

## **Entre foreignization et domestication : Traduction commentée de chapitres de 1971 - Never a Dull Moment: Rock's Golden Year, de David Hepworth**

**Auteur :** Delcour, Calvin

**Promoteur(s) :** Mergeai, Mathilde

**Faculté :** Faculté de Philosophie et Lettres

**Diplôme :** Master en traduction, à finalité spécialisée

**Année académique :** 2019-2020

**URI/URL :** <http://hdl.handle.net/2268.2/10624>

---

### *Avertissement à l'attention des usagers :*

*Tous les documents placés en accès ouvert sur le site le site MatheO sont protégés par le droit d'auteur. Conformément aux principes énoncés par la "Budapest Open Access Initiative"(BOAI, 2002), l'utilisateur du site peut lire, télécharger, copier, transmettre, imprimer, chercher ou faire un lien vers le texte intégral de ces documents, les disséquer pour les indexer, s'en servir de données pour un logiciel, ou s'en servir à toute autre fin légale (ou prévue par la réglementation relative au droit d'auteur). Toute utilisation du document à des fins commerciales est strictement interdite.*

*Par ailleurs, l'utilisateur s'engage à respecter les droits moraux de l'auteur, principalement le droit à l'intégrité de l'oeuvre et le droit de paternité et ce dans toute utilisation que l'utilisateur entreprend. Ainsi, à titre d'exemple, lorsqu'il reproduira un document par extrait ou dans son intégralité, l'utilisateur citera de manière complète les sources telles que mentionnées ci-dessus. Toute utilisation non explicitement autorisée ci-avant (telle que par exemple, la modification du document ou son résumé) nécessite l'autorisation préalable et expresse des auteurs ou de leurs ayants droit.*

---



**Entre foreignization et domestication :**

**Traduction commentée de chapitres de**

***1971 – Never a Dull Moment: Rock's Golden Year, de David Hepworth***

Travail de fin d'études présenté par Calvin Delcour en vue de l'obtention du grade de Master  
en Traduction, à finalité spécialisée

Promotrice : M<sup>me</sup> Mathilde MERGEAI

Lecteurs : M<sup>me</sup> Valérie MARIS et M. Christophe PIRENNE

Année académique 2019-2020



## **Remerciements**

Je souhaite vivement remercier Madame Mergeai, promotrice de mon TFE, pour sa disponibilité tout au long de la réalisation de ce travail, sa patience, ainsi que pour sa guidance et ses conseils avisés qui ont nourri ma réflexion. Merci pour tout son support qui m'a aidé à mener à terme ce projet.

Je voudrais également remercier le corps professoral des études de traduction/interprétation de l'Université de Liège qui, par son enseignement, m'a assuré une formation qui m'a mené jusqu'à ce mémoire.

Mes remerciements s'adressent également à mes parents et à ma sœur pour leurs encouragements et leur soutien inconditionnel, qui m'ont été précieux et m'ont permis de traverser les moments difficiles.

Enfin, je souhaite témoigner ma gratitude aux personnes qui ont eu la gentillesse de relire mon mémoire, Annick, Erwan, Isabelle, Luc, et Pol.



# Table des matières

<b>I. INTRODUCTION.....</b>	<b>1</b>
<b>A. L’auteur .....</b>	<b>1</b>
<b>II. TEXTE SOURCE &amp; TEXTE CIBLE .....</b>	<b>5</b>
<b>III. COMMENTAIRES .....</b>	<b>64</b>
<b>A. Traduire le culturel.....</b>	<b>64</b>
<b>B. Le <i>skopos</i> .....</b>	<b>67</b>
1. Pourquoi utiliser le <i>skopos</i> ? .....	67
2. Le « brief » .....	68
3. Comparaison des publics cibles .....	70
a) Public cible du texte source .....	70
b) Public cible et intention de la traduction .....	71
4. Genre du texte source .....	73
5. Type du texte source .....	74
<b>C. Des stratégies diverses pour assurer le <i>skopos</i>.....</b>	<b>79</b>
<b>D. Procédés de traduction employés.....</b>	<b>85</b>
1. Procédés de traduction étrangéissants .....	85
a) Le report .....	87
b) Report assorti d’une explication de sens .....	91
(1) Notes infrapaginales .....	91
(2) Incrémentalisation .....	92
2. Procédés de traduction naturalisants .....	93
a) Équivalence .....	93
b) Adaptation .....	94
c) Collocation.....	95
3. Cas particuliers.....	96
a) La perte .....	96

<b>IV. CONCLUSION .....</b>	<b>99</b>
-----------------------------	-----------

<b>V. RÉFÉRENCES.....</b>	<b>101</b>
---------------------------	------------

# **I. Introduction**

C'est lors d'un voyage à Londres que j'ai découvert *1971- Never a Dull Moment* de David Hepworth, à la librairie de la gare de Saint-Pancras pour être précis. En tant que musicien, je voulais un livre qui traite de la musique. La lecture du livre m'a captivé et la combinaison des aspects culturels et littéraires sur un sujet qui me touche m'est apparue comme le cocktail idéal pour mon travail de fin d'études.

J'ai donc contacté l'agent de David Hepworth, George Smit, qui m'a confirmé qu'il n'existait qu'une traduction en espagnol du livre, mais aucune en français.

Si, dans les textes techniques, juridiques, dans les contrats voire les modes d'emploi, le but de la traduction est plus évident et l'effet du texte cible plus clair, la traduction d'un livre entier rédigé comme un grand article de magazine retraçant la chronique musicale et sociale d'une époque était pour moi un défi nouveau et motivant.

Ce travail porte donc sur le processus mis en place pour aboutir à la traduction la plus pertinente, les théories utilisées et leurs liens avec la pratique dans le cadre d'une traduction à l'aspect culturel très marqué.

Après une présentation de l'auteur, la première partie de ce travail consiste en une traduction des trois premiers chapitres de l'ouvrage de D. Hepworth. Dans la deuxième partie, intitulée *Commentaires*, je m'attarderai sur la théorie du *skopos*, sur les différentes stratégies et les procédés mis en œuvre, ainsi que leurs effets sur la traduction.

## **A. L'auteur**

Afin d'éclairer le lecteur, je souhaite présenter brièvement l'auteur pour mieux comprendre son expérience personnelle et sa relation particulière avec 1971, qui est l'année où le rock, tout



comme lui, a atteint sa majorité<sup>1</sup>. Cela nous permettra également de bien cerner l'intention de son ouvrage.

Né en 1950 à Dewsbury dans le Yorkshire en Grande Bretagne<sup>2</sup>, David Hepworth a été un rédacteur en chef et directeur d'entreprise et est aujourd'hui auteur, journaliste et animateur radio<sup>3</sup>. Malgré son influence colossale dans la presse musicale britannique, il n'est que très peu connu dans le monde francophone. C'est dans le Yorkshire qu'est née sa fascination pour la musique. Dans les années soixante, il a pu découvrir sur scène des artistes tels que Chuck Berry, Carl Perkins, The Animals, The Nashville Teens, Louis Armstrong et bien d'autres<sup>4</sup>.

La musique a jalonné son parcours professionnel : dans les années septante, il travaillait dans un magasin de disques à Londres. Ensuite, il a été engagé auprès du label Beserkley Records<sup>5</sup> avant de se lancer comme journaliste à plein temps<sup>6</sup>. Il a publié ses premiers articles dans les célèbres magazines *New Musical Express (NME)* et *Sounds*<sup>7</sup>. En 1981, après trois ans passés au sein du magazine *Smash Hits* (éditions Emap), il a fini par en devenir le rédacteur en chef. En effet, grâce à sa vision et son influence, le magazine se vendait alors à plus d'un million d'exemplaires<sup>8</sup>.

David Hepworth et Emap ont eu une longue et fructueuse collaboration. Il est à l'origine d'un nombre impressionnant de magazines devenus plus ou moins célèbres : *Just Seventeen* (1983), *Looks* (1985), *Q* (1986), *More* (1988), *Empire* (1989), *Big!* (1990), *Mojo* (1993), *Bliss* (1995), *Select* (1995), *Minx* (1996), *Neon* (1997), *Red* (1998), *Heat* (1999). Il faut noter qu'il a

---

<sup>1</sup> D. HEPWORTH, « Prologue », in *1971 – Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, Bantam Press, Great Britain, 2016, p. 3.

<sup>2</sup> C. MORRISON, « Meet the Genius behind Britain's Last Magazine Boom », *Flashes & Flames*, 21 juillet 2012, disponible sur <https://flashesandflames.com/2012/07/21/meet-the-genius-behind-britains-last-magazine-boom/> (Consulté le 6 Juin 2020).

<sup>3</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth's blog: About David Hepworth », *David Hepworth's blog* (blog), 1 mars 2007, disponible sur <http://whatsheonabouthnow.blogspot.com/p/david-hepworth-is-british-author.html> (Consulté le 6 juin 2020).

<sup>4</sup> T. GREENWAY, « David Hepworth on How the Yorkshire of His Youth Influenced His Love of Music », *Yorkshire Life*, 5 février 2019, disponible sur <https://www.yorkshirelife.co.uk/people/celebrity-interviews/david-hepworth-yorkshire-music-beatles-live-aid-1-5874442> (Consulté le 6 juin 2020).

<sup>5</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth's blog: When We Were Very Very Young », *David Hepworth's blog* (blog), 15 avril 2007, disponible sur <http://whatsheonabouthnow.blogspot.com/2007/04/when-we-were-very-very-young.html> (Consulté le 6 juin 2020).

<sup>6</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth - Author and Broadcaster », *Home page of writer and broadcaster David Hepworth*, disponible sur <http://www.davidhepworth.com/> (Consulté le 6 juin 2020).

<sup>7</sup> R. GREENSTREET, « Q&A », *the Guardian*, 22 octobre 2004, disponible sur <http://www.theguardian.com/theguardian/2004/oct/23/weekend7.weekend> (Consulté le 6 juin 2020).

<sup>8</sup> C. MORRISON, « Meet the Genius behind Britain's Last Magazine Boom », *op. cit.*

également participé à la relance de magazines déjà connus comme *RAW* (1989), *Kerrang* (1991), *FHM* (1994) et *MixMag* (1997)<sup>9</sup>.

Grâce à cette nouvelle notoriété, David Hepworth a également connu le succès en radio et à la télévision. Il était l'un des présentateurs de l'émission musicale, *The Old Grey Whistle Test*, dédiée au rock et diffusée sur la BBC Two. Il a notamment animé la couverture télévision du célèbre concert *Live Aid* en 1985 au côté de Bob Geldof. Il a présenté des émissions radio sur la BBC Radio Four et la BBC Radio Three<sup>10</sup>.

En 2001, il fonde sa propre maison d'édition : Development Hell Ltd. Deux ans plus tard, sort le premier magazine intitulé *The Word*<sup>11</sup>. En 2007 et en 2008, il a été élu « Music Magazine Of The Year » au Royaume-Uni<sup>12</sup>.

Aujourd'hui, il rédige régulièrement des articles liés à la radio pour *The Guardian*. Il réalise des articles et des podcasts pour *Radio Times*<sup>13</sup>. Il écrit également des articles pour le *Times*, l'*Observer*, le *Daily Telegraph*, *Marie Claire*, *GQ* et le *New Statesman*, entre autres<sup>14</sup>.

Il a remporté les prix « Editor of the Year » et « Writer of the Year » de la Professional Publishers Association et le prix Mark Boxer de la British Society of Magazine Editors. Il est d'ailleurs l'unique personne à avoir remporté ces deux prix<sup>15</sup>.

Ses centres d'intérêts étendus (musique, sport, littérature, histoire, évolution des médias et du divertissement entre autres choses)<sup>16</sup> et son regard critique et innovant sur les tendances sociales et son environnement lui ont permis de marquer de son empreinte le monde de la presse magazine en Grande Bretagne.

Son premier livre sort en 2004 et est intitulé *The Secret History of Entertainment*, une compilation de petites histoires et anecdotes concernant le milieu du divertissement. Il faudra

---

<sup>9</sup> C. MORRISON, « Meet the Genius behind Britain's Last Magazine Boom », *op. cit.*.

<sup>10</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth's blog », *op. cit.*; C. MORRISON, « Meet the Genius behind Britain's Last Magazine Boom », *op. cit.*

<sup>11</sup> C. MORRISON, « Meet the Genius behind Britain's Last Magazine Boom », *op. cit.*

<sup>12</sup> T. EAMES, « "The Word" Magazine to Shut Down », *Digital Spy*, 29 juin 2012, disponible sur <http://www.digitalspy.com/media/a390581/the-word-magazine-to-shut-down-in-august-after-nine-years/> (Consulté le 7 juin 2020).

<sup>13</sup> « <https://www.Radiotimes.Com/Author/Davidhepworth/> », *Radio Times*, disponible sur <https://www.radiotimes.com/author/davidhepworth/> (Consulté le 6 juin 2020).

<sup>14</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth's blog », *op. cit.*

<sup>15</sup> « David Hepworth », disponible sur <https://www.penguin.co.uk/authors/1076563/david-hepworth.html?tab=penguin-biography> (Consulté le 5 juin 2020).

<sup>16</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth's blog », *op. cit.*

attendre 2016 pour voir la sortie d'un nouveau livre, *1971-Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, sur lequel j'ai basé mon travail. Il s'est hissé à la première place du classement des ventes dans sa catégorie, selon le classement du Sunday Times Bestseller List<sup>17</sup>. L'année suivante, son livre *Uncommon People* (publié en 2017 aux éditions Bantam Press, sa version française traduite de l'anglais par Jean-François Caro est parue aux éditions Payot & Rivages en 2018 sous le titre *Rock'n'Roll Animals - Grandeur et décadence des rockstars, 1955/1994*) a également occupé la première place de ce classement<sup>18</sup>. Ses livres ont tous pour dénominateur commun les petites histoires comprises dans la grande histoire de la musique, le monde du divertissement, les stars et leurs publics, ainsi que l'époque qui les a façonnés.

---

<sup>17</sup> D. HEPWORTH, « David Hepworth - Author and Broadcaster », *op. cit.*

<sup>18</sup> *Ibid.*

## **II. Texte source & Texte cible**



## **JANUARY: GET DOWN AND GET WITH IT**

The last days of pounds, shillings and pence. Average salary for a working man £2,000 per annum. A house in an up-and-coming area of north London worth £20,000. Bitter 11p a pint. Cigarettes 27p a packet. Long-playing records £2.15. Berni Inns' rump steak, button mushrooms, tomato, chips, roll and butter, apple pie and cream for 80p. Barclaycard the only credit card. Two-thirds of the population don't have a bank account. Every night a detachment of Coldstream Guards marches to the City of London to mount guard on the Bank of England.

Three TV channels. BBC1 Saturday night line-up with Cliff Richard, *Dixon of Dock Green* and Rolf Harris. Some shows in colour, others still in black and white. Henry Cooper advertising the great smell of Brut. Jimmy Savile promoting car seat belts. Clunk click, every trip. No commercial radio. *Daily Mirror* sells four and a half million copies every day. Major cities have a morning and evening newspaper. No celebrity magazines. Wartime titles *Reveille* and *Tit-Bits* still popular.

No mobiles. Seventy thousand red telephone boxes. Press button B to get your money back. The only ringtone is a ringing tone. Overseas calls via the operator. Police in touch with the station via police boxes. Urgent news delivered via telegram. Train tickets checked by eye, not machine. No magnetic strips. Most people have never seen a computer in their lives.

Smokers everywhere. On tube trains, in pubs, in offices, even in hospitals. No joggers, no health shops, no gyms, no leisurewear, no trainers, no mineral water, no Lycra, no fast food, no obesity. Wiry people. Biba's most popular dress sizes are six and eight. The only people with tattoos got them in the services.

## JANVIER: GET DOWN AND GET WITH IT

Les derniers jours de la livre, du shilling et du penny. Le salaire moyen d'un travailleur s'élève à 2 000 £ par an. Une maison dans un quartier en vogue du nord de Londres vaut 20 000 £. La pinte de bière est à 11 pence. Le paquet de cigarettes est à 27 pence. Les disques 33 tours à 2,15 £. Le menu complet steak frites chez Berni Inns avec des champignons de Paris, une tomate, une miche et du beurre, un morceau de tarte aux pommes et sa crème est à 80 pence. La seule carte de crédit est la Barclaycard. Les deux tiers de la population n'ont pas de compte bancaire. Tous les soirs, un détachement des Coldstream Guards se déploie en direction de la City de Londres pour monter la garde devant la Banque d'Angleterre.

Trois chaînes de télévision sont en activité. La BBC1 et son programme du samedi soir avec Cliff Richard, la série *Dixon of Dock Green*<sup>19</sup> et Rolf Harris. Certaines émissions sont en couleur, d'autres encore en noir et blanc. Henry Cooper fait de la publicité pour le parfum du déodorant Brut. Jimmy Savile fait la promotion des ceintures de sécurité : clap clic, à chaque trajet<sup>20</sup>. Les radios commerciales n'existent pas. Le *Daily Mirror* se vend à quatre millions et demi d'exemplaires chaque jour. Les grandes villes ont un journal le matin et un le soir. Aucun magazine people n'existe. Les magazines *Reveille* et *Tit-Bits* datant de la guerre sont toujours populaires.

Les téléphones portables n'existent pas. Le pays compte soixante-dix mille cabines téléphoniques rouges. L'unique sonnerie de téléphone est une sonnerie de téléphone. Les appels à l'étranger passent par l'opérateur. La police est en contact avec le commissariat par le biais des cabines de police. Les nouvelles urgentes sont transmises par télégramme. Les billets de train sont contrôlés à l'œil nu et non à la machine. La carte magnétique n'existe pas. La plupart des gens n'ont jamais vu d'ordinateur de leur vie.

Les fumeurs sont partout. Ils sont dans les métros, les pubs, les bureaux et même les hôpitaux. Les joggeurs, les magasins de bien-être, les salles de sport, les vêtements de loisirs, les baskets, l'eau minérale, le Lycra, le fast-food et l'obésité n'existent pas. Les gens ont un corps mince. Les tailles de robe les plus populaires chez Biba sont le 34 et le 36. Les seules personnes avec des tatouages les ont fait faire durant leur service militaire.

---

<sup>19</sup> Série télévisée suivant les activités d'agents de police d'un commissariat fictif du Metropolitan Police Service, produite entre 1955 et 1976.

<sup>20</sup> Clunk click, every trip.

Family department stores in most towns. Few supermarkets. People shop at their local butcher's, baker's, fishmonger's and greengrocer's and do so daily, not weekly. Petrol pump attendants, milkmen, paper boys, window cleaners, knife grinders, news vendors with shrill cries. Tramps.

No security industry. No gates on Downing Street, no full body scans, no surveillance cameras, no speed bumps. Football fans pay two bob at the turnstile and then shove. Only one black footballer. White faces everywhere. Psychiatric patients imprisoned behind walls of Victorian asylums. Plaster statues of 'spastics' collecting money outside Woolworths. TV adverts starring chimpanzees dressed as humans. No political correctness.

In January 1971 Alfred Hitchcock arrives in London looking for locations for his new film *Frenzy*. The old Covent Garden market is about to move out to Nine Elms. Hitch, whose father was a market trader, complains the pubs have been made psychedelic and finds that the planners propose to flatten and 're-develop' Covent Garden to give it what they believe London needs most – a conference centre.

Later in the same year these plans are reversed in the face of unprecedented opposition from small traders, artists and architecture students, determined to preserve the unique character of the area. They succeed in preserving much of Covent Garden's fabric. Its character, however, will never be quite the same. What is a working market in Hitchcock's film will, by the turn of the century, become a major centre of the three industries that drive modern London: shopping, tourism and cool.

Nothing seems very cool in January 1971.



Les grands magasins familiaux sont présents dans la plupart des villes. Les supermarchés sont peu nombreux. Les gens font leurs courses tous les jours, et non toutes les semaines, dans les boucheries, boulangeries, poissonneries et épiceries du coin. Les pompistes, laitiers, livreurs de journaux, laveurs de vitres, rémouleurs et vendeurs de journaux à la criée, emplissent encore les rues. Les clochards aussi.

Le secteur de la sécurité est inexistant, Downing Street n'est encore protégée par aucune grille. Les scanners corporels, les caméras de surveillance et les dos-d'âne n'existent pas. Les fans de football paient deux shillings au tourniquet et puis se bousculent pour entrer. Seul un footballeur noir foule la pelouse. On ne voit que des visages blancs. Les patients en psychiatrie sont emprisonnés derrière les murs des asiles victoriens. Des handicapés vendent des statuettes en plâtre devant les magasins Woolworth. Les publicités télévisées montrent des chimpanzés déguisés en humains. Le politiquement correct n'existe pas.

En janvier 1971, Alfred Hitchcock arrive à Londres à la recherche de lieux pour tourner son nouveau film *Frenzy*. L'ancien marché de Covent Garden est sur le point de déménager à Nine Elms. « Hitch », dont le père était marchand, se plaint que les pubs sont devenus psychédéliques. Il découvre que les responsables du projet proposent de raser et de « redévelopper » le marché pour en faire ce dont, d'après eux, Londres a le plus besoin : un centre de conférences.

Plus tard dans l'année, le projet est annulé face à l'opposition sans précédent de petits commerçants, d'artistes et d'étudiants en architecture, déterminés à conserver le caractère unique du quartier. Ils réussissent à préserver une grande partie de la structure de Covent Garden. Son âme, cependant, ne sera plus jamais tout à fait la même. Le marché fonctionnel décrit dans le film d'Hitchcock deviendra, d'ici la fin du siècle, un centre majeur des trois industries qui animent le Londres moderne : le shopping, le tourisme et le « cool ».

Rien ne semble très *cool* en janvier 1971.

Much the same applies in New York. The United States is in recession. Unemployment in the inner cities is nearing 10 per cent. New York City subway tokens have just gone up to 30 cents. Transport, like much of the city, is in crisis. The streets are full of potholes. The wind that blows down the avenues blinds pedestrians with grit and makes uncollected garbage gather round their ankles. Gasoline is 36 cents a gallon. OPEC is imposing a 50 per cent tax on oil extraction. Ford is thinking about making smaller cars. A seventeen-year-old from Washington Heights who calls himself TAKI 183 is becoming famous for leaving his tag on subway cars.

People are leaving the city in the face of crime and filth. Property values are dropping. An apartment in one of Manhattan's smartest addresses is on the market for \$225,000, half of what it cost in 1969. All the movies made in New York, such as the recent Jack Lemmon–Sandy Dennis hit *The Out of Towners*, depict it as a place only the foolhardy would choose to visit. The city's magazines carry sardonic survival guides. A picture of the half-finished World Trade Center illustrates an article in the *New York Times* promoting the unfashionable view that the city might yet be a desirable place to live. Someone in the convention business timidly suggests reviving a musicians' saying from the 1920s and christening the city 'the Big Apple'.

Some 85 per cent of New York's twenty-five thousand police patrolmen are on strike over a pay claim. A cop earns around \$11,000 a year, just above the national average. According to a detective called Frank Serpico, giving evidence to an inquiry into corruption, many can earn an additional \$600 a month in bribes from illegal gambling rackets. Serpico will eventually be played on screen by Al Pacino. Already in early 1971 the real-life corner-cutting detective Eddie Egan is the model for the fictional Popeye Doyle in the upcoming movie *The French Connection*.

Consumer prices are beginning to rise too fast to make it worth printing prices on menus. McSorley's Ale House, which has just been compelled to admit women for the first time, has adjusted its draught ale from 50 to 60 cents. However, a McDonald's is 20 cents and a Coke can be as little as 10. It's still possible to have dinner for four at a smart place like 21 for \$130 including wine and tips. The new John Lennon solo album is \$3.49 at King Karol while George Harrison's *All Things Must Pass* is \$6.98.

Il se passe à peu près la même chose à New York. Les États-Unis sont en récession. Le taux de chômage dans les centres-villes avoisine les 10 pour cent. Les jetons du métro de New York viennent de passer à 30 cents. Le secteur des transports, comme une grande partie de la ville, est en crise. Les rues sont pleines de nids de poule. Le vent balaie les avenues, aveugle les piétons de poussière et enveloppe leurs chevilles des ordures non ramassées. L'essence coûte 9,5 cents le litre. L'OPEP impose une taxe de 50 pour cent sur l'extraction du pétrole. Ford envisage de fabriquer des voitures plus petites. Un jeune de dix-sept ans de Washington Heights qui se baptise TAKI 183 devient célèbre pour sa signature taguée sur les wagons de métro.

Les gens fuient la ville à cause de la criminalité et de la saleté. La valeur de l'immobilier est en chute libre. Un appartement dans l'un des quartiers les plus chics de Manhattan vaut 225 000 \$, soit la moitié de son prix en 1969. Tous les films tournés à New York, comme le récent succès *Escapade à New York* avec Jack Lemmon et Sandy Dennis, décrivent la ville comme un endroit que seuls les plus téméraires choisiraient de visiter. Les magazines de la ville proposent des guides de survie au ton sardonique. Une photo du World Trade Center à moitié achevé illustre un article du *New York Times* à la vision singulière selon laquelle la ville pourrait encore être un endroit où il fait bon vivre. Un publicitaire suggère timidement de ramener au goût du jour un dicton des musiciens des années 1920 et de baptiser la ville « la Grosse Pomme ».

Environ 85 pour cent des vingt-cinq mille agents de police de New York sont en grève pour une augmentation salariale. Un flic gagne environ 11 000 \$ par an, juste au-dessus de la moyenne nationale. Selon un inspecteur de police du nom de Frank Serpico, qui a témoigné dans le cadre d'une enquête sur la corruption, beaucoup d'entre eux peuvent gagner 600 \$ de plus par mois en pots-de-vin grâce aux rackets de tripots clandestins. Serpico sera finalement incarné à l'écran par Al Pacino. Au début de l'année 1971 déjà, le véritable inspecteur Eddie Egan, qui prenait parfois les procédures à la légère, sert de modèle pour le personnage de fiction Popeye Doyle dans le film à venir *The French Connection*.

Les prix à la consommation se mettent à augmenter si rapidement qu'imprimer les prix sur les menus devient inutile. L'établissement McSorley's Ale House, qui vient d'être obligé d'admettre les femmes pour la première fois, a ajusté le prix de sa bière pression de 50 à 60 cents. Cependant, un McDonald's coûte 20 cents et un Coca-Cola peut n'en coûter que 10. Il est encore possible de dîner à quatre dans un endroit chic comme le 21 pour 130 \$, vin et pourboire compris. Le nouvel album solo de John Lennon coûte 3,49 \$ chez King Karol et celui de George Harrison, *All Things Must Pass*, coûte 6,98 \$.

The *Johnny Carson Show* on New Year's Day 1971 is the last to carry a commercial for cigarettes. It's for Virginia Slims, a brand aimed at women with the slogan 'you've come a long way, baby'. Walter Cronkite presents the seven o'clock news. Ed Sullivan still fronts his variety show on Sunday nights. He is beginning to lose his memory. Sullivan won't be renewed, nor will The *Beverly Hillbillies* or *Petticoat Junction*. There are no celebrity magazines. The person currently monopolizing the headlines is President Nixon's daughter Tricia, who is engaged to be married. The big media organizations are terrified they are losing touch with the young audience. *National Lampoon* satirizes their attempts to stay in touch, such as *Cosmopolitan's* search for a nude male model. A *Life* magazine survey finds America's most admired names are Robert Kennedy and Bill Cosby. Least admired are Fidel Castro and Black Panthers activist Eldridge Cleaver. Jimmy Carter, newly sworn in as Governor of Georgia, says the state may finally have accepted integration. In cities like Cleveland integration is resulting in the flight of second-generation European immigrants to the suburbs and the consequent hollowing out of the centres.

Hot pants are everywhere. 'They are the kind of fad that topples institutions,' one fashion observer tells *Life*. Barber shops are closing. Every businessman is growing sideburns. Jane Fonda, thirty-three, her curly blonde hair transformed into a harsh shag, has just completed her role as the call girl Bree Daniels in *Klute*. She has driven alone from California to New York to play the part. Once on set in a studio in Harlem she insists the director let her sleep the night in her character's apartment, the better to identify with her pain. The film glories in the squalor of the city. 'After you've been in New York a month you become tense and nervous and alienated,' says Fonda. Returning to California, determined to put her privileged life behind her, she sells her possessions and moves with her daughter into a house in a cul-de-sac in the shadow of a freeway.

Le *Johnny Carson Show* du Nouvel An 1971 est le dernier programme à diffuser une publicité pour des cigarettes, les Virginia Slims, une marque destinée aux femmes avec le slogan « tu as fait du chemin, bébé <sup>21</sup> ». Walter Cronkite présente le journal de 19 heures. Ed Sullivan est toujours à la tête de son émission de variétés le dimanche soir. Il commence à perdre la mémoire. Ed Sullivan ne sera pas remplacé ; les séries *The Beverly Hillbillies* ou *Petticoat Junction* non plus. Les magazines people n'existent pas. La fille du président Nixon, Tricia, sur le point de se marier, fait les gros titres. Les grands médias sont terrifiés à l'idée de perdre le contact avec le jeune public. Le magazine *National Lampoon* satirise leurs tentatives pour rester en contact, comme c'est le cas du *Cosmopolitan*, par exemple, qui cherche un modèle masculin nu. Un sondage du magazine *Life* révèle que les personnalités les plus respectées aux États-Unis sont Robert Kennedy et Bill Cosby. En fin de tableau se trouvent Fidel Castro et Eldridge Cleaver, un militant des Black Panthers. Jimmy Carter, nouvellement nommé gouverneur de Géorgie, déclare que cet État a peut-être enfin accepté l'intégration. Dans des villes comme Cleveland, l'intégration entraîne la fuite des immigrants européens de deuxième génération vers les banlieues pavillonnaires et, de ce fait, contribue à vider les centres-villes.

