l'avenir auquel il tourne le dos, tandis que le monceau de ruines devant lui s'élève jusqu'au ciel. Cette tempête est ce que nous appelons le progrès." À cet effet, l'occurrence à deux reprises du motif de la ruine au début et à la fin du film (fig. 23, 1-2), est tout à fait représentatif de cette idée ; l'Ange regarde vers les ruines du passé alors qu'il est poussé vers l'avenir, mais tout ce qui est avenir subira ensuite le processus de la décadence qui en fera le passé. Ainsi, Tommy serait une vision de l'Ange de l'Histoire passée par le prisme du rock progressif mais également un faciès *hippocratica*. Sa volonté impuissante représente le "paysage primitif pétrifié de l'histoire"²²¹, car l'Histoire sera à jamais imparfaite, douloureuse et intempestive. On peut donc dire que son point de vue est "l'exposition baroque de l'histoire comme histoire des souffrances du monde"⁸. Aussi, la séquence de "Sensation" exemplifie concrètement cette double fonction d'Ange de l'Histoire et de *faciès hippocratica*. Tout d'abord, elle expose la jeunesse travailleuse – les ouvriers et les secrétaires, et la jeunesse violente, représentée par des affrontements brutaux entre bandes de motards. Un montage alterné fait surgir Tommy, survolant la scène en deltaplane, ce qui a l'effet d'interrompre le geste imminent d'exécution d'un motard. La réconciliation est ensuite sous-entendue par un plan montrant les deux bandes danser collectivement. Mais le choix du deltaplane est évocateur en ce qu'il matérialise par la technique ce concept d'Ange de l'Histoire : il reprend le motif récurrent de la croix tout en attribuant deux ailes à Tommy, qui se tient au trapèze (fig. 23, 3). Néanmoins, la grande violence du soulèvement final des suiveurs, qui cause la mort de Frank et Nora, montre qu'il n'est jamais vraiment possible de se désengager entièrement de la douleur du passé qui teinte de violence le présent. Tommy en prend conscience, il les rassemble dans la mort mais les laisse dans les ruines, pour mieux avancer seul.

221 BENJAMIN, Walter, « Allégorie et Trauerspiel. » , *Origine du drame baroque*, 1928, Paris, Flammarion, 2009, p. 171-203.

Pink incarne lui une vision plus proche d'une dynamique postmoderniste de l'histoire. Tout d'abord parce qu'il s'agit d'un processus mémoriel et donc lacunaire, qui s'intéresse aux ruptures et aux changements irrévocables dans la représentation des choses²²². Cela contrairement aux modernistes, pour reprendre la pensée de Jameson, que les résultats de ces changements intéressent davantage. Bien qu'il se fonde sur du matériel d'origine autobiographique, Pink reste un Gestalt, il est donc fondamentalement superficiel, à la fois le signifiant et l'expression de l'identité nationale contemporaine, tout comme la musique populaire.²²³ Les montages parallèles permettent une analogie entre guerre et rock, comme le suggère la séquence d'introduction de « In the flesh ? » (fig. 24). Aussi, des séquences animées telles que « Good Bye Blue Sky » contiennent toute l'énergie métaphorique relative à la guerre, l'ennemi allemand étant représenté par un immense oiseau puis par un ogre et la mémoire collective britannique par des bombardements au drapeau se transformant en croix ensanglantée (fig. 25, 1)). Les séquences en prises de vue réelles se consacrent aux souvenirs de Pink, à l'exception de la séquence de reconstitution de la bataille d'Anzio au début de « The Thin Ice ». « Another Brick In The Wall Part One » correspond visuellement à la visite d'une église durant laquelle sa mère endeuillée prie tandis que Pink enfant joue avec un avion miniature, les médailles de son père agrafées sur sa veste. Cela fait écho au fait que son père est mort dans un cri sous le projectile d'un bombardier, selon un procédé similaire à *Tommy*, bien que plus subtil. Ce premier cri apparaît comme le lien d'un désespoir héréditaire que l'on retrouve en *leitmotiv* tout au long du film. Afin de rendre la narration plus évidente, Waters a composé la chanson « When The Tigers Broke Free » spécialement pour une séquence où Pink retrouve les effets militaires de son père (fig. 25, 2). Dans le présent diégétique, le traumatisme est sans cesse ravivé par la télévision diffusant *Le Briseur de Barrage*, film réalisé en 1955 et qui retrace le déroulement de la réelle opération Chastise de 1943 (fig. 25, 3). Il appartient au genre du film de guerre britannique, qui a contribué à ce que Taylor nomme « *cinematic historiography* » : le cinéma aurait contribué à une mythologisation et une mythification de ce que fut réellement la Seconde Guerre Mondiale, prenant le pas sur l'actualité. Les valeurs mises en avant ont pu également susciter un sentiment de



Fig. 24 : Montage parallèle entre les fans et les soldats sur le champ de bataille dans *The Wall*

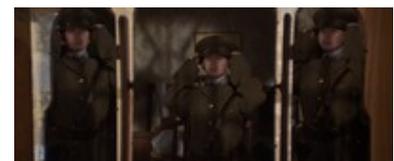


Fig. 25 : La représentation du traumatisme national dans *The Wall*

222 JAMESON, Fredric, *op. cit.*, p. 13.

223 MORRA, Irene, *op. cit.*.

nostalgie. Le fait que Pink le regarde continuellement est manifeste de ce phénomène, la fiction devenant le refuge d'un traumatisme bien réel.

Enfin, dans un contexte de désillusion mais également de renforcement de l'identité nationale, la revendication principale du film demeure celle à l'encontre du système scolaire britannique d'après-guerre, qui a pu empêcher le développement des individualités en les étouffant. En effet, la musique populaire et plus particulièrement le rock, ont pour valeurs principales la créativité, l'expression et l'initiative individuelle. Thématique possiblement abordée de manière souterraine par *Tommy*, on la retrouve régulièrement dans les productions britanniques : au cinéma avec *If...* de Lindsay Anderson, réalisé en 1968 ou encore en 1974 lorsque Supertramp sortait sa chanson « School ».

Pour finir, le rapport aux femmes est presque identique dans les deux films. Dans *Tommy*, Nora est la mère protectrice, vénale puis en proie à la culpabilité et Sally Simpson la groupie



Fig. 26 : La monstruosité de la femme dans *The Wall*

prête à tout pour approcher la star. Aucune relation amoureuse n'y est décrite et les relations sexuelles ne sont jamais consenties. Dans *The Wall*, l'épouse est victime de la passion de son mari qui la délaisse, celle-ci le trompe et devient l'une des causes de son repli sur soi. Tout comme sa représentation animée, les séquences de « What Shall We Do » et « Don't Leave Me Now » sont particulièrement impactantes tant elles incriminent l'épouse (fig. 26).

3. Introspections médiatiques : la télévision, fonctions et représentations

La télévision est intrinsèquement liée au développement du rock. Notamment, elle a grandement contribué au succès des Who. Déjà représentée dans *Tommy*, elle avait alors la même



Fig. 29 : la dimension participative de la performance rock télévisée dans *Quadrophenia*



Fig. 28 : La télévision anthropologique dans *Quadrophenia*

fonction que dans la réalité du rock : filmer la performance, ici les exploits au flipper (fig. 27). Elle était aussi le catalyseur des frustrations de Nora, qui la brise. Mais son utilisation est différente dans *Quadrophenia*, puisqu'elle s'intègre à la dynamique anthropologique du film. C'est notamment le cas dans une scène rapide qui montre Jimmy rentrant chez lui tard le soir et tombant sur ses parents. Tous deux regardent à la télévision un épisode de *Chapeau melon et bottes de cuir* de 1961²²⁴, la mère est attentive tandis que le père dort (fig. 28). Alors que sa mère le réprimande sans lever ses yeux de l'écran, lui disant que ce qu'il fait n'est pas normal, Jimmy rétorque : « Qu'est-ce qui est normal alors ? ». Une réplique qui peut résonner avec ce qu'ils regardent, à savoir une série télévisée de science-fiction et donc une forme de divertissement qui détourne de la réalité.

Mais une scène est particulièrement importante à notre étude, puisqu'elle vient donner l'illustration visuelle de la théorie de la télévision comme médium froid par McLuhan (fig. 29). Presque à la moitié du film, Jimmy se prépare pour aller à Brighton. Ses parents sont dans la cuisine, où son père lit le *Daily Mirror* du jour avec en une « Les craintes d'un autre week-end de violences », en référence au week-end de conflits entre mods et rockers à Margate. Alors qu'ils se moquent de lui et de la tendance de porter son jean Levis mouillé pour qu'il taille parfaitement en séchant, Jimmy rejoint le salon où la télé est allumée. Est alors diffusé le passage des Who dans l'émission *Ready, Steady, Go!* où il interprètent « Anyway, Anyhow, Anywhere ». Cette auto-citation anachronique sert toutefois à montrer l'effet de la musique et de son filmage télévisé sur le téléspectateur. La froideur du médium et de fait sa basse définition est démontrée par la nécessité d'augmenter le son, peu qualitatif, ainsi que la proximité de Jimmy avec l'écran (fig. 29, 1). En tant que forme froide, elle force une « conversation gestuelle et improvisée »²²⁵, chose que l'on observe concrètement à l'écran : la participation de Jimmy se manifeste par ses oscillations de tête et lorsque Keith Moon commence à jouer, le jeune homme reproduisant ensuite les mains qui tiennent les baguettes et frappent la batterie (fig. 29, 2). Rappelons par ailleurs que le mimétisme est un élément important de l'adolescence, la musique et sa représentation constituant en une forme rituelle qui favorise les « spirales mimétiques »²²⁶. L'expérience individuelle de la performance télévisée permet à Jimmy de s'imaginer batteur, là où une performance *live* implique le collectif et la danse, comme le montre la séquence où jouent les Cross Section. Or la complète participation est empêchée par le père, qui intervient dans la conversation entre Jimmy et l'image télévisuelle, le faisant s'arrêter à plusieurs reprises. Son refus de se joindre à l'immersion se manifeste par sa mise en retrait, restant entre l'embrasement de la porte et le canapé (fig. 29, 3). Au début, Jimmy répond à la critique en se retournant jusqu'à ce que le dernier commentaire relativement réactionnaire du père le fasse se retourner avec un sourire narquois. En effet, celui-ci s'exclame : « C'est comme ça qu'on joue de la

224 GLYNN, Stephen, *op. cit.*, p. 55.

225 MCLUHAN, Marshall, *op. cit.*, « The Giant Timid ».

226 CHASTAGNER, Claude, *De la culture rock*, Paris, PUF, 2011, p. 84-86.



Fig. 30 : Représentation des forces

subliminales de la télévision et la télécommande comme prolongement du toucher dans *The Wall*

guitare maintenant ? Oh mon dieu ! ». Un commentaire signifiant l'évolution du rock'n'roll vers le rock. Le père continue, le plan change pour nous donner à voir le contre-champ depuis la télévision. Il parle tandis que Jimmy, au premier plan, a les yeux rivés sur l'écran, s'agitant au son de la musique. Le niveau énergétique monte crescendo, atteignant son paroxysme lorsque pour le faire taire, ou du moins ne plus entendre son père, Jimmy augmente encore plus le volume. Ce geste fait suite à un nouveau commentaire de son père : « T'appelles ça chanter ? On dirait plutôt un chien qui hurle à la mort », suggérant l'idée de la saturation par le chant.

La caméra change de nouveau de point de vue, donnant à voir la performance quand le filmage devient aussi frénétique que la musique, Jimmy réitérant de nouveau son action (fig. 29, 5). Le volume sonore devient un moyen d'occuper l'espace, de s'imposer²²⁷ ; le refroidissement du médium est total, l'image télévisuelle devenant de moins en moins lisible et Jimmy la reconstituant par son entière participation (fig. 29, 4). Expression rock de la colère, tous ces gestes veulent dire l'impatience et la remise en question de l'autorité. Complétée par la danse, l'agression est autant visuelle que sonore, au point que son père rebrousse chemin en silence (fig. 29, 6-7).



Fig. 31: La destruction totale du téléviseur dans « One of My Turns » dans *The Wall*

Le rôle de la télévision dans *The Wall* est de l'ordre du *leitmotiv* au sein d'un labyrinthe narratif. Déjà très présente dans les bruitages sur l'album son rôle est d'autant plus complexe dans le film, puisqu'elle incarne à la fois le mode de vie moderne et la mémoire britannique. Sa récurrence, dans un film sans véritable action signifie l'étirement voire la dilatation d'un instant de la diégèse, celui où Pink se penche sur sa vie. Les plans montrant Pink en train



Fig. 32 : La télévision comme réminiscence indestructible du mental dans *The Wall*

de regarder la télé assis dans son fauteuil, à côté duquel se trouve une lampe sur pied, sont particulièrement nombreux. Déjà présents dans la mise en scène *live* pour la chanson « Nobody Home », on

227 *Ibid.*

retrouve ces trois éléments – Pink, la télévision et la lampe, dans de nombreux espaces, réels ou non. Il est intéressant de remarquer que, bien que la télévision soit comme un objet miroir de l'espace mental, Pink est complètement passif. Si l'on reprend la pensée de McLuhan, cela est également évocateur pour ce qui est du rapport au médium : la télévision diffuse un film, or le



Fig. 33 : Recréation d'un ordre après le chaos dans *The Wall*

cinéma est un médium chaud, il prolonge le sens de la vision et lui en offre une haute définition. Dans la mesure où il investit son destinataire avec messages riches et denses, il n'appelle pas à l'initiative ni à la participation ; la réception est passive. Bien sûr, cette analyse est à nuancer puisque McLuhan fonde son argument sur la télévision des années 1960, pour laquelle les écrans étaient bien plus petits et la qualité encore basse. À la fin des années

1970, la télévision n'est plus un nouveau média : les écrans s'élargissent, gagnent en couleurs et en capacités de programmation, de fait son contenu comme son message ont changé. En ce sens, si Pink semble par moment relativement intéressé par ce qu'il regarde, son état de prostration est constant. On remarquera cependant que dans la séquence de « Nobody Home », les plans sur la main de Pink changeant de chaînes est exemplaire des forces subliminales de la télévision qui exacerbent le sens du toucher, son image étant semblable à une mosaïque. Il tombe sur un discours de Ronald Reagan, sur une publicité pour le whisky Black Label ou encore sur un film, il appuie parfois avec rage, d'autres il caresse les touches (fig. 30). Telle une extension de la main, la télécommande devient à la fois l'objet sur lequel Pink se défoule et la prothèse qui lui permet de toucher virtuellement l'écran.

La télévision comme symptôme d'une société moderne toujours plus aliénante voire abrutissante est représentée dans cette même séquence par les paroles de la chanson : « J'ai le choix entre 13 chaînes merdiques à la télé ». Aussi, son omniprésence est permise par de nombreux faux-raccords. On la retrouve en effet plus tôt dans la séquence de « One of my turns »²²⁸, où Pink détruit



Fig. 34 : La télévision comme leitmotiv signifiant l'espace mental dans *The Wall*

tout dans sa chambre d'hôtel après que les gestes d'affection d'une groupie l'aient fait pleurer. Il repousse la télévision du pied, balance un petit téléviseur éteint à travers la pièce, pour qu'enfin celle du début de la séquence passe par la fenêtre et s'explode au sol en plusieurs morceaux (fig. 31). Précédant la dernière partie de « Another Brick in The Wall », un plan montre la diffusion télévisée de *Les Mines du Roi Salomon*, film hollywoodien sorti en 1950, puis en contre-champ Pink

228 00:43:00 à 00:48:20.

s'avançant pour la détruire avec une guitare électrique ; l'impact intervient lorsque Stewart Granger embrasse Deborah Kerr (fig. 32)²²⁹. L'instant est répété quatre fois de suite, mais si chaque destruction est une destruction imaginaire, elle n'en est pas moins signifiante puisqu'à Pink utilise son outil de travail, sa guitare, pour détruire ce qui lui permet de subsister, la télévision et plus largement les médias. Également, à la fin de « Is There Anybody Out There »²³⁰, Pink érige une sorte de temple où figure une représentation de toutes ses frustrations à partir des débris de sa chambre : des cigarettes croisées représentent les tombes de soldats, plus haut des médicaments entourent un vinyle ou encore une publicité avec une femme est déchirée (fig. 33, 1). La télévision jetée par la fenêtre en fait partie, bien que l'écran soit totalement éclaté. À l'intérieur, parmi les fils et les éclats de verre, Pink a entreposé deux canettes de Coca-Cola, qu'il déplace pour les rapprocher, les détournant comme pour reproduire la scène des *Mines du Roi Salomon* (fig. 33, 2). Le fait qu'il s'agisse de canettes vides signifie en même temps la vacuité du couple formé par Pink et sa compagne et *a fortiori* du couple au cinéma. Après s'être rasé les sourcils et le torse, on retrouve cette même télévision, diffusant toujours *Le Briseur de Barrage*, ainsi qu'un épisode de *Tom et Jerry*, déjà présent au début dans la séquence de « The Thin Ice ».

Ces faux-raccords sont justifiés par la fonction de *leitmotiv* de la télévision, qui signifie son espace mental et son état d'isolement. Cela est particulièrement évocateur lorsque le fauteuil, la lampe et la télévision apparaissent dans des lieux anachroniques car mémoriels. Lors de la séquence de la chanson « Don't leave me now », l'unique repère pour le spectateur est soudainement renversé, passant de sa version réaliste à une version carton-pâte épurée et lacunaire. Ce nouvel espace créé par la mémoire, entre la prise de vue réelle et l'animation, fini d'anéantir le personnage de Pink. Dans cette même idée, les deux séquences qui suivent, « Vera Lynn » et « Bring the Boys Back Home » implantent cette même mise en scène dans un espace désertique de champ de bataille ou sur le quai de la gare (fig. 34). Mais ces confrontations peuvent aussi être temporelles, lorsque dans une même scène où Pink enfant, que l'on a toujours vu évoluer seul dans sa propre temporalité du souvenir, rencontre Pink adulte dans l'espace mémoriel. Que la télévision soit un *leitmotiv* résonne avec sa fonction et son omniprésence dans une carrière de rock star : de la promotion dans des émissions de variétés à la publicité jusqu'aux interviewes données pour des journaux et programmes spécifiques.

Les trois films réunis dans cette réflexion ont le point commun d'avoir été diffusés au festival de Cannes pour leur sortie : *Tommy* fut le film de clôture de l'édition 1975, *Quadrophenia* y fut présenté en avant-première mondiale en 1980 et *The Wall* fut projeté en 1982. Même s'ils n'ont jamais été en compétition, un tel choix de sélection vient questionner la valeur de ces films en tant

229 00:51:24 à 00:51:36.

230 00:55:10 à 00:56:08.

qu'adaptation d'album de rock. Est-ce grâce à ses réalisateurs ? Ken Russel avait déjà reçu le Grand Prix en 1974, tandis que *Bugsy Malone* et *Midnight Express* ont été compétition en 1976 et en 1978. Franc Roddam demeure l'exception, *Quadrophenia* étant son premier film. Rappelons toutefois que le festival de Cannes a pour objectif de mettre en valeur des œuvres dont la qualité pourrait servir l'évolution du cinéma et son industrie. En ce sens, ces trois films s'insèrent dans cette démarche, dans la mesure où *Tommy* et *The Wall* offrent de nouvelles manières d'envisager les relations entre cinéma et musique populaire et que *Quadrophenia* donne un éclairage sur une sous-culture particulière tout en s'insérant dans un héritage esthétique national. Ils mettent ainsi « en lumière un trait fondamental commun à toutes les postmodernités, à savoir l'effacement de la vieille opposition entre Grande Culture et culture dite commerciale, la culture de masse. »²³¹.