Les minishorts sont partout. « C'est le genre de tendance qui renverse les institutions », raconte un journaliste de mode à *Life*. Les barbiers ferment. Tous les hommes d'affaires arborent des favoris. Jane Fonda, trente-trois ans, dont les cheveux blonds et bouclés se sont transformés en une grosse masse de cheveux foncés, vient d'incarner Bree Daniels, la call-girl dans le film *Klute*. Elle a fait la route seule depuis la Californie jusqu'à New York pour interpréter ce rôle. Une fois sur le plateau dans un studio à Harlem, elle insiste pour que le réalisateur la laisse dormir une nuit dans l'appartement de son personnage, pour mieux s'identifier à sa douleur. Le film se glorifie dans la misère de la ville. Fonda déclare : « Après avoir passé un mois à New York, on est tendu, nerveux et déconnecté de la réalité ». De retour en Californie, déterminée à oublier sa vie de privilégiée, elle vend ses biens et emménage avec sa fille dans une maison située dans un cul-de-sac à l'ombre d'une autoroute.

---

<sup>21</sup> « You've come a long way, baby. »

Fonda puts her energies into supporting the increasing number of soldiers' organizations opposing the continuation of the Vietnam war. The nation is riven with mistrust over the conflict and its political poles seem incapable of dialogue. Speaking for the older generation, Bob Hope, profiled in *Life*, says 80 per cent of the hippies on Sunset Strip 'have a social disease'. The voting age is in the process of being lowered from twenty-one to eighteen. Employees report that the baby boomers now entering the workforce in unprecedented numbers want faster advancement and less formal dress codes, and in some cases even have to have the profit motive explained to them. From 12 January the gap between the older and the younger generation is dramatized in a new TV series called *All in the Family*, which pits Glenn Miller-loving working stiff Archie Bunker against his long-haired liberal son-in-law. Within months even Richard Nixon can be heard complaining about Bunker's son-in-law on the newly installed recording system in the Oval Office.

For most young people TV is an irrelevance, as are the movies. Music is where it's at.

In January 1971, up-and-coming New Jersey musician Bruce Springsteen was twenty-one and still unknown beyond the immediate area, which was leaving it perilously late. He had recently returned from a visit to his parents at their new home in California where he had time to reflect on the future of his two-year-old band Steel Mill. They had endured a rather traumatic night on 11 September 1970 – only three months after National Guardsmen had opened fire on demonstrating students at Kent State University, killing four of them – when local police had moved in with clubs swinging to enforce a curfew at an open-air show Steel Mill were playing in the deceptively idyllic-sounding surroundings of the Clearwater Swim Club. Although they met the invasion with a certain amount of bravado – reconnecting the power after the police had cut it off, band member Danny Federici pushing a stack of speakers in the direction of some officers who were trying to climb on to the stage and Springsteen using his emerging stagecraft to keep the crowd on side – the experience put him off any further rebellious rhetoric.

Fonda met toute son énergie à contribution pour soutenir le nombre croissant d'organisations de soldats contre la poursuite de la guerre du Vietnam. La question du conflit déchire la nation et le dialogue entre les deux camps politiques semble impossible. S'exprimant au nom de la vieille génération pour le magazine *Life*, Bob Hope déclare que 80 pour cent des hippies sur Sunset Strip « ont une maladie sociale ». L'âge du droit de vote est en passe d'être abaissé de vingt-et-un à dix-huit ans. Les travailleurs rapportent que les baby-boomers qui arrivent maintenant en masse sur le marché du travail, chose inédite, veulent des promotions plus accessibles et des codes vestimentaires moins formels ; dans certains cas, ils doivent être éduqués à la notion même de but lucratif. Depuis le 12 janvier, l'écart entre l'ancienne et la nouvelle génération est mis en scène dans une nouvelle série télévisée intitulée *All in the Family*, qui oppose Archie Bunker, fan de Glenn Miller et travailleur acharné, à son gendre progressiste aux cheveux longs. Au bout de quelques mois, on peut même entendre Richard Nixon se plaindre du gendre de Bunker sur le nouveau système d'enregistrement installé dans le Bureau ovale.

Pour la plupart des jeunes, la télévision est sans intérêt, tout comme les films. La musique, c'est là que ça se passe.

En janvier 1971, à vingt-et-un ans, Bruce Springsteen, musicien prometteur du New Jersey, était encore inconnu au-delà de cet État. Ça commençait à faire tard. Il était récemment revenu de chez ses parents, nouvellement installés en Californie, où il avait eu le temps de réfléchir sur l'avenir de son groupe fondé deux ans plus tôt, Steel Mill. Le 11 septembre 1970, trois mois seulement après que des membres de la Garde nationale avaient ouvert le feu sur une manifestation d'étudiants de l'Université d'État de Kent, tuant quatre d'entre eux, le groupe avait vécu une nuit plutôt traumatisante. En effet, la police locale avait imposé à coups de matraque un couvre-feu lors d'un concert en plein air où jouait Steel Mill, dans le cadre à l'aspect faussement idyllique du Clearwater Swim Club. Ils affrontèrent l'envahisseur avec une certaine bravade : ils remirent le courant après que la police le coupa ; Danny Federici, membre du groupe, poussa une pile d'amplis en direction de quelques policiers qui essayaient de monter sur scène pendant que Springsteen usait de son jeu de scène naissant pour garder la foule sur le côté. Cependant, pour Springsteen, cette expérience marqua la fin de toute nouvelle velléité de rébellion.

Like bands the world over in 1971 who weren't known for their own material, Steel Mill played anything and everything they could. Springsteen's band performed Iron Butterfly's 'In-A-Gadda-Da-Vida', knocked out an Allman Brothers tribute called 'Going Back To Georgia' and sometimes even played a thirty-minute rock opera called 'Garden State Parkway Blues'. When Steel Mill played shows in New Jersey, sometimes attracting as many as four thousand people despite never having been on the radio, hardly ever having been written about and certainly never having put out a record, their audience would overwhelmingly come from the proportion of the population born between 1946 and 1956. There wouldn't have been a single soul over the age of thirty and there wouldn't have been many under the age of eighteen. Audiences were uniformly young and unjaded. Whatever they were hearing they felt as if they were hearing it for the first time, and consequently they tended to be receptive.

During Springsteen's holiday in the San Francisco area he had been listening to the local FM stations and his imagination had been captured by the breezy sound of Van Morrison's *His Band And The Street Choir*, with its attendant hit record 'Domino', and the soul revue force of Joe Cocker's *Mad Dogs & Englishmen*. Henceforth he decided Steel Mill would be no more. The band was going to boast horns, line up more like Morrison's and Cocker's, and the name on the marquee would be his.

There are few moves that require as much self-belief as taking a band which has previously been, at least notionally, a democracy and naming it after yourself. It can only occur if the leader has the nerve to lead and the musicians involved recognize the strength of his claim to do so. At the time Springsteen was living in a ground-floor apartment in Asbury Park which he shared with Steve Van Zandt, John Lyon and Albee Tellone. Once a week they invited more musician friends round and played Monopoly. (Sandy Denny and Trevor Lucas would invite friends round to their Fulham flat to do the same thing – a fair indication of how little was on the TV in 1971.) It was during those games, which involved rule-bending, secret treaties, bribery and other skulduggery, that the 21-year-old Springsteen took to referring to himself, his tongue barely an inch into his cheek, as 'the Boss'.



Comme tous les groupes du monde entier en 1971 qui n'étaient pas connus pour leur propre musique, Steel Mill jouait tout ce qu'il pouvait. Le groupe interprétait « In-A-Gadda-Da-Vida » d'Iron Butterfly, jouait un hommage aux Allman Brothers intitulé « Going Back To Georgia » et parfois même un opéra rock de trente minutes intitulé « Garden State Parkway Blues ». Quand Steel Mill donnait des concerts dans le New Jersey, il attirait parfois jusqu'à quatre mille personnes, sans jamais être passé à la radio, sans presque jamais avoir fait l'objet d'articles et sans encore moins avoir sorti de disque. Leur public provenait en très grande majorité de la tranche de population née entre 1946 et 1956. Il n'y avait pas une seule âme de plus de trente ans et il n'y en avait pas beaucoup en dessous de dix-huit ans. Le public était homogène, jeune et fringant. Peu importe ce qu'ils entendaient, ils avaient l'impression de l'entendre pour la première fois, et par conséquent, ils avaient tendance à être réceptifs.

Pendant ses vacances dans la région de San Francisco, Springsteen avait écouté les radios locales et son imagination avait été frappée par le son aérien de la musique de Van Morrison dans son album *His Band And The Street Choir*, avec son hit « Domino », et par la puissance du spectacle soul des *Mad Dogs & Englishmen* avec Joe Cocker. Il décida alors que Steel Mill s'arrêterait là. Le groupe allait s'accompagner de cuivres, s'aligner davantage sur le style de Van Morrison et de Joe Cocker, et le nom sur l'affiche serait le sien.

Prendre un groupe qui jusqu'alors fonctionnait, au moins théoriquement, comme une démocratie et lui attribuer son propre nom est une décision qui demande beaucoup de confiance en soi. Pareil renversement ne peut se produire que si le leader a le cran de prendre les devants et que les musiciens reconnaissent sa légitimité. À l'époque, Springsteen vivait à Asbury Park dans un appartement, au rez-de-chaussée, qu'il partageait avec Steve Van Zandt, John Lyon et Albee Tellone. Une fois par semaine, ils invitaient d'autres amis musiciens et jouaient au Monopoly (Sandy Denny et Trevor Lucas invitaient des amis à leur appartement à Fulham pour faire la même chose, ce qui montre bien à quel point la télé était peu présente en 1971). C'est au cours de ces jeux, qui impliquaient tricherie, accords secrets, pots-de-vin et autres combines, que Springsteen, 21 ans, commença à se désigner lui-même, sur un ton à peine ironique, comme le « Boss ».

By the end of 1971 he would bestow similar honorifics on the rest of his growing crew – ‘Miami’ Steve Van Zandt, ‘Southside’ Johnny Lyon, Vinny ‘Mad Dog’ Lopez and Clarence ‘Big Man’ Clemons – as he played night after night at The Student Prince in Asbury Park and further afield, where the band’s standard performance would consist of four forty-minute sets with breaks in between.

Recalling this time in later years Springsteen said ‘sometimes you’d come home with five hundred dollars in your pocket and you could live on that for months. For a local band, that was a big success. And in that area, we were big local stars.’

In January 1971 Neville ‘Noddy’ Holder, born in 1946, raised in a council house with an outside lavatory, his only proper employment a short period buying and selling auto-parts, was the leader of a group called Slade. In his twenty-five years Noddy had already packed a lifetime of experience of playing live: in his native Black Country, in German dance halls where the waiters carried guns, up and down the United Kingdom, and on a two-month residency entertaining holidaymakers in the Bahamas.

On New Year’s Day 1971 Slade played Wolverhampton Civic Hall, in the middle of their industrial heartland. This was the first of no fewer than 150 shows they were to play over the next twelve months. Through that year Noddy Holder, Jim Lea, Dave Hill and Don Powell toured the United Kingdom with an intensity that hasn’t been equalled since.

One of the reasons it hasn’t been equalled since is that the venues they played that year either no longer exist or no longer host amplified popular music. Slade still hadn’t had a hit so they couldn’t do the big dance halls where the hit acts played. They could only play what was known as the rock club circuit. Nevertheless, that circuit was extensive. Among the 150 places they played were such venues as the Queen Mary Ballroom at Dudley Zoo, the St Giles Youth Club in Willenhall, the curiously named Farx in Potters Bar and the misleadingly genteel-sounding Ballerina Ballroom in Nairn.

Fin 1971, il avait accordé des titres honorifiques similaires au reste de sa bande de plus en plus nombreuse (Steve Van Zandt était devenu « Miami », Johnny Lyon, « Southside », Vinny Lopez, « Mad Dog » et Clarence Clemons, « Big Man ») alors qu'il jouait nuit après nuit au Student Prince à Asbury Park et ailleurs. La prestation habituelle du groupe consistait en quatre représentations de quarante minutes entrecoupées de pauses.

Plus tard, en se remémorant cette époque, Springsteen déclara : « Parfois, vous rentrez chez vous avec cinq cents dollars en poche et vous pouvez tenir avec ça pendant des mois. Pour un groupe local, c'était un grand succès. Et dans cette région, nous étions des stars. »

En janvier 1971, Neville « Noddy » Holder, né en 1946, qui avait grandi dans un HLM où les toilettes étaient à l'extérieur et dont le seul véritable emploi avait consisté, quoique brièvement, à acheter et vendre des pièces automobiles, était le leader d'un groupe appelé Slade. À vingt-cinq ans, Noddy avait déjà accumulé l'expérience de toute une vie sur scène : il s'était produit dans son Black Country natal, dans des salles de bal allemandes où les serveurs étaient armés, dans tout le Royaume-Uni, et pour un spectacle en résidence de deux mois aux Bahamas où il avait joué pour les touristes.

Au Nouvel An 1971, Slade se produisit sur la scène du Wolverhampton Civic Hall, au milieu du cœur industriel de leur région. C'était le début d'une longue série de pas moins de 150 représentations qu'ils allaient donner au cours des douze prochains mois. Tout au long de cette année-là, Noddy Holder, Jim Lea, Dave Hill et Don Powell effectuèrent une tournée à travers le Royaume-Uni d'une intensité jamais égalée.

L'une des raisons pour lesquelles cette tournée n'a jamais été égalée, c'est que les salles dans lesquelles ils jouèrent cette année-là n'existent plus ou n'accueillent plus de musique populaire amplifiée. Slade n'avait toujours pas connu de grand succès, ils ne pouvaient donc pas faire les grandes salles où jouaient les groupes à succès. Ils ne pouvaient jouer que dans ce qu'on appelait le circuit des clubs de rock. Néanmoins, ce circuit était très vaste. Parmi les 150 salles où ils jouèrent, figuraient la Queen Mary Ballroom au zoo de Dudley, le St Giles Youth Club de Willenhall, la salle au nom étrange de Farx à Potters Bar et la Ballerina Ballroom à Nairn, dont le nom raffiné était trompeur.

Slade performed amid the art deco splendour of the Floral Hall in Southport and the provisional prefabrications of Blades in Bexley. They rolled up and rocked in venues whose names still reverberate down the years, like the Marquee in Soho's Wardour Street. They played no less energetically at scores of places whose names no longer reverberate down the years and still hint at a vision of a future which never entirely materialized in the way the namers might have wished, places such as Teenage Centre in Fareham, the Showboat in Mumbles and the Cosmos Youth Centre in Fife.

Like Springsteen's band, Slade didn't turn up their noses at any of this. They actively sought people to play to. Sometimes they seemed almost to be harrying them. At the end of July 1971 they played three consecutive nights for Scottish holidaymakers on the Isle of Arran. This was such a success that they returned to do a further show in late September.

Slade had no fear of distances. On 4 September they played the Kilmardinny Stadium in Glasgow; the following night they were at a Schizophrenia Benefit in London. In the days when the motorway system was not fully networked this was a journey that would have occupied an entire cheerless, tedious, smoke-wreathed, bone-rattling day.

Because Slade were not what anyone would call a marquee name they didn't only play in their own right. They also opened for others who were slightly better known. They supported Argent at the Lyceum in London, Yes at the Marquee, Atomic Rooster at the Kinetic Cinema in Birmingham and the Alan Bown in Exeter.

Slade's 1971 act comprised crowd pleasers all the way. They began with their version of Ten Years After's 'Hear Me Calling' (borrowed from the Woodstock sensations' recent album *Stonedhenge*), finished with Steppenwolf's 'Born To Be Wild', had room to 'slow things down a bit' with John Sebastian's 'Darling Be Home Soon' and the Moody Blues' 'Nights In White Satin' – which featured the group's most accomplished musician, Jim Lea, on violin – and climaxed with their speaker-shredding version of Little Richard's 'Get Down And Get With It'. Through it all they kept up a stream of patter and ribaldry. Nobody came away from a Slade show without understanding that they had been entertained, and entertained by a band who didn't look down on them. 'We wanted to have fun with our audience,' recalled Noddy many years later.

Slade se produisit dans le Floral Hall au style Art déco resplendissant à Southport et dans les préfabriqués provisoires de Blades à Bexley. Ils amenèrent leur rock dans des lieux dont les noms résonnent encore après tant d'années, comme le Marquee de Wardour Street dans le quartier de Soho. Néanmoins, ils jouaient avec la même énergie dans les lieux qui ne rencontrèrent pas le succès que leur nom laissait présager, comme le Teenage Centre à Fareham, le Showboat à Mumbles et le Cosmos Youth Centre à Fife.

Comme le groupe de Springsteen, Slade ne faisait pas la fine bouche. Ils cherchaient activement un public pour qui jouer. Parfois, ils semblaient presque les harceler. Fin juillet 1971, ils jouèrent trois soirs de suite pour des vacanciers écossais sur l'île d'Arran. Ce fut un tel succès qu'ils y retournèrent pour faire un autre concert à la fin du mois de septembre.

Slade n'avait pas peur des distances. Le 4 septembre, ils jouaient au Kilmardinny Stadium à Glasgow ; le soir suivant, ils étaient à une soirée caritative en soutien à la lutte contre la schizophrénie à Londres. À une époque où les autoroutes ne reliaient pas tout le pays, ce voyage revenait à passer une journée entière sur des routes cabossées, dans la fumée de cigarette. C'était éprouvant.

Parce que Slade n'était pas ce qu'on appelait une tête d'affiche, ils ne jouaient pas uniquement leurs propres concerts. Ils faisaient également la première partie d'autres artistes un peu plus connus comme Argent au Lyceum de Londres, Yes au Marquee, Atomic Rooster au Kinetic Cinema de Birmingham ou Alan Bown à Exeter.

Les prestations de Slade en 1971 ne comprenaient que des morceaux appréciés du public. Ils commençaient avec leur version de « Hear Me Calling » de Ten Years After (titre emprunté au récent album de la sensation de Woodstock, *Stonedhenge*), pour conclure avec « Born To Be Wild » de Steppenwolf. Ils prenaient le temps de ralentir un peu le tempo avec « Darling Be Home Soon » de John Sebastian et « Nights In White Satin » des Moody Blues (qui mettait en avant le musicien le plus accompli du groupe, Jim Lea, au violon) jusqu'à atteindre le point culminant avec leur version explosive de « Get Down And Get With It » de Little Richard. Tout le spectacle se passait dans une atmosphère grivoise et propice à l'échange avec le public. Personne ne sortait d'un spectacle de Slade sans se dire qu'il en avait eu pour son argent. Le groupe ne regardait pas son public de haut. « Nous voulions nous amuser avec notre public », se souvint Noddy bien des années plus tard.

Scores of other groups would have followed a similar trail in 1971, rattling around in the backs of ill-maintained Ford Transits, sleeping with the wheel arch as their pillow, relieving themselves in milk bottles, doing the *NME* crossword with a blunt guesthouse pencil, dreaming of a cold Wimpy and chips, probing for each other's personal weak spots and exploiting them without mercy, often risking life and limb by putting themselves in the hands of a driver who had taken a few drinks and didn't wear a seat belt. (The British folk-rock group Fairport Convention had been involved in an accident in May 1969 when returning to London from a gig at Mothers in Birmingham. The driver had fallen asleep, the van had come off the road and two passengers, their nineteen-year-old drummer Martin Lamble and a friend, Jeannie Franklyn, were killed.)

In late October Slade went into Command Studios in Piccadilly, London and recorded this by-now road-hardened set for the record that became *Slade Alive!*. By then they had already had a hit with 'Get Down And Get With It', which was almost comically shrill but perfectly suited to the fine art of wardrobe mirror-miming, a sport in which Britain led and still leads the world.

The next step was to take the live energy into the studio and bake it into bite-sized biscuits. Like Brian Epstein bullying Lennon and McCartney into forming a partnership and Andrew Oldham locking Jagger and Richards in a room with instructions to compose, Chas Chandler insisted Holder and Lea write their own follow-up. Lea took him at his word and turned up, with his violin, at the Walsall council house where Noddy lived with his parents. Within half an hour they had written 'Coz I Luv You', the first of their deliberately misspelled money spinners. They thought it was a joke. Chas thought it was a number one. Chas was right.

The year that had begun on stage at the Wolverhampton Civic Hall ended with them at number one. They got the good news while playing the Melody Rooms in Norwich. The cover versions were gradually dropped from the set. They no longer had need of them because they soon had quite enough hits of their own, a string that would eventually make them Britain's most popular band since the Beatles. Unlike the Beatles, the more records they sold the more shows they played. They began all over again on New Year's Day 1972 at the Cambridge Corn Exchange, and this time played more than 150 shows. Hit records were all very well but the heart of the music business – and, at the beginning of 1971, the money – was in playing live.

Nombre d'autres groupes connurent un parcours similaire en 1971, traînant à l'arrière de Ford Transit mal entretenues où le passage de roue faisait office d'oreiller, se soulageant dans des bouteilles de lait, faisant les mots croisés du *NME* avec un crayon d'hôtel mal taillé, rêvant d'un menu Wimpy froid avec des frites, cherchant les points faibles de chacun et les exploitant sans pitié, risquant souvent leur vie en la mettant entre les mains d'un chauffeur qui roulait un verre dans le nez, sans ceinture de sécurité. Le groupe de folk rock britannique Fairport Convention avait d'ailleurs été impliqué dans un accident en mai 1969 lors de son retour à Londres après un concert au Mothers à Birmingham. Le conducteur s'était endormi, la camionnette avait quitté la route et deux passagers (leur batteur de dix-neuf ans Martin Lamble et une amie, Jeannie Franklyn) avaient été tués.

Fin octobre, Slade entra dans les Command Studios de Piccadilly à Londres et enregistra cette série de chansons, désormais bien rodée, pour le disque devenu *Slade Alive!*. À ce moment-là, ils avaient déjà rencontré le succès avec « Get Down And Get With It », où la voix stridente de Noddy était à la limite du comique, mais qui convenait parfaitement à l'art subtil des chanteurs de salles de bain, un sport dans lequel la Grande-Bretagne était et reste le numéro un.

L'étape suivante consistait à faire entrer l'énergie des *lives* dans le studio et à la rendre prête pour la consommation. À l'instar de Brian Epstein qui harcelait Lennon et McCartney pour qu'ils s'associent, et d'Andrew Oldham qui enfermait Jagger et Richards dans une pièce avec une série d'instructions pour composer, Chas Chandler insista pour que Holder et Lea écrivent la suite. Lea le prit au mot et se pointa, avec son violon, à Walsall au HLM où Noddy vivait avec ses parents. En une demi-heure, ils avaient écrit « Coz I Luv You », le premier de leurs succès commerciaux, délibérément mal orthographié. Ils pensaient que c'était ridicule. Chas pensait que c'était un tube. Chas avait raison.

L'année qui avait commencé pour Slade sur la scène du Wolverhampton Civic Hall se termina avec eux en tête des hit-parades. Ils apprirent la bonne nouvelle en jouant au Melody Rooms de Norwich. Ils abandonnèrent progressivement les reprises. Ils n'en avaient plus besoin, car ils eurent rapidement assez de tubes à eux, des tubes qui allaient finalement faire d'eux le groupe britannique le plus populaire depuis les Beatles. Contrairement aux Beatles, plus ils vendaient de disques, plus ils donnaient de concerts. Ils remirent ça dès le jour de l'an 1972 au Cambridge Corn Exchange, et cette année-là, ils donnèrent plus de 150 concerts. Les disques à succès, c'était bien, mais le cœur de l'industrie musicale et, au début de 1971, la première source de revenus, c'était les concerts.

At the same time as Slade were starting out on their 150 dates the rising progressive group Yes were also trying to make their way via an apparently different route. They had recently finished recording their third album, *The Yes Album*. This record would be released in February, by which time they would have been playing the songs from it on stage for fully six months.

Yes were one of the first rock groups to build their career on the virtues of practice. Their growing live reputation was predicated on the fact that they didn't record anything that they couldn't play and, more impressively, sing on stage, without any help from technology. They were big favourites of BBC radio producers at the time because they could be relied on to turn up, set up and record three tunes in three hours, which is what a session with the corporation, the one route to wider exposure, demanded.

Although the record company Atlantic had not got involved in its making, *The Yes Album* was the record that had to pay back in order to ensure that their deal was renewed. Yes were one of a number of long-haired groups who had been picked up in a sweep conducted by Atlantic's Ahmet Ertegun when he recognized that the future was likely to be both album-shaped and white in colour. Ertegun had used his roots music calling card to sign Crosby, Stills & Nash, Iron Butterfly, Cream and many other groups he didn't really pretend to understand. He was a businessman who was smart enough to conceal the fact.

The repertoire of Yes, who had come together in London in 1968, had begun with what they would have called 'cover versions' of songs like 'Something's Coming' from *West Side Story* and the Beatles' 'Every Little Thing'. Then they had moved on to their own compositions, all of which involved a bewildering number of notes. Where Slade aspired to simplicity, Yes craved complexity. Their records were full of alarming stops and starts, unaccompanied choral pieces that would lurch without warning into break-neck instrumental gallops, sub-sections indicated by Latin numerals that begged to be compared to Tchaikovsky and lyrics that had to be celestial poetry because they clearly made no earthly sense.



Au moment même où Slade attaquait ses 150 dates, le groupe progressif Yes, en pleine ascension, avait visiblement choisi une voie différente pour se faire un nom. Ils venaient de terminer l'enregistrement de leur troisième album, *The Yes Album*. Quand le disque sortit, en février, cela faisait déjà six mois qu'ils jouaient ces morceaux sur scène.

Yes fut l'un des premiers groupes de rock à construire sa carrière sur la vertu des répétitions. Leur réputation grandissante sur scène reposait sur le fait qu'ils n'enregistraient rien qu'ils ne pouvaient pas jouer et, plus impressionnant encore, qu'ils ne pouvaient chanter sur scène sans aucune assistance technologique. À l'époque, ils étaient les chouchous des producteurs radio de la BBC, car on pouvait compter sur eux pour venir, monter et enregistrer trois morceaux en trois heures, ce qu'exigeait une session avec la BBC, la seule voie qui garantissait une plus grande visibilité.

Bien que la maison de disques Atlantic n'ait pas été impliquée dans la conception du *The Yes Album*, pour le groupe, le renouvellement de leur contrat dépendait du succès de ce disque. Yes était l'un des nombreux groupes aux cheveux longs qui avaient été repérés lors d'un ratissage mené par Ahmet Ertegün d'Atlantic après qu'il avait compris que l'avenir de la musique passerait probablement par les albums et par des musiciens caucasiens. Ertegün avait joué la carte de la musique roots pour signer Crosby, Stills & Nash, Iron Butterfly, Cream et bien d'autres groupes qu'il ne prétendait pas vraiment comprendre. C'était un homme d'affaires assez intelligent pour le dissimuler.

Le répertoire de Yes, groupe formé à Londres en 1968, était composé au départ de ce qu'ils auraient appelé des « reprises » de chansons comme « Something's Coming » de West Side Story et « Every Little Thing » des Beatles. Ensuite, ils passèrent à leurs propres compositions, qui comportaient toutes un nombre ahurissant de notes. Là où Slade aspirait à la simplicité, Yes recherchait la complexité. Leurs musiques étaient remplies de départs et d'arrêts fulgurants, de chants de chorale a capella qui s'emballaient sans transition dans des galops instrumentaux effrénés, de sous-sections indiquées par des chiffres latins qui ne demandaient qu'à être comparées à Tchaïkovski et de paroles qui devaient être de la poésie céleste, car elles n'avaient pas de sens en ce bas monde.

The only way Yes's music could be quarried from their seething imaginations and brought into the open air was by rehearsing and recording it in short sections, often as brief as thirty seconds. These would then be edited together with the next section – a labour requiring almost monkish dedication given the rudimentary technology available at the time. When a track was finally razored and spliced into place the five musicians would take a deep breath and learn to play it from the finished record. This was a complete reversal of the way things had been done since the invention of recorded sound. Even the bleakest bebop and the most avant-garde classical music had not gone to the same trouble as the practitioners of this new progressive rock.

In January 1971 Yes joined a European package tour called The Age of Atlantic, which was an indication of how keen Ertegun was to brand his company as the home of the new rock. Bottom of the bill was a jazz-rock band called Dada (who would later become Vinegar Joe); top of the bill was the American heavy act Iron Butterfly. Yes came in between and stole the show with their epic unpacking of Paul Simon's 'America'. Iron Butterfly were on their last legs by then and decided to break up at the end of the tour. This meant they were looking for a buyer for their PA system, which had impressed the members of Yes because it involved such undreamt-of refinements as monitors, which enabled the band to actually hear for the first time what they were playing. Since they now had management, via the film company Hemdale, they could afford to make the investment and their reputation for polished performance consequently grew.

Their new personal manager was Brian Lane, who was conversant with the dark arts of record plugging. When *The Yes Album* appeared in early February it sold respectably in most places and healthily in the head shops. Because there was a postal strike for the first two months of the year the record shops couldn't make their traditional returns so the Virgin Chart, which briefly had Yes at number one thanks to the unscientific preferences of shop staff and the promptings of Lane, got more profile than usual. To their chagrin it wasn't enough to get them on the 'album spot' that the BBC's weekly chart show *Top of the Pops* was offering as a sop to the burgeoning market for long-players.

La seule façon d'extraire la musique de Yes de leur imagination bouillonnante et de la mettre au jour était via la répétition et l'enregistrement de courtes sections, ne dépassant souvent pas les trente secondes. Celles-ci étaient ensuite mises bout à bout avec la section suivante, un travail qui exigeait un dévouement presque monacal, compte tenu de la technologie rudimentaire disponible à l'époque. Lorsqu'un morceau était enfin réalisé et monté, les cinq musiciens prenaient une grande respiration et apprenaient à le jouer à partir du résultat enregistré. C'était un contre-pied complet par rapport à la manière dont les choses étaient faites depuis l'invention de l'enregistrement sonore. Même le bebop le moins réjouissant ou la musique classique la plus avant-gardiste ne s'étaient pas donné autant de mal que les praticiens de ce nouveau rock progressif.

En janvier 1971, Yes participa à une tournée européenne intitulée *The Age of Atlantic*, un nom qui trahissait l'ambition d'Ertegun de faire de sa société le berceau du nouveau rock. En bas de l'affiche se trouvait un groupe de jazz-rock appelé Dada (qui deviendrait plus tard Vinegar Joe) ; en tête d'affiche se trouvait le groupe de heavy américain Iron Butterfly. Yes se glissa entre les deux et vola la vedette avec sa version épique de « America » de Paul Simon. Iron Butterfly était alors à bout de souffle et décida de se séparer à la fin de la tournée. De ce fait, ils cherchaient donc un acheteur pour leur système de sonorisation. Celui-ci avait impressionné les membres de Yes, car il comportait des améliorations inimaginables comme des moniteurs de studio, qui permettaient au groupe d'entendre pour la première fois ce qu'ils jouaient. Comme ils avaient désormais l'appui d'une direction, via la société de production cinématographique Hemdale, ils pouvaient se permettre d'investir. Par la suite, leur réputation de musiciens aux prestations impeccables ne fit que grandir.

Leur nouvel impresario était Brian Lane, versé dans les arts occultes de l'enregistrement. Lorsque *The Yes Album* sortit début février, il se vendit correctement dans la plupart des magasins et très bien dans les grandes enseignes. En raison d'une grève de la poste pendant les deux premiers mois de l'année, les disquaires ne purent pas faire leurs traditionnels bilans, si bien que le Virgin Chart, qui plaça brièvement Yes en première position grâce aux préférences irrationnelles du personnel des magasins de disques et aux incitations de Lane, permit au groupe d'être plus médiatisé que d'habitude. À leur grand regret, cela ne suffit pas à en faire « l'album du moment<sup>22</sup> » que l'émission hebdomadaire musicale de la BBC *Top of the Pops* proposait pour soutenir le marché florissant des 33 tours.

---

<sup>22</sup> « Album spot. »

Even for nationally known names January 1971 was primarily about keeping a packed date book. Pink Floyd went into Abbey Road at the beginning of the month to begin recording *Meddle* but still ventured out at weekends to play universities. They would load up their equipment at Abbey Road and then head out to play the Student Union Bar at Farnborough, the Theatre at St Mary's College in Strawberry Hill, Lecture Block 6 & 7 at the University of Essex, wherever they could earn enough money to pay themselves and their crew.

In 1971, despite the massive publicity given to festivals at Woodstock and the Isle of Wight, live rock music was still a minority taste. Music business veteran Andy Murray lived in the northern town of Carlisle, which at the time had a population of seventy thousand, and remembers, 'If you went to see a rock band in that area in those days you would see the other fifty people who were also interested in seeing rock bands. You'd even nod to them after a while. If you went to see Greenslade one week and then Jethro Tull the next it would be the same fifty people. They were mainly blokes and they were mainly wearing army surplus greatcoats.'

They would also be readers of the weekly music press, about to enter its golden age. The leading UK title was the *Melody Maker*, which had traded its traditional support of jazz musicians for a similarly workmanlike focus on rock. Its life blood was its live news and listings pages, which were literally the only way a rock fan in Carlisle would have any idea that Rory Gallagher was likely to play in town. If you sat across a railway carriage from somebody else reading the music press you would know that you were both members of an alternative society with secrets the straight world simply couldn't hope to decipher.

Universities were an increasingly popular place to play, not least because they had halls big enough to be able to cater to the demand. The most prestigious of them, Leeds, had the advantage over the local Victorian town hall of being able to accommodate two thousand people in its refectory. Students wishing to see the Who, Led Zeppelin or the Rolling Stones, all of whom played that room in 1971, had to do their drinking in the bar downstairs before joining the audience upstairs. The pubs would be shut at 10.30, which was long before the show finished.

Même pour les plus grands, la priorité en janvier 1971 était d'avoir un agenda bien rempli. Pink Floyd se rendit à Abbey Road au début du mois pour commencer l'enregistrement de *Meddle*, mais sortait quand même le week-end pour jouer dans les universités. Ils chargeaient leur équipement à Abbey Road, puis partaient jouer au Student Union Bar de Farnborough, au théâtre du St Mary's College à Strawberry Hill, aux amphithéâtres 6 et 7 de l'université de l'Essex, partout où ils pouvaient gagner assez d'argent pour eux et leur équipe.

En 1971, malgré la publicité massive autour des festivals de Woodstock et de l'île de Wight, la musique rock *live* était encore peu populaire. Le vétéran de l'industrie musicale Andy Murray vivait dans la ville de Carlisle, au nord du pays, qui comptait alors soixante-dix mille habitants, et il se souvient : « Si vous alliez voir un groupe de rock dans cette région à l'époque, vous croisiez les cinquante autres personnes qui étaient également intéressées par les groupes de rock. Au bout d'un moment on finissait même par se saluer d'un signe de tête. Si vous alliez voir Greenslade une certaine semaine et ensuite Jethro Tull la semaine suivante, c'était les mêmes cinquante personnes. C'était surtout des mecs et ils portaient principalement des parkas rachetées à l'armée. »

C'était aussi des lecteurs de la presse musicale hebdomadaire, en passe d'entrer dans son âge d'or. La revue phare du Royaume-Uni était le *Melody Maker*, qui avait troqué son soutien traditionnel aux musiciens de jazz pour se concentrer avec la même rigueur sur le rock. Sa force résidait dans sa section actualité et ses annonces, qui étaient littéralement le seul moyen pour un fan de rock à Carlisle de savoir que Rory Gallagher allait probablement jouer en ville. Si dans le train, vous étiez assis en face de quelqu'un qui lisait aussi la presse musicale, vous saviez que vous faisiez tous deux partie d'une société alternative dont les secrets étaient tout simplement indéchiffrables aux yeux du monde conventionnel.

Les universités étaient un lieu de plus en plus populaire pour jouer, notamment parce qu'elles disposaient de salles suffisamment grandes pour pouvoir répondre à la demande. La plus prestigieuse d'entre elles, Leeds, avait l'avantage par rapport à l'hôtel de ville local au style victorien de pouvoir accueillir deux mille personnes dans son réfectoire. Les étudiants souhaitant voir les Who, Led Zeppelin ou les Rolling Stones, qui jouèrent tous dans cette salle en 1971, devaient prendre leur verre dans le bar en bas avant de rejoindre le public en haut. Les pubs fermaient à 22h30, c'est-à-dire bien avant la fin du concert.

Most of that audience sat cross-legged, often feeling the chill imprint of the parquet floor through the thin seat of their cheap mail-order loon pants, an item of clothing so snug it made no allowance whatsoever for the gender of its wearer. Outside the charmed circle of the bohemian enclaves of London and the alternative press, drugs were available only to those who had the budget to afford them and the contacts through which to secure them. Hence audiences were overwhelmingly sober.

Student audiences were also obedient. Despite the ferment that had been taking place at Berkeley, the Sorbonne and Hornsey College of Art, they were still inclined to accept authority, possibly in the knowledge that they would soon be wielding it themselves. They transferred their habit of deference to rock musicians, who were accorded unquestioning respect to the extent that the audience's interest in them seemed to start and finish when they walked on and off the stage. Stage invasions were entirely unknown and in most cases it wasn't considered necessary to post a guard to keep 'fans' (not the word they would have used) from getting backstage and pressing themselves on the performers, either for a photograph, which they would have had no means to take, or an autograph, for which they would have had no merchandise to be inscribed.

Smokey, odiferous, uncomfortable, usually cold, unleavened by mood enhancers and often ended by a walk home after the last bus, as an evening of entertainment live rock had little to recommend it beyond the music. It was, however, the place where the music happened. Material was developed and polished on the road in front of audiences. Pink Floyd had entered Abbey Road in January with no material. It was only when they got in front of student audiences that spring that they began to whip new tunes like 'Echoes' into shape.

At the same time Neil Young, who had peeled off from Crosby, Stills, Nash & Young after their tour of the previous year, was on a solo tour of the US and Canada, during which he played a set of songs which would become famous once he'd recorded them for *Harvest*.

La plupart des spectateurs étaient assis les jambes croisées et sentaient souvent le parquet froid au travers de leur pantalon pattes d'éléphant bon marché acheté par correspondance, un vêtement si moulant qu'il ne faisait aucune concession au genre de son porteur. En dehors du cercle fermé et privilégié des bohémiens de Londres et de la presse alternative, les drogues n'étaient accessibles qu'à ceux qui en avaient les moyens et qui avaient les contacts pour les obtenir. C'est pourquoi le public était en grande majorité sobre.

Le public étudiant était également docile. Malgré les tensions qui s'étaient manifestées à Berkeley, à la Sorbonne et au Hornsey College of Art, les étudiants étaient toujours enclins à accepter l'autorité, probablement parce qu'ils savaient qu'ils l'exerceraient bientôt eux-mêmes. Ils reportèrent leur déférence sur les musiciens de rock, auxquels ils accordaient un respect aveugle et un intérêt certain quand ils étaient sur scène. Les invasions de scènes étaient un phénomène totalement inconnu et dans la plupart des cas, il n'était pas jugé nécessaire de poster un garde pour empêcher les « fans » (ce n'est pas le mot qu'ils auraient utilisé) d'entrer dans les coulisses et de se ruer sur les artistes, que ce fût pour une photo (mais avec quel appareil ?) ou un autographe (mais sur quel produit dérivé ?).

Enfumée, mal odorante, inconfortable, généralement froide, sans chauffeur de salle, et se soldant souvent par un retour chez soi à pied après le dernier bus, une soirée à un concert rock n'avait pas grand-chose à proposer en dehors de la musique. Cependant, c'était là que ça se passait. La musique était créée et figulée en tournée face au public. Pink Floyd était entré dans les studios d'Abbey Road en janvier sans aucun morceau. Ce ne fut qu'au printemps, lorsqu'ils se retrouvèrent devant un public d'étudiants, qu'ils commencèrent à mettre en forme de nouveaux morceaux comme « Echoes ».

Au même moment, Neil Young, qui avait quitté Crosby, Stills, Nash & Young après leur tournée de l'année précédente, effectuait une tournée en solo aux États-Unis et au Canada. Au cours de celle-ci, il avait joué une série de chansons qui allaient devenir célèbres après les avoir enregistrées pour *Harvest*.

Elton John, who was being acclaimed as a big star in the United States, still played the last night of Mothers, a club above a furniture shop in Birmingham. The Who played a series of shows at the Young Vic, which were supposed to be filmed for *Lifthouse*, which was intended to be Pete Townshend's next grand project after *Tommy*. The road was how you paid the rent. Royalties weren't yet the main revenue stream of the music business.

This was something that even the former members of the Beatles were coming to realize in January 1971. Although Paul McCartney had issued his writ to dissolve the group's partnership in London, the centre of activity for the members of the group was New York. John Lennon had made himself scarce by going to Tokyo, ostensibly because Yoko was trying to get access to her daughter Kyoko, but also because he knew it would be best to be out of the way before 21 January, when his interview with *Rolling Stone*'s Jann Wenner was published.

The main thrust of this interview, which was itself the culmination of primal scream therapy with Arthur Janov, was three-fold: his new album, *Plastic Ono Band*, was the best thing he'd ever done, Yoko Ono was the only true artist, and everything else, and the Beatles in particular, was 'bullshit'.

Paul McCartney was in New York when the interview appeared, recording at Columbia Studios, ostensibly with his wife Linda although the hired session musicians were in no doubt that only one person was in charge. George Harrison was also in town, avoiding Lennon, who was making unkind remarks about *All Things Must Pass*, which was at the top of the US charts, where John wished to be.

What the former Beatles were discovering – and the court case which got under way in London that month would bring into sharper focus – was that none of them could simply walk away from the group. They were connected by a partnership agreement which they'd entered into just before Brian Epstein's death, and locked into a management agreement with Allen Klein, who derived his power from the fact that he represented them as an entity, and from the fact that all their individual album releases, which to some ears appeared to be intended as darts aimed at each other, came out on their label Apple, which they owned jointly. It was a pretty mess, and wholly without precedent.



Elton John, acclamé comme une grande star aux États-Unis, jouait encore au Mothers pour la dernière soirée du club, qui était situé au-dessus d'un magasin de meubles à Birmingham. Au Young Vic, les Who jouaient une série de spectacles qui étaient censés être filmés pour ce qui devait être le prochain grand projet de Pete Townshend après *Tommy* : *Lifefhouse*. Pour payer le loyer, il fallait faire des tournées. Les royalties n'étaient pas encore la principale source de revenus de l'industrie musicale.

C'est une chose que même les anciens membres des Beatles commençaient à comprendre en janvier 1971. Même si Paul McCartney avait proclamé la dissolution du groupe à Londres, le centre d'activité des membres du groupe se situait à New York. John Lennon se faisait rare, car il était parti à Tokyo, officiellement parce que Yoko cherchait à voir sa fille Kyoko, mais aussi parce qu'il savait qu'il valait mieux être hors de portée pour le 21 janvier, date à laquelle son interview avec Jann Wenner de *Rolling Stone* serait publiée.

L'idée maîtresse de cette interview, qui était elle-même le point culminant de la thérapie par le cri primal d'Arthur Janov, était triple : son nouvel album, *Plastic Ono Band*, était la meilleure chose qu'il avait jamais faite ; Yoko Ono était la seule véritable artiste, et tout le reste, les Beatles en particulier, c'était de la « connerie ».

Paul McCartney se trouvait à New York lorsque l'interview fut publiée. Il enregistrerait aux studios Columbia, ouvertement en compagnie de sa femme Linda. Néanmoins, les musiciens de studio savaient très bien qu'il n'y avait qu'une personne qui tenait les rênes. George Harrison était également à New York ; il évitait Lennon, qui faisait des remarques désobligeantes sur *All Things Must Pass*, alors au sommet des *charts* américains, là où John voulait être.

Ce que les ex-Beatles découvraient, et que le procès en cours à Londres ce mois-là allait mettre davantage en lumière, était qu'aucun d'entre eux ne pouvait simplement quitter le groupe. Ils étaient liés par un accord de partenariat qu'ils avaient conclu juste avant la mort de Brian Epstein et par un accord de gestion avec Allen Klein. Ce dernier tirait son pouvoir du fait qu'il les représentait en tant qu'entité et du fait que tous leurs albums individuels, qui pour certaines oreilles semblaient être des piques lancées les uns aux autres, sortaient sur leur label Apple, qu'ils possédaient conjointement. C'était un beau bazar, totalement inédit.

Furthermore, they didn't have as much money as they'd expected to have. When their music publisher Dick James had sold his company in 1969 they were unable to afford to bid. The record business the Beatles had dominated during the sixties had been tiny compared to what it was about to become. Teenagers were growing into young adults and taking their teenage enthusiasms with them. Singles sales were turning into album sales. Cents were becoming dollars. The kind of deal Epstein had done nearly a decade earlier seemed like chicken feed next to what Peter Grant was negotiating on behalf of his clients Led Zeppelin. The plates were shifting.

Although Klein had built his reputation on his ability to get back royalties out of reluctant record companies, the big money was in advances, and that had to mean looking forward, not back. Which is why when McCartney met Harrison in New York in January and said, 'Look, George, I want to get off the Apple label,' Harrison came back with a line that perfectly encapsulates the sadness and venom that had brought the greatest group of all to an end: 'You'll stay on the fucking label. Hare Krishna.'

At the same time as the former Beatles were fighting over the spoils of the previous decade in New York, long-playing records were being completed elsewhere whose sales in the new decade would dwarf the ones the Beatles had managed, in the process creating a whole new industry with a whole new way of doing things. One of them was being made in California by a woman the Beatles had long admired, a woman who had hardly ever appeared in public and whose music seemed as far as it was possible to get from the tortured virtuosity of Yes, the deeply thought-out self-mythologizing of Bruce Springsteen, the holiday camp jollity of Slade and the volume of all of them. That woman didn't particularly mean to, but she invented the album business.

De plus, ils n'avaient pas autant d'argent qu'ils l'avaient espéré. Lorsque leur éditeur musical Dick James vendit sa société en 1969, ils ne pouvaient pas se permettre d'enchérir sur le prix demandé. L'industrie du disque que les Beatles avaient dominée dans les années 60 était minuscule par rapport à ce qu'elle était sur le point de devenir. Les adolescents devenaient de jeunes adultes et emportaient avec eux leur enthousiasme. Les ventes de singles se transformaient en ventes d'albums. Les cents devenaient des dollars. Le genre de contrat qu'avait conclu Epstein près de dix ans plus tôt ressemblait à du pipi de chat à côté de ce que Peter Grant négociait au nom de ses clients Led Zeppelin. La roue était en train de tourner.

Bien que Klein ait bâti sa réputation sur sa capacité à récupérer les royalties des maisons de disques réticentes, le gros des montants provenait des avances, et cela voulait dire regarder vers l'avenir et non le passé. C'est pourquoi, lorsque McCartney rencontra Harrison à New York en janvier et lui dit : « Écoute, George, je veux me retirer du label Apple », Harrison répondit avec une phrase qui résume parfaitement la tristesse et l'animosité qui mirent fin au plus grand groupe de tous les temps : « Tu vas rester sur ce putain de label. Hare Krishna. »

Au moment où les anciens Beatles se battaient pour le butin de la décennie précédente à New York, des 33 tours étaient en cours de réalisation ailleurs. Les ventes de ceux-ci, au cours de la nouvelle décennie, allaient écraser celles des Beatles, créant ainsi une toute nouvelle industrie avec de tout nouveaux codes. L'un de ces 33 tours était en train d'être réalisé en Californie par une femme que les Beatles admiraient depuis longtemps. Une femme qui n'était pratiquement jamais apparue en public et dont la musique semblait aussi éloignée que possible de la virtuosité torturée de Yes, de l'automythologisation préméditée de Bruce Springsteen, de la gaieté digne des camps de vacances de Slade et du volume de leur musique. Cette femme n'en avait pas réellement l'intention, mais elle inventa l'industrie de l'album.

## **JANUARY PLAYLIST**

George Harrison, "My Sweet Lord"

Slade, "Get Down And Get With It"

Van Morrison, "Domino"

Yes, "America"

Elton John, "Your Song"

John Lennon, "Working Class Hero"

Dave Edmunds, "I Hear You Knocking"

Status Quo, "In My Chair"

Badfinger, "No Matter What"

T. Rex, "Ride A White Swan"

## **PLAYLIST DE JANVIER**

George Harrison, « My Sweet Lord »

Slade, « Get Down and Get With It »

Van Morrison, « Domino »

Yes, « America »

Elton John, « Your Song »

John Lennon, « Working Class Hero »

Dave Edmunds, « I Hear You Knocking »

Status Quo, « In My Chair »

Badfinger, « No Matter What »

T. Rex, « Ride a White Swan »

## FEBRUARY: I FEEL THE EARTH MOVE

Jim McCrary was the house photographer for A&M Records in Hollywood, California in 1971. It was a sweet gig. It wouldn't make a man rich but no two days were the same. Any time A&M needed a picture of one of the company's artists Jim would be sent along. A&M, which had been started in the previous decade by musician Herb Alpert and his business partner Jerry Moss, was a happening label at the time. McCrary had taken the famous pictures of the Flying Burrito Brothers in their Nudie suits that appeared on the cover of their first album. He had photographed Richard and Karen Carpenter on a sailboat on Lake Tahoe. He had captured the muscle-flexing pose of Joe Cocker in the picture that became the brand of *Mad Dogs & Englishmen*.

On 27 January Jim drove to Appian Way, a residential street in Laurel Canyon in the hills above Sunset Boulevard. His assignment that day was to photograph the woman who lived with her two young daughters at number 8815. She was one of the many New Yorkers who had moved to the West Coast around the turn of the decade to get away from a city that seemed grimy, crime-ridden and in irreversible decline. Moving to California meant she and her daughters could enjoy some sunshine while working in a recording industry that was similarly stepping westward.

Carole King wasn't natural photographic material. Twenty-eight years old, snub-nosed, freckly and frizzy-haired, she had prepared herself for McCrary's lens by putting on a sensible pullover and jeans, much as she would have done had she been weeding the garden. Although she had been in the music business for thirteen years by 1971, this had mostly been in a capacity that didn't have much call for having her picture taken. She had little interest in or flair for glamour. She was fond of remarking, even then, that she was at heart a middle-aged Jewish lady from Brooklyn. When McCrary called she was in the middle of a tapestry.

They tried various shots around the house, then McCrary asked if he could move King's cat Telemachus into the frame. The cat was placed on a cushion on the window-seat in front of King who was holding her tapestry. It provided a nice domestic note.

## FÉVRIER: I FEEL THE EARTH MOVE

Jim McCrary était le photographe attitré de A&M Records à Hollywood, Californie, en 1971. C'était un super boulot. Ça ne faisait pas de lui un homme riche, mais chaque journée était différente. Chaque fois que A&M avait besoin d'une photo d'un de ses artistes, Jim était envoyé. A&M, qui avait été fondée en 1962 par le musicien Herb Alpert et son partenaire Jerry Moss, était à l'époque un label branché. McCrary avait pris les célèbres photos des Flying Burrito Brothers dans leurs costumes Nudie qui figuraient sur la couverture de leur premier album. Il avait photographié Richard et Karen Carpenter sur un voilier au lac Tahoe. Il avait capturé la pose musclée de Joe Cocker dans la photo qui devint la marque de fabrique de *Mad Dogs & Englishmen*.

Le 27 janvier, Jim se rendit à Appian Way, une rue résidentielle de Laurel Canyon dans les collines au-dessus de Sunset Boulevard. Sa mission ce jour-là était de photographier la femme qui vivait avec ses deux jeunes filles au numéro 8815. Elle faisait partie des nombreux New-Yorkais à avoir déménagé sur la côte ouest au début de la décennie pour s'éloigner d'une ville sur le déclin, ravagée par la saleté et la criminalité. En s'installant en Californie, elle et ses filles pouvaient profiter du soleil tout en travaillant au sein de l'industrie du disque qui se déplaçait elle aussi vers l'ouest.

À vingt-huit ans, Carole King n'était pas un modèle naturellement photogénique avec son nez retroussé, ses cheveux frisés et ses taches de rousseur. Elle s'était préparée pour l'objectif de McCrary en enfilant un pull et un jean confortables, comme elle l'aurait fait pour jardiner. En 1971, malgré ses treize ans d'expérience, rien n'avait justifié qu'elle soit prise en photo. Elle n'avait que peu d'intérêt ou de flair pour le glamour. Elle aimait déjà faire remarquer, même à l'époque, qu'au fond elle n'était rien de plus qu'une juive d'âge mûr provenant de Brooklyn. Quand McCrary appela, elle était en train de réaliser une tapisserie.

Ils essayèrent plusieurs plans dans la maison, puis McCrary demanda s'il pouvait mettre le chat de King, Telemachus, dans le cadre. Il plaça le chat sur un coussin, au-dessus de la banquette contre la fenêtre, en face de King qui tenait sa tapisserie. Cela donnait un côté plus intime.

McCrary went back to the office fairly satisfied with his work and unaware he had shot a cover that would prove more famous, more popular and more ubiquitous than everything else he had photographed put together. The presence of the cat helped the picture strike a note of calm, warmth and domesticity, a note that chimed perfectly with the music on the record inside that cover. It was an album destined to sell in quantities nobody had previously thought possible.

*Tapestry*, the album that recalibrated the record business, was made the old-fashioned way, in just five three-hour sessions in January 1971. It was recorded in a building on Hollywood Boulevard that had once been the home of Charlie Chaplin Productions. There were three studios at A&M on the corner of Sunset and La Brea. They were all busy that month: Joni Mitchell was in the small one, recording the songs that would make up *Blue*; Richard and Karen Carpenter were in the biggest one, recording the songs that would comprise their best-selling third album *Carpenters*; and in the middle one was this refugee from New York's Tin Pan Alley who had written plenty of hits for other people but had not had any major success on her own and not yet established herself as a performer. There was no particular reason to suspect that what was going on in Studio B would come to be seen as more significant than what was happening on either side.

Carole King's real name was Carol Klein. She had married her chemistry student boyfriend Gerry Goffin while still in her teens. That's what girls did in the early sixties upon finding themselves pregnant. She and her husband wrote hits together for a major song factory called Aldon Music. She'd subsequently divorced Goffin, who had taken acid with predictable consequences for his mental health, and relocated, with her two young daughters, to California.

King could afford a certain amount of independence because her credit was on songs such as 'Will You Love Me Tomorrow', 'Up On The Roof', 'The Locomotion', 'Pleasant Valley Sunday', '(You Make Me Feel Like A) Natural Woman', 'Going Back' and 'Wasn't Born To Follow'.



McCrary retourna à son bureau assez satisfait de son travail, loin de se douter qu'il avait pris la photo d'une pochette qui deviendrait plus célèbre, plus populaire et plus répandue que tout ce qu'il avait photographié jusqu'alors. La présence du chat apporta à la photo un côté calme, chaleureux et intime, en parfaite harmonie avec la musique que contenait cette pochette. C'était un album destiné à se vendre dans des quantités que personne n'avait crues possibles auparavant.

*Tapestry*, l'album qui redéfinit l'industrie du disque, fut réalisé à l'ancienne, en seulement cinq sessions de trois heures en janvier 1971. L'enregistrement eut lieu dans un immeuble sur Hollywood Boulevard qui avait autrefois été le siège des Charlie Chaplin Productions. A&M comptait trois studios à l'angle de Sunset Boulevard et de l'avenue La Brea. Ils étaient tous occupés ce mois-là : Joni Mitchell était dans le petit pour enregistrer les chansons qui allaient faire partie de son album *Blue* ; Richard et Karen Carpenter étaient dans le plus grand pour enregistrer les chansons qui allaient constituer leur troisième album, le plus vendu, *Carpenters* ; et dans celui du milieu se trouvait cette réfugiée de la Tin Pan Alley<sup>23</sup> de New York qui avait écrit de nombreux tubes pour d'autres artistes, mais ne comptait aucun succès majeur dans son répertoire et ne s'était pas encore imposée comme interprète. Rien n'indiquait que ce qui se passait dans le Studio B deviendrait plus important que ce qui se passait dans les autres.

Le vrai nom de Carole King était Carol Klein. Elle avait épousé son petit ami Gerry Goffin, étudiant en chimie, alors qu'elle était encore adolescente. C'était ce que faisaient les filles au début des années soixante lorsqu'elles se retrouvaient enceintes. Elle et son mari écrivaient des tubes ensemble pour une grande usine de la chanson, Aldon Music. Ensuite, elle avait divorcé de Goffin, qui avait pris de l'acide et en avait subi les conséquences prévisibles sur sa santé mentale, et avait déménagé, avec ses deux petites filles, en Californie.

King pouvait se permettre un certain degré d'indépendance, car elle était créditée sur des chansons telles que « Will You Love Me Tomorrow », « Up On The Roof », « The Locomotion », « Pleasant Valley Sunday », « (You Make Me Feel Like A) Natural Woman », « Going Back » et « Wasn't Born to Follow ».

---

<sup>23</sup> Littéralement « l'allée des casseroles en métal », *Tin Pan Alley* était le surnom donné à une portion de la 28<sup>e</sup> Rue à New York (entre la 5<sup>e</sup> Avenue et Broadway) où étaient concentrés de nombreux éditeurs, compositeurs et auteurs depuis la fin du 19<sup>e</sup> siècle jusqu'au milieu du 20<sup>e</sup> siècle. C'est là qu'est née la première industrie de la musique populaire américaine.

Of all the songwriters who had laboured in the mills of Broadway's Brill Building, among whom were such fabled mechanics of the heart as Cynthia Weil and Barry Mann, Neil Sedaka, Neil Diamond, Howie Greenfield and Paul Simon, none was more admired than this undemonstrative young woman.

Like the Beatles, King was a triple threat: she could write, arrange and sing. Lou Adler knew how good she was. He was the producer at the board for those five days at A&M. Adler was a Chicago-born record business man who had worked with Sam Cooke and guided the career of the Mamas and Papas. He had sold his record company Dunhill to ABC and now he'd started another one called Ode, which he'd licensed to the larger independent A&M Records. Before growing his hair and promoting the Monterey Pop Festival in 1967, Adler had represented Aldon, the New York music publisher which employed Carole King. He noticed how the record companies to whom he'd sent out King's demos tended to hang on to them to listen to for their own enjoyment. There was clearly something about King's voice.

Adler wanted to make a record with that demo quality, a record that felt like a portrait of a woman at work. He wanted the listeners to visualize Carole King sitting at a piano singing just for them. James Taylor had sold a ton of copies of *Sweet Baby James* in 1970 and it wasn't merely because of the quality of the songs. There was also something about his steadfast, modest delivery that appealed to everyone, even soul singers like Marvin Gaye. Adler wanted *Tapestry* to have some of that feeling. The backing instruments were knocked back accordingly so that the finished impression had some of the integrity of a pencil outline. It was not a record that leapt out and collared you. It was a record, like Taylor's, that asked you to lean closer.

The engineer was Hank Cicalo, who had previously worked with Peggy Lee, Vic Damone and the Monkees. Cicalo understood the importance of getting a singer into the right frame of mind. Manipulation of mood was second nature to Hollywood people.

De tous les auteurs-compositeurs qui avaient arpenté les couloirs de l'usine à tubes du Brill Building de Broadway, parmi lesquels se trouvaient des peintures aussi légendaires que Cynthia Weil et Barry Mann, Neil Sedaka, Neil Diamond, Howie Greenfield et Paul Simon, aucun n'était plus admiré que cette jeune femme peu expansive.

Comme les Beatles, King jouait sur trois fronts : elle savait composer, arranger et chanter. Lou Adler savait à quel point elle était douée. Il était un producteur originaire de Chicago. C'était lui le producteur en studio pendant ces cinq jours d'enregistrement chez A&M. Il avait travaillé avec Sam Cooke et dirigé la carrière des Mamas and Papas. Il avait vendu sa maison de disques Dunhill à ABC et en avait créé une autre, Ode, dont il avait cédé la licence à la grande maison de disques indépendante A&M Records. Avant de se laisser pousser les cheveux et de promouvoir le Monterey Pop Festival en 1967, Adler avait représenté Aldon, l'éditeur musical new-yorkais qui employait Carole King. Il avait remarqué que les maisons de disques auxquelles il avait envoyé les démos de King avaient tendance à les garder pour les écouter pour leur propre plaisir. La voix de King avait clairement quelque chose de spécial.