Ces films se rejoignent, concentrent toute l'idéologie rock, de diverses manières : si *The Wall* peut s'avérer être le miroir cauchemardesque de *Tommy* et *Quadrophenia* un concentré nostalgique et alternatif des débuts. Néanmoins, à la lumière de la poursuite de carrière des deux groupes, ces deux derniers films apparaissent comme le point final de la quête. Aller plus loin aurait raison des groupes, dont la cohésion ne tient alors qu'à un fil.

En effet, la fin des années 1970 et le début des années 1980 est une période qui impacte durablement les groupes à succès, notamment ceux qui présentent un duo fort de compositeurs-interprètes. Par exemple, Peter Gabriel quitte Genesis en 1975, Roger Hodgson, Supertramp, en 1983, laissant respectivement Phil Collins et Rick Davies reprendre seuls ce rôle. Les Who se séparent en 1982 et Roger Waters quitte quant à lui Pink Floyd en 1985.

231 JAMESON, Fredric, *op. cit.*, p. 34.

CONCLUSION

L'année 2023 marque deux anniversaires de taille : *The Dark Side of The Moon* et *Quadrophenia* fêtent leurs cinquante ans. Le premier est célébré dûment, avec une nouvelle remastérisation des chansons, un logo inédit, une version vinyle d'un concert de 1974, un documentaire et la réédition de l'album sous la forme d'un immense coffret. À cela s'ajoutent un film de quarante-deux minutes diffusé dans plusieurs planétariums et le lancement d'un concours de conception de films d'animation pour les dix chansons de l'album, organisé par Aubrey Powell d'Hipgnosis. Pour finir, l'exposition « The Pink Floyd Exhibition : Their Mortal Remains » continue de parcourir l'Amérique du Nord et est installée à Toronto depuis juin. Pour ce qui est du second, aucune célébration n'est pour l'instant d'actualité puisque cette année est dédiée à la sortie d'un coffret deluxe de *Who's Next* et du projet *Lifefhouse*. Néanmoins, les Who sont également cette année en tournée, pour laquelle une affiche a été réalisée en fonction des lieux où ils se produisent par divers graphistes.

En plus de confirmer les observations de Christophe Pirenne quant au commerce de la nostalgie comme permettant la survie du genre²³², ce panorama en dit déjà beaucoup sur ce qui ressort de notre étude. Il apparaît que Pink Floyd est toujours à la tête d'un arsenal multimédiatique, tandis que les Who, bien qu'ils s'illustrent inévitablement dans les *memorabilia*, cultivent encore un certain goût pour la composition et le rapport direct au public. Bien sûr, ces constats résument des trajectoires bien plus complexes, que l'étude chronologique a véritablement permis de saisir en dépit de ses limites. En effet, la périodisation d'Arthur Marwick²³³ fut particulièrement pertinente, puisqu'elle marque parfaitement les étapes que chaque groupe a traversées. Tous deux ont commencé leur carrière au sein de l'industrie pop, qui les a obligé à collaborer avec le médium incarnant la nouveauté : la télévision. L'évolution du rock en parallèle des médias de masse a contribué au remodelage de son idéologie du folk authentique vers une attitude ambivalente, façonnée par sa nature de commodité et de production industrielle²³⁴. Assumée ou non, cela a parfois pu être source d'un mal-être. Passant du rock'n'roll au rock, son développement rapide en a fait un produit symbolisant la société d'après-guerre et en cela fondamentalement contradictoire. À travers le médium télévisuel, nous avons pu distinguer deux stratégies médiatiques par le biais des deux formats récurrents de représentation du rock : la performance télévisuelle et le *promotional film*. Si l'un est complètement issu de la télévision, l'autre puise ses codes dans le cinéma. Le

232 PIRENNE, Christophe, *op. cit.*, « Chapitre 3 : Un parfum de nostalgie », 2021.

233 Pour rappel, il s'agissait des périodes « The High Sixties : 1964-1969 » et « Everything goes, and catching up : 1969-1974 », exposées dans *The Sixties : Cultural Revolution in Britain, France, Italy and the United States*.

234 JAMES, David E., *op. cit.*

premier avait pour objectif de reproduire l'expérience du concert et a usé pour ce faire de certains artifices tels que la reconstitution de son espace dans le studio et la prise de son directe. Il se distingue également du second par son caractère éphémère, puisque le *promotional film* était pré-filmé et permettait de d'être diffusé simultanément dans plusieurs pays à la fois tout en propageant une ébauche d'univers audiovisuel. Il a été observé que l'esthétique développée par les Who était plus conforme à la télévision, justifiant sa présence continue dans leur carrière. Pink Floyd, en s'adonnant à l'improvisation tout en refusant de se conformer au mode de représentation télévisuel, l'a rapidement abandonnée. Néanmoins, ces premières expériences ont participé à façonner le mythe de la rock star par la diffusion d'une manière d'être et d'un style que la jeunesse s'est empressée d'imiter. On a pu remarquer que la télévision a largement été représentée dans les films analysés, signifiant son importance au sein de la carrière des musiciens qui ont dû s'adapter à elle. Elle est ainsi au cœur des dynamiques relatives au modernisme et postmodernisme exprimées par ces œuvres, souvent dénoncée comme médium du divertissement jusqu'à l'abrutissement.

L'usage du cinéma comme moyen de représenter le groupe et son univers a entraîné la mise en place d'une deuxième stratégie. Il est possible de dire que le succès toujours plus grand des Who et de Pink Floyd a pu faire grandir leurs ambitions artistiques et industrielles. Pourtant, la réalisation de films est très coûteuse, elle nécessite d'attirer des producteurs et de solliciter les services d'un réalisateur. Néanmoins, l'argent engrangé par les énormes succès des albums-concept *Tommy* et *The Wall* a permis leur adaptation au cinéma. En effet, l'avantage de ce médium est qu'il permettait de toucher un public encore plus large, qui n'écoutait pas forcément du rock. En ce sens, il est une porte d'entrée vers l'univers musical et visuel des deux groupes. Aussi, le choix du cinéma est particulièrement significatif au vu de son histoire ; à la fois art et industrie, il s'agit d'un médium démocratique avec lequel il est possible de proposer des œuvres exigeantes. Il pouvait alors apparaître comme un modèle, puisque sa légitimité artistique a longuement été discutée et incarnée par les avant-gardes. Le premier réalisé, *Tommy*, s'inscrit dans une première démarche cathartique et réflexive par la transposition du rock et de son idéologie dans une fiction kitsch et baroque, entre psychédéisme et Pop Art. La lecture allégorique fut renforcée par la présence du groupe, jouant ainsi sur la définition de la star et le brouillage des frontières entre personnages et personnes réelles. Les deux groupes sont ensuite revenus au médium cinématographique vers la fin des années 1970 et au début des années 1980 : alors que chacun perdait de sa superbe, la réalisation des deux derniers films musicaux *Quadrophenia* et *The Wall* fut l'opportunité de toucher le nouveau public jeune. Ainsi, la dynamique nostalgique et auto-référentielle du premier a pu être particulièrement efficace en ravivant l'essence sous-culturelle du groupe, de manière à résonner avec la mouvance punk de l'époque. Là encore, la stratégie médiatique des Who était ancrée dans l'immédiat et les formes culturelles contemporaine. *The Wall* a pris possession des caractéristiques musico-visuelles propres

au vidéo-clip, avec pour objectif, peut-être, de perdurer dans le temps par le biais de cette industrie nouvelle. Ainsi, Pink Floyd s'est saisi d'une émergence industrielle et médiatique potentiellement durable, le vidéo-clip s'étant révélé être la forme du *promotional film* la plus adaptée au médium télévisuel.

Enfin, l'utilisation du concept récent de transmédiabilité a été l'occasion d'analyser autrement des phénomènes médiatiques complexes. La multiplication des supports et les variations d'un même titre musical d'un support visuel à l'autre peuvent relever d'une forme embryonnaire de *transmedia storytelling*, en ce sens que l'on peut les analyser comme un ensemble cohérent. Il est aussi possible d'envisager les processus d'adaptation comme tel, puisque chacune des traductions vers le cinéma a entraîné des modifications plus ou moins conséquentes des trames narratives initiales. Toutes existent par elles-mêmes mais c'est l'univers construit par chaque groupe qui les rassemble et les unifie. Bien qu'anachronique, cette notion aide à saisir la perpendicularité des rapports entre stratégies médiatiques et quête de légitimité artistique.

Il apparaît que ces deux groupes, étudiés côte à côte, permettent de saisir deux stratégies majeures, dont ceux-ci seraient la quintessence. Ils incarneraient deux types de rock star, à savoir celle qui s'exprime sur scène et celle qui expérimente. Évidemment, cela est schématique et ce travail nous a permis de constater que s'arrêter là n'était pas satisfaisant. Plus exactement, il s'agirait davantage de deux types de spectacularité : les Who se sont illustrés dans la performance par la mise en scène du corps ainsi que la saturation énergétique, là où Pink Floyd a dès les débuts adopté une posture multimédia visant à illustrer de longues improvisations pour ensuite aller vers la quête du *gesamtkunstwerk* – en témoignent leurs ambitions dans la sphère du concert. Le développement du rock progressif a démontré que le pari de donner plus de libertés créatrices aux musiciens tout en s'écartant du cahier des charges de l'industrie de la pop a généré des succès plus grands et dans quelques cas plus pérennes. Dès leurs débuts les Pink Floyd ont su s'entourer de collaborateurs particulièrement efficaces quant à la création d'un univers visuel unifié et cohérent avec l'univers musical. Majoritairement issus des médias de masse, de la presse au graphisme en passant par la publicité, ils ont su élaborer un ensemble visuel qui perdure dans le temps et génère continuellement des profits. Mais leur quête de légitimation a pu prendre diverses formes, d'un ballet réalisé avec Roland Petit à la création de courts films à projeter lors des concerts inspirés du cinéma expérimental et donc en adéquation avec les intentions musicales. La théâtralité est quant à elle l'essence même des Who, groupe qui a prétendu appartenir au *modism* sous l'influence de leur manager. À cela s'est ajouté un bagage artistique contemporain exigeant, qui mélangeait les influences Pop Art, Fluxus, art auto-destructeur et performance. Celles-ci se sont révélés sur scène à travers des rituels devenus une sorte de marque de fabrique, mais également dans les formes proches de l'opéra ou du *musical* qui ont traversé la carrière du groupe. Par ailleurs, *Tommy* fut

adapté en *rock musical* dans les années 1990 et a été joué à San Diego, Broadway et West End²³⁵. Quant à *The Wall*, il a été adapté en ballet. Il semble donc incontestable que chacun a recherché la légitimation artistique, elle est à la fois ce qui a fait tenir les groupes aussi longtemps mais aussi ce qui a eu raison d'eux.