Adler voulait faire un disque de la même qualité que ces démos, un disque qui évoquait le portrait d'une femme au travail. Il voulait que les gens imaginent Carole King assise à un piano chantant juste pour eux. James Taylor avait vendu des tas de copies de *Sweet Baby James* en 1970 et pas seulement pour la qualité des chansons. Sa prestation modeste et déterminée avait aussi quelque chose qui plaisait à tout le monde, même à des chanteurs de soul comme Marvin Gaye. Adler voulait que *Tapestry* dégage cette même impression. Les instruments furent donc mis en retrait pour que le rendu final garde un côté brut. Ce n'était pas un disque qui vous en mettait plein les yeux et vous prenait à la gorge. C'était un disque, comme celui de Taylor, qui vous demandait de tendre l'oreille.

L'ingénieur du son était Hank Cicalo, qui avait déjà travaillé avec Peggy Lee, Vic Damone et les Monkees. Cicalo savait qu'il était important de mettre les chanteurs dans de bonnes dispositions, et la manipulation était une seconde nature chez les gens d'Hollywood.

When Sinatra had recorded at Capitol on Hollywood Boulevard in the sixties they'd placed him on a podium and invited all the secretaries down so that his sessions had the feeling of a club show in front of adoring fans. King, who had never performed live, needed something different. Cicalo turned down the lights, no matter what the time of day, and placed her in such a way that she could have eye contact with the band and conduct them with her head.

Cicalo had avoided the larger Studio A and installed her and drummer Russ Kunkel, guitarist Danny Kortchmar and bassist Charlie Larkey in B, which was more suitable for combos. The best piano was in the smaller Studio C, which had been locked out by Henry Lewy for Joni Mitchell, who was unwilling to give it up. King was so keen to use its distinctive sound that she and the band dashed in there one morning and recorded three tunes, the opener 'I Feel The Earth Move', her own version of '(You Make Me Feel Like A) Natural Woman' and a new one called 'You've Got A Friend'. It took them three hours, which was the standard length of a session as laid down by the musicians union.

The five days of recording were followed by some doubling-up of voices, using the 'sel-sync' technology that allowed artists to overdub without adding layers of tape hiss, the sparing addition of strings, and then mixing and sequencing, something that Adler considered particularly important. Here he was inspired by *Something Cool*, an album made by jazz singer June Christy in 1954. The whole thing was finished in less than three weeks. It cost \$22,000.

Two weeks after McCrary had taken his picture the record was in the stores. It came out in the same week that the Los Angeles area was shaken by the Sylmar earthquake, which killed over sixty people; Britain, which was preparing to join the European Economic Community, said goodbye to pounds, shillings and pence and adopted decimal currency; and *The Yes Album*, Harry Nilsson's *The Point*, Janis Joplin's *Pearl*, Elton John's *Tumbleweed Connection* and the Faces' *Long Player* were all released.

Lorsque Sinatra avait enregistré chez Capitol sur Hollywood Boulevard dans les années soixante, ils l'avaient placé sur un podium et avaient invité toutes les secrétaires à descendre pour que ses sessions aient l'air d'un concert dans un club devant des fans en délire. King, qui ne s'était jamais produite sur scène, avait besoin d'autre chose. Cicalo tamisait l'éclairage, quelle que soit l'heure de la journée, et la plaçait de manière à ce qu'elle voie le groupe et puisse le diriger avec sa tête.

Cicalo avait évité le grand Studio A et l'avait installée en compagnie du batteur Russ Kunkel, du guitariste Danny Kortchmar et du bassiste Charlie Larkey dans le B, plus adapté aux combos. Le meilleur piano se trouvait dans le plus petit des studios, le C, qui avait été fermé et réservé par Henry Lewy pour Joni Mitchell, qui n'était pas disposée à y renoncer. King tenait tellement à utiliser le son distinctif de ce piano qu'elle et le groupe se précipitèrent dans le studio un matin pour enregistrer trois morceaux ; le premier « I Feel The Earth Move » qui ouvrirait l'album, ensuite sa propre version de « (You Make Me Feel Like A) Natural Woman » et un nouveau morceau intitulé « You've Got A Friend ». Ils prirent trois heures, ce qui était la durée standard d'une session telle que définie par le syndicat des musiciens.

Après les cinq jours d'enregistrement, ils passèrent au doublage des voix, grâce à la technologie « sel-sync » qui permettait aux artistes de surimprimer sur la bande sans grésillement. Ensuite, ils ajoutèrent avec parcimonie les cordes, puis ils passèrent au mixage et au séquençage, qu'Adler considérait comme particulièrement important. Dans ce cas-ci, il s'inspira de *Something Cool*, un album réalisé par la chanteuse de jazz June Christy en 1954. Le tout fut bouclé en moins de trois semaines et coûta 22 000 \$.

Deux semaines après que McCrary eut pris sa photo, le disque était en vente. La même semaine, la région de Los Angeles fut secouée par le tremblement de terre de Sylmar, qui fit plus de soixante morts. La Grande-Bretagne, qui se préparait à rejoindre la Communauté économique européenne, disait adieu au shilling et voyait sa livre ainsi que ses pence modifiés pour adopter une monnaie décimale. *The Yes Album*, *The Point* de Harry Nilsson, *Pearl* de Janis Joplin, *Tumbleweed Connection* d'Elton John et *Long Player* des Faces arrivaient tous dans les bacs.

On a break during the sessions young Charlie Larkey, the bass player who was also King's partner, had collared Adler in the corridor.

'What do you think of all this?' asked Larkey, a relative novice.

Adler, the old hand, looked at him and replied with the certainty that senior partners are permitted, 'I think it's going to be the *Love Story* of albums.'

Erich Segal's *Love Story* had been the best-selling book of 1970, and the movie starring Ali McGraw and Ryan O'Neal was the top box office film in January 1971 as *Tapestry* was being wrapped up. Larkey, like most longhairs of the time, shuddered at the parallel with a film that seemed to represent mainstream entertainment. He knew that, unlike *Love Story*, Carole King's album was in no way designed to be a blockbuster. The way it was made seemed to have little in common with a traditional Hollywood smash.

Lou Adler's prediction would turn out to be right. Released in February, *Tapestry* entered the *Billboard* album chart at number seventy-nine on 10 April, with the artist's name listed without the 'e'. Within two weeks it was at thirty-four, by which point they were spelling her name correctly. They would never spell Carole King's name wrong again. *Tapestry* kept on rising until in the week ending 19 June it was the best-selling album in the United States. The fact that they were overhauled by a record by somebody who wasn't a name and who had never even headlined a show (she was still playing piano in her friend James Taylor's band at the time) must have cast a shadow over the days of the artists who suddenly found themselves below her in that top ten, among them the Rolling Stones, Paul McCartney, the Carpenters, Crosby, Stills, Nash & Young, Aretha Franklin and the producers of the soundtrack of *Love Story*.

*Tapestry* had been carried to the top on the back of the popularity of its single 'It's Too Late', which went to number one, and of another of its songs, 'You've Got A Friend', which was also included on *Mud Slide Slim And The Blue Horizon*, the new album by King's friend, touring companion and celebrity patron James Taylor.

Lors d'une pause durant les sessions, le jeune Charlie Larkey, bassiste et également compagnon de King, avait interpellé Adler dans le couloir.

« Que penses-tu de tout ça ? » demanda Larkey, plutôt novice.

Adler, le vieux briscard, le regarda et lui répondit avec l'aplomb que peuvent se permettre les associés principaux : « Je pense que ça va être le *Love Story* des albums. »

*Love Story* d'Erich Segal avait été le livre le plus vendu de 1970, et le film avec Ali McGraw et Ryan O'Neal était au sommet du box-office en janvier 1971 alors que *Tapestry* était en cours de finalisation. Larkey, comme la plupart des cheveux longs de l'époque, frémissait à l'idée du parallèle avec un film qui semblait incarner le divertissement grand public. Il savait que, contrairement à *Love Story*, l'album de Carole King n'était aucunement destiné à devenir un *blockbuster*. La manière dont il était réalisé semblait très éloignée du succès hollywoodien classique.

La prédiction de Lou Adler allait s'avérer exacte. Sorti en février, *Tapestry* fit son entrée le 10 avril dans le classement des meilleures ventes d'albums au *Billboard* à la soixante-dix-neuvième place, avec le nom de l'artiste épelé sans le « e ». En deux semaines, il était à la trente-quatrième place et à ce stade son nom était épelé correctement. Jamais plus le nom de Carole King ne serait mal orthographié. *Tapestry* continua son ascension jusqu'à devenir, dans la semaine du 19 juin, l'album le plus vendu aux États-Unis. Le fait qu'ils soient dépassés par quelqu'un qui n'était pas une vedette et qui n'avait même jamais été la tête d'affiche d'un concert (à cette époque elle jouait encore du piano dans le groupe de son ami James Taylor) a dû jeter une ombre sur les artistes qui se retrouvèrent soudain en dessous d'elle dans ce top dix. Parmi eux se trouvaient les Rolling Stones, Paul McCartney, les Carpenters, Crosby, Stills, Nash & Young, Aretha Franklin et les producteurs de la bande originale de *Love Story*.

*Tapestry* s'était hissé au sommet grâce à la popularité de son single « It's Too Late », qui devint numéro un, et aussi d'une autre de ses chansons, « You've Got A Friend ». Cette dernière figurait également sur *Mud Slide Slim And The Blue Horizon*, le nouvel album de James Taylor, ami de King et compagnon de tournée, qui lui avait mis le pied à l'étrier de la célébrité.

A small number of albums get to enter the charts, a tiny minority of those are best-sellers, and an infinitesimal handful of these go on selling long after the hit singles, the tours, the word of mouth and all the other promotional thermals are becalmed. In the previous decade the soundtrack of *The Sound of Music* was one such. Simon and Garfunkel's *Bridge Over Troubled Water*, released in 1970, was another. Carole King's *Tapestry* would eventually surpass both and in the process redefine success in the record business for the new decade. It remained America's number one album for fifteen weeks through the summer of 1971. By the end of the year it was still selling 150,000 copies a week in the United States alone. This was achieved without TV appearances, without headlining more than the occasional show and without stories in the press. At the close of 1971 this record which had been quietly released back in February had sold five million copies. It had burst the bounds of 'singer-songwriters A-K' and any of the other sub-divisions of the nascent rock retail industry and gone right into the same mainstream as *Love Story*, much as Lou Adler had predicted it would.

Although he had every faith in King's talent, Adler had hedged his bets by making sure that she included two songs that would already be familiar to record buyers. The first was 'Will You Love Me Tomorrow', which in this version sounded less like the plea for gentleness on the part of a trembling virgin and more like a mature woman requiring parity in a relationship. (The backing vocals on this put James Taylor in one channel and Joni Mitchell in the other. This was interesting casting since neither of them was a byword for fidelity, particularly in 1971. During the recording of the album Taylor had an affair with King's co-writer, the glamorous Hollywood scenester Toni Stern, and then moved on to begin an intense affair with Mitchell.) The other song was '(You Make Me Feel Like A) Natural Woman', which King and Gerry Goffin had written in response to Jerry Wexler's request for a song of that name for Aretha Franklin to sing.



Peu d'albums parviennent à entrer dans les *charts*, une infime minorité d'entre eux deviennent des *best-sellers*, et une poignée infinitésimale continuent à se vendre bien après l'effervescence du single, des tournées, du bouche-à-oreille et de tout le ballet promotionnel. Durant les années soixante, la bande originale de *La Mélodie du bonheur* avait été un de ces privilégiés. *Bridge Over Troubled Water* de Simon and Garfunkel, sorti en 1970, en était un autre. *Tapestry* de Carole King allait finalement les surpasser tous les deux et, par la même occasion, redéfinir la notion de succès dans l'industrie du disque pour la décennie à venir. L'album resta numéro un aux États-Unis pendant quinze semaines au cours de l'été 1971. À la fin de l'année, il se vendait encore à 150 000 exemplaires par semaine rien qu'aux États-Unis. Ce résultat avait été obtenu sans apparition télévisée, sans couverture médiatique et sans être la tête d'affiche d'un concert, à quelques exceptions près. À la fin de l'année 1971, cet album, qui était sorti discrètement en février, s'était vendu à cinq millions d'exemplaires. Il avait fait exploser les records de vente de sa catégorie et de bien d'autres dans l'industrie naissante du rock et se retrouva dans le même marché grand public que *Love Story*, comme l'avait prédit Lou Adler.

Bien qu'il ait une entière confiance dans le talent de King, Adler avait couvert ses arrières en s'assurant qu'elle inclue dans l'album deux chansons que le public connaissait déjà. La première était « Will You Love Me Tomorrow », qui dans cette version résonnait moins comme le plaidoyer d'une vierge effarouchée en faveur de la douceur, mais plutôt comme celui d'une femme mûre réclamant l'égalité dans une relation. Les chœurs de cette version furent d'ailleurs réalisés par James Taylor sur une piste et Joni Mitchell sur une autre, une distribution des rôles intéressante étant donné qu'aucun des deux n'était synonyme de fidélité, surtout en 1971. Pendant l'enregistrement de l'album, Taylor avait entretenu une liaison avec la coauteure de King, la *glamoureuse* Toni Stern groupie d'Hollywood, puis avait vécu une histoire torride avec Mitchell. L'autre chanson était « (You Make Me Feel Like A) Natural Woman », que King et Gerry Goffin avaient écrite en réponse à la demande de Jerry Wexler qui voulait une chanson avec ce titre pour Aretha Franklin.

Unlike most of the singer-songwriters who came in the wake of James Taylor, King had never really written on her own and the recruitment of the feisty Stern suggested the producers felt she could use some sass. However the key song, 'You've Got A Friend', had none of that quality and was entirely King's own work. King said she had no idea where it came from, which is what songwriters generally say when they've come up with something exceptional. When these flashes of inspiration occur the best thing a songwriter can do is stay out of the way and, as it were, take dictation. When she played the song for fellow songwriter Carole Bayer Sager she was told it was too simple. When she played it for lyricist Cynthia Weill she was told it was too long. When she played it for James Taylor he recognized that the qualities of guilelessness and lack of edge were what made it perfect. He begged her to let him record it. Hence the song of the year became ubiquitous because two separate versions were recorded, using essentially the same musicians, in studios a few hundred yards from each other within a few days of each other, and went on to dominate the airwaves for the rest of the year and to attract cover versions by everyone from Barbra Streisand through Dusty Springfield to Aretha Franklin. But no matter how accomplished those versions might be, none would quite eclipse the modest conviction of King's original.

The 150,000 people who were picking up King's album every week in 1971 took it home and sang along to it as they finished their essays, did their housework or hovered nervously over their first chilli con carne. It was easy for them to believe that the sound that came out of their mouths was the same as the one they were hearing from the record player. That voice's concerns seemed to be the same as theirs, its temper no more extreme than theirs, its expectations of the world no greater than theirs. It seemed to be broadcasting on the same frequency.

Contrairement à la plupart des auteurs-compositeurs-interprètes qui apparurent dans le sillage de James Taylor, King n'avait jamais vraiment écrit seule et le recrutement de la fouguese Stern laissait entendre aux producteurs qu'elle pouvait faire preuve d'un peu de provocation. Cependant, le titre phare, « You've Got A Friend », en était très éloigné et était entièrement l'œuvre de King. King disait qu'elle n'avait aucune idée d'où lui était venu ce titre, ce que les auteurs de chansons disent généralement lorsqu'ils ont trouvé quelque chose d'exceptionnel. Quand ces éclairs d'inspiration se produisent, la meilleure chose à faire pour un auteur-compositeur est de ne rien faire et, pour ainsi dire, de prendre note. Lorsqu'elle joua la chanson pour sa consœur Carole Bayer Sager, on lui dit que c'était trop simple. Lorsqu'elle la joua pour la parolière Cynthia Weill, on lui dit que c'était trop long. Lorsqu'elle la joua pour James Taylor, il reconnut que sa naïveté et son côté ordinaire la rendaient parfaite. Il supplia King de le laisser l'enregistrer. Par conséquent, la chanson de l'année fut sur toutes les ondes dans la mesure où deux versions distinctes furent enregistrées, essentiellement avec les mêmes musiciens, dans des studios situés à quelques centaines de mètres l'un de l'autre et à quelques jours d'intervalle. Ces versions continuèrent à dominer les ondes pendant le reste de l'année, et furent reprises par tout le monde, de Barbra Streisand à Aretha Franklin, en passant par Dusty Springfield. Aussi abouties que soient ces versions, aucune n'éclipserait la force et la simplicité de l'originale par King.

Ils étaient 150 000, en 1971, à acheter chaque semaine l'album de King, à le ramener chez eux et à chanter avec elle pendant qu'ils terminaient leurs dissertations, faisaient leurs travaux ménagers ou patientaient nerveusement au-dessus de leur premier chili con carne. Il était facile pour eux de croire que le son qui sortait de leur bouche était le même que celui qu'ils entendaient sur le tourne-disque. Les préoccupations de cette voix semblaient être les mêmes que les leurs, son caractère pas plus extrême que le leur, ses attentes vis-à-vis du monde pas plus grandes que les leurs. Elle semblait émettre sur la même longueur d'ondes qu'eux.

Carole Bayer Sager described it as ‘a voice every woman thinks she could have’. Certainly, nobody ever thought they could sing like Aretha Franklin or live like Joni Mitchell, but many of them felt Carole King was the sister they might have had.

As Lou Adler had noted, there had been very few best-selling albums fronted by women. Janis Joplin’s *Pearl* had been the number one album for a while in February on the back of the publicity attending her death and her version of Kris Kristofferson’s ‘Me And Bobby McGee’, but that was the exception. Bobbie Gentry had briefly been in the number one slot in 1967 but the top spot had largely been monopolized by male acts like Simon and Garfunkel, the Beatles and Led Zeppelin. That’s because up to that point most of the people who bought albums had been men. *Tapestry* changed that and pointed to a future where in order to sell huge numbers of long-playing records you had to sell them to women too.

The first few reviews of *Tapestry* were lukewarm. The one that changed it was a lead review that appeared in *Rolling Stone* on 29 April in which Jon Landau said ‘the simplicity of the singing, composition and ultimate feeling achieved the kind of eloquence and beauty that I had forgotten rock is capable of’. The core readership of *Rolling Stone* was male, hairy, leftish and inclined to believe that music worth their time was always loud and edgy. Landau’s review was a reminder of the virtues of the pre-Woodstock era and the songwriting baby that might have been thrown out with the bathwater during the move away from the narrow back garden of the hit single to the rolling prairies of the album age.

In 1971 that market for albums was still quite small. The technology for playing records remained forbidding. Long-playing records came in inner bags with messages warning of the dire consequences that could flow from playing a stereo record on a record player which was only wired for mono. There was a widespread feeling that the old portable record players were no longer appropriate machines on which to play these new, self-important long-players in their fold-out covers. Stereo was acceptable only for hobbyists prepared to have their living space dominated by snaking leads.

Carole Bayer Sager la décrivait comme « une voix que toutes les femmes pensent pouvoir avoir ». Bien sûr, personne n'a jamais pensé pouvoir chanter comme Aretha Franklin ou vivre comme Joni Mitchell, mais beaucoup pensaient que Carole King était la sœur qu'ils auraient pu avoir.

Comme Lou Adler l'avait remarqué, les meilleures ventes ne comportaient que très peu d'albums de femmes. *Pearl*, de Janis Joplin, avait été pendant un certain temps l'album numéro un en février, grâce à la publicité faite autour de sa mort et de sa version de « Me And Bobby McGee » de Kris Kristofferson, mais c'était l'exception. Bobbie Gentry avait été brièvement numéro un en 1967, mais la première place avait été largement monopolisée par des groupes masculins comme Simon and Garfunkel, les Beatles ou Led Zeppelin. Et pour cause, jusqu'à ce moment-là, la plupart des personnes qui achetaient des albums étaient des hommes. *Tapestry* changea la donne et montra un avenir où, pour vendre un grand nombre de 33 tours, les femmes devaient être prises en compte.

Les premières critiques de *Tapestry* étaient mitigées. Tout changea grâce à une critique de premier plan parue dans le *Rolling Stone* du 29 avril, dans laquelle Jon Landau louait l'éloquence et la beauté, dont il avait oublié que le rock était capable, dégagées grâce à la simplicité du chant, de la composition et soulignait l'intense expérience qui en découlait. Le noyau du lectorat de *Rolling Stone* était masculin, chevelu, gauchisant et enclin à croire que la seule musique qui valait la peine d'être écoutée alliait toujours décibel et innovation. La critique de Landau évoquait les vertus de l'époque pré-Woodstock. Elle rappelait une manière de composer qui pourrait avoir été perdue lors de la transition du petit jardin du single à succès vers les grandes étendues de l'ère de l'album.

En 1971, ce marché des albums était encore assez limité et la technologie pour jouer les disques restait inaccessible au plus grand nombre. Les disques 33 tours étaient fournis dans des pochettes accompagnées de messages d'avertissements sur les conséquences désastreuses en cas de lecture d'un disque stéréo sur un tourne-disque prévu pour le mono. Les gens pensaient que les anciens tourne-disques portables ne convenaient plus pour lire ces nouveaux disques 33 tours aux airs suffisants dans leurs pochettes pliables. Seuls les amateurs prêts à voir leur espace de vie dominé par des câbles enchevêtrés pouvaient accepter la stéréo.

This was beginning to change with the baby boomers, who were leaving college and setting up their own homes, often communally, in rented accommodation. In 1971 none of these people would have even considered having a TV. It was widely accepted that there was nothing on TV that a long-haired person with a college degree could have the remotest interest in watching (the most exciting event on US TV in the month *Tapestry* came out was the launch of *All in the Family*, the Archie Bunker vehicle based by Norman Lear on the British hit *Till Death Us Do Part*). Instead of a TV they bought a record player. Having bought it, they needed something to play on it. It was quite common in those days to go to a friend's flat and find a new, cheap, Japanese-made 'music centre' with a smoked plastic cover over the deck, dark-brown wood-effect boxes for the speakers, black mesh covering tiny woofers and tweeters. Propped up alongside it would be no more than half a dozen records. As likely as not there would be one by the Beatles, one by Simon and Garfunkel and one by Santana – and as the year went on, it was increasingly likely one would be *Tapestry*.

But those 150,000 people a week buying *Tapestry* in the United States were members of a new constituency. They didn't have *Easy Rider* posters on their walls or pictures of Marianne Faithfull in motorcycle leathers, they didn't hang around hip record stores puzzling over the smoking paraphernalia, they didn't carry around Richard Brautigan books and go to late-night showings of Peckinpah's *The Wild Bunch*. Most of those 150,000 were from a section of the population who ultimately decide whether a pop singer is a flash in the pan or here to stay. They were young women.

Chris Darrow, a respected Hollywood musician, went to see King play the Troubadour in the week of *Tapestry*'s release and was immediately struck by the emergence of this new constituency. 'It was crowded and almost all the people in the room were women, mostly high school and college age. Almost all of them were with their mothers.'

Cette situation commençait à changer avec les baby-boomers, qui quittaient l'université et s'installaient chez eux, souvent en communauté, dans des logements de location. En 1971, aucune de ces personnes n'aurait même envisagé d'avoir une télévision. Toute personne aux cheveux longs et titulaire d'un diplôme universitaire s'accordait à dire que la télévision ne représentait pas le moindre intérêt. L'événement le plus attrayant à la télévision américaine le mois de la sortie de *Tapestry* fut le lancement de *All in the Family*, l'histoire de l'emblématique réactionnaire Archie Bunker créée par Norman Lear sur la base de la sitcom britannique à succès *Till Death Us Do Part*. À la place d'une télévision, ces jeunes achetaient un tourne-disque. Une fois acheté, ils avaient besoin de quoi le faire tourner. À l'époque, un des modèles très répandus était un nouveau système musical bon marché de fabrication japonaise, avec un couvercle en plastique fumé au-dessus de la platine, des caisses aux finitions bois foncé pour les baffles et un filet noir recouvrant les petits haut-parleurs. À ses côtés, on trouvait une demi-douzaine de disques au maximum. Les Beatles, Simon and Garfunkel et Santana en faisaient sans doute partie, mais plus l'année avançait, plus il était probable qu'un de ces disques soit *Tapestry*.

Cependant, les 150 000 personnes qui achetaient chaque semaine *Tapestry* aux États-Unis faisaient partie d'un nouveau public. Ce nouveau public n'avait pas de posters d'*Easy Rider* ni de photos de Marianne Faithfull en combinaison de moto en cuir. Il ne traînait pas dans les coins pour fumeurs dans les magasins de disques branchés. Il ne transportait pas avec lui des livres de Richard Brautigan et n'assistait pas aux projections nocturnes de *La Horde sauvage* de Peckinpah. La plupart de ces 150 000 personnes constituaient cette tranche de la population qui décide si, en fin de compte, un chanteur pop n'est qu'un feu de paille ou s'il va durer. Ces personnes étaient des jeunes femmes.

Chris Darrow, un musicien réputé d'Hollywood, alla voir King jouer au Troubadour la semaine de la sortie de *Tapestry* et fut immédiatement frappé par l'émergence de ce nouveau public. « C'était bondé et presque toutes les personnes présentes étaient des femmes, essentiellement des lycéennes et des universitaires. Presque toutes étaient accompagnées de leurs mères. »

Something was happening which was so gradual and profound that nobody even thought of writing a song about it. In the month of *Tapestry*'s release *New York* magazine published a picture of ten women who worked for *Time* magazine. They were all white, casually dressed but well groomed, and they posed in the New York offices of their employer to mark the success of their efforts to force Time Inc, the massive publishing empire of *Time* magazine, *Life*, *Sports Illustrated*, *Fortune* and various other huge-selling journals, to recognize the fact that they were writers and not researchers. In this they were following in the footsteps of *Newsweek*'s women who had forced that magazine's owners, the Washington Post Company, to allow women to be recognized as writers. Up to then even star writers like Nora Ephron and Ellen Goodman had been forced to accept the lowly title of 'researcher' because the magazine's culture simply couldn't be seen to admit that women could write about mainstream subjects. All this despite the fact that *Newsweek*'s parent company was owned by Katherine Graham. In order to make the changes happen the women had to use legal instruments which had been introduced in the wake of the civil rights struggles of the sixties.

The fact that these women, at both *Time* and *Newsweek*, were the smartly dressed cream of the female graduates from some of America's finest universities gives some indication of the extent to which, in 1971, it was perfectly possible for women to be not so much overlooked as looked through. The fact that they had to threaten *Time* magazine, the citadel of sophisticated East Coast values, with this kind of action in order to get this most modest of changes underlines how far working life in 1971 was out of kilter with the blithe reassurances of the ad saying 'You've come a long way, baby.' Lynn Povich, who eventually became *Newsweek*'s first female editor, wrote a book about the events of 1970. She called it *The Good Girls Revolt* because it featured women who were well brought up, well dressed and well spoken and had been brought up to expect the world to function in a certain way. As she wrote, 'Until 1970 women represented 10 per cent of students in medical school, 4 per cent of law school students and only 3 per cent of business school students.' As Nora Ephron recalled, 'for every man there was an inferior woman, for every writer there was a checker. They were the artists and we were the drones.'



Il se passait quelque chose de si progressif et de si profond que personne ne pensait même à en faire une chanson. Durant le mois de la sortie de *Tapestry*, le magazine *New York* publia une photo de dix femmes qui travaillaient pour le magazine *Time*. Elles étaient toutes blanches, en tenues décontractées, mais bien soignées et elles posaient dans les bureaux new-yorkais de leur employeur pour marquer la réussite de leurs efforts visant à forcer Time Inc (l'immense empire de l'édition du magazine *Time*, *Life*, *Sports Illustrated*, *Fortune* et de diverses autres revues à grand tirage) à reconnaître le fait qu'elles étaient des rédactrices et non des documentalistes. Ainsi, elles emboîtaient le pas des femmes du *Newsweek* qui avaient forcé les propriétaires de ce magazine, la Washington Post Company, à reconnaître les femmes comme rédactrices. Jusqu'alors, même des rédactrices de renom comme Nora Ephron et Ellen Goodman avaient été forcées d'accepter le modeste titre de « documentaliste », car la culture du magazine ne pouvait tout simplement pas admettre que les femmes puissent écrire sur des sujets grand public. Tout cela en dépit du fait que la société mère de *Newsweek* était détenue par Katherine Graham. Afin d'appliquer ces changements, les femmes durent utiliser les instruments juridiques introduits dans le sillage des luttes pour les droits civils durant les années soixante.

Le fait que ces femmes, tant chez *Time* que chez *Newsweek*, étaient la crème des femmes diplômées de certaines des meilleures universités américaines, en plus d'être élégamment vêtues, montre à quel point, en 1971, les femmes pouvaient non pas être négligées, mais complètement ignorées. Qu'elles aient dû menacer le magazine *Time*, le bastion des valeurs raffinées de la côte est, avec ce genre d'action pour obtenir ce changement des plus modestes, souligne à quel point la vie professionnelle en 1971 était en décalage avec la joyeuse formule rassurante de la publicité : « Tu as fait du chemin, bébé<sup>24</sup> ». Lynn Povich, qui devint finalement la première femme rédactrice en chef de *Newsweek*, écrivit un livre sur les événements de 1970. Elle l'intitula *The Good Girls Revolt* parce qu'il mettait en scène des femmes de bonne éducation, bien habillées et éloquentes, qui avaient été élevées avec l'idée que le monde fonctionne d'une certaine manière. Comme elle l'écrivit, « jusqu'en 1970, les femmes représentaient 10 pour cent des étudiants en médecine, 4 pour cent des étudiants en droit et seulement 3 pour cent des étudiants en commerce ». Comme se rappelait Nora Ephron, « pour chaque homme, il y avait une femme inférieure, pour chaque rédactrice, il y avait un contrôleur. Ils étaient les artistes et nous étions les ouvrières ».

---

<sup>24</sup> « You've come a long way, baby. »

The Good Girls Revolt was a turning point. Nowhere in that *New York* magazine article will you find the word 'sexism'. Nor will you find it in Jill Tweedie's report in the *Guardian* on London's first Women's Lib demo, which took place at the beginning of March 1971. Nor did anyone at the time draw any line between these events and the fact that three of the big films of the year, *Get Carter*, *Straw Dogs* and *Play Misty for Me*, depicted women as sexually voracious and dangerously unhinged. Nobody made a connection between that and the women's movement and nobody ever suggested the music made by single mother Carole King could be thought of as in any way feminist.

A film made at Vassar in 1971 features female students who describe their ideal careers as if they don't quite believe they will actually happen. 'I want to be a music teacher,' says one, 'but I suppose I'll be married and have children.' One wants to be a paediatrician, another wants to be a recording engineer – which in 1971 would probably have made her the first one – but there was an acceptance that other things would get in the way.

While their male counterparts might be worrying about the draft, the key change in the world of young women in 1971 was the sudden availability of the pill. In Britain the Family Planning Association instructed its clinics to make the pill available to single as well as married women, a change which would have seemed seismic a couple of years earlier. This meant that the generation who went to college in the late sixties, who were not expected to settle down and get married quite as soon as the previous generation had done, suddenly had the major disincentive to sex taken out of the equation. This resulted in a short period of time when people living in close proximity to each other felt almost compelled to sleep together as if the act were merely a natural extension of familiarity. In the face of the fact that they couldn't get 'into trouble' any longer, girls who didn't choose to sleep with the first person to ask them were often asked, in all seriousness, 'Are you frigid?' King's record was made in the midst of a socio-cultural milieu which seemed intent on separating the physical act from its emotional consequences. By the autumn of 1971 she had achieved such eminence that Hollywood's senior cocksman Warren Beatty offered to sleep with her, on the grounds that he was curious to know what it was like to have sex with a pregnant woman.

La révolte des *Good Girls* marqua un tournant. Nulle part dans cet article du magazine *New-York*, vous ne trouverez le mot « sexisme ». Vous ne le trouverez pas non plus dans le reportage de Jill Tweedie dans le *Guardian* sur la première marche du mouvement de libération de la femme à Londres, qui eut lieu au début du mois de mars 1971. Personne à l'époque ne faisait le lien entre ces événements et le fait que trois des grands films de cette année-là, *La Loi du milieu*, *Les Chiens de paille*, et *Un frisson dans la nuit*, décrivaient les femmes comme des êtres sexuellement voraces et dangereusement déséquilibrés. Personne ne fit la connexion entre ces films et le mouvement des femmes et personne ne soupçonna jamais que la musique composée par la mère célibataire Carole King puisse être d'une quelconque manière féministe.

Un film réalisé à Vassar en 1971 met en scène des étudiantes qui décrivent leurs carrières idéales comme si elles ne croyaient pas qu'elles allaient réellement se réaliser. « Je veux être professeure de musique », dit l'une d'entre elles, « mais je suppose que je serai mariée et que j'aurai des enfants ». L'une veut être pédiatre, une autre encore veut être ingénieure du son (ce qui en 1971 aurait probablement fait d'elle la première du genre), mais il était normal de penser que le chemin pour y arriver allait être semé d'embûches.

Pendant que leurs homologues masculins s'inquiétaient sans doute de l'enrôlement militaire, les jeunes femmes en 1971 profitaient d'un changement majeur dans le monde, la disponibilité soudaine de la pilule. En Grande-Bretagne, la Family Planning Association demanda à ses cliniques de rendre la pilule disponible pour les femmes célibataires et mariées, un changement qui aurait eu l'effet d'un séisme deux ans plus tôt. Ainsi, la génération qui était à l'université à la fin des années soixante, et dont on ne s'attendait pas à ce qu'elle s'installe et se marie aussi jeune que la génération précédente, vit soudain le facteur de dissuasion principal pour le sexe écarté de l'équation. Cela eut pour conséquence que, pendant une courte période, les gens vivant dans la promiscuité se sentirent presque obligés de coucher ensemble, comme si cet acte n'était qu'un prolongement naturel de la camaraderie. Comme elles ne pouvaient plus « s'attirer d'ennuis », les filles qui choisissaient de ne pas coucher avec la première personne qui le leur demandait, se voyaient souvent poser la question, très sérieusement : « t'es frigide ? ». Le disque de King fut réalisé au beau milieu d'un environnement socioculturel qui semblait vouloir séparer l'acte physique de ses conséquences émotionnelles. À l'automne 1971, elle avait atteint une telle renommée que le don Juan chevronné d'Hollywood Warren Beatty lui proposa de coucher avec elle, sous prétexte qu'il était curieux de savoir ce que ça faisait de coucher avec une femme enceinte.

The Good Girls who bought *Tapestry* identified not only with its tunefulness but also with its themes of shelter, stability and trust. Ever since her parents had broken up when she was a child, Carole King had been open about the fact that home was her dream. Nobody ever put King in the foreground of this movement. She was never held up as a symbol of fearsome independence and self-determination. She was a mild-mannered, quite shy person who had to be brought to the front when she played in James Taylor's band. She didn't go round doing interviews advertising her lifestyle. Nonetheless, as Cynthia Weil said, listening to *Tapestry* 'made you feel a friend was taking care of you'.

*Tapestry* was the first huge-selling record of the modern era. It was the first record to carry on selling once it had passed beyond its obvious commercial window. When you look back at lists of the biggest-selling albums of all time, *Tapestry* is the earliest one to be included. Even when King followed it with *Music*, which was written, recorded and released later in the same year, the public duly noted the new record but kept on buying the old one in a way that indicated that to them it would never be the old one. *Tapestry* was the first evergreen of the rock era. Its success would make the record business realize that it could extend the commercial life of certain albums for years by continuing to release the strongest tracks as singles. Fleetwood Mac's *Rumours*, Meat Loaf's *Bat Out Of Hell*, the Eagles' *Hotel California* and Blondie's *Parallel Lines* were all beneficiaries of this approach later in the decade. A select handful of albums, including *Led Zeppelin IV* and Pink Floyd's *Dark Side Of The Moon*, achieved evergreen status without apparent help from pop success, continuing to notch up sales on the basis that the few people who didn't have it felt they ought to have it.

*Tapestry*'s success was such that none of the people involved with it have ever been able to follow it in the conventional sense. It's made a lot of reputations and bought quite a few homes. In 2013 King reunited with James Taylor to do a tour designed to recapture the spirit of 1971. Whenever she goes on stage nowadays she still plays the songs from *Tapestry*. She's had a film, *Grace of My Heart*, based on her story. *Beautiful*, a musical based on her songs, is running on Broadway and in the West End.

Les *Good Girls* qui achetaient *Tapestry* s'identifiaient non seulement à sa mélodie, mais aussi à ses sentiments de sécurité, de stabilité et de confiance qu'il évoquait. Depuis la rupture de ses parents quand elle était enfant, Carole King n'avait jamais caché son rêve d'avoir un foyer. Personne ne mit jamais King au premier plan de ce mouvement. Elle n'était jamais présentée comme un puissant symbole d'indépendance et d'autodétermination. Elle était une personne douce, assez timide, qu'il fallait tirer au-devant de la scène quand elle jouait dans le groupe de James Taylor. Elle ne faisait pas d'interviews pour parler de son style de vie. Néanmoins, comme le disait Cynthia Weil, écouter *Tapestry* « vous donnait l'impression qu'un ami prenait soin de vous ».

*Tapestry* fut le premier disque de l'histoire contemporaine à se vendre en quantité astronomique. Il fut le premier album à continuer à se vendre au-delà de sa période de promotion officielle. Lorsque vous regardez les listes des meilleures ventes d'albums de tous les temps, *Tapestry* est le plus ancien à y figurer. Même quand King enchaîna avec l'album *Music*, écrit, enregistré et sorti plus tard dans la même année, le public le remarqua clairement, mais continua tout de même à acheter l'ancien comme pour montrer qu'à leurs yeux il ne serait jamais l'ancien. *Tapestry* fut le premier classique de l'ère du rock. Cet exploit allait faire comprendre à l'industrie du disque qu'elle pouvait prolonger le succès commercial de certains albums pendant des années en continuant à sortir les meilleurs morceaux sous forme de singles. *Rumours* de Fleetwood Mac, *Bat Out Of Hell* de Meat Loaf, *Hotel California* des Eagles et *Parallel Lines* de Blondie bénéficièrent tous de cette stratégie plus tard dans la décennie. Une poignée des meilleurs albums, dont *Led Zeppelin IV* et *Dark Side Of The Moon* de Pink Floyd, accédèrent au statut de classique sans l'aide apparente du succès populaire et continuèrent à se vendre grâce aux quelques personnes qui ne l'avaient pas encore, mais qui pensaient qu'elles devraient l'avoir.

Le succès de *Tapestry* fut tel qu'aucune des personnes impliquées dans le projet ne put jamais le suivre au sens classique du terme. Il forgea de solides réputations et permit d'acheter pas mal de maisons. En 2013, King retrouva James Taylor pour faire une tournée destinée à raviver l'esprit de 1971. Aujourd'hui, chaque fois qu'elle remonte sur scène, elle joue encore les chansons de *Tapestry*. Elle a eu droit à un film, *Grace of My Heart*, inspiré de son histoire. Ses chansons font également l'objet d'une comédie musicale, *Beautiful*, jouée à Broadway et dans le West End.

At the time of writing, *Tapestry* has sold twenty-five million copies worldwide. Carole King would never have achieved that without the changes that took place in American radio in 1971.

Lee Abrams was a radio nerd from Chicago. He had grown up in the sixties when the airwaves were the domain of fast-talking, self-promoting, sponsor-boosting names like Murray The K. Unlike most kids with a transistor under their pillow Abrams didn't just lose himself in the rhythm and chatter. He started to make a study of what he heard. He corresponded with the stations. He read trade papers. He turned up at industry conventions. He managed a covers band. Because he naturally wanted to know which songs the band should play, he did what nobody had done before in the entire history of the music business. He asked the audience.

Abrams would hand out questionnaires at gigs, personal appearances, record hops and radio station events, carefully compiling the results into typewritten reports listing the songs that people liked and the songs that they were about to like. He started calling the radio stations and offering to share this information with them. He took out ads in the trades which he called 'Better Ideas for Better Stations'.

What he and the radio stations needed to do was get ahead of the charts. If you were a programme director there was no use waiting until a record was number one before your station started playing it. You needed to be playing it when the affair between the public and the record was in the first flush of infatuation. That's the sweet spot radio needs to be in, where people's love of the record being played merges with their love of the radio station and spills over into a little bit of love for its sponsors and advertisers. It's therefore important information for any radio station. In the United States of the late sixties when a record could be red hot in Chicago and mean very little in Miami it was vital intelligence.

Au moment de rédiger ces lignes, *Tapestry* s'est vendu à vingt-cinq millions d'exemplaires dans le monde. Carole King n'aurait jamais atteint ce chiffre sans les changements intervenus à la radio américaine en 1971.

Lee Abrams était un fana de radio qui venait de Chicago. Il avait grandi dans les années soixante, à l'époque où les ondes étaient le domaine de personnalités aux paroles enjôleuses, adeptes de l'autopromotion et de la promotion de sponsors, comme Murray The K. Contrairement à la plupart des jeunes avec leur transistor sous l'oreiller, Abrams ne se laissait pas juste emporter par le rythme et le bavardage. Il commença par faire une analyse de ce qu'il entendait. Il entretenait une correspondance avec les stations. Il lisait les journaux spécialisés. Il allait aux conventions de l'industrie. Il gérait un groupe de reprises. Évidemment, comme il voulait savoir quelles chansons le groupe devait jouer, il fit ce que personne n'avait fait auparavant dans toute l'histoire de l'industrie musicale : il demanda au public.

Abrams distribuait des questionnaires lors de concerts, de représentations, de soirées dansantes et d'événements organisés par des stations de radio, il compilait soigneusement les résultats dans des rapports dactylographiés énumérant les chansons que les gens aimaient et celles qu'ils étaient sur le point d'aimer. Il commença à appeler les stations de radio pour leur proposer de partager ces informations. Il fit de la publicité dans les journaux spécialisés avec le slogan « De meilleures idées pour de meilleures radios<sup>25</sup> ».

Ce que lui et les stations de radio devaient faire, c'était prendre de l'avance sur les *charts*. Si vous étiez directeur de programme, il ne servait à rien d'attendre qu'un disque soit numéro un pour que votre radio le diffuse. Vous deviez le diffuser aux balbutiements de la relation entre le public et le disque. C'est le créneau idéal pour les radios, là où l'amour du public pour le disque se confond avec leur amour pour la station de radio, jusqu'à se muer en un peu d'amour pour ses sponsors et ses annonceurs. C'est donc une information capitale pour toute station de radio. Dans les États-Unis de la fin des années soixante, où un disque pouvait faire fureur à Chicago et être presque inconnu à Miami, c'était une information vitale.

---

<sup>25</sup> « Better Ideas for Better Stations. »

In 1971, radio in the United States was just emerging from its brief, heady experiment with free-form radio. Associated particularly with the whisky-voiced hipster Tom Donahue at KMPX and then KSAN in San Francisco from the Summer of Love onwards, free-form meant stations took barely any notice of what happened to be in the charts and instead took pride in serving up the most arcane and challenging music they could get their hands on. This was the time when you could turn on the radio and find somebody playing all twenty minutes of Canned Heat's 'Parthenogenesis' and then welcoming you back to the studio with the silence that indicated approval and eventually the word 'nice'. In Britain, audiences would sit listening to the endless ragas of Ravi Shankar on Radio One unaware that John Peel had put them on in order to go off and spend time with a girlfriend. The audience might not have always found the music to their taste but they approved of the very idea that it was long and proudly uncommercial.

But for every genius of free-form radio, for every jock who knew how to put together a show which could shift gears between the exotic and the familiar, there were twenty tin-eared snobs who were simply on the radio because they liked to be on the radio. Thus there were two kinds of radio: programming on the old AM model which seemed as if it belonged in the long-gone days of the Beach Boys and the Turtles, and free-form programming on the FM stations which had quickly become a self-indulgent bore and a turn-off for those people who didn't spend their days wondering what Grace Slick and Paul Kantner were up to. As one radio programmer put it, 'it was either too hip or too hype'.



En 1971, la radio aux États-Unis sortait tout juste de sa brève et grisante expérience de radio libre. La radio libre, associée en particulier au hipster à la voix éraillée par le whisky Tom Donahue qui officiait sur KMPX et ensuite sur KSAN à San Francisco à partir du *Summer of Love*, représentait les stations qui prenaient à peine en compte le classement des *charts* et diffusaient fièrement la musique la plus obscure et la plus difficile qu'elles pouvaient trouver. C'était l'époque où vous pouviez allumer la radio et entendre quelqu'un jouer les vingt minutes de « Parthenogenesis » de Canned Heat, et ensuite, de retour en studio, vous accueillir dans un silence approbateur pour terminer sur le mot : « sympa ». En Grande-Bretagne, le public écoutait les interminables ragas de Ravi Shankar sur Radio One sans savoir que John Peel les avait mis pour aller passer du temps avec une petite amie. Les auditeurs ne trouvaient peut-être pas toujours la musique à leur goût, mais ils approuvaient l'idée même qu'elle soit longue et fièrement non commerciale.

En revanche pour chaque génie de la radio libre, pour chaque animateur qui savait monter une émission capable de passer de l'exotique au familier, il y avait vingt snobs à l'oreille non musicale qui passaient à la radio tout simplement parce qu'ils aimaient être à la radio. Il y avait donc deux styles de radios : celles qui émettaient sur le vieux modèle de radios AM et qui semblaient appartenir à l'époque révolue des Beach Boys et des Turtles, et les radios libres sur les ondes FM qui étaient rapidement devenues d'un ennui complaisant et rebutaient les gens qui ne passaient pas leurs journées à se demander ce que Grace Slick et Paul Kantner étaient en train de faire. Comme le dit un programmeur radio, « c'était soit trop branché, soit trop médiatisé<sup>26</sup> ».

---

<sup>26</sup> « It was either too hip or too hype. »

By then Lee Abrams was getting his first job in radio. He believed the future was in FM radio. It offered a better signal, a warmer, less shrill sound and the stereo that people were increasingly used to hearing on their records at home. The problem was that the people who ran FM didn't programme the music that the mass audience wanted to hear. Abrams' idea, which he put into practice first at WRIF in Detroit and then at WPTF in Carolina, was to programme the hip music in unhip ways. His motto, which has dominated all radio since, was 'familiar music works'. The idea was that you didn't simply play the hot new record the DJ felt like playing or the one the programme director had been lunched to play. You polled the audience all the time, often by phone, and you asked them to name the acts they most liked. Then you programmed the most popular cuts by those artists. You might let a DJ choose in which order to play them – although over time even that latitude was denied him – but broadly you took the personality DJ out of the equation and replaced him with a strong format, a format which felt as if it was being put together by somebody as windswept and interesting as Clint Eastwood's character in *Play Misty for Me* but in reality was being read off a script provided by Abrams or one of his consulting partners. This was the format that moved the bulk of listening from AM to FM and laid the foundations of the massive sales achieved later in the decade by the Eagles, Fleetwood Mac and Linda Ronstadt. In 1971 it was just getting into its stride, and one of the first beneficiaries of its new way of doing things was the tuneful, female-friendly, easy-on-the-ear record made by Carole King, a woman who was as much a refugee from the AM dial as her listeners.

The artists who weren't on the playlist loathed it. The artists who were on the list thought it was just fine. By the mid-seventies more than three hundred stations across the United States were programmed according to Abrams' principles. Some called it AOR (Album or Adult Oriented Rock). It was certainly no longer underground. It was the new mainstream.

Entretemps, Lee Abrams obtenait son premier emploi à la radio. Il était convaincu que l'avenir était dans la radio FM. Elle offrait un meilleur signal, un son plus chaud et moins strident, ainsi que la stéréo que les gens étaient de plus en plus habitués à entendre sur leurs disques à la maison. Le problème était que ceux qui dirigeaient les radios FM ne programmaient pas la musique que le grand public voulait écouter. L'idée d'Abrams, qu'il mit d'abord en pratique sur WRIF à Detroit, puis sur WPTF en Caroline, était de programmer la musique branchée de manière pas du tout branchée. Sa devise, qui s'est maintenant imposée en radio, était « les airs connus, ça fonctionne ». L'idée était que vous ne vous contentiez pas de passer le nouveau disque que l'animateur avait envie de jouer ou celui que le directeur de programme avait été invité à passer lors d'un repas d'affaires. Vous sondiez les auditeurs en permanence, souvent par téléphone, et vous leur demandiez quels artistes ils préféraient. Ensuite, vous programmiez les morceaux les plus populaires de ces artistes. Vous pouviez laisser un animateur choisir l'ordre de passage (bien qu'avec le temps même cette liberté leur fut retirée), mais globalement, vous enleviez l'animateur de l'équation et le remplaciez par un format fort, un format qui donnait l'impression d'avoir été monté par quelqu'un d'aussi échevelé et intéressant que le personnage de Clint Eastwood dans *Un frisson dans la nuit*, mais qui en réalité était le résultat d'un script fourni par Abrams ou l'un de ses consultants associés. C'est ce format qui fit migrer le gros des auditeurs de la bande AM vers la bande FM et qui prépara le terrain pour les ventes massives que réaliseraient plus tard dans la décennie les Eagles, Fleetwood Mac et Linda Ronstadt. En 1971, ce format venait à peine de trouver son rythme de croisière et l'un des premiers bénéficiaires de cette nouvelle façon de faire fut le disque mélodieux, féminin et doux à l'oreille de Carole King, une femme qui à l'image de ses fans était une réfugiée de la radio AM.

Les artistes qui n'étaient pas sur cette sélection la détestaient. Par contre les artistes qui y étaient repris trouvaient ça excellent. Au milieu des années soixante-dix, plus de trois cents stations radio aux États-Unis étaient programmées selon les principes d'Abrams. Certains l'appelaient l'AOR (Album ou Adult Oriented Rock). Il ne s'agissait certainement plus d'un courant *underground*. C'était le nouveau *mainstream*.

Television had only the haziest clue what was going on beyond its walls. On 15 February 1971 Johnny Carson, the king of late night, presented the *Tonight Show* as usual. As was the custom in the show's early days, it was broadcast from New York. Among Carson's guests that night, returning for her second appearance because he liked her so much, was a sassy twenty-six-year-old singer of Jewish extraction who had grown up in, of all places, Hawaii. Carson liked Bette Midler because not only could she sing, she could also hold her own in the wisecracking stakes and presented herself with a cheery brassiness which you didn't find in most pop singers of the era. Midler was what Carson and other members of the ring-a-ding-ding generation would have called a broad. She didn't have a record contract at the time, and in 1971 she was marking time by playing the Acid Queen on stage in the first production of Pete Townshend's *Tommy* at the Seattle Opera or entertaining closely packed houses of gay men clad only in towels in the Continental Baths in New York City. This was not directly referred to in her TV appearances. In 1971 you still couldn't use the word 'gay' on the TV, certainly not in a light entertainment context. Midler, saucy tongue sheathed in rouged cheek, would simply say it was full of 'happy people'. Her act at the Baths, which earned her the name 'Bathhouse Betty', was made up of sixties pop favourites, chin-up tunes from wartime and tearful torch songs that she cooked up and arranged with her accompanist, the equally unknown Barry Manilow, who sometimes entered into the spirit of things by playing wearing only a towel.

A particular favourite in the latter category was confusingly known as 'Groupie (Superstar)'. Neither the original name nor its parenthetical name featured in the lyrics. It had been the idea of Rita Coolidge, a member of the teeming cast of Joe Cocker's *Mad Dogs & Englishmen*, and had been inspired by her observation of the way certain impressionable girls seemed to queue up to be misused by the famous men on stage. The ballad had been written by the tour's musical director Leon Russell with Bonnie Bramlett, and Coolidge had sung it every night on the *Mad Dogs* tour. It had subsequently been covered by Cher and Vicki Carr. Midler found that its theme of being used and abused by a man also resounded with her moist clientele at the Continental Baths.

La télévision n'avait qu'une vague idée de ce qui se passait au-delà de ses murs. Le 15 février 1971, Johnny Carson, le roi du *late night*, présentait le *Tonight Show* comme d'habitude. Comme il était de coutume aux débuts de l'émission, elle était diffusée depuis New York. Parmi les invités de Carson ce soir-là, de retour pour sa deuxième apparition parce qu'il l'aimait beaucoup, se trouvait une fouguese chanteuse de vingt-six ans d'origine juive qui avait grandi dans l'État américain le plus éloigné, Hawaï. Carson appréciait Bette Midler, car non seulement elle savait chanter, mais elle savait aussi se défendre d'un point de vue humoristique et se montrer d'une réjouissante impertinence, inexistante chez la plupart des chanteurs pop de l'époque. Midler était ce que Carson et d'autres membres de la génération *ring-a-ding-ding*<sup>27</sup> auraient appelé une gonzesse. À l'époque, elle n'avait pas de contrat avec une maison de disque et, en 1971, elle passait le temps en jouant l'Acid Queen sur scène dans la première version du spectacle *Tommy* de Pete Townshend au Seattle Opera, ou en amusant des salles combles de gays uniquement vêtus de serviettes dans les Continental Baths de New York. On n'en parlait pas directement lors de ses apparitions à la télévision. En 1971, on ne pouvait toujours pas utiliser le mot « gay » à la télévision, certainement pas dans un contexte de divertissement. Avec ses joues fardées de rouge et sur un ton coquin et ironique, Midler disait simplement que c'était rempli de « gens heureux ». Sa prestation aux Baths, qui lui valut le surnom de « Bathhouse Betty », était composée de succès pop des années soixante, d'airs motivants datant de la guerre et de chansons larmoyantes qu'elle préparait et arrangeait avec son accompagnateur, le tout aussi méconnu Barry Manilow, qui parfois s'inspirait de l'esprit des lieux en ne jouant qu'avec une serviette pour habit.

Une des chansons préférées de cette dernière catégorie était vaguement connue sous le nom de « Groupie (Superstar) ». Ni le titre original ni le titre entre parenthèses ne figuraient dans les paroles. C'était l'idée de Rita Coolidge, membre de la foisonnante équipe des *Mad Dogs & Englishmen* de Joe Cocker, et le fruit de son observation de la manière dont certaines filles influençables semblaient attendre leur tour pour être abusées par ces hommes célèbres qui étaient sur scène. La ballade avait été écrite par le directeur musical de la tournée, Leon Russell, avec Bonnie Bramlett, et Coolidge l'avait chantée chaque soir lors de la tournée *Mad Dogs*. Elle avait ensuite été reprise par Cher et Vicki Carr. Midler trouvait que son thème, être utilisé et abusé par un homme, résonnait également auprès de sa clientèle mouillée des Continental Baths.

---

<sup>27</sup> Terme utilisé par Frank Sinatra à l'époque du *Rat Pack*, pouvant désigner une fille facile. C'est également le nom d'un de ses albums, sorti en 1961.

Watching the Carson show that night in the new five-bedroom house he and his sister Karen had recently moved into in the Los Angeles suburb of Downey was Richard Carpenter. The Carpenters, who were originally from Connecticut, had put out their first album in late 1969 but already he was under pressure to come up with their third. They had spent the day in A&M's studio on La Brea recording tracks for this third album, and he knew he needed follow-ups to huge hits of the previous year like 'For All We Know' and 'We've Only Just Begun'.

The success of the Carpenters, which was already considerable, had been achieved at the expense of some of Richard's pride. As the older sibling and an accomplished pianist and arranger, Richard might have expected to be in charge. Things hadn't worked like that. Although he wrote his own songs, the Carpenters' hits tended to come from composers like Paul Williams and Burt Bacharach. Although Richard did some singing his vocals were nothing like as distinctive as those of his gawky kid sister Karen. Richard had steeled himself for stardom only to find that its mantle had fallen instead on his sister, who seemed manifestly unready for it. Their parents, the original driving force behind their children's efforts, still saw Richard as the talent. The rest of the world didn't agree.

Karen Carpenter had been included as a package with her older brother ever since they were teenagers. Their gimmick was that she played the drums. The session musicians who played on the Carpenters' records, who came from that loose federation of brilliant pop instrumentalists known as the Wrecking Crew, knew that while average drummers were ten a penny, voices like Karen's happened along only rarely. Joe Osborn, the bass player in whose garage they first learned to record, said 'she got no credit for anything. Richard was the star as far as the family was concerned.' Drummer Hal Blaine, who played along with her on some of the studio recordings, says 'that voice was just incredible. She was born with that. She didn't learn that.'

Ce soir-là, Richard Carpenter regardait le *Carson Show* dans la nouvelle maison avec cinq chambres à coucher dans laquelle lui et sa sœur Karen venaient d’emménager à Downey, dans la banlieue de Los Angeles. Les Carpenters, originaires du Connecticut, avaient sorti leur premier album fin 1969, mais déjà ils étaient mis sous pression pour en sortir un troisième. Ils avaient passé la journée dans le studio d’A&M sur La Brea à enregistrer des morceaux pour ce troisième album, et Richard savait qu’il avait besoin de successeurs aux énormes tubes de l’année précédente comme « For All We Know » et « We’ve Only Just Begun ».

Le succès des Carpenters, déjà considérable, avait été forgé au détriment d’une partie de la fierté de Richard. En tant que frère aîné, pianiste et arrangeur accompli, Richard aurait pu s’attendre à être le leader du groupe. Les choses ne s’étaient pas déroulées ainsi. Bien qu’il ait écrit ses propres chansons, les tubes des Carpenters avaient tendance à venir de compositeurs comme Paul Williams et Burt Bacharach. Bien que Richard chantât, sa voix n’était pas aussi caractéristique que celle de sa petite sœur un peu gauche, Karen. Richard s’était préparé à la gloire pour finalement découvrir qu’elle avait jeté son dévolu sur sa sœur, qui y était manifestement peu préparée. Leurs parents, la force motrice à l’origine de leurs efforts, voyaient toujours Richard comme le talent de la famille. Le reste du monde n’était pas de cet avis.

Karen Carpenter faisait partie d’un *package* avec son frère aîné depuis leur adolescence. Leur truc était qu’elle jouait de la batterie. Les musiciens de studio qui jouaient sur les disques des Carpenter, issus du groupe informel connu sous le nom de Wrecking Crew<sup>28</sup> composé de brillants instrumentistes pop, savaient que si les batteurs moyens se trouvaient à la pelle, des voix comme celle de Karen étaient très rares. Joe Osborn, le bassiste dont le garage servit pour leur premier enregistrement, déclara : « On ne lui reconnaissait aucun mérite pour quoi que ce soit. Pour la famille, Richard était la star ». Le batteur Hal Blaine, qui joua avec elle sur certains des enregistrements en studio, déclara que « cette voix était tout simplement incroyable. Elle est née avec. Elle ne l’a pas apprise ».

---

<sup>28</sup> The Wrecking Crew est un ensemble renommé de musiciens de studio de la région de Los Angeles qui, dans les années 60 et 70, a participé à de très nombreux enregistrements d’albums. Ils constituent le groupe de studio le plus fameux de l’histoire de la musique américaine.

Karen Carpenter's problem was that while the requirements of show business demanded that she come out front and be the band's lead singer, her self-consciousness about her appearance meant she preferred to stay behind the kit. 'She was kind of a tomboy,' said Sherwin Bash, who managed them, 'and the drums were traditionally a male instrument. She wasn't sure she was slim enough, svelte enough, pretty enough, any of those things.'

Richard and Karen Carpenter prospered greatly in 1971 but they were scorned by those who considered themselves hip. They popped up on the old-fashioned TV shows fronted by stars terrified that they were losing their way in a country which appeared to have gone youth crazy. In any show fronted by a comedian in a tux you could guarantee they would be the musical guest. There wasn't the ghost of anything edgy about them. In a world where people were expected to flaunt their attitude they didn't appear to have any. They sounded like creamed rice.