Du reste, il apparaît qu'aucune hiérarchie des stratégies ne soit envisageable. Chacune a son propre champ d'efficacité et des objectifs propres, mais en définitive les résultats sont univoques : la pluridisciplinarité dont les musiciens du rock, et plus spécifiquement Pink Floyd et The Who, ont fait preuve à partir des années 1960 questionne la frontière entre art et esthétique populaire. À la lumière du travail accompli, est-il encore pertinent de les considérer séparément et hiérarchiquement alors que médias de masse et société de consommation font partie de l'équation ? Pour citer Christian Marclay : « L'avant-garde et l'esthétique populaire se confondent parfois : l'art a le pouvoir de s'infiltrer dans le quotidien et inversement, le populaire inspire l'art. »²³⁶. Effectivement, de manière contradictoire, la création du statut de rock star a signifié une influence de plus en plus grande du musicien et interprète sur son public. Cela a largement contribué au développement de cette industrie tout en donnant à ses acteurs-marchandises l'accès à l'innovation et aux expérimentations esthétiques multi et intermédiaires. Ces deux notions, associées à ce moment charnière de brouillage des frontières entre art et médias dans les années 1960 et 1970, viennent nommer des phénomènes qui ont aujourd'hui pris une ampleur supplémentaire et quasiment naturelle, en symbiose avec une convergence des médias toujours plus forte. Ceux-ci venaient tester les limites : l'adaptation d'un album en film relevait en son temps de l'expérimentation voire de l'avant-garde, tout comme les *concert screen films* en ce qu'ils ont commencé à imposer des images à une performance *live*. Tout comme le fait de détruire sa guitare, objet devenu fétiche voire sacré dès lors qu'il fut associé à Elvis Presley, qui a pu relever de l'offense et de la provocation. Ce blasphème devenu rituel questionnait l'acte de création sonore par la destruction de la technique. Bien que subversive voire proto-punk, cette pratique survenait dans le contexte de la musique populaire et devint rapidement un atout pour se démarquer de la concurrence. Néanmoins, en tant qu'initiateurs de l'Art Pop, les Who ont participé au « dialogue infra-artistique entre l'art et la consommation »²³⁷. Il n'est donc pas surprenant de retrouver des séquences de destructions issues d'une captation et de *Tommy* dans l'œuvre de Christian Marclay *Video Quartet* (fig. 1), qui, par la superposition d'extraits musicaux issus de film sur quatre écrans différents, questionne nos habitudes de consommations visuelles et sonores. Leur proximité avec l'art des années 1960 et 1970 se ressent même au-delà des objets et de la période étudiés par leur

235 TOWNSHEND, Pete, *TOMMY : The Musical*, Paris, Panthéon, 1993.

236 CRIQUI, Jean-Pierre (dir.), *Christian Marclay*, Centre Pompidou, 2022, p. 26.

237 *Ibid.*, p. 217.

collaboration avec le peintre Pop art britannique Peter Blake. Il a réalisé la pochette de leur dernier album, WHO, sorti en 2019 mais surtout celle de *Face Dances* en 1981 composée de portraits peints par des artistes du *British Pop Art* tels que Richard Hamilton, David Hockney, Ronald B. Kitaj, Patrick Caulfield ou encore David Ishaw (fig. 2).



Fig. 1 : *Video Quartet*, Christian Marclay (2002)

Keith Moon lors de la séquence « Pinball Wizard » dans *Tommy* (en haut au milieu) et Pete Townshend lançant sa guitare à Woodstock en 1969 (en bas à droite)

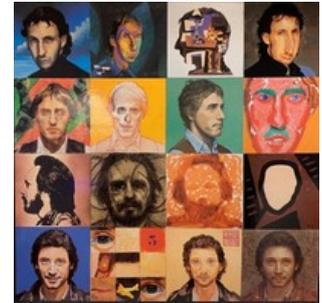


Fig. 2 : *Face Dances* (1981),

L'intelligence commerciale du groupe Pink Floyd et son équipe réside dans le pari systématique du contre-courant et de la visée universelle. Il est fascinant de constater qu'aujourd'hui Pink Floyd a sa propre exposition, inaugurée au Victoria and Albert Museum. Dès lors qu'un phénomène est exposé dans les structures muséales reconnues, il se pare d'une dimension artistique inévitable alors qu'il s'agit de l'exemple le plus marquant, avec le motif de la langue des Rolling Stones, de reproduction d'images venant du rock. Aussi, la recherche constante de l'innovation peut aller à l'encontre de l'instauration d'un rituel, or si l'on se réfère à la pensée de Walter Benjamin, exprimée dans son essai *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité mécanique*, ce qui confère à l'œuvre d'art son authenticité demeure dans sa valeur rituelle²³⁸. Cependant, l'art a subi un processus de dépossession de son unicité lié à un désir de posséder pouvant être assouvi par des techniques de reproduction massive. Ces dernières ont durablement contribué à l'affaiblissement de l'aura d'œuvre d'art. Pourtant, bien que leur œuvre et ses dérivés aient été et sont toujours reproduits, les Who ont tout de même élaboré des rituels lors de leur concert, les faisant se rapprocher de l'art tel que Benjamin l'envisage. Or depuis le début du XXème siècle, art et expression médiatique tendent à se confondre pour ne faire plus qu'un. Peut-on donc encore attribuer une valeur artistique à un objet par le spectre d'authenticité, alors que celui-ci sera inévitablement photographié et reproduit, surtout à l'occasion de son exposition muséale, espace de sa contemplation rituelle ? Le cas spécifique du rock nous met face à la complexité de ce processus et ses répercussions sur notre vision de l'art, dont la mutation industrielle a rendu difficile voire impossible la distinction stricte en art et

238 BENJAMIN, Walter, *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, Paris, Allia, 2011, p. 26.

esthétique populaire.

Il est clair que ces résultats se fondent sur un corpus, de ce fait une sélection d'objets. L'exercice du mémoire de master exige de ne pas s'éparpiller et ainsi de choisir avec précision et attention ce qui servira la démonstration. Ainsi, s'il y a initialement eu un désir d'étudier les matériaux archivistiques mis en ligne par chacun des groupes, il a fallu restreindre l'utilisation de ce type de documents. Encore que peu exploitées, ces sources méritent toutefois d'être considérées, sûrement au sein d'une structure didactique plus ample ou dans le cadre d'un sujet différent. Également, les compositions de Pink Floyd pour le cinéma n'ont été que survolées, cela par manque de spécialisation dans le domaine de l'analyse musicale, mais également parce que le sujet visait à penser ces travaux au sein d'un ensemble de stratégies médiatiques. De fait, les documents réunis dans ce travail apportent chacun à leur manière un éclairage nous permettant de mieux comprendre dans quelles mesures les stratégies médiatiques mises en place par Pink Floyd et les Who ont participé d'une dynamique générale de légitimation artistique du rock et *a fortiori* de la musique populaire. Tous les cas analysés peuvent être considérés comme des phénomènes ayant participé à la constitution de la synergie médiatique telle qu'on la connaît aujourd'hui. Il s'agit néanmoins de manifestations retenues et mises en valeur à travers le temps qu'il est important de replacer au sein d'un ensemble riche et global d'expérimentations.

Cette première phase de travail peut donner lieu à des recherches ultérieures plus vastes. Étendre le corpus à d'autres groupes serait envisageable, bien que la majorité des exemples pertinents et foisonnants, tels que David Bowie ou Frank Zappa, aient été déjà traités. Néanmoins, prendre l'exemple de groupes plus récents permettraient de voir comment les deux stratégies observées se manifestent au fil des années. Par exemple, pour ce qui est des Who, on pourrait s'intéresser à des groupes punk tels que The Clash, dont la pochette de *London Calling* est sans équivoque. Ou encore à la Britpop, en particulier Blur avec, entre autres, le vidéo-clip de « Parklife » dans lequel joue Phil Daniels – bien que le *recognize and enjoy* soit très présent dans leurs vidéo-clips. Pour les groupes davantage dans la mouvance de Pink Floyd, on pourrait étudier ceux qui tendent à cacher leur véritable identité pour développer un univers visuel fort. C'est notamment le cas d'Art of Noise, groupe britannique de new wave qui se dissimule derrière des pochettes et des vidéo-clips entre surréalisme et art vidéo. Les *cross-over* avec le cinéma et la télévision sont nombreux ; la chanson « Paranoimia » présente un *featuring* avec Max Headroom, personnage virtuel de la série éponyme. Un autre exemple pourrait être celui du groupe Daft Punk, aussi mondialement célèbre que Pink Floyd bien qu'encore plus discrets et attentifs à leur anonymat. Leurs quelques productions audiovisuelles sont particulièrement intéressantes : *DAFT : A Story*

About Dogs, Androids, Firemen and Tomatoes, rassemble quatre vidéo-clips montés avec leur making-off donnant un aperçu de l'univers visuel et son évolution, *Interstella 5555 : The 5tory of the 5ecret 5tar 5ystem*, traite de l'industrie musicale sous la forme d'un film d'animation de science-fiction et enfin *Daft Punk's Electroma* est évocateur pour ce qui est de la mise en scène du groupe.