The fact that the Carpenters made it big speaks volumes for the willingness of a few record companies to invest in unconventional talent. A&M was a company that had made a lot of its money with the easy listening sounds of Herb Alpert's Tijuana Brass and the Sandpipers so it knew as well as anyone how to promote an act like the Carpenters. They were one of the first acts to sell big on eight-track and cassette. Their buyers were the great bulk of the American and overseas public who just liked good tunes and also found something in Karen Carpenter's profound contralto that spoke to them about their lives every bit as much as Leonard Cohen, Carole King or Neil Young did to their listeners.

So 'Groupie (Superstar)' was an odd choice for a Carpenters song. Then again, 'We've Only Just Begun' was originally a jingle for a bank. Richard had never heard the song Midler sang before, which is an indication of the direction in which his personal radio was tuned, but he guessed his sister could sing the song, as she could sing pretty much any ballad.



Le problème de Karen Carpenter était qu'alors que les règles du show-business auraient voulu qu'elle soit au-devant de la scène et la chanteuse principale du groupe, son complexe par rapport à son apparence faisait qu'elle préférait rester derrière la batterie. Leur manager, Sherwin Bash, disait d'elle que « c'était une sorte de garçon manqué et que la batterie était traditionnellement un instrument masculin. Elle n'était pas sûre d'être assez mince, assez svelte, assez jolie, ou autre chose du genre ».

Richard et Karen Carpenter eurent beaucoup de succès en 1971, mais ils étaient méprisés par ceux qui se considéraient comme branchés. Ils apparaissaient dans les émissions de télévision à l'ancienne, présentées par des stars terrifiées à l'idée de perdre leurs repères dans un pays qui semblait être devenu fou de jeunesse. Dans n'importe quelle émission présentée par un comédien en smoking, on pouvait être sûr que les Carpenters seraient l'invité musical. Il n'y avait rien d'excitant chez eux. Dans un monde où l'on s'attendait à ce que les gens affichent leur attitude, ils semblaient n'en avoir aucune. Ils avaient autant de charisme que du riz au lait.

Le fait que les Carpenters aient atteint ce niveau de succès en dit long sur la volonté de quelques maisons de disques d'investir dans des talents atypiques. A&M était une société qui avait en grande partie prospéré grâce aux sons de la musique légère du groupe Tijuana Brass and the Sandpipers de Herb Alpert. Elle savait donc aussi bien que quiconque comment promouvoir des artistes comme les Carpenters. Ils furent l'un des premiers groupes à réaliser un grand nombre de ventes sur cartouche huit pistes et sur cassette. Leurs acheteurs étaient la grande majorité du public américain et étranger qui n'aimait que les bonnes mélodies et retrouvait dans le profond contralto de Karen Carpenter un peu de leur vie, tout comme le public de Leonard Cohen, Carole King ou Neil Young.

« Groupie (Superstar) » était donc un choix étrange pour une chanson des Carpenters, mais d'un autre côté, « We've Only Just Begun » était à l'origine un jingle pour une banque. Richard n'avait encore jamais entendu la chanson chantée par Midler, ce qui en dit long sur ce qu'il écoutait à la radio, mais il se doutait que sa sœur pouvait la chanter, comme elle aurait pu chanter à peu près n'importe quelle ballade.

He was right. Karen was less convinced but she did what she was told. They made one change to the lyrics, 'to sleep with you again' becoming 'to be with you again'. She did a guide vocal for the musicians to play along with. Even with only half her mind on the job she delivered a perfect performance. The guide vocal never needed to be replaced. That was the special quality of Karen Carpenter, a quality which became even more poignant following her anorexia-related death in 1983. When Bette Midler performed, half the impact was in the twinkle in her eye, her coquettish body language, the way she carried herself. With Karen Carpenter it was in her voice and her voice alone.

Russ Solomon started selling records in his father's drug store in Sacramento just after the war. He named his business after the building in which it was housed, the Tower Theatre. He opened the first big store in Watt Avenue in Sacramento. In 1968 he opened another at Columbus and Bay in San Francisco. In 1970 he bought a plot on Sunset Boulevard in Hollywood, within walking distance of the Whisky a Go Go. It had its own parking lot. At busy times it even had its own parking attendant directing traffic in that lot.

Tower advertised itself as 'the largest record-tape store in the known world', a claim also made by The HMV Shop in London's Oxford Street. Claims of that kind are impossible to measure but the key feature of Tower was that all the stock was out on the floor rather than in the storeroom so it certainly felt like that. New releases would be literally piled on the floor near the door and advertised at discount prices, making it impossible to resist buying them. At the same time they would carry a depth of catalogue which would be unknown in your local record store. They could do this because they were sited in busy cities with growing populations of young people who would buy records.

Il avait raison. Karen était moins convaincue, mais elle faisait ce qu'on lui disait. Ils apportèrent un changement aux paroles, « to sleep with you again » (« coucher de nouveau avec toi ») est devenu « to be with you again » (« être de nouveau avec toi »). Elle posa sa voix sur une piste pour que les musiciens puissent avoir un repère pour jouer avec elle. Même si elle n'était qu'à moitié concentrée sur son travail, le rendu était parfait. Cette piste n'aurait jamais besoin d'être remplacée. C'était la qualité particulière de Karen Carpenter, une qualité qui devint encore plus émouvante après son décès dû à l'anorexie en 1983. Quand Bette Midler chantait, la moitié de l'effet de sa prestation venait du scintillement dans ses yeux, de son langage corporel coquet, de la manière dont elle se tenait. Avec Karen Carpenter, tout venait de sa voix et uniquement de sa voix.

Russ Solomon commença à vendre des disques dans le *drugstore* de son père à Sacramento, juste après la guerre. Il donna à son entreprise le nom du bâtiment dans lequel elle était située, le Tower Theatre. Il ouvrit le premier grand magasin sur la Watt Avenue à Sacramento. En 1968, il en ouvrit un autre au croisement entre Columbus Avenue et Bay Street à San Francisco. En 1970, il acheta un terrain sur Sunset Boulevard à Hollywood, à un jet de pierre du Whisky a Go Go. Il disposait de son propre parking. En période de grande affluence, il avait même son propre gardien qui y dirigeait la circulation.

Le Tower se présentait comme « le plus grand magasin de disques connu dans le monde<sup>29</sup> », une position que revendiquait également The HMV Shop dans Oxford Street à Londres. De telles affirmations sont impossibles à mesurer, mais la caractéristique principale du Tower était que tout le stock était par terre et visible plutôt que d'être caché dans la réserve, ce qui donnait certainement cette impression. Les nouveaux disques étaient littéralement empilés à même le sol près de la porte et affichés à des prix réduits, rendant donc l'envie de les acheter insurmontable. En outre, ils disposaient d'un choix bien plus vaste que celui du disquaire du coin. Ils pouvaient se le permettre, car ils étaient situés dans des villes animées avec une population croissante de jeunes qui achetaient des disques.

---

<sup>29</sup> « The largest record-tape store in the known world. »

Tower took some of the ambience of the hippy record shacks like Rather Ripped in Berkeley or Virgin in London – Solomon promoted the fact that he wouldn't allow his staff to wear ties – while behind the scenes his staff were playing hardball with distributors and using their growing muscle to negotiate discounts the hippy shacks could never match. They organized in-store gigs and personal appearances (War drove a tank into the car park to promote their album), they became outlets for the growing market for local listings magazines, and turned into de facto social centres, encouraging people to spend all day in the shops secure in the knowledge that it would be difficult to come out of there with just one record. They had hand-written price labels above the racks, they did all the things that the little hippy stores thought they were too cool to do and the old-fashioned mom and pop stores would never have thought to do, and they achieved the objective of the record companies by making new releases seem like the most important thing in the world.

By early 1971 Tower on Sunset already seemed like the capital of the worldwide record business. It was within walking distance of the studios where *Tapestry* and *Mud Slide Slim* had been made, and the Troubadour where all the happening acts played and where on Tuesday nights a line of hopefuls – including, that spring, young Thomas Waits from Pomona – would turn up for their chance at the big time. It was near enough to the new West Coast headquarters being set up by all the record companies as they fled New York in search of a more congenial lifestyle for newly wealthy executives and in pursuit of a feeling that this was now the centre of a different kind of world. For those people who weren't that excited about what was going on in the cinema, didn't own more than one set of clothes and couldn't afford anything more than a beaten-up twenty-year-old car, Tower on Sunset was the most exciting place in the world, a temple into which all consumer desire was channelled. The pulse quickened on entering it in the sure and certain knowledge that you would experience some shock of the new in the shape of a new record by either an old favourite or a new name you had only just heard about, had never heard sing and had certainly never seen. The record shops were medium and message combined. Most of the people who bought Carole King's *Tapestry* would not have had an earthly clue what she looked like until they picked up her album and turned it over in their hands. The new generation of record shops had a magic which replaced the radio.

Le Tower s'inspira en partie de l'ambiance des magasins de disques hippies aux allures de cabane comme le Rather Ripped à Berkeley ou Virgin à Londres (Solomon mettait en avant le fait qu'il interdisait à son personnel de porter des cravates) tandis qu'en coulisses, son personnel employait les grands moyens avec les distributeurs et utilisait leur pouvoir croissant pour négocier des remises que les cabanes hippies ne pourraient jamais se permettre. Ils organisaient des concerts dans le magasin et des apparitions privées, War avait d'ailleurs conduit un char d'assaut dans le parking pour faire la promotion de leur album. Ils devinrent un point de vente pour le marché en pleine expansion des magazines de référencement locaux, et *de facto* un centre social, encourageant les gens à passer toute la journée dans le magasin en sachant qu'il serait difficile de sortir de là avec un seul disque. Ils affichaient les prix sur des étiquettes écrites à la main au-dessus des rayonnages. Ils faisaient tout ce pour quoi les petits magasins hippies pensaient être trop cools et ce que les magasins de musique à l'ancienne n'auraient jamais envisagé. Ils atteignaient l'objectif des maisons de disques en faisant des nouvelles sorties la chose la plus importante au monde.

Au début de 1971, le Tower sur Sunset Boulevard semblait déjà être la capitale mondiale de l'industrie du disque. Il se trouvait à quelques pas des studios où avaient été réalisés *Tapestry* et *Mud Slide Slim*, ainsi que du Troubadour où se produisaient tous les groupes branchés et où, le mardi soir, une file d'optimistes (dont, ce printemps-là, le jeune Thomas Waits de Pomona) se pointaient pour tenter leur chance avec la gloire. C'était assez proche des nouveaux quartiers généraux de la côte ouest, où venaient s'installer toutes les maisons de disques qui fuyaient New York à la recherche d'un style de vie plus agréable pour les nouveaux dirigeants fortunés et à la poursuite du sentiment que ce lieu était désormais le centre névralgique d'un autre monde. Pour ceux qui n'étaient pas si intéressés par ce qui se passait au cinéma, qui ne possédaient pas plus d'une tenue et qui ne pouvaient pas se permettre autre chose qu'une voiture vieille de vingt ans, le Tower sur Sunset Boulevard était l'endroit le plus excitant au monde, un temple dans lequel tous les désirs des consommateurs étaient canalisés. Quand vous y entriez votre pouls s'accélérait. Vous saviez que vous alliez ressentir le choc de la nouveauté sous la forme d'un nouveau disque, d'un ancien favori ou d'un nouveau nom dont vous veniez juste d'entendre parler et que vous n'aviez jamais entendu chanter ni encore moins vu. Les magasins de disques représentaient à la fois l'intermédiaire et le message. La plupart des gens qui achetaient *Tapestry* de Carole King n'avaient pas la moindre idée de ce à quoi elle ressemblait avant de prendre son album et de l'avoir entre les mains. La nouvelle génération de magasins de disques possédait un pouvoir qui supplanta la radio.

They were the place where you came into contact with the product. You didn't merely shop at a place like this. You parsed every last detail of your surroundings at the same time. You stood among the racks studying every recent release, memorizing paragraphs of the sleeve notes, piecing together your knowledge square by square. It was the love of rock turned into its purest expression – shopping.

The recorded music business was beginning to diversify into new product ranges. In their 1971 ranges American motor manufacturers were starting to offer cassette or eight-track decks as extras on their luxury cars, and Philips were advertising the previously undreamt- of sensation of 'stereo in your car' with their own in-car players. In 1971 Henry Kloss introduced the Advent 201 which incorporated Dolby noise reduction and chromium dioxide tape, which improved the sound, meaning that a technology that had once been considered only good enough for dictation was suddenly a perfectly acceptable way to listen to music. That meant that the record companies for the first time had the possibility of selling something in more than one format, which suggested you could conceivably sell it more than once. For those people coming into the market for music who were not hooked on the romance of the 12-inch album and preferred convenience above all things, the cassette was an exciting new way to join the fun. By the end of the decade it would be the leading music carrier.

Those lucky people who were able to sweep out of the parking lot of Tower on Sunset while inserting a cassette of a freshly purchased new album by the hottest, least-tried new artist into their new auto-reverse in-car player with the promise that it would bloom into stereo using the cabin of the vehicle as a huge sounding-box felt they were having a hit of human pleasure, a pinch of ease, a brief transport of delight that nothing else in their daily life would ever be able to match. They weren't entirely wrong.

In 1971 even the most comfortable people didn't get to indulge their fantasies; to live, even temporarily, the luxury life. In that year the United States and Europe were still a long way apart. Transatlantic travel was the exclusive preserve of the wealthy, the business traveller or people making once-in-a-lifetime trips to visit relatives who might have emigrated in the years after the war.

C'était là que vous entriez en contact avec le produit. Vous n'y faisiez pas seulement vos achats. Vous analysiez les moindres détails de votre environnement. Vous vous teniez parmi les rayonnages, étudiant chaque sortie récente, mémorisant des paragraphes de textes sur les pochettes, affinant morceau par morceau vos connaissances. C'était l'amour du rock dans sa plus pure expression : le shopping.

L'industrie du disque commençait à se diversifier vers de nouvelles gammes de produits. Dans leurs gammes de 1971, les constructeurs automobiles américains commençaient à proposer des lecteurs de cassettes ou de cartouches huit pistes en option sur leurs voitures de luxe. Philips faisait la publicité du son stéréo dans la voiture, chose jusqu'alors inimaginable, avec leurs propres lecteurs embarqués. En 1971, Henry Kloss sortit le lecteur Advent 201 qui proposait le système de réduction de bruit Dolby et les bandes en dioxyde de chrome, ce qui améliorait le son. Ainsi, une technologie qui était jadis considérée comme uniquement acceptable pour les dictaphones était subitement devenue acceptable pour écouter de la musique. Les maisons de disques pouvaient donc pour la première fois vendre un produit sous plusieurs formats, et ainsi ils pouvaient sans doute le vendre plusieurs fois. Pour ceux qui arrivaient sur le marché de la musique sans être attachés sentimentalement aux albums 33 tours et qui préféraient le confort avant tout, la cassette représentait une nouvelle manière excitante de se joindre à la fête. D'ici la fin de la décennie, elle serait le principal support musical.

Les chanceux pouvaient sortir du parking du Tower, avec une cassette fraîchement achetée d'un nouvel album du dernier artiste à la mode à peine connu, et l'écouter sur leur nouveau lecteur *auto-reverse* avec la promesse que la musique se muerait en une explosion stéréophonique, l'habitacle du véhicule faisant office d'énorme caisse de résonance. Ils avaient l'impression de ressentir une bouffée de plaisir, une pincée de bien-être, un bref élan de délectation que rien dans leur vie quotidienne ne pourrait jamais égaler. Ils n'avaient pas complètement tort.

En 1971, même les personnes les plus aisées n'avaient pas l'occasion d'assouvir leurs fantasmes ; de vivre, même temporairement, la vie de luxe. Cette année-là, les États-Unis et l'Europe étaient encore très éloignés l'un de l'autre. Les voyages transatlantiques étaient l'apanage des riches, des hommes d'affaires ou des gens qui réalisaient le voyage de leur vie pour rendre visite à de la famille qui aurait émigré après la guerre.

Mass transit hadn't yet arrived. The first jumbo jet full of ticket-buying passengers hadn't landed at Heathrow until 1970. There were very few airlines and few of them were offering budget fares. In 1971 Southwest Airlines opened its commuter routes between Dallas, Houston and San Antonio, selling tickets which at \$20 were marketed as being roughly comparable to the price of gasoline needed for the trip. The other key feature stressed in the advertising of Southwest Airlines was that their flight attendants wore bright orange hot pants and go-go boots.

The routes across the Atlantic were dominated by the old carriers who didn't discount. The USA was not a holiday destination for many Europeans. In London, people who had actually visited the States were interrogated by friends hungry for the smallest detail of this far-off land of dreams. In 1971 the average twenty-four-year-old Londoner would entertain small hope of ever making the trip themselves. That might be a source of mild sadness for many of them. For somebody so obsessed with America and its popular culture that he had changed his name in honour of an American frontiersman it was more painful than that.

On 24 January 1971, David Bowie took his first flight to the United States. It was the most important journey of his life. Bowie's career had stalled since 'Space Oddity' was a number one single in 1969 but he had a deal with Mercury Records, who were putting out his record *The Man Who Sold The World* in the USA. He also had a new manager, a solicitor's clerk called Tony Defries, who had managed to persuade Mercury to fly him out to do some promotion. In 1971 artists had to have an official exchange agreement with the American Musicians Union in order to be able to perform on such a visit. Since he had no such permit Bowie couldn't play any dates. However, he had a few enthusiastic supporters in the US media and on the staff of Mercury Records. One of these, the East Coast publicity boss Ron Oberman, met Bowie when he arrived at Washington's Dulles Airport. There was barely any budget for the visit and therefore it was agreed that he would stay with Oberman, who at the time was living in his parents' home in Silver Springs, Maryland. For the Obermans it was an adventure to go to the airport so Ron took his parents with him. Like most of the people in the terminal they were taken aback by Bowie's appearance when he came through customs.



Le transport de masse n'était pas encore apparu. Le premier jumbo jet rempli de passagers n'avait atterri à Heathrow qu'en 1970. Peu de compagnies aériennes existaient et peu d'entre elles proposaient des tarifs abordables. En 1971, Southwest Airlines ouvrait ses lignes de navettes entre Dallas, Houston et San Antonio. Le ticket était à 20 \$, un prix qui était présenté comme étant à peu près comparable à celui de l'essence nécessaire pour le trajet. L'autre principale caractéristique mise en avant dans la publicité de Southwest Airlines était que ses hôtesses portaient des mini-shorts orange vif et des bottes de go-go danseuse.

Les routes transatlantiques étaient toujours dominées par les anciennes compagnies qui ne pratiquaient pas de prix réduits. Pour beaucoup d'Européens, les États-Unis ne constituaient pas une destination de vacances. À Londres, les gens qui avaient réellement visité les États-Unis étaient interrogés par des amis avides du moindre détail sur ces lointaines terres de rêves. En 1971, le Londonien moyen de vingt-quatre ans nourrissait peu d'espoir d'effectuer un jour le voyage lui-même. Beaucoup d'entre eux en ressentaient une légère tristesse. Pour quelqu'un de si obsédé par l'Amérique et sa culture populaire au point qu'il en avait changé son nom en l'honneur d'un pionnier américain, c'était bien plus dur que cela.

Le 24 janvier 1971, David Bowie prenait son premier vol pour les États-Unis. Ce fut le voyage le plus important de sa vie. La carrière de Bowie était au point mort depuis que « Space Oddity » avait été numéro un en 1969, mais il avait un contrat avec Mercury Records, qui était en train de sortir son disque *The Man Who Sold The World* aux États-Unis. Il avait également un nouveau manager, Tony Defries, un clerc d'avocat qui avait réussi à persuader Mercury de le faire venir aux États-Unis en avion pour y faire de la promotion. En 1971, les artistes devaient avoir un accord d'échange officiel avec l'American Musicians Union pour pouvoir se produire lors d'une telle visite. Comme il ne disposait pas d'un tel permis, Bowie ne pouvait pas jouer de concerts. Cependant, il comptait quelques supporters enthousiastes dans les médias américains et au sein du personnel de Mercury Records. L'un d'entre eux, le responsable pour la publicité de la côte est, Ron Oberman, rencontra Bowie lors de son arrivée à l'aéroport de Dulles à Washington. Le budget pour la visite était limité et il fut donc convenu qu'il logerait chez Oberman, qui vivait alors dans la maison de ses parents à Silver Springs, dans le Maryland. Pour les Oberman, c'était une aventure d'aller à l'aéroport, donc Ron emmena ses parents avec lui. Comme la plupart des gens présents dans le terminal, ils furent surpris par l'apparence de Bowie alors qu'il passait la douane.

He had been detained for forty-five minutes by officials unaccustomed to seeing young men in electric blue fur coats with velvet trousers tucked into black motorcycle boots and hair swept into a style reminiscent of forties screen actress Veronica Lake. If they had looked in the traveller's bags they would have seen that he had packed one of the men's dresses by the London designer Michael Fish that he and his wife Angie had picked out.

Angie didn't travel with him because the budget didn't stretch that far, and also because she was six months' pregnant. She remained at their home, a rambling mansion in Beckenham, Kent called Haddon Hall. The people she was sharing with had pretensions to be a commune but in fact were largely dedicated to trying to launch the career of David Bowie.

The three weeks Bowie spent in the United States in January and February 1971, which took him to New York, Detroit, Minneapolis, Texas and California, were the most formative of his professional life. Like any young man in the early seventies coming from England, a country which had just one pop music radio station and a total of three TV channels, he was stupefied by America's plenty and intoxicated with the relative ease of life. Far from the responsibilities and well-trodden pavements of home, Bowie was free to make himself up, to say things he wouldn't have said back in the UK, describing his last LP as 'remiscences about my experiences as a shaven-headed transvestite' to a San Francisco DJ and delighting in his ability to stop the conversation in any restaurant by the simple act of walking in.

Those three weeks changed his view of music. He was played the Velvet Underground's *Loaded*, which included 'Sweet Jane' and 'Rock N Roll', a record that would not be released in the UK until March. He was sufficiently enthused to see them at the Electric Circus in New York and was so overcome that he talked his way backstage to shake the hand of the man he thought was Lou Reed. It was only later that he learned that Reed had left the band and he'd been enthusing over the hastily elevated Doug Yule – further evidence of how shrouded in mystery it was possible for a cult band to remain in 1971. In Manhattan he met the avant-garde street musician Moondog. In San Jose he heard the Stooges for the first time. Having failed to make a commercial breakthrough and seeking consolation in heroin, the band was on the point of breaking up. Bowie and Iggy Pop would meet for the first time later in the year.

Il avait été retenu pendant quarante-cinq minutes par des douaniers peu habitués à voir des jeunes hommes en manteau de fourrure bleu électrique avec des pantalons en velours rentrés dans des bottes de motard noires et des cheveux balayés dans un style qui rappelait celui de l'actrice des années quarante : Veronica Lake. S'ils avaient regardé dans les bagages du voyageur, ils auraient vu qu'il avait emporté une des robes pour hommes du designer londonien Michael Fish que lui et sa femme Angie avaient choisie.

Angie ne voyagea pas avec lui parce que le budget ne le permettait pas, mais aussi parce qu'elle était enceinte de six mois. Elle était restée chez eux, dans leur manoir labyrinthique de Beckenham, dans le Kent, appelé Haddon Hall. Les gens avec qui elle le partageait prétendaient vivre en communauté, mais en fait, ils étaient en grande partie dévoués à essayer de lancer la carrière de David Bowie.

Les trois semaines que Bowie passa aux États-Unis en janvier et février 1971 et qui l'amènèrent à New York, Detroit, Minneapolis, au Texas et en Californie, furent les plus formatrices de sa vie professionnelle. Comme tout jeune homme du début des années soixante-dix venant d'Angleterre, un pays qui ne comptait qu'une seule station de radio pop et un total de trois chaînes de télévision, il était stupéfait par l'abondance de l'Amérique et enivré par le relatif confort de vie. Loin des responsabilités et des sentiers battus de chez lui, Bowie était libre de se maquiller, de dire des choses qu'il n'aurait pas prononcées au Royaume-Uni, de décrire son dernier 33 tours comme « des réminiscences de mon expérience de travesti au crâne rasé » à un animateur radio de San Francisco et de se réjouir du silence qu'il imposait par le simple fait d'entrer dans un restaurant.

Ces trois semaines changèrent sa vision de la musique. Il put écouter *Loaded* du Velvet Underground, qui comprenait « Sweet Jane » et « Rock N Roll », un album qui ne sortirait au Royaume-Uni qu'à partir de mars. Enthousiasmé par l'album, il alla les voir au Electric Circus de New York et fut tellement envouté qu'il réussit à se frayer un chemin dans les coulisses pour serrer la main de l'homme qu'il croyait être Lou Reed. Il n'apprit que plus tard que Reed avait quitté le groupe et qu'en réalité il avait été enthousiasmé par Doug Yule, promu dans l'urgence (une preuve supplémentaire qu'il était possible en 1971 pour un groupe culte de rester enfoui dans le mystère). À Manhattan, il rencontra le musicien de rue avant-gardiste Moondog. À San Jose, il put écouter les Stooges pour la première fois. Le groupe, sur le point de se séparer, n'avait pas réussi à accomplir une percée commerciale et cherchait à se consoler dans l'héroïne. Bowie et Iggy Pop se rencontreraient pour la première fois plus tard dans l'année.

By the time he arrived in Los Angeles on 13 February Bowie had told his new friend, the radio plugger, scene maker and provider of female companions Rodney Bingenheimer, that he had an idea for a whole album based on a character called Ziggy Stardust.

In Hollywood he stayed with RCA executive Tom Ayres who lived just off Sunset Boulevard in a home previously owned by the silent movie star Lillian Gish. Bowie and Bingenheimer borrowed Ayres's convertible Cadillac to drive to radio interviews. This would have been a kick even for someone from suburban California. For a boy from Beckenham it was unimaginably exciting. There was recording equipment in Ayres's house, which Gene Vincent was using at the time. Bowie took advantage of this to record a demo of a new song called 'Hang On To Yourself', which he offered to Ayres for Vincent.

The week in Los Angeles passed like a dream. Wearing his Fish gown, Bowie performed a few songs at a lawyer's party in the Hollywood Hills, perched on a waterbed – the item of furniture all rich hippies favoured at the time – and playing his acoustic guitar. He went to a party for Ultra Violet, one of Andy Warhol's superstars, and socialized with the handsome young film actor Don Johnson. Like all first-time visitors from Britain he didn't quite get to grips with the lack of public transport. On Valentine's Day he walked two miles down Sunset Boulevard to attend a rehearsal with Christopher Milk, the band led by *Rolling Stone* writer John Mendelsohn. This took place in the same studios where Carole King had just completed *Tapestry*. Together they played the Velvet Underground's 'Waiting For The Man', which would soon become a part of Bowie's act.

Like any musician on the make he focused on Ayres as somebody who might be able to help him. His contract with Mercury expired after *The Man Who Sold The World* and he was looking for a new home. Ayres said he should consider his employers RCA because the only thing they had was Elvis and that wasn't going to last for ever. It was thanks to the contact that he had made with Ayres that the Ziggy Stardust album, when it arrived, would be on RCA alongside those of the King, the singer with whom he shared a birthday. Ayres introduced him to Grelun Landon, the company's august head of publicity. Landon, who had worked closely with Elvis Presley, said 'he's very bizarre but I think he's going to be the Bob Dylan of the seventies'.

À son arrivée à Los Angeles, le 13 février, Bowie avait raconté à son nouvel ami, Rodney Bingenheimer, homme de radio, découvreur de talents et pourvoyeur de filles, qu'il avait une idée pour un album entier basé sur un personnage : Ziggy Stardust.

À Hollywood, il séjournait chez Tom Ayres, un responsable de chez RCA, qui habitait juste à côté du Sunset Boulevard dans une maison qui appartenait auparavant à la star du cinéma muet Lillian Gish. Bowie et Bingenheimer empruntaient la Cadillac décapotable de Tom Ayres pour se rendre aux interviews radio. Même pour quelqu'un de la banlieue californienne, c'était un réel kiff. Alors pour un garçon de Beckenham, c'était incroyablement palpitant. La maison d'Ayres contenait du matériel d'enregistrement qu'utilisait Gene Vincent à l'époque. Bowie en profita pour enregistrer la démo d'une nouvelle chanson intitulée « Hang On To Yourself », qu'il offrit à Ayres pour Vincent.

La semaine à Los Angeles se déroula comme dans un rêve. Vêtu de sa robe Mr. Fish, Bowie avait interprété quelques chansons avec sa guitare acoustique pour la fête d'un avocat dans les collines d'Hollywood, du haut d'un lit à eau (le meuble que tous les riches hippies s'arrachaient à l'époque). Il se rendit à une fête en l'honneur d'Ultra Violet, l'une des superstars d'Andy Warhol, et sympathisa avec le beau et jeune acteur de cinéma Don Johnson. Comme tous les nouveaux venus de Grande-Bretagne, il n'arriva pas vraiment à s'habituer au manque de transports publics. Le jour de la Saint-Valentin, il marcha trois kilomètres sur Sunset Boulevard pour assister à une répétition avec Christopher Milk, le groupe dirigé par John Mendelsohn, rédacteur chez *Rolling Stone*. Cette répétition eut lieu dans les mêmes studios où Carole King venait de terminer *Tapestry*. Ensemble, ils jouèrent « Waiting For The Man » du Velvet Underground, qui ferait bientôt partie du répertoire de Bowie.

Comme tout musicien en devenir, il voyait en Ayres quelqu'un qui pourrait être en mesure de l'aider. Son contrat avec Mercury arriva à expiration après *The Man Who Sold The World* et il cherchait une nouvelle maison de disque. Ayres lui dit qu'il devrait envisager son employeur RCA, car ils n'avaient qu'Elvis et ça ne durerait pas éternellement. C'est grâce à son contact avec Ayres que l'album Ziggy Stardust, une fois réalisé, serait disponible sous étiquette RCA aux côtés de ceux du King, le chanteur avec qui il partageait sa date d'anniversaire. Ayres l'avait présenté à Grelun Landon, l'auguste chef de publicité du label. Landon, qui avait travaillé en étroite collaboration avec Elvis Presley, déclara : « Il est très bizarre, mais je pense qu'il va devenir le Bob Dylan des années soixante-dix ».

When Bowie flew back to London on 18 February it was clear that he was infatuated with the USA, babbling excitedly to friends and audiences about the freeways, the subways and even the violence, in a way that seemed to be boasting as much as anything else. Rubbing shoulders with American music business people and listening to American radio made him think outside the box of his suburban Arts Lab world. The collision between English sensibilities and the actual experience of visiting America had seven years earlier led the Beatles and the Rolling Stones to create their defining music. Now it was David Bowie's turn. By the end of the month he had organized a session at Radio Luxembourg's studio in Mayfair to record 'Hang On To Yourself' and 'Moonage Daydream', another song which would eventually find its way on to his breakthrough album.

He wasn't planning to sing it himself. He was going to be the puppet master for a cute young gay guy called Fred Burrett. He and Angie had taken to spending time at a London club called The Sombrero. There they had met the tiny handful of people in London happy to describe themselves as gay. His plan was to transform young Fred into Freddie Burretti and make him a star. David would be the one pulling the strings Simon Cowell-style. It didn't work out quite the way he planned. It would be another year before Ziggy Stardust was properly set before the public, and then Bowie would find himself playing both puppet and puppet master. However, the seeds of his breakthrough idea had been sown during his intoxicating trip to the New World and, although they probably wouldn't have believed it, Lou Reed and Iggy Pop were rescued from the obscurity that seemed to be beckoning before their English fan made that fateful trip.

De retour à Londres le 18 février, Bowie était visiblement passionné par les États-Unis. L'enthousiasme qui transpirait de ses mots quand il s'adressait à ses amis et à son public à propos des autoroutes, des métros et même de la violence, semblait en vanter les mérites plus qu'autre chose. Côté des hommes d'affaires américains de l'industrie musicale et écouter la radio américaine l'amena à sortir des sentiers battus et de son univers suburbain de l'Arts Lab. Le choc entre la sensibilité anglaise et l'expérience d'une visite aux États-Unis avait conduit sept ans plus tôt les Beatles et les Rolling Stones à définir leur musique. C'était maintenant au tour de David Bowie. À la fin du mois, il avait organisé une session au studio de Radio Luxembourg à Mayfair pour enregistrer « Hang On To Yourself » et « Moonage Daydream », une autre chanson qui se retrouverait sur l'album qui allait le faire connaître.

Il n'avait pas l'intention de la chanter lui-même. Il serait le marionnettiste d'un jeune homme gay et mignon, nommé Fred Burrett. Angie et lui s'étaient mis à passer du temps dans un club londonien appelé The Sombrero. Ils y avaient rencontré les quelques rares personnes à Londres heureuses de se décrire comme gays. Son plan était de transformer le jeune Fred en Freddie Burretti et d'en faire une star. David serait celui qui tirerait les ficelles à la Simon Cowell. Tout ne se déroula pas comme il l'avait prévu. Il faudrait encore attendre un an avant que Ziggy Stardust ne soit correctement présenté au public. Alors Bowie se retrouverait à la fois dans le rôle de la marionnette et du marionnettiste. Cependant, les graines de l'idée qui le propulserait au-devant de la scène avaient été plantées lors de son voyage grisant dans le Nouveau Monde. Bien qu'ils ne l'auraient probablement pas cru, Lou Reed et Iggy Pop furent sauvés de l'anonymat qui semblait les attendre avant que leur fan anglais n'entreprenne ce voyage fatidique.

## **FEBRUARY PLAYLIST**

Carole King, "It's Too Late"

James Taylor, "You've Got A Friend"

Joni Mitchell, "Little Green"

Janis Joplin, "Mercedes Benz"

Todd Rundgren, "We Gotta Get You A Woman"

Roy Budd, "Get Carter"

David Bowie, "The Man Who Sold The World"

The Velvet Underground, "Sweet Jane"

*Jesus Christ Superstar* soundtrack

The Temptations, "Just My Imagination"



## PLAYLIST DE FÉVRIER

Carole King, « It's Too Late »

James Taylor, « You've Got a Friend »

Joni Mitchell, « Little Green »

Janis Joplin, « Mercedes Benz »

Todd Rundgren, « We Gotta Get You a Woman »

Roy Budd, « Get Carter »

David Bowie, « The Man Who Sold The World »

The Velvet Underground, « Sweet Jane »

La bande originale de *Jesus Christ Superstar*

The Temptations, « Just My Imagination »

## MARCH: ROCK AND ROLL

In the early years of the present century I took a holiday in the Highlands of Scotland. I stopped in a lay-by at the side of Loch Ness, one of the most desolate, beautiful parts of the country. Here it's possible to escape the crowds and feel pleasantly cut off from your fellow man. I took a few moments to contemplate the chilly depths of the loch and brood on the stillness of the surrounding mountains.

There was only one other vehicle in that car park. It was a small van, dispensing drinks to passing tourists. On this occasion it was staffed by one young woman. She might have been a postgraduate university student, working her way through the summer, or just a member of that vast army of polite young people with surprising flecks of colour in their hair and runic tattoos on their ankles who nowadays can pop up anywhere in modern Europe, passing their time in a job far below their education and capabilities as they wait for life to provide them with a road map.

To while away the time between customers she had a book and, oddly enough, a cassette player. From this old-fashioned machine arose a piece of music which reached back even further, all the way to the spring of 1971, its melancholy merging perfectly with the view of the loch. It also provided the ideal soundtrack for the dispensing of a cup of tea in a polystyrene cup, marrying sound and image in a way that made me unsure whether I was watching a commercial or actually in one. The music was 'At The Chime Of A City Clock' by Nick Drake from his 1971 album *Bryter Layter*.

The patina overlaying Drake's music has been steadily built up over the years with so many layers of hindsight that it's impossible to know whether that twenty-something alongside Loch Ness was responding to the actual music as put on tape by engineer John Wood in Chelsea in November 1970 or to the identification of a certain quality of bruised soulfulness in Drake's music, an identification which has grown over recent years thanks to the music's frequent use on soundtracks. We have probably experienced it in movies like *The Royal Tenenbaums*, TV series like *Parenthood*, or the VW commercial in which a bunch of educated young people born in the era of mobile phones and satnav choose to spend the evening driving around listening to Drake's music and looking at the moon rather than mixing with the beery oafs at their local bar.

## MARS : ROCK AND ROLL

Au début des années 2000, j'ai pris des vacances dans les Highlands en Écosse. Je me suis arrêté sur une aire de repos au bord du Loch Ness, l'un des plus beaux endroits du pays et l'un des plus déserts. Dans cette région, vous pouvez vous échapper de la foule et avoir l'agréable sentiment d'être coupé du monde. J'ai pris quelques instants pour contempler les profondeurs glaciales du lac et me laisser aller à la tranquillité des montagnes environnantes.

Un seul autre véhicule se trouvait sur le parking, une petite camionnette, qui vendait des boissons aux touristes de passage. Ce jour-là, une jeune femme y travaillait. Elle aurait pu être une doctorante universitaire, qui travaillait tout l'été, ou simplement une jeune parmi ces milliers de jeunes bien élevés arborant des cheveux aux couleurs surprenantes et des tatouages en forme de rune sur leurs chevilles. De nos jours, ils peuvent surgir n'importe où en Europe. Ils passent leur temps dans un travail bien en dessous de leur niveau d'éducation et de leurs capacités en attendant que la vie leur fournisse une feuille de route.

Pour passer le temps entre les clients, elle avait un livre et, curieusement, un lecteur de cassettes. De cette vieille machine sortait une musique qui remontait encore plus loin dans le temps, jusqu'au printemps 1971, et dont la mélancolie allait parfaitement avec la vue sur le Loch Ness. C'était également la bande-son idéale pour vendre du thé dans une tasse en polystyrène, la musique et l'image s'alliant parfaitement au point que je ne savais plus si je regardais une publicité ou si j'en faisais partie. La musique était « At The Chime Of A City Clock » de Nick Drake, tirée de son album *Bryter Layter* de 1971.

La patine qui recouvre la musique de Drake s'est progressivement accumulée au fil des ans et avec tant de couches différentes qu'il est impossible de savoir si cette jeune femme d'une vingtaine d'années le long du Loch Ness appréciait la musique telle qu'enregistrée par l'ingénieur du son John Wood à Chelsea en novembre 1970, ou si elle s'identifiait au ressenti d'âme meurtrie présent dans la musique de Drake. Cette identification qui s'est développée ces dernières années grâce à l'utilisation fréquente de sa musique dans des bandes originales. Nous l'avons probablement entendue dans des films comme *La Famille Tenenbaum*, dans des séries télévisées comme *Parenthood*, ou dans la publicité pour VW dans laquelle un groupe de jeunes de bonne éducation, nés à l'époque des téléphones portables et de la navigation par satellite, choisissent de passer la soirée en voiture à écouter la musique de Drake et à regarder la lune plutôt que de se mêler aux lourdauds alcoolisés dans le bar du coin.

Drake's music lives in the mainstream as a signifier for 'alternative'.

Of all the records put out in 1971, none was more heedlessly passed over at the time than Drake's *Bryter Layter* and none has been more warmly adopted by subsequent generations, most of whom weren't even born at the time he died. Some music from 1971 sounds more pertinent now than it did when it originally came out. This is certainly the case with Drake's work. Linda Thompson, a fellow musical striver and girlfriend of Drake's back in the early seventies, heard his music in the twenty-first century over a supermarket tannoy in Los Angeles and, as she remarked, 'couldn't believe how right it sounded. How did he know?' Drake's career, if we can call it that since he was absent by reason of death throughout it, has been the slowest burn in rock.

At the time *Bryter Layter* came out, in March 1971, Joe Boyd, the talent scout who had first signed Drake to his Witchseason Productions, produced him, found him live shows, established him in a flat and did all the other things Drake showed no sign of doing for himself, was already on his way to a new job in his native United States. Hence Drake was without the patron, advocate and twenty-four-hour irritant every artist needs if they are to elbow their way into prominence. However, Island, the larger independent to whom he was in fact signed, continued to pay him a £20-a-week retainer, comparable to the earnings of somebody who actually worked for a living. Later in 1971 he dropped in on John Wood, the engineer who had been at the board on his previous albums, and in two nights recorded the unadorned *Pink Moon*, which came out in 1972. That was the end of Drake's recording career. He died in 1974 at his parents' home in Tanworth-in-Arden, apparently after an overdose of anti-depressants. He was twenty-six.

In the years that followed Island kept his records in the catalogue out of respect but there was no groundswell of interest. It wasn't until 1992, when the country rock artist Lucinda Williams released a version of Drake's 'Which Will', that his music began to exert a powerful fascination on the many artists who think of themselves as refugees from the established categories. His songs were done by everyone from the rock band the Flaming Lips to the jazz artist Brad Mehldau. Robyn Hitchcock and Mogwai are just two of the acts to write songs named after him. Prominent people were eager to tell us how much they liked him.

La musique de Drake transparait aujourd'hui dans l'opinion majoritaire comme un symbole de « musique alternative ».

De tous les albums sortis en 1971, aucun ne fut plus négligé à l'époque que *Bryter Layter* de Drake. Cependant, aucun ne fut plus chaleureusement adopté par les générations suivantes, dont la plupart n'étaient même pas nées au moment de sa mort. Certaines musiques de 1971 semblent plus pertinentes aujourd'hui qu'à l'époque de leur sortie. C'est certainement le cas avec l'œuvre de Drake. Linda Thompson, une musicienne acharnée et compagne de Drake au début des années soixante-dix, entendit sa musique au XXI<sup>e</sup> siècle dans un supermarché à Los Angeles et, comme elle le remarqua : « je n'arrivais pas à croire comme ça sonnait juste. Comment pouvait-il savoir ? ». La carrière de Drake, si on peut l'appeler ainsi vu qu'il a été absent pour cause de mort tout au long de sa carrière, aura été la plus longue à se concrétiser dans l'histoire du rock.

À la sortie de *Bryter Layter*, en mars 1971, Joe Boyd, le dénicheur de talents qui avait le premier signé Drake sur son label Witchseason Productions, qui l'avait produit, qui lui avait trouvé des concerts, qui l'avait installé dans un appartement et qui faisait tout ce pour quoi Drake ne montrait aucun enthousiasme à faire lui-même, était déjà en route pour un nouveau travail dans son pays natal, les États-Unis. Drake perdait donc le mécène, l'avocat et l'empêcheur de tourner en rond permanent dont tout artiste a besoin pour se forger un nom. Cependant, Island, le groupe indépendant avec lequel il avait en fait signé, continuait à lui verser une avance de 20 livres par semaine, un montant comparable aux revenus d'une personne qui travaille pour gagner sa vie. Plus tard, en 1971, il rendit visite à John Wood, l'ingénieur du son qui avait été aux commandes de ses précédents albums. En deux nuits, il enregistra l'épuré *Pink Moon*, qui sortit en 1972. Ce fut la fin de sa carrière studio. Il mourut en 1974 dans la maison de ses parents à Tanworth-in-Arden, apparemment des suites d'une overdose d'antidépresseurs. Il avait vingt-six ans.

Dans les années qui suivirent, Island garda ses albums dans son catalogue par respect, mais le public n'y accorda aucun intérêt. Ce ne fut qu'en 1992, lorsque l'artiste de country rock Lucinda Williams sortit une version de « Which Will » de Drake, que sa musique commença à exercer une fascination intense sur les nombreux artistes qui croyaient être eux-mêmes des réfugiés des catégories établies. Ses chansons étaient reprises par tous, du groupe de rock The Flaming Lips à l'artiste de jazz Brad Mehldau. Robyn Hitchcock et Mogwai ne sont que deux des artistes parmi ceux qui ont écrit des chansons portant son nom. Les personnalités aimaient à dire combien elles l'appréciaient.

It seemed to advertise their sensitivity. Brad Pitt waived his fee to narrate a BBC radio documentary about Drake's life. The film actor Heath Ledger claimed to be obsessed with him and was eventually found dead in circumstances that echoed Drake's death. These days Drake's reputation is greater than those of many of the people whose success he most envied in 1971. Nobody talks about Lindisfarne or Brewer and Shipley with the same reverence. Drake is a latter-day James Dean, revered as much for what he's seen to represent as for what he did.

The Pulitzer Prize-winning writer Louis Menand has written about what he called 'the iron law of stardom'. This law decrees that in show business you've only got three years. Three years is about as long as you can remain interesting and as long as an audience can maintain its interest in you. There are exceptions but it's surprising how many rock careers are effectively about three stylistically linked albums made over a period of three years. Drake's brief career, which started with *Five Leaves Left* in 1970 and ended with *Pink Moon* in 1972, is a classic case. His death meant he never got the chance to let anyone down. He is the epitome of the artist who, in the words of Elvis Costello, didn't stick around to witness his own decline. Now that his life is safely bounded by just three albums he remains not only an artist who made some appealing music but also a perfect emblem of misunderstood genius.

In the year 2013, Universal Music, the huge multinational entertainment company that swallowed up A&M, Motown, Island and many of the most charismatic independent record labels of the seventies, announced yet another reissue of Nick Drake's album *Bryter Layter*, forty-two years after its original release. This time his second album would be presented in a box set containing a record pressed on '180 gram virgin vinyl for the audiophile' and packaged inside a fold-out cover which had been painstakingly and expensively aged to replicate the original textured cover of the 1971 LP. It would also be accompanied by a replica shop poster. Especially for the collectors who were expected to file their copy away unplayed to make sure it retained its value, it came, too, with a code enabling the buyer to download the music on a choice of formats including High Definition 24 Bit and a version Dubbed From Disc.

C'était un moyen de mettre en avant leur sensibilité. Brad Pitt renonça à son cachet pour narrer un documentaire radio de la BBC sur la vie de Drake. L'acteur de cinéma Heath Ledger se déclara obsédé par lui et fut finalement retrouvé mort dans des circonstances qui rappelaient la mort de Drake. De nos jours, la réputation de Drake est plus grande que celle de nombreuses personnes dont il enviait le succès en 1971. Personne ne parle de Lindisfarne ou de Brewer et Shipley avec la même déférence. Drake est un James Dean des temps modernes, vénéré autant pour ce qu'il semble représenter que pour ce qu'il a fait.

L'écrivain Louis Menand, lauréat du prix Pulitzer, a écrit sur ce qu'il a appelé « la loi d'airain de la célébrité<sup>30</sup> ». Cette loi décrète que dans le show-business, vous n'avez que trois ans. Trois ans est à peu près la durée durant laquelle vous pouvez rester intéressant et où le public conserve son intérêt pour vous. Des exceptions existent, mais il est surprenant de voir combien de carrières dans le rock impliquent de fait trois albums liés par le style et réalisés sur une période de trois ans. La brève carrière de Drake, qui démarra avec *Five Leaves Left* en 1970 et se termina avec *Pink Moon* en 1972, est un cas classique. De par sa mort, il n'a jamais eu l'occasion de décevoir qui que ce soit. Il est la quintessence de l'artiste qui, pour reprendre les mots d'Elvis Costello, n'est pas resté pour assister à son propre déclin. Maintenant que sa vie est liée à jamais à trois albums, il reste non seulement un artiste qui a fait de la musique attrayante, mais aussi le symbole parfait du génie incompris.

En 2013, Universal Music, l'énorme multinationale du divertissement qui absorba A&M, Motown, Island et de nombreuses maisons de disques indépendantes parmi les plus charismatiques des années soixante-dix, annonça une nouvelle réédition de l'album *Bryter Layter*, quarante-deux ans après sa sortie initiale. Cette fois, son deuxième album serait présenté dans un coffret contenant un disque pressé sur un « vinyle vierge de 180 grammes pour l'audiophile » et emballé dans une pochette dépliant, minutieusement vieillie avec une technique onéreuse pour reproduire la texture originale de la pochette du 33 tours de 1971. Il serait également accompagné d'une réplique du poster publicitaire d'époque. Spécialement pensé pour les collectionneurs, dont on s'attendait qu'ils classent leur copie sans l'ouvrir pour s'assurer qu'elle garde sa valeur, le coffret était livré avec un code permettant à l'acheteur de télécharger la musique en plusieurs formats dont la haute résolution 24 bits et une version remasterisée à partir du vinyle.

---

<sup>30</sup> « The iron law of stardom. »

With its curious combination of antique trade fakery and digital sheen the 2013 *Bryter Layter* project was the most elaborate example yet of the heritage rock industry's attempt to conjure the allegedly magical moment in early 1971 when that record was released. In truth there was no such moment, magical or otherwise, no feeling that something precious was happening, or even that an opportunity had been missed. The concept of rock posterity hadn't yet been invented. Drake died unknown in 1974. Those few music fans who read the down-page news item at the time knew Drake as the guy who made the quiet watercolour music they might have heard on Island sampler albums like *Nice Enough To Eat*. Here, his 'Time Has Told Me' was sequenced immediately before King Crimson's bludgeoning 'Twenty-First Century Schizoid Man', which seemed destined to obliterate all traces of anything that had come before.

In 1971 Nick Drake had no noticeable following. At the time you had either made it or you were about to. Nobody had yet settled into that position of middling cultdom in which most of today's rock bands live, breathe and have their being. The cult of the noble underrated hadn't been invented. Drake's name didn't resound. Fashionable people didn't drop his name. He didn't stand for anything. Nobody had his picture on their wall. He was just another singer-songwriter making music, nothing like as celebrated as Al Stewart, let alone Leonard Cohen; more like Harvey Andrews or Amory Kane, a provider of the kind of music which was vaguely and approvingly described in the nasal argot of the day as 'nice', but bought by absolutely nobody you knew.

The early weeks of March 1971 should have been the fullest of Nick Drake's life. He was twenty-two, comfortably off, devastatingly attractive to women, a guitarist that other players tried to copy but couldn't, and one of the handful of performers who had a sound and a style of their own. He'd just had his second record released on Island, which was Britain's hippest record company, and yet his day slipped by unseized. He almost didn't have a day at all.



Avec cette curieuse combinaison de fausse relique et de reflets numériques, le projet *Bryter Layter* de 2013 était la tentative la plus élaborée à ce jour dans l'industrie de la culture rock de ressusciter le moment prétendument magique du début de 1971 lorsque ce disque sortit. En réalité, ce moment, magique ou autre, n'avait pas eu lieu, personne n'avait eu le sentiment que quelque chose de précieux se produisait, ni même qu'une occasion avait été manquée. Le concept d'héritage du rock n'avait pas encore été inventé. Drake mourut dans l'indifférence en 1974. Les quelques fans de musique qui lisaient les notes de bas de page à l'époque connaissaient Drake comme le type qui faisait la douce musique d'aquarelle qu'ils avaient peut-être entendue sur les compilations d'Island comme *Nice Enough To Eat*. Dans ce cas-ci, son titre « Time Has Told Me » venait juste avant le percutant « Twenty-First Century Schizoid Man » de King Crimson, qui semblait destiné à effacer toute trace de ce qui s'était passé auparavant.

En 1971, Nick Drake n'avait pas de disciples notables. À l'époque, soit vous aviez réussi, soit vous étiez sur le point de réussir. Personne ne s'était encore installé dans cette position moyennement culte dans laquelle la plupart des groupes de rock d'aujourd'hui vivent, respirent et existent. Le culte du noble sous-estimé n'avait pas encore été inventé. Le nom de Drake ne résonnait pas. Les gens à la mode ne prononçaient pas son nom. Il ne représentait rien. Personne n'avait sa photo au mur. Il n'était qu'un autre auteur-compositeur-interprète faisant de la musique, rien d'équivalent à Al Stewart, sans parler de Leonard Cohen ; plutôt comme Harvey Andrews ou Amory Kane, un auteur du genre de musique qui était vaguement et gentiment décrit dans l'argot de l'époque comme « sympa », mais achetée par absolument personne que vous connaissiez.

Les premières semaines de mars 1971 auraient dû être les plus riches de la vie de Nick Drake. Il avait vingt-deux ans, était aisé, terriblement attirant pour les femmes, un guitariste que d'autres musiciens essayaient de copier sans y arriver ; il faisait partie de la poignée d'interprètes qui avaient un son et un style bien à eux. Il venait de sortir son deuxième album chez Island, la maison de disques la plus branchée de Grande-Bretagne, pourtant, il ne saisit pas sa chance. Il n'en eut d'ailleurs presque pas.

*Bryter Layter*'s release was held up by the British postal strike, which interrupted deliveries to shops. This action, in pursuit of a 15 per cent pay rise (fairly standard at the time), began in January 1971 and lasted for seven weeks. It made the nation's switch to decimal currency in February even more complex, and meant that the Post Office was forced for the first time to license private firms to carry the mail. The strike ended on 4 March, and *Bryter Layter* was released in the UK a week later. There was no single and barely any radio play. There was a half-page advert in the *Melody Maker* and a short interview in *Sounds* in which he talked to Jerry Gilbert about his dislike of live performance. It was the only interview Drake did in his life.

Other things were going on. Bigger things. *Bryter Layter* came out in the same week that Muhammad Ali fought Joe Frazier at Madison Square Garden for the heavyweight championship of the world. Ali had been stripped of his title because of his refusal to fight in Vietnam. This was his way back. It was billed as the Fight of the Century and it lived up to that billing. It went to fifteen rounds. Frazier had Ali on his backside at one point and eventually won on points. The only way Frank Sinatra could get a ringside seat was by serving as the accredited photographer of *Life* magazine.

*Bryter Layter* came out in the same week that three off-duty Scottish soldiers, one of them only seventeen, were lured away from a pub in Belfast city centre to a field on the outskirts of the city and shot in the back of the head by a Provisional IRA death squad. It was said that girls had done the luring, which made everyone shudder. The papers started to use the word 'honeytrap' with a new familiarity. The soldiers' deaths indicated that the British army's presence in Northern Ireland, which had begun as a police operation to protect besieged Catholics, could turn out to be more difficult to end than it had been to begin.

*Bryter Layter* came out in the same week that Michael Caine's film *Get Carter* opened. Caine played a London gangster travelling to Newcastle to find out who killed his brother and mete out brutal treatment to anyone who got in his way, whether male or female.

La sortie de *Bryter Layter* fut retardée par la grève de la poste britannique, qui interrompit l'approvisionnement des magasins. Cette action, qui visait à obtenir une augmentation de salaire de 15 pour cent (assez courant à l'époque), débuta en janvier 1971 et dura sept semaines. Elle rendit le passage à la monnaie décimale en février encore plus complexe et obligea pour la première fois la poste à autoriser des entreprises privées à transporter le courrier. La grève prit fin le 4 mars, et *Bryter Layter* sortit au Royaume-Uni une semaine plus tard, sans single et presque aucun passage à la radio. Une publicité d'une demi-page dans le *Melody Maker* et une courte interview dans *Sounds* furent publiées dans laquelle il confia à Jerry Gilbert son aversion pour les performances *lives*. Ce fut la seule interview que Drake donna de sa vie.

D'autres événements se déroulaient. De plus grands événements. *Bryter Layter* sortit la même semaine où Muhammad Ali combattit Joe Frazier au Madison Square Garden pour le titre de champion du monde des poids lourds. Ali avait été déchu de son titre pour avoir refusé de combattre au Vietnam. C'était son comeback. Ce combat était annoncé comme le « combat du siècle » et il tint ses promesses. Il alla jusqu'au quinzième round. Les trois premiers rounds, Frazier n'en menait pas large, mais il gagna finalement aux points. Le seul moyen que trouva Frank Sinatra pour obtenir une place au premier rang fut de servir de photographe accrédité pour le magazine *Life*.

*Bryter Layter* sortit la même semaine où trois soldats écossais qui étaient de repos, dont l'un n'avait que dix-sept ans, furent entraînés hors d'un pub du centre de Belfast jusqu'à un champ dans la périphérie de la ville et abattus d'une balle dans la nuque par un escadron de la mort de l'IRA provisoire. Il avait été rapporté que des filles auraient joué les appâts, ce qui fit frémir tout le monde. Les journaux commencèrent à utiliser le mot « guet-apens<sup>31</sup> » avec une nouvelle familiarité. La mort des soldats indiquait que la présence de l'armée britannique en Irlande du Nord, qui avait commencé comme une opération de police pour protéger les catholiques assiégés, pourrait s'avérer plus difficile à terminer qu'elle ne l'avait été à commencer.

*Bryter Layter* sortit la même semaine que le film *La loi du Milieu* avec Michael Caine. Il y joue le rôle d'un gangster londonien qui se rend à Newcastle pour trouver qui a tué son frère et réserve un traitement brutal à tous ceux qui se mettent en travers de son chemin, homme ou femme.

---

<sup>31</sup> « Honeytrap », *honey* signifie miel, mais aussi de manière affectueuse « ma chérie » lorsqu'on s'adresse à une femme.

Things were grim whichever way you looked, and in such a climate a record as pallid and lyrical as *Bryter Layter* was blown away in a gust of grit.

This was not helped by Drake's reticence. Among sons and daughters of the upper class such as Drake, shyness often masquerades as arrogance. A further problem was that Drake just wouldn't take any of the simple steps that are generally associated with achieving popularity. The curious contradiction of the singer-songwriter's trade is that while the music has to hint at a soul which does not easily yield its secrets, it needs to be accompanied by an iron-clad confidence which enables the artist to get up in a crowded room and demand attention. It's a quality that peers such as Bob Dylan, Richard Thompson, John Martyn and Joni Mitchell had. Drake, for all his privileged upbringing, didn't.

His few efforts to play live resulted in performances that didn't project much further than the lip of the stage. During one show he left halfway through a song. This was either the understandable retreat of a soul too sensitive to live or the gross dereliction of duty of a person who has set himself up as an entertainer. As Joe Boyd said years later, dismissing the idea that all the Hollywood interest in Nick Drake might result in a biographical film about him, 'Nick didn't have a very interesting life. He spent most of his time alone in his room, smoking a joint.'

Drake was an upper-class hippy. The members of Led Zeppelin may have had similarly long, apparently unkempt hair, which at the time was the mark of the hippies, and they may have had a lot of the same interests in arcane music, mysticism and travel to the Third World, but their approach to their music and the selling thereof could not have been more different. Whereas Drake believed that success was his due, the members of Led Zeppelin knew that it had to be fought for. Thanks to their manager they were one of the first groups put together in order to achieve massive success and to make a great deal of money. Precisely how massive the success and how much money that would mean, they had very little idea.

Tout était maussade où que vous regardiez et, dans un tel climat, un album aussi terne et lyrique que *Bryter Layter* fut balayé d'un coup de vent.

La réticence de Drake n'aida pas. Parmi les fils et les filles de la classe supérieure comme Drake, la timidité est souvent travestie en arrogance. Un autre problème était que Drake ne voulait absolument pas effectuer les simples démarches habituelles pour accéder à la célébrité. L'étrange paradoxe du métier d'auteur-compositeur-interprète est que, si la musique doit faire allusion à une âme qui ne livre pas facilement ses secrets, il doit être accompagné d'une confiance à toute épreuve qui permet à l'artiste de se lever dans une salle bondée et d'accaparer l'attention. C'est une qualité que ses pairs tels que Bob Dylan, Richard Thompson, John Martyn et Joni Mitchell avaient. Drake, malgré son éducation privilégiée, ne l'avait pas.