Il serait également passionnant de comparer les stratégies médiatiques du rock et celles du rap, genre qui en somme a connu le même destin, passant de musique marginale à musique populaire dont l'essor phénoménal a entraîné son industrialisation. De la même manière son idéologie est particulièrement complexe et ses porte-paroles sont devenus des modèles pour la jeunesse. Il s'agirait alors d'observer des phénomènes similaires de réusage de la forme de l'album-concept ; sous la forme d'une journée pour *good kid, m.A.A.d city* de Kendrick Lamar ou d'une station de radio pour *Dawn FM* de The Weeknd. On pourrait constater que le support visuel est de plus en plus celui-ci qui vient conceptualiser l'album, avec des exemples récents tels que le film *Runaway*, réalisé pour illustrer l'album *My Little Dark Twisted Fantasy* de Kanye West ou encore *After Hours* de The Weeknd. Abordant la question de la célébrité à l'ère digitale, ce dernier exemple avait d'ailleurs pris le pas sur le réel, brouillant les frontières en fiction et réalité.

Pousser la chronologie jusqu'à aujourd'hui n'aurait peut-être pas grand intérêt puisque chaque groupe a perdu sa formation initiale et connu des ralentissements en termes de productions musicale et médiatique. Toujours est-il que l'on pourrait étudier l'évolution de l'esthétique visuelle et le processus de muséification de Pink Floyd, ainsi que les résurgences formelles du mini-opéra et du Pop Art pour ce qui est des Who. Il serait alors possible de repenser la problématique afin que cela permette d'étudier l'adaptation des groupes et de constater leur nouveau rapport aux médias émergents. La transition vers les réseaux sociaux devient une nécessité afin d'attirer la jeunesse, tout en entraînant une nouvelle forme de proximité avec les fans de longue date. Plus spécifiquement, la plateforme Youtube devient un médium à la fois de stockage et de rayonnement. Elle offre aujourd'hui l'accès à pléthore d'archives visuelles ou seulement auditives et de documents très variés tout en étant une vitrine mondiale accessible à tous.

Ce premier travail peut aussi être le point de départ à une analyse de l'évolution des stratégies de représentations de la rock star anglo-saxonne. Il serait alors question de traiter les *pop music films* britanniques de la fin des années 1950 et du début des années 1960, peu analysés en substance. On pourrait ensuite envisager à partir des années 1980 son devenir de stéréotype, à travers l'étude d'objets variés dont des clips, des séries telles que *Californication* et des films comme *This Must be The Place*, jusqu'au genre du biopic.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES DE RÉFÉRENCE SUR LE CONTEXTE SOCIO-CULTUREL

ALDGATE, Anthony, CHAPMAN, James et MARWICK, Arthur. *Windows on the Sixties : Exploring Key Texts of Media and Culture*. Londres (Royaume-Uni) : I.B. Tauris, 2000. 232 p.

MARWICK, Arthur. *The sixties cultural revolution in Britain, France, Italy, and the United States, c.1958-c.1974*. Londres (Royaume-Uni): Bloomsbury Reader, 2012. 812 p.

MARWICK, Arthur. *British Society since 1945*. Londres (Royaume-Uni) : Penguin. 1990. 430 p.

MUNROE, Alexandra, ONO, Yoko. *Yes Yoko Ono*. «Statement », 1966, New York, Harry N. Abrams, 2001. p. 28.

ROSENSTONE, Robert A. *Visions of the Past: The Challenge of Film to Our Idea of History*. Cambridge (États-Unis) : Havard University Press, 1998. 288 p.

OUVRAGES PHILOSOPHIQUES, ARTISTIQUES, NARRATOLOGIQUES ET ÉCONOMIQUES DE RÉFÉRENCE

ALLOWAY, Lawrence. *American Pop Art*. New York (États-Unis) : Collier Books, 1974. 160 p.

BANCAUD, Florence. « Entre diabolisation, séduction et légitimation. Le kitsch ou l'imitation comme « mal esthétique » ? ». *Cahiers d'Études Germaniques* [En ligne], 72, 2017, mis en ligne le 05 octobre 2018.

BATES, David. « Documentary and storytelling ». *Photography : The Key Concept*. Londres, (Royaume-Uni) : Routledge, 2016. p. 45-65.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacres et Simulation*. Paris (France) : Galilée, 1985. 233 p.

BENJAMIN, Walter. *L'origine du drame baroque allemand*. Paris (France) : Flammarion, 1928. 336 p.

BENJAMIN, Walter. « Kitsch onirique ». 1927, *Œuvres, tome II*, Paris (France) : Gallimard, coll. « Folio Essais », 2000. p. 7-10.

BENJAMIN, Walter, « Zentral Park. Fragments sur Baudelaire. », *Charles Baudelaire. Un poète lyrique à l'apogée du capitalisme*, Paris (France) : Petit bibliothèque Payot, 1979. 304 p.

CHION, Michel. *Le Son au cinéma*. Paris (France) : Cahiers du Cinéma, 1985. 220 p.

CROWLEY, David, JOBLING, Paul. *Graphic Design : Reproduction and Representation Since 1800*. Manchester (Royaume-Uni) : Manchester University Press, 1996. p. 288.

DESLAURIERS, Antoine. « Dialectique du kitsch. Une lecture de “Kitsch onirique” de Walter Benjamin » [En ligne]. *Postures*, Dossier « Depuis que le monde est monde : stéréotypie et clichés littéraires », Novembre 2021, n°34. URL : <http://revuepostures.com/fr/articles/deslauriers-34> (consulté le 8 novembre 2022)

GARDIES, André. *Le Récit filmique*. Vanve (France) : Hachette Éducation, 1993. 151 p.

GENETTE, Gérard. *Palimpsestes : La littérature au second degré*. Paris (France) : Seuil, 1982. 480 p.

GUADAGNI, Walter. *Pop Art UK : British Pop Art 1956-1972*. Milan (Italie) : Silvana Editoriale, 2004. 240 p.

HUXLEY, Aldous, OSMOND, Humphrey. *Les portes de la perception*. 1954, Paris (France) : 10/18, 2001. 320 p.

JAMESON, Fredric. *Le Postmodernisme ou la logique culturelle du capitalisme tardif*. Paris (France) : Beaux-Arts de Paris, 2017. 606 p.

KLEE, Paul. *Théorie de l'art moderne*. Paris (France) : Denoël, 1969. 172 p.

KRISTEVA, Julia. « La poésie doit avoir un but », *Théorie d'ensemble*. Paris (France) : Seuil, 1968. 415 p.

LYOTARD, Jean- François. *La Condition postmoderne*. Paris (France) : Éditions de Minuit, 1979. p. 109.

MARX, Karl. *Le Capital*. 1867, Paris (France) : Gallimard, 2008. 1056 p.

MORIN, Edgar. *Les Stars*. 1957, Paris (France) : Seuil, 2015. 192 p.

NIETZSCHE, Friedrich. « Des contempteurs du corps ». *Ainsi parlait Zarathoustra*. 1883-1885, Paris (France) : Folio Essais, 1985. p. 32-34.

NIETZSCHE, Friedrich. *La Naissance de la tragédie*. 1872, Paris (France) : Folio Essais, 1989. 374 p.

RUBIN, David S. *Psychedelic : Optical and Visionary art since the 1960s*. Cambridge (États-Unis) : The MIT Press, 2010. 138 p.

TODOROV, Tzvetan. *Introduction à la littérature fantastique*. 1970, Paris (France) : Points, 2015. 192 p.

CINÉMA BRITANNIQUE ET AMÉRICAIN DE LA PÉRIODE

ALTMAN, Rick. *The American Film Musical*. Bloomington (États-Unis) : Indiana University Press, 1987. 400 p.

BARROT, Olivier. « Le cinéma documentaire anglais ». *Cinéma d'aujourd'hui*, « L'Angleterre et son cinéma », février-mars 1977, n°11. p. 27-85.

BELMANS, Jacques. « Jeune Cinéma Anglais ». *Premier Plan*, n°44, Lyon (France) : Serdoc, 1967. 126 p.

BURTON, Alan et PETLEY, Julian. *Genre and british cinema*. Trowbridge (Royaume-Uni) : Flicks books, 1998. 176 p.

JULLIER, Laurent. *L'Écran post-moderne*. Paris (France) : L'Harmattan, 1997. 404 p.

JULLIER, Laurent, PÉQUIGNOT, Julien. « L'effet-clip au cinéma ». *Kinaphos*, août 2013. 5 p.

LAMBERT, Gavin. « Free Cinema ». *Sight and sound*, vol. 25, n° 4, printemps 1956. p. 173.

SHAIL, Robert. *British Film Directors : A Critical Guide*. Edinburgh (Royaume-Uni) : Edinburgh University Press, 2007. 256 p.

TAYLOR, Philip M. *Britain and the Cinema in the Second World War*. Londres (Royaume-Uni) : Palgrave Macmillan, 1988. 220 p.

MEDIA STUDIES, CULTURAL STUDIES ET STAR STUDIES

ADORNO, Theodor. *Le caractère fétiche dans la musique*. Paris (France) : Allia, 2001. 96 p.

BELTON, Robert J. « The Narrative Potential of Album Covers ». *Studies in Visual Arts and Communication*, Vol. 2, n° 2, 2015. 7 p.

DEBORD, Guy. *La Société du Spectacle*. 1967, Paris (France) : Gallimard, 1996. 208 p.

DURHAM PETERS, John. « Le son et lumière de Friedrich Kittler », *Appareil* [En ligne], 19 | 2017, mis en ligne le 21 décembre 2017, consulté le 29 juillet 2022. URL : <http://journals.openedition.org/appareil/2527>.

DYER, Richard. *Stars*. Londres (Royaume-Uni) : BFI Publishing, 1998. 111 p.

FRITH, Simon. « Look! Hear! The Uneasy Relationship of Music and Television ». *Popular Music*, Vol. 21, n°3, « Music and Television », octobre 2002. p. 277-290.

FRITH, Simon, HORNE, Howard. *Art Into Pop*. 1987, Londres (Royaume-Uni) : Routledge, 2016. 208 p.

GAUDIN, Antoine. « Le clip comme forme d'expression musico-visuelle : pour une esthétique de la relation musique-images ». *Volume !*, Vol. 14, n°2, 2018. p. 97-109.

- GOODWIN, Andrew. *Dancing in the distraction factory : Music Television and Popular Culture*. Minneapolis (États-Unis) : University of Minnesota Press, 1992. 264 p.
- HIGGINS, Dick. *Horizons, the Poetics and Theory of the Intermedia*. Carbondale (États-Unis) : Southern Illinois University Press, 1984. 146 p.
- HIGGINS, Dick. « Sur les intermédia ». *Appareil* [En ligne], n°18, 2017, mis en ligne le 19 septembre 2017, consulté le 5 août 2022. URL : <http://journals.openedition.org/appareil/2379>.
- HUHTAMO, Erkki. *Media Archaeology*. Berkeley (États-Unis) : University of California Press, 2011. 368 p.
- JENKINS, Henry. *Convergence Culture : When Old and New Media Collide*. New York (États-Unis) : New York University Press, 2006. 368 p.
- KITTLER, Friedrich. *Gramophone, film, typewriter*. 1986, Dijon (France) : Les Presses du réel, 1999. 470 p.
- McLUHAN, Marshall. *Medium is the message*. 1968, Berkeley (États-Unis) : Gingko Press, 2005. 160 p.
- McLUHAN, Marshall. *Understanding Media: The extensions of Man*. 1964, Cambridge (États-Unis) : The MIT Press, 1994. 308 p.
- MULVEY, Laura (dir.), SEXTON, Jamie (dir.), DONNELLY, Kevin. « Experimental music video and television ». *Experimental British Television*, Manchester (Royaume-Uni) : Manchester University Press, 1999. p. 168-178.
- PALMER, Landon. *Rock star, movie star : Power and performance in cinematic rock stardom*. New York (États-Unis) : Oxford university Press, 2020. 266 p.
- RYAN, Marie-Laure. « Le transmedia storytelling comme pratique narrative », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 10 | 2017, mis en ligne le 01 janvier 2017, consulté le 15 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/rfsic/2548>.

VERNIER, Jean-Marc. « Trois ordres de l'image télévisuelle ». *Quaderni*, n°4, Printemps 1988, p. 9-18.

OUVRAGES SUR LA POP ET LE ROCK AU CINÉMA

DICKINSON, Kay. *Off Key : When Film and Music Won't Work Together*. Oxford (Royaume-Uni) : Oxford University Press. 247 p.

DONNELLY, Kevin. *Pop Music in British Cinema : A Chronicle*. Londres (Royaume-Uni) : British Film Institute, 2001. 282 p.

FRITH, Simon, GOODWIN, Andrew, GROSSBERG, Lawrence. *Sound & Vision : The Music Video Reader*. Londres (Royaume-Uni) : Routledge. 200 p.

INGLIS, Ian. *Popular Music and Film*. New York (États-Unis) : Columbia University Press, 2003. p. 224.

JAMES, David E. *Rock 'n' Film: Cinema's Dance with Popular Music*. New York (États-Unis): Oxford University Press, 2016. 488 p.

JAMES, David E. « Rock 'n' Film : Generic Permutations in Three Features Films from 1964 ». *Grey Room*, n°49, automne 2012. p. 6-31.

MUNDY, John. *Popular music on screen: From Hollywood musical to music video*. Manchester (Royaume-Uni) : Manchester University Press, 1999. 288 p.

MUNDY, John. *The British musical film*. Manchester (Royaume-Uni) : Manchester University Press, 2007. 272 p.

LOBALZO WRIGHT, Julie. *Crossover Stardom : Popular Male Music Stars in American Cinema*. New York (États-Unis) : Bloomsbury Academic, 2017. 216 p.

LE ROCK, INDUSTRIE DE LA MUSIQUE POPULAIRE ET LES SUBCULTURES

ADAMS, Ruth. « The Englishness of English Punk: Sex Pistols, Subcultures and Nostalgia ». *Popular Music and Society*, Vol. 31, No. 4, October 2008. p. 469-488.

AUSTERLITZ, Saul. *Money for Nothing : A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*. Londres (Royaume-Uni) : Bloomsbury Publishing, 2008. 268 p.

CAGLE, Van M. *Reconstructing Pop/Subculture : Art, rock and Andy Warhol*. Thousand Oaks (États-Unis) : SAGE Publications, 1997. 240 p.

CHASTAGNER, Claude. *De la culture rock*. Paris (France) : Presses Universitaires de France, 2011. 275 p.

COLLS, Robert. *Identity of England*. Oxford (Royaume-Uni) : OUP Oxford, 2002. 424 p.

DEN TANDT, Christophe. « La Culture rock entre utopie moderniste et construction d'une industrie alternative », *Volume !*, vol. 9, n°2, 2012. p. 15-30.

EVERETT, Walter. *Expression in Pop-Rock Music : Critical and analytical essays*. Londres (Royaume-Uni) : Routledge, 2008. 402 p.

GRACYK, Theodore. *Listening to Popular Music : Or How I Learned to Stop Worrying and Love Led Zeppelin*. Michigan (États-Unis) : University of Michigan Press, 2007. 264 p.

GRACYK, Theodore. *Rhythm and Noise: An Aesthetics of Rock*. Druham (États-Unis) : Duke University Press, 1996. 296 p.

MARTIN, Bernice. « The Sacralization of Disorder : Symbolism in Rock Music ». *Sociological Analysis*, Summer, 1979, Vol. 40, No. 2. p. 87-124.

MULLEN, John. « What has popular music ever done for us? Pleasure, identity and role play in UK pop music in the 1970s ». *Études Anglaises*, vol. 71, janvier 2018. p. 14-28.

MORRA, Irene. *Britishness, Popular Music, and National Identity*. Londres (Royaume-Uni) : Routledge, 2013. 266 p.

NEVEU, Érik. *Won't get fooled again ? Pop musique et idéologie de la génération abusée*. Vibrations, hors-série, 1991. p. 41-64.

PERONE, James E. *Mods, Rockers, and the Music of the British Invasion*. Westport (États-Unis) : Praeger Publishers, 2008. 224 p.

PIRENNE, Christophe. *All Things Must Pass : Vies et morts du rock*. Paris (France) : Honoré Champion, 2021. 350 p.

PIRENNE, Christophe. *Le rock progressif anglais (1967-1977)*. Paris (France) : Honoré Champion, 2005. 350 p.

PIRENNE, Christophe. *Une histoire musicale du rock*. Paris (France) : Fayard, 2011. 800 p.

SECA, Jean-Marie. « Colères et ordo amoris dans les styles rock ». *Sociétés*, n°117, mars 2012. p. 15-33.

SIMONELLI, David, *Working Class Heroes : Rock Music and British Society in the 1960s and 1970s*, Lanham, Lexington Books, 2012, p. 81-98.

TOYNBEE, Jason. *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*. Londres (Royaume-Uni) : Bloomsbury Publishing, 2016. 200 p.

YONNET, Paul. « Rock, Pop, Punk ». *Le Débat*, n°25, 1983. p. 133-157.

ZEBBOUDJ, Iddir. « Le concept album : une vaste « escroquerie » ? », *Volume !*, vol. 4, n° 2, 2005. p. 107-117.

LES WHO ET LEURS FILMS

BARNES, Richard. *The Who : Maximum R&B*. Londres (Royaume-Uni) : Plexus Publishing, 2004. 168 p.

FLANAGAN, M. Kevin. *Ken Russell : Re-Viewing England's Last mannerist*. Londres (Royaume-

Uni) : Scarecrow Press, 2009. 306 p.

FLANAGAN, M. Kevin. *Ken Russell's Wartime Imagery*. *Journal of British cinema and Television*, vol. 12, n°4, octobre 2015. p. 539-555.

GLYNN, Stephen. *Quadrophenia*. New York (États-Unis) : Columbia University Press, 2014. 144 p.

HANKE, Ken. *Ken Russell's films*. Londres (Royaume-Uni) : The Scarecrow press. 1984. 460 p.

MARGOTIN, Philippe. *The Who, le Groupe Mod*. Deuil La Barre (France) : La Lagune, 2007. 191 p.

PHILIPS, Gene D. *Ken Russell*. Boston (États-Unis) : Twayne Publishers, 1979. 200 p.

PINK FLOYD ET LE FILM *THE WALL*

ACKERMANN, Zeno. « Rocking the Culture Industry/ Performing Breakdown: Pink Floyd's *The Wall* and the Termination of the Postwar Era ». *Popular Music and Society*, Vol. 35, n°1, Février 2012. p. 1–23.

ALLEYNE, Mike. « After the Storm: Hipgnosis, Storm Thorgerson, and the Rock Album Cover. » *Rock Music Studies*, 2014 Vol. 1, No. 3. p 251–267.

ANDERSON, Kimberley Jane.(2020) « "Re- Arrange Me 'Til I'm Sane": Utopian and Spiritual Experience, Encountering *The Dark Side of the Moon* », *Rock Music Studies*, 7:1, 2020. p. 82-94.

BLAKE, Mark. *Pigs Might Fly : The Inside Story of Pink Floyd*. Londres (Royaume-Uni) : Aurum Press, 2013. 448 p.

BOZA MENDEZ, David. « The Teacher, The Doctor, and The Judge: Power and Authorities in Pink Floyd's *The Wall* ». *Revista de Lenguas Modernas*, n° 26, 2017. p 367-386.

BROACKES, Victoria, STRONG LANDRETH, Anna. *Pink Floyd : Their Mortal Remains*. Neuilly-sur-Seine (France) : Michel Lafon, 2017. 319 p.

GONIN, Philippe. *Grandeur et décadence des Pink Floyd*. Lyon (France) : Éditions Universitaire du Lyon, 2017. 113 p.

GONIN, Philippe. *Pink Floyd, The Wall*. Marseille (France) : Les Mots Et Le Reste, 2015. 173 p.

LEROY, Aymeric. *Pink Floyd: Plongée dans l'œuvre d'un groupe paradoxal*. Marseille (France) : Le Mot Et Le Reste, 2015. 160 p.

MANNING, Toby. *The Rough Guide to Pink Floyd*. Londres (Royaume-Uni) : Rough Guides, 2006. 312 p.

MATHEWS, Shobana P., VARIER, Vishal. « Pink Floyd's 'Time': an aural metanarrative exploring time through form, lyric, and musical arrangement ». *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, Vol. 12, No. 5, 2020. p 1-8.

MELANÇON, Jérôme, CARPENTER, Alexander. « Is Progressive Rock Progressive? YES and Pink Floyd as Counterpoint to Adorno ». *Rock Music Studies*, 2:2, 2015. p. 125-147.

POVEY, Glenn. *Pink Floyd*. Paris (France) : Place des Victoires, 2012. 368 p.

ROMERO, J. S., and VARELA CABO L. M. "Roger Waters' Poetry of the Absent Father: British Identity in Pink Floyd's 'The Wall.'" *Atlantis*, vol. 28, n° 2, 2006, p. 45–58.

ARTICLES DE PRESSES SPÉCIALISÉES :

« Architecture hits the wall », *Architecture* 20, 2013, p.12.

Billboard, 2 décembre 1967.

Bonhams Magazine. « Property From The Ian Emes Collection », « Rock, Pop & Film », Londres, 16 novembre 2022. p. 40-43.

WELCH, Chris, « Progressive pop », *Melody Maker*, 3 décembre 1966, p.13.

ROBERTS, Christopher. « Parcels Share Horror-Themed Video for "Withorwithout" Starring Milla Jovovich », *Under the Radar*, 17 octobre 2018. URL : https://www.undertheradarmag.com/news/parcels_share_horror-themed_video_for_withorwithout_starring_milla_jovovich (consulté le 26 mars 2022).

FRAISSE, Corentin. « A voir : "Withorwithout", le court-métrage d'horreur de Parcels avec Milla Jovovitch ». *Tsugi*, 17 octobre 2018. URL : <https://www.tsugi.fr/a-voir-withorwithout-court-metrage-dhorreur-de-parcels-avec-milla-jovovitch/> (consulté le 26 mars 2022).

Michel. « Parcels s'offre Milla Jovovich pour "Withorwithout" ». *Musikplease*, 17 octobre 2018. URL : <https://musikplease.com/parcels-withorwithout-milla-jovovich-100972/> (consulté le 26 mars 2022).

ROBERTS, Christopher. « Parcels Share Horror-Themed Video for "Withorwithout" Starring Milla Jovovich », *Under the Radar*, 17 octobre 2018. URL : https://www.undertheradarmag.com/news/parcels_share_horror-themed_video_for_withorwithout_starring_milla_jovovich (consulté le 26 mars 2022).

TZARA, Tristan, « Manifeste Dada 1918 », *Dada 3*, Zurich, décembre 1918.

FILMOGRAPHIE ET VIDÉOGRAPHIE PRINCIPALES

- **PINK FLOYD**

Films :

- *French Windows* (1972)

Réalisation : Ian EMES

Musique : Pink Floyd

Durée : 4 minutes.

- *The Wall* (1982)

Réalisation : Alan PARKER

Animations : Gerald SCARFE

Scénario : Roger WATERS

Musique : Pink Floyd, Bob EZRIN, Michael KAMEN

Producteur : Alan MARSHALL

Photographie : Peter BIZIOU

Montage : Gerry HAMBLING

Langue d'origine : Anglais

Distributions : Bob GELDOF (Pink), Christine HARGREAVES (la mère de Pink), James LAURENSEN (le père de Pink), Alex McAVOY (le professeur), Eleanor DAVID (la femme de Pink), Bob HOSKINS (l'impresario), Jenny WRIGHT (la groupie américaine), Ellis DALE (le médecin)

Durée : 95 minutes

Clip-vidéos :

- *Arnold Layne* (1967)

Réalisateur : Derek NICE

Musique : Pink Floyd

Période de diffusion : février 1967

Durée : 3 minutes

- *Money* (1973)

Réalisateur : Peter MEDAK

Musique : Pink Floyd

Durée : 5 minutes

– *Time* (1973)

Réalisateur : Ian EMES

Producteur : Stephen O'ROURKE

Musique : Pink Floyd

Durée : 2 minutes

• **THE WHO**

Films :

– *Quadrophenia* (1979)

Réalisation : Franc RODDAM

Scénario : Dave HUMPHRIES, Franc RODDAM, Martin STELLMAN, Pete TOWNSHEND

Décors : Simon HOLLAND

Photographie : Brian TUFANO

Montage : Sean BARTON, Mike TAYLOR

Production : Roy BAIRD, Bill CURBISHLEY

Sociétés de production : The Who Films, Polytel

Pays d'origine : Royaume-Uni

Durée : 120 minutes

Distribution : Phil DANIELS (Jimmy), Ray WINSTONE (Kevin), Phil DAVIS (Chalky), Sting (“Ace”), Leslie ASH (Steph)

– *Tommy* (1975)

Réalisateur : Ken RUSSELL

Scénario : Ken RUSSELL, Pete TOWNSHEND, The Who

Photographie : Dick RONNIE, Bush TAYLOR

Montage : Stuart BAIRD

Production : Robert Stigwood, Ken Russell, Christopher Stamp, Beryl Vertue, Harry Benn

Sociétés de production : Columbia Pictures, Robert Stigwood Organisation

Durée : 110 minutes

Distribution : Roger DALTRY (Tommy), Oliver REED (Frank), Ann-Margret (Nora), Elton JOHN (The Punball Wizard), Keith MOON (Uncle Ernie), Robert POWELL (Captain Walker), Eric CLAPTON (The Preacher), Paul NICHOLAS (Cousin Kevin), Jack NICHOLSON (le docteur), Tina TURNER (The Acid Queen)

- **Clip-vidéos :**

- *Happy Jack* (1966)
Réalisation : Michael LINDSAY-HOGG
Musique : The Who
Durée : 2 minutes

- Brian Cady (26 juin 2010), *The Who – Anyway, Anyhow, Anywhere – Ready Steady GO!* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=mXU0GvtOTH0>.
Émission : Ready, Steady, GO! (ITV)
Pays de diffusion : Grande-Bretagne
Date de diffusion : 1er juillet 1965

- The Who (26 septembre 2018), *The Who 'I can see for miles' 1967* [Vidéo], Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=DdCySh8lW2E>.
Émission : Twice a Fortnight (BBC)
Pays de diffusion : Grande-Bretagne
Date de diffusion : 13 octobre 1967

FILMOGRAPHIE ET VIDÉOGRAPHIE SECONDAIRES

- **Films :**

- ANDERSON, Sonia (Réalisateur). *Pink Floyd : Behind the Wall* [DVD]. Emylia, 2011, 79 minutes.
- ANGER, Kenneth, *Scorpio Rising*, 1964, 28 minutes.
- ANTONIONI, Michelangelo (Réalisateur). *Blow Up* [DVD]. MGM, 1966, 111 minutes.
- ANTONIONI, Michelangelo (Réalisateur). *Zabriskie Point* [MKV]. Metro Goldwyn Meyer, 1970, 105 minutes.
- Beat-Club (26 juillet 2020), *The Who – The Seeker* (1970) [Vidéo], Youtube, 3 minutes.
URL : https://www.youtube.com/watch?v=dO6v_tZtyu0.
- HAWKS, Howard (Réalisateur). *Scarface*, United Artists, 1932, 89 minutes.
- LESTER, Richard (Réalisateur). *A Hard Day's Night* [DVD]. United Artists, 1964, 87 minutes.
- LESTER, Richard (Réalisateur). *Help !* [DVD], United Artists, 1965, 92 minutes.

- LINDSAY-HOGG, Michael (Réalisateur). *The Rolling Stones : Rock'n'roll circus* [MKV]. ABKCO Films, 1968, 66 minutes.
- LONGFELLOW, Matthew (Réalisateur). *Pink Floyd – The Making of The Dark Side of The Moon* [DVD]. Eagle Rock Entertainment, 2003, 74 minutes.
- MABEN, Adrian (Réalisateur). *Pink Floyd : Live at Pompeii* [DVD]. Bayerischer Rundfunk, ORTF, RTBF, 1972, 60 minutes.
- SCHROEDER, Barbet (Réalisateur). *More* [MKV]. Les Films du Losange, 1969, 177 minutes.
- SCHROEDER, Barbet (Réalisateur). *La Vallée* [MKV]. Les Films du Losange, 1972, 100 minutes.
- SMITH, Martin R. (Réalisateur). *Who – Sensation : The Story of Tommy* [DVD]. Eagle Rock Entertainment, 2015, 80 minutes.
- SYKES, Peter (Réalisateur). *The Commitee* [MKV]. 1968, Eclectic DVD Distribution, 58 minutes.
- vintage video clips (15 décembre 2013). *Count Basie Orchestra « Take Me Back, Baby » (1941)* [Vidéo]. Youtube, 2 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HRGqhVTEkjE>.
- Will Andrade (12 novembre 2014). *Tonite let's all make love in London (1967)* [Vidéo]. Vimeo, 80 minutes. URL : <https://vimeo.com/111691128>.

- **Clip-vidéos et archives télévisées :**

- Dead8Phish (7 mars 2021). *Pink Floyd - The Dark Side of The Moon - Movie – 1974* [Vidéo]. Youtube, URL : <https://youtu.be/aYE9ZtsRwBM?t=2960>.
- Funkydung (29 novembre 2020). *1975 North American Tour Concert Screen Reels 1 & 2* [Vidéo]. Youtube, URL : <https://youtu.be/6e5VWmGgPo8?t=20>.
- MEDAK, Peter (Réalisateur). « *Us and Them* ». 1973, 7 minutes.
- MEDAK, Peter (Réalisateur). « *Speak to me* ». 1973, 4 minutes.
- Mark Graves. *A Whole Scene Going - BBC TV - Part 2* [Vidéo]. Youtube, 14 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=oUOyBoM0CRc>.
- New Timer (22 juillet 2007). *The Kinks – Dead End Street* [Vidéo]. Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=i0WPC-N3UYE>.
- Parcels (10 avril 2019). *Parcels – Tape (Official Music Video)* [Vidéo]. Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=7se6-ZC7mTY>.
- Parcels (17 octobre 2018). *Parcels – Withorwithout (Official Music Video)* [Vidéo]. Youtube,

URL : <https://www.youtube.com/watch?v=JUelBEuz258&>.

- Pink Floyd (9 août 2014). *Pink Floyd – Another Brick In The Wall, deuxième partie (Official Music Video)*. Youtube, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=HrxX9TBj2zY>.
- Pink Floyd (1 mars 2017). *Interstellar Overdrive (de la scène de la télévision de Grenade – Underground)* [Vidéo]. Youtube, 4 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=5uqzMaNPljM>.
- Pink Floyd (5 février 2021). *Journal de Paris (Roland Petit Pink Floyd Ballet News Report)* [Vidéo]. Youtube, 2021, 5 minutes. URL : https://www.youtube.com/watch?v=4tecWCp3o2I&ab_channel=PinkFloyd.
- Pink Floyd (2 novembre 2018). *Jugband Blues (London Line Promo Video, 1967 London)* [Vidéo]. Youtube, 2018, 3 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=jMOynjuAPvM>.
- Pink Floyd (24 août 2018). *See Emily Play* [Vidéo]. Youtube, 1968, 3 minutes. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=7c0EDM-Yu9o>.
- WRIGHT, Caroline (Réalisateur). « *Brain Damage* ». 1973, 5 minutes.

DISCOGRAPHIE

- The Who. *A Quick One*. 1966, Reaction Records (Polydor), 32 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *The Who Sell Out*. 1967, Polydor, 40 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *Tommy*. 1975, Polydor, 74 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *Quadrophenia*. 1973, MCA, 81 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *The Dark Side of the Moon*. 1973, Harvest Records, 43 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *The Wall*. 1979, Harvest, 81 minutes, tous droits réservés.

DISCOGRAPHIE SECONDAIRE

- King Crimson. *In the Court of the Crimson King*, 1969, E. G., 44 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *The Piper at the Gates of Dawn*. 1967, Columbia Records, 42 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *A Saucerful of Secrets*. 1968, EMI / Columbia, 39 minutes, tous droits réservés.

- Pink Floyd. *More*. 1969, EMI / Columbia, 45 minutes, tous droits réservés..
- Pink Floyd. *Ummagumma*. 1969, Harvest, 86 minutes, tous droits réservés..
- Pink Floyd. *Zabriskie Point*. 1970, MGM, 36 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *Atom Heart Mother*. 1970, Harvest, 53 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *Meddle*. 1971, Harvest, 47 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *Obscured by Cloud*. 1972, Harvest, 40 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *Wish You Were Here*. 1975, Harvest, 44 minutes, tous droits réservés.
- Pink Floyd. *Animals*. 1977, Harvest, 42 minutes, tous droits réservés.
- Supertramp. *Crime of the Century*. 1974, Universal, 44 minutes, tous droits réservés.
- The Beach Boys. *Pet Sound*. 1966, Capitol, 36 minutes, tous droits réservés.
- The Moody Blues. *Days of Future Passed*. 1967, Decca, 41 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *Who's Next*. 1971, Decca, 43 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *The Who by Numbers*. 1975, Polydor Records, 37 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *Who Are You*. 1978, Polydor Records, 42 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *Faces Dances*. 1981, Polydor Records, 41 minutes, tous droits réservés.
- The Who. *WHO*. 2019, Polydor, 46 minutes, tous droits réservés.

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION.....	p. 4
II. « <i>Let there be more light</i> » : cristallisation d'une idéologie en construction.....	p. 18
A/ La télévision comme tremplin vers l'<i>intermedia</i>?.....	p. 18
1. Performance télévisée et idéologie rock.....	p. 18
2. Le <i>promotional film</i> : une forme proto-clipesque.....	p. 19
3. Les Who, Pink Floyd et le <i>multimedia</i>	p. 24
B/ Le <i>live</i> télévisé : une synesthésie du rock ?....	p. 29
1. Énergie et spectacularité immédiate.....	p. 29
2. Le corps-caméra : danse et <i>trip</i> synesthésiques.....	p. 32
3. Épreuve de résistance du médium par le refroidissement.....	p. 36
C/ Le <i>promotional film</i> : réchauffer pour mieux légitimer.....	p. 39
1. À l'épreuve de la technique cinématographique.....	p. 39
2. Le <i>promotional film</i> comme vitrine.....	p. 43
3. Une tentative de réversibilité par la surchauffe.....	p. 47
II. « <i>Amazing journey</i> » : la recherche d'une crédibilité artistique en actes.....	p. 50
A/ Pink Floyd : la quête multimédiatique.....	p. 52
1. Un groupe prolifique : création d'un univers visuel et musical unique.....	p. 52
2. Affirmations esthétiques sur scène.....	p. 58
3. Deux cas d'échanges médiatiques.....	p. 64
B/ <i>Tommy</i> : l'art pop au service d'une allégorie du rock.....	p. 68
1. The Who superstar.....	p. 68
2. Kitsch et distanciation brechtienne.....	p. 71
3. Discours sur la star et l'industrie du spectacle.....	p. 76
III. « <i>The thin ice</i> » : désillusion et nostalgie.....	p. 84
A/ Pink Floyd : <i>The Wall</i> et <i>Quadrophenia</i> : œuvres sommes, postmodernes et réflexives.....	p. 85
1. Le rock à l'aube de l'ère du vidéo-clip.....	p. 85
2. <i>Quadrophenia</i> : nostalgie et immersion anachronique.....	p. 89
3. <i>Pink Floyd : The Wall</i> : un film-clip ?.....	p. 94
B/ <i>Tommy</i>, <i>Pink</i> et <i>Jimmy</i> : désincarnation progressive de la rock star.....	p. 100
1. Miroirs de l'évolution de l'image de la rock star.....	p. 100
2. Des personnages qui concentrent toute la complexité de l'idéologie rock.....	p. 104

3. Introspections médiatiques : la télévision, fonctions et représentations.....p. 110

CONCLUSION.....p. 116

BIBLIOGRAPHIE..... p. 123

FILMOGRAPHIE ET MÉDIAGRAPHIE.....p. 134

TABLE DES MATIÈRES.....p. 138

RÉSUMÉ.....p. 141

SUMMARY.....p. 143

RÉSUMÉ

Plus qu'un genre musical, le rock est une culture, avec ses propres rituels et modes de représentation. Son émergence survient avec celle de la télévision, durant les années 1960, bouleversant durablement les industries culturelles et médiatiques. Cette corrélation contribue à faire du rock une culture tiraillée entre rébellion et conformisme industriel, qui a sans cesse besoin d'attaches visuelles. L'objectif de ce mémoire est de regarder à nouveau cette période d'apogée du rock pour mieux en saisir les caractéristiques, cela à partir de notions de l'époque et contemporaines relatives aux *media studies*.

À travers deux cas de figures, ceux de Pink Floyd et des Who, il sera question d'analyser les pratiques médiatiques de ces deux groupes à la lumière des fondations ambiguës du rock. De fait, les objets analysés seront variés, de la performance télévisées au promotional film en passant par des pochettes d'albums et des longs métrages.

Une étude chronologique permettra d'envisager une quête de légitimité artistique transversale aux stratégies médiatiques des deux groupes. En commençant par les années 1960, on envisagera tout d'abord cette relation entre le rock et la télévision comme à la fois un tremplin et un moyen d'expression intermédiatique. La décennie suivante saura montrer les multiples stratégies médiatiques possibles par divers projets artistiques et audiovisuels. Leurs relations avec le cinéma sera déterminante pour comprendre comment le rock souhaite se placer dans la galaxie médiatique en cours d'expansion. Enfin, les années 1980 permettront d'évoquer le déclin des deux groupes et plus globalement du rock qui ont se manifester par la désillusion et la nostalgie au sein de deux films postmodernes.

Mots-clés : Rock, Rock progressif, Pop, Musique populaire, Angleterre, Stratégie médiatique, Légitimation artistique, Télévision, Vidéo-clip

SUMMARY

More than a musical genre, rock is a culture, with its own rituals and modes of representation. Its emergence coincided with that of television in the 1960s, bringing lasting upheaval to the cultural and media industries. This correlation helped to make rock a culture torn between rebellion and industrial conformism, in constant need of visual attachments. The aim of this research paper is to take a fresh look at the heyday of rock and to gain a better understanding of its characteristics, using contemporary and current notions of media studies.

The media practices of the two groups chosen, Pink Floyd and The Who, will be analyzed in the light of rock's ambiguous foundations. The objects explored will range from televised performances and promotional films to album covers and feature films.

A chronological study will allow to envisage a quest for artistic legitimacy that cuts across the two groups' media strategies. Starting with the 1960s, the relationship between rock and television will be seen as both a springboard and a means of intermedia expression. The following decade will show the multiple media strategies possible for various artistic and audiovisual projects. Their relationship with cinema will be crucial to understanding how rock wishes to position itself in the expanding media galaxy. Finally, the 1980s will provide an opportunity to discuss the decline of the two groups and of rock as a whole, which may have manifested itself in disillusionment and nostalgia in two postmodern films.

Keywords: Rock, Progressive Rock, Pop, Popular Music, Popular music studies, Media studies, Video Clip, Television