Ses rares efforts pour jouer en concert se soldèrent par des performances qui ne dépassaient pas le devant de la scène. Lors d'un concert, il partit en plein milieu d'une chanson. C'était soit le repli compréhensible d'une âme trop sensible pour vivre, soit le manquement grossier au devoir d'une personne qui s'était érigée en *entertainer*. Comme Joe Boyd le dirait des années plus tard, écartant l'idée que l'intérêt du tout Hollywood pour Nick Drake pourrait aboutir à un biopic : « Nick n'a pas eu une vie très intéressante. Il passait la plupart de son temps seul dans sa chambre, à fumer un joint. »

Drake était un hippie de la classe supérieure. Les membres de Led Zeppelin avaient peut-être les mêmes cheveux longs visiblement mal-peignés, ce qui à l'époque était la marque des hippies, ils avaient peut-être beaucoup d'intérêts similaires pour la musique ésotérique, le mysticisme et les voyages dans le tiers-monde, mais leur vision de la musique et de sa commercialisation ne pouvait pas être plus différente. Alors que Drake pensait que le succès lui était dû, les membres de Led Zeppelin savaient qu'il fallait se battre pour l'obtenir. Grâce à leur manager, ils furent l'un des premiers groupes réunis dans le but d'atteindre les sommets et de gagner beaucoup d'argent. Quel niveau de succès et combien d'argent cela représenterait, ils n'en avaient aucune idée.

If Nick Drake wouldn't stir from his room there were in 1971 many people who would. P. G. Wodehouse's advice to aspiring writers is 'first apply the seat of the trousers to the surface of the chair'. In 1971 a new generation of rock musicians were beginning to realize that if they wished to make their name and their fortune they had to adopt the same kind of work ethic. There was a feeling that this could be a perfect time to do so. While the former members of the Beatles were arguing in court or plotting their own solo records, the Rolling Stones trying to get themselves organized for relaunch and Bob Dylan moving back to New York and thinking about what to do next, their established positions in the hierarchy were being usurped by a band that was appealing to a generation who had been too young to be wholly under the spell of those sixties acts and reaching these people by going out and playing for them.

On 5 March, on the same night that the Rolling Stones played two shows at the Free Trade Hall in Manchester and Aretha Franklin recorded in front of the love crowd at San Francisco's Fillmore, Led Zeppelin began their 1971 tour at the citadel of unionism, the Ulster Hall in Belfast. They were still putting the finishing touches to their new album, which wouldn't come out until the winter. The problems of Northern Ireland hadn't yet hardened into 'the Troubles' and it was still just about possible for visiting bands to appear there. This wouldn't be the case for the next forty years.

This March tour entered the burgeoning lore of the band known familiarly to its young, hairy fan base as 'Zep' as the 'back to the clubs tour'. Announcing the plan to the *Record Mirror*, guitarist and group leader Jimmy Page explained, 'the audiences were becoming bigger and bigger but moving further and further away'. He said this tour was an attempt to say thank you to the clubs that had helped the band in its early days and enabled them to play in cities that didn't have large venues; tickets and fees would be pegged at the level they would have been in the past. Thus the tour took Led Zeppelin, who were at the time the biggest-grossing, most popular band in the world, to such venues as the Nottingham Boat Club, Newcastle's Mayfair Ballroom and the Belfry in Sutton Coldfield.

Si Nick Drake ne voulait pas bouger de sa chambre, beaucoup en 1971 le faisaient. Le conseil de P. G. Wodehouse aux auteurs en herbe est : « commence par poser tes fesses sur une chaise ». En 1971, une nouvelle génération de musiciens de rock commençait à se rendre compte que s'ils voulaient se faire un nom et faire fortune, ils devaient adopter une éthique de travail similaire. Tout indiquait que c'était le bon moment pour le faire. Pendant que les ex-membres des Beatles se disputaient devant les tribunaux ou préparaient leurs propres albums solos, pendant que les Rolling Stones essayaient de s'organiser pour se relancer, pendant que Bob Dylan retournait à New York et réfléchissait à la suite de sa carrière, leurs positions établies étaient usurpées par un groupe qui attirait une génération trop jeune pour être entièrement sous le charme de ces groupes des années soixante. Ce groupe touchait cette génération en se bougeant pour eux.

Le 5 mars, le soir même où les Rolling Stones donnaient deux concerts au Free Trade Hall de Manchester et où Aretha Franklin enregistrerait devant le public *peace and love* du Fillmore de San Francisco, Led Zeppelin débuta sa tournée de 1971 dans le fief de l'unionisme, l'Ulster Hall de Belfast. Ils donnaient encore la dernière touche à leur nouvel album, qui ne sortirait pas avant l'hiver. Les problèmes de l'Irlande du Nord n'avaient pas encore dégénéré en ce que l'on appellerait « les Troubles<sup>32</sup> » et les groupes pouvaient encore s'y produire. Ce ne serait plus le cas pendant les quarante prochaines années.

Cette tournée de mars entra dans l'univers naissant du groupe que ses jeunes fans chevelus appelaient « Zep » sous le nom de « back to the clubs tour ». En annonçant le projet au *Record Mirror*, le guitariste et leader du groupe Jimmy Page expliqua : « le public devenait de plus en plus nombreux, mais était de plus en plus éloigné de la scène ». Il déclara que cette tournée était une manière de remercier les clubs qui avaient supporté le groupe à ses débuts en leur permettant de jouer dans des villes qui n'avaient pas de grandes salles ; le montant des billets et des cachets serait le même qu'à l'époque. Ainsi, la tournée emmena Led Zeppelin, qui était à l'époque le groupe le plus populaire au monde et celui qui engrangeait le plus d'argent, dans des lieux tels que le Nottingham Boat Club, le Mayfair Ballroom de Newcastle et le Belfry à Sutton Coldfield.

---

<sup>32</sup> Le terme *Troubles* a été utilisé bien après le début du conflit nord-irlandais (1968 – 1997), il est utilisé comme un euphémisme et a régulièrement été utilisé en Irlande pour désigner les périodes de conflits politiques ou sociaux.

Although it resulted in small venues being swamped by the demand and made no financial sense for the band, the back to the clubs tour was interesting because it seemed to be trying to make amends for injuries the British audience had yet to sustain. Only the band knew the explosion in demand which was coming down the road. Led Zeppelin had glimpsed the scale of this demand for their live shows in the USA the previous year and they knew that when they went there later in 1971 they would be playing for crowds five times the size of the biggest crowd in Britain. The back to the clubs tour was doubly curious because the club days they were planning to get back to had been a mere three years earlier, in 1968. Since then they had released three albums which had sold massively (although the third one had not done as well as the previous two), but even so the largest venue they had played in Britain, apart from the odd festival, was the Albert Hall. This was considered the biggest place any band could reasonably expect a British audience to tolerate. It seated just four thousand people. When Page was talking about the audience appearing to be just specks on the horizon he was clearly thinking about some of the venues in the USA, where Led Zeppelin were starting to play arenas.

Meanwhile back in the Ulster Hall, which had a capacity of less than two thousand, the *Melody Maker*'s Chris Welch reported that the MC who was working on behalf of the hall still addressed the audience as 'boys and girls' and was asking them to leave when the band came back for an encore. This wasn't unusual. Nobody had yet worked out how they were supposed to behave at a big rock concert. Tickets were 16 shillings, less than a pound. Welch, who had flown out to cover this big moment, spoke to one young fan who had previously thought Led Zeppelin were American and had only laid eyes on them once before in one picture she had on her wall. He also noted that among the new songs the band played that night was one called 'Stairway To Heaven'. Because this was the *Melody Maker* he felt duty-bound to tell his readers that for this tune Jimmy played his twin-necked guitar, giving him a six- and a twelve-string sound on the same instrument. 'An excellent ballad, it displayed Robert's developing lyricism,' he added, approvingly.



Bien que les petites salles aient été submergées par la demande et que cela n'avait aucun sens financièrement pour le groupe, la tournée Back to the Clubs était intéressante, car elle semblait être une tentative pour se dédouaner des offenses que le public britannique allait subir. Seul le groupe connaissait l'explosion de la demande qui allait suivre. Led Zeppelin avait eu un avant-goût de l'ampleur de cette demande pour leurs concerts aux États-Unis l'année précédente et ils savaient que lorsqu'ils s'y rendraient plus tard en 1971, ils joueraient devant des publics cinq fois plus nombreux que le plus important de Grande-Bretagne. Cette tournée était d'autant plus étrange que l'époque pendant laquelle ils jouaient dans les clubs et avec laquelle ils comptaient renouer, ne datait que de 1968, trois ans plus tôt. Depuis lors, ils avaient sorti trois albums qui s'étaient vendus massivement (bien que le troisième ne se soit pas aussi bien vendu que les deux précédents). Malgré cela, la plus grande salle où ils avaient joué en Grande-Bretagne, à part les festivals occasionnels, était l'Albert Hall. Cette salle était considérée comme la plus grande que le public britannique puisse accepter pour y voir jouer un groupe. Elle ne pouvait accueillir que quatre mille personnes. Lorsque Page parlait du public comme des points à l'horizon, il faisait clairement référence à certaines salles aux États-Unis, où Led Zeppelin commençait à jouer dans des stades.

Pendant ce temps, au Ulster Hall, qui avait une capacité de moins de deux mille personnes, Chris Welch du *Melody Maker* rapportait que le maître de cérémonie de la salle s'adressait encore au public en les appelant « boys and girls » et leur demandait de partir alors que le groupe revenait pour un rappel. Ce n'était pas inhabituel. Personne ne savait encore comment se comporter dans un grand concert de rock. Les billets coûtaient 16 shillings, soit moins d'une livre. Welch, qui s'était déplacé pour couvrir ce grand événement, discuta avec une jeune fan qui pensait auparavant que Led Zeppelin était un groupe américain et qui jusque-là ne les avait vus qu'en photo sur son mur. Il remarqua également que parmi les nouvelles chansons que le groupe joua ce soir-là, une s'appelait « Stairway To Heaven ». Comme il s'agissait du *Melody Maker*, il se sentit obligé professionnellement de raconter à ses lecteurs que pour ce morceau, Jimmy jouait avec une guitare à double manche, ce qui lui donnait un son de guitare à six et douze cordes sur le même instrument. Il ajouta d'un ton approbateur : « Une excellente ballade, qui montrait le lyrisme naissant de Robert Plant ».

Recalling that night many years later, bassist John Paul Jones said that during ‘Stairway To Heaven’ the audience were bored to tears waiting for something they knew. It certainly took a while for the song to be greeted with any apparent enthusiasm. At first it was received with polite puzzlement, its early passages seeming to belong on their previous record *Led Zeppelin III*. Nobody at the time suggested it owed anything to the rock instrumental ‘Taurus’ by the American band Spirit. After a while it started to get more reaction, and Peter Grant, doing what great managers always do, which is watch the audience during the show, realized that it was hitting home and therefore made one of the very few artistic suggestions he ever made to the band. When it finishes and the last chords have died away, he suggested, don’t immediately start tuning up for the next one. Don’t go out of character. Hold the moment. Milk the drama. Maintain the mood. Grant had spent some time as a wrestler. He knew about hokum, which at the time very few rock bands did.

In 1971 Peter Grant was thirty-six, more than ten years older than the youngest members of Led Zeppelin. Like many of the managers and fixers who were beginning to come to the fore in this new music business, he was a member of an older generation. Born in the 1930s, he’d known hardships that his band hadn’t, which made him more inclined to value whatever success they were having. Grant was always happy to have people know that he was a former professional wrestler, appreciating that if you have a reputation for violence it often saves you the trouble of resorting to it. In later years the band’s preposterous success and his immersion in cocaine led him to behave in a way he had previously only threatened to; in the early days he was as important a member of the band as any of the people who carried instruments. Like the besotted parent of a gifted child, he was dedicated to implementing the vision of his favourite, Jimmy Page. The mere fact that Led Zeppelin had a vision marked them out from all the bands who had come before them and meant that their legacy was, if anything, greater. The biggest bands usually have an influence which is anything but benign. The Beatles made bands think they had to write their own songs. The Stones made bands think they had to be rebellious. Led Zeppelin made bands think they had to be loud.

Se souvenant de cette soirée des années plus tard, le bassiste John Paul Jones déclara que pendant « Stairway To Heaven », le public s'était ennuyé comme jamais en attendant un morceau qu'il connaissait. Cela prit un moment pour que la chanson soit accueillie avec quelque peu d'enthousiasme. Au début, elle était accueillie avec une perplexité polie, ses premières mesures semblant appartenir à leur précédent album *Led Zeppelin III*. Personne à l'époque ne suggérait qu'elle devait quelque chose à l'instrumental rock « Taurus » du groupe américain Spirit. Au bout d'un certain temps, elle commença à générer plus d'enthousiasme et Peter Grant qui, comme tous les grands managers, observait le public pendant le spectacle, se rendit compte qu'elle commençait à faire mouche. Il fit alors l'une des rares suggestions artistiques qu'il n'ait jamais faites au groupe. Il suggéra, lorsque le morceau se termine et que les derniers accords se sont évanouis, de ne pas immédiatement enchaîner sur le prochain. Ne sortez pas du personnage. Retenez l'instant. Exploitez le côté dramatique. Maintenez l'ambiance. Grant avait été catcheur quelque temps. Il s'y connaissait dans l'art de l'illusion, ce que très peu de groupes de rock utilisaient à l'époque.

En 1971, Peter Grant avait trente-six ans, soit plus de dix ans d'écart avec les plus jeunes membres de Led Zeppelin. Comme beaucoup de managers et d'organiseurs qui commençaient à se faire connaître dans ce nouveau monde des affaires de la musique, il faisait partie d'une génération plus âgée. Né dans les années 1930, il avait enduré des épreuves que son groupe n'avait pas connues, ce qui le rendait plus enclin à valoriser le moindre de leur succès. Grant était toujours content de faire savoir qu'il était un ancien catcheur professionnel, car il savait que si vous avez une réputation de violence, cela vous évite souvent d'y avoir recours. Plus tard, le succès démesuré du groupe et sa dépendance à la cocaïne l'amènèrent à passer de la menace aux actes ; au début, il était un membre du groupe aussi important que ceux qui jouaient d'un instrument. Comme le parent dévoué d'un enfant surdoué, il se consacrait à réaliser la vision de son favori, Jimmy Page. Le simple fait que Led Zeppelin ait une vision personnelle les distinguait de tous les groupes qui les avaient précédés ; cela rendait leur héritage, pour le moins, plus important. Les plus grands groupes ont en général une influence qui est tout sauf bénigne. Les Beatles ont amené les groupes à penser qu'ils devaient écrire leurs propres chansons. Les Stones ont amené les groupes à penser qu'ils devaient être rebelles. Led Zeppelin a amené les groupes à penser qu'ils devaient être bruyants.

Grant's original business partner was Mickie Most, who managed and produced the Jeff Beck Group, the band that established the template for the four-piece group with lead singer – in many people's eyes the perfect division of rock labour and since emulated by U2, REM, the Killers and hundreds more. But whereas Beck simply didn't have the patience for the long march, walking out on his own group in the middle of a US tour, Page had a little bit of money saved up and in Grant he had the man prepared to go to the big record companies and demand an advance. Page and Jones banked their £3,000 share of it (that was almost two years' salary for the average British worker at the time). Like many good-looking singers Robert Plant had to think about sheltering the girlfriend he'd hurriedly married when she became pregnant, and he used his money to make a deposit on a house. Drummer John Bonham went out and bought a sports car, which was a clear indication of how he planned to deal with success.

When Led Zeppelin played the University of Kent in Canterbury on 12 March tickets were 60p (12 shillings for those who hadn't yet adjusted to decimal) and they were sold out immediately to the people who queued up outside Eliot College on the appointed day. A few of them, reported the student paper, had actually been there since the night before. Although they had inherited the mantle of the Yardbirds, Led Zeppelin's success was built on a new generation of fans who had been born just slightly too late to experience the mid-sixties as teenagers and had come through their adolescence to the sounds of Jimi Hendrix and Cream. This meant they were wired in a slightly different way and were inclined to regard rock as something that needed to be measured rather than enjoyed. Unlike Led Zeppelin's fan base in the United States, who were already inclined to whoop, the disciples in their home country thought that the best tribute you could pay to a group was to appreciate them and believed that this was something best done in silence – and, given the restrictions of sight lines, from a cross-legged position.

The report in the student paper of that Canterbury show, which the band performed against the very red brick which had given the new universities of the sixties their name and from on top of the kind of platform better suited to a cookery demonstration, suggests a certain awkwardness in both band and audience. During 'Moby Dick', Plant had to actually chide the audience into standing up.

Le premier associé de Grant était Mickie Most, qui avait dirigé et produit le Jeff Beck Group, le groupe qui établit le modèle de base avec quatre musiciens et un chanteur principal, ce qui, pour beaucoup, était la composition parfaite pour le rock et qui fut depuis imitée par U2, REM, les Killers et des centaines d'autres. Alors que Beck n'avait tout simplement pas la patience nécessaire pour les longues tournées, il avait d'ailleurs quitté son propre groupe en plein milieu d'une tournée aux États-Unis, Page, lui, avait mis un peu d'argent de côté et, avec Grant, il avait la personne idéale pour aller voir les grandes maisons de disques et leur demander une avance. Page et Jones investirent une partie de leur avance, 3 000 livres sterling (presque l'équivalent de deux ans de salaire pour le travailleur britannique moyen de l'époque). Comme beaucoup de chanteurs au physique avantageux, Robert Plant devait mettre à l'abri sa petite amie qu'il s'était empressé d'épouser lorsqu'elle était tombée enceinte. Il utilisa donc son argent pour payer l'acompte sur l'achat d'une maison. Le batteur John Bonham alla s'acheter une voiture de sport, ce qui en disait long sur la manière dont il comptait gérer son succès.

Lorsque Led Zeppelin joua à l'Université du Kent à Canterbury le 12 mars, les billets étaient à 60 pence (12 shillings pour ceux qui ne s'étaient pas encore adaptés à la monnaie décimale). Les personnes qui faisaient la queue devant l'Eliot College ce jour-là les achetèrent tous immédiatement. Quelques-uns d'entre eux, rapporta le journal étudiant, étaient en fait là depuis la veille au soir. Même s'ils portaient l'héritage des Yardbirds, Led Zeppelin construisit son succès sur une nouvelle génération de fans, qui étaient nés un peu trop tard pour avoir vécu l'expérience du milieu des années soixante et qui avaient passé leur adolescence à écouter les sons de Jimi Hendrix et de Cream. Par conséquent, ils ne fonctionnaient pas de la même manière et tendaient à envisager le rock comme quelque chose qui devait être mesuré plutôt qu'apprécié. Contrairement aux fans de Led Zeppelin aux États-Unis, déjà enclins à crier, leurs disciples dans leur pays d'origine pensaient que la meilleure manière de témoigner leur estime à un groupe était de l'apprécier. Ils pensaient qu'il valait mieux le faire en silence, et, étant donné les obstacles qui leur masquaient la vue, assis, les jambes croisées.

Le reportage dans le journal étudiant de ce concert à Canterbury, que le groupe avait joué adossé aux briques rouges qui avaient donné leurs noms aux nouvelles universités des années soixante<sup>33</sup>, du haut d'une sorte de plateforme plus adaptée à une démonstration de cuisine, releva une certaine gêne tant du côté du groupe que du public. De fait, quand ils jouèrent « Moby Dick », Plant dut pousser le public à se lever.

---

<sup>33</sup> Les *red brick universities*.

This was on the eve of the release of their fourth album, the one that was to put them in a commercial category that neither the Beatles nor the Stones ever reached, and yet still their shows had more in common with classical recitals than pagan rites. At the end of the back to the clubs tour they played at the Paris Theatre in Lower Regent Street for a John Peel recording. The Paris was a two-hundred-capacity seated venue where the BBC recorded many of its comedy programmes. Peel, who would in due course come to deny Led Zeppelin thrice, introduced them nervously and the crowd received them as though they were a mayoral party come to open a fete. Even young, long-haired people tended to be restrained in public places in 1971, and easily intimidated by the sheer majesty of the BBC. When they played 'Rock And Roll', a song which was invented in the studio when Bonham started playing Earl Palmer's intro from Little Richard's 1957 hit 'Keep A Knockin'', they were clearly summoning up the primal throb of the jungle music which had shocked fifties America; the performance was received as if they were tackling Beethoven's late quartets.

What impressed Led Zeppelin's audience, who were now at university and therefore even further advanced in their wrongheadedness than before, was that this music appeared difficult to do. That's why they were more inclined to appreciate the passages during which Page bowed his guitar on 'Dazed And Confused', the periods of relief from the groove rather than the groove itself. Nobody at the time suspected that it was the groove that made Led Zeppelin remarkable. That certainly accounts for how sampled they are more than forty years later. It's the groove that escaped most of the hundreds of bands who set out to follow in their footsteps, in the mistaken belief that volume was the end rather than the means. Then there was the breadth of their musical hinterland. Led Zeppelin created their music from a diet of Bert Jansch, Memphis Minnie, John Fahey, Billy Fury, Phil Spector, Richard 'Rabbit' Brown, Moby Grape, Manitas De Plata and Om Kalsoum. Those who came afterwards were content with a diet of Led Zeppelin, which is not the same thing at all.

C'était à la veille de la sortie de leur quatrième album. Celui qui allait les placer dans une catégorie commerciale que ni les Beatles ni les Stones n'avaient jamais atteinte. Pourtant leurs concerts avaient plus de points communs avec les récitals classiques qu'avec les rites païens. À la fin de leur tournée Back to the Clubs, ils jouèrent au Paris Theatre, rue Lower Regent, pour une émission de John Peel. Le Paris était une salle d'une capacité de deux cents places où la BBC enregistrerait un grand nombre de ses programmes comiques. Peel, qui, le moment venu, en viendrait à renier trois fois Led Zeppelin, les présenta nerveusement et la foule les accueillit comme s'il s'agissait d'un comité des fêtes inaugurant une kermesse. En 1971, même les jeunes gens aux cheveux longs avaient tendance à se retenir dans les lieux publics et à être facilement intimidés par la majesté de la BBC. Lorsqu'ils jouèrent « Rock And Roll » (une chanson créée en studio après que Bonham commença à jouer l'intro d'Earl Palmer tirée du succès de Little Richard « Keep A Knockin » en 1957), ils faisaient clairement référence aux rythmes primitifs de la musique qui avait choqué l'Amérique des années 50 ; la performance fut perçue comme une attaque aux derniers quatuors de Beethoven.

Le public de Led Zeppelin, qui était maintenant à l'université et donc encore plus entêté qu'auparavant, était impressionné par cette musique qui semblait difficile à jouer. Ils étaient donc plus enclins à apprécier les passages où Page inclinait sa guitare sur « Dazed And Confused », c'est-à-dire les moments où le groove se relâchait plutôt que le groove lui-même. À l'époque, personne ne se doutait que c'était le groove qui rendait Led Zeppelin remarquable. Cela explique certainement pourquoi leur musique fait l'objet de tant de *samples* plus de quarante ans plus tard. C'est le groove qui manquait à la plupart de tous ces groupes qui décidèrent de marcher sur leurs traces, pensant à tort que le volume était la fin plutôt que le moyen. Ensuite, la diversité de leur *background* musical jouait beaucoup. La musique de Led Zeppelin s'était nourrie d'artistes tels que Bert Jansch, Memphis Minnie, John Fahey, Billy Fury, Phil Spector, Richard « Rabbit » Brown, Moby Grape, Manitas De Plata et Om Kalsoum. Alors que ceux qui suivirent se contentèrent d'un régime à base de Led Zeppelin, ce qui n'était pas du tout la même chose.

Most sixties groups didn't tour as we would understand it today. Instead they played regularly, recording during the week and going out at weekends to play gigs that were within driving distance to make money. Led Zeppelin would change all that. Ever since forming in 1968 around session guitarist Jimmy Page, Led Zeppelin had toured with a steely determination. In fact they didn't appear to tour so much as campaign, a recognition of the fact that like politicians running for office they appeared to have an objective in view. They were perfectly equipped for this because they were built around Page and John Paul Jones, two musicians who had been around the music business long enough to realize that the people who made the money were the ones with the songwriting credits, and they were formed at the behest of Peter Grant, a manager from an earlier generation who had learned that there was far more money to be made than promoters and agents would readily admit, because much of it would have to be gained at the direct expense of those promoters and agents.

This is where Grant, together with the band's American agent Frank Barsalona, was reinventing the concert business in 1971. They started with the finances. The old promoters had paid a fee for a band's services and made their money out of the difference between that fee and the amount they could make out of tickets. People like Bill Graham, who was famous for running the prestige hippy showcase the Fillmore in San Francisco and New York, became rich because he had a brand and even the biggest bands, including Led Zeppelin, would play his venue for a flat fee. Barsalona put a stop to all that, which is one of the reasons why Graham closed both Fillmores in 1971. He was tired of dealing with the agent's demands for more money and the musicians' demands for special treatment.

In 1971 Barsalona was in his early thirties and he dressed like an old-fashioned show business agent. He ran an agency called Premier Talent which also represented the Who, another loud band with a strong live reputation. Premier Talent was the first agency to specialize in representing rock acts rather than renting them out alongside jugglers and light comedians. From this position of strength Barsalona was able to flip the model, as Silicon Valley would subsequently say. Instead of letting the promoter dictate to the band how much of the ticket money they could have, he told the promoter how much of the band's money they would be permitted.



La plupart des groupes des années soixante ne faisaient pas de tournées comme on l'entend aujourd'hui. À la place, ils jouaient régulièrement, enregistraient en semaine et sortaient le week-end pour jouer des concerts à des distances accessibles en voiture pour gagner de l'argent. Led Zeppelin allait changer tout ça. Depuis leur formation en 1968 autour du guitariste de studio Jimmy Page, Led Zeppelin était parti en tournée avec une détermination sans faille. En fait, ils semblaient plus partir en campagne qu'en tournée et paraissaient avoir un objectif en vue, comme les politiciens candidats aux élections. Ils étaient parfaitement équipés pour, car le groupe était construit autour de Page et de John Paul Jones, deux musiciens qui avaient travaillé assez longtemps dans le milieu de la musique pour savoir que les personnes qui gagnaient de l'argent étaient celles qui étaient créditées sur les paroles des chansons. De plus, ils s'étaient formés sous l'impulsion de Peter Grant, un manager de la génération précédente, qui avait appris qu'il y avait beaucoup plus d'argent à gagner que les promoteurs de spectacle et les agents ne voulaient bien l'admettre, car une grande partie de cet argent serait gagné aux dépens de ces promoteurs et de ces agents.

C'est à ce moment-là, en 1971, que Grant, avec l'agent américain du groupe, Frank Barsalona, réinventa le monde du concert. Ils commencèrent par les finances. Les anciens promoteurs de spectacles payaient un cachet pour les services d'un groupe et gagnaient leur argent grâce à la différence entre ce cachet et le montant qu'ils pouvaient tirer des billets. Des gens comme Bill Graham, célèbre pour avoir dirigé les prestigieuses salles de spectacle hippie, le Fillmore à San Francisco et à New York, devinrent riches parce qu'ils possédaient une marque et que même les plus grands groupes, comme Led Zeppelin, jouaient dans sa salle pour un prix fixe. Barsalona mit un terme à tout cela, l'une des raisons pour lesquelles Graham ferma les deux Fillmore en 1971. Il en avait assez de devoir faire face aux exigences de l'agent qui demandait plus d'argent et celles des musiciens qui réclamaient un traitement spécial.

En 1971, Barsalona était un jeune trentenaire et s'habillait comme un agent du show-business de la vieille école. Il dirigeait une agence appelée Premier Talent qui représentait également les Who, un autre groupe bruyant à la réputation bien établie sur scène. Premier Talent était la première agence à se spécialiser uniquement dans la représentation de groupes de rock plutôt que de les mélanger avec des jongleurs et des simples comédiens. De cette position de force, Barsalona put inverser le modèle, comme on le dirait plus tard dans la Silicon Valley. Au lieu de laisser le promoteur de spectacle imposer au groupe la part de la recette qu'il pourrait obtenir, il lui disait quelle part du cachet du groupe lui était allouée.

He knew Led Zeppelin didn't need any actual promoting, that they would sell out on the growing strength of their name, and therefore the promoters should consider themselves fortunate to be invited to have the honour of hiring a hall for them and providing them with fresh towels. What Barsalona and Grant realized was that live performance was no longer the music business's disreputable rodeo clown, as it had been in the days of package tours. It was now a massive business on its own. For acts like the Who and Led Zeppelin, the concert business was even more important than the record business.

Barsalona was starting to develop acts that could sell their presence even if they couldn't move product. In 1970 he signed two acts, one from London and another from Boston, Massachusetts, who would prove his point. The first was Humble Pie, a band fronted by Steve Marriott and Peter Frampton, two refugees from teen pop groups whose whiskery prettiness seemed to suit the 1971 taste for fallen angels; the second was the J. Geils Band, an act from Boston that purveyed Chicago blues with the expeditious razzle-dazzle of a soul revue. With the best will in the world, neither of these groups had an original musical idea to their name and they couldn't write songs to save their lives, but wherever they played they could be relied upon to tear it up.

Premier Talent was also the agent for Grand Funk Railroad, a young three-piece from Flint, Michigan who openly advertised themselves as 'heavy rock'. Grand Funk were put together by an older hustler called Terry Knight who could see that there was a market for music that was above all loud, particularly if it was purveyed by a bare-chested high school adonis such as Mark Farner. In July 1971 Grand Funk sold out Shea Stadium and got a lot of coverage on the basis that this was the first time since the Beatles a musical act had managed to do that. In the same week they played a free show in Hyde Park in London. At both they were supported by Humble Pie.

Il savait que Led Zeppelin n'avait pas besoin de véritable promotion, qu'ils allaient se vendre grâce à la notoriété croissante de leur nom, et que les promoteurs de spectacles devraient donc s'estimer heureux d'avoir l'honneur de leur louer une salle et de leur fournir des serviettes propres. Barsalona et Grant se rendirent compte que les concerts ne constituaient plus le clown de rodéo<sup>34</sup> de mauvaise réputation de l'industrie musicale, comme c'était le cas à l'époque des tournées « tout-en-un ». C'était désormais une entreprise massive à elle seule. Pour des groupes comme les Who et Led Zeppelin, les revenus des concerts étaient encore plus importants que ceux des ventes de disques.

Barsalona commençait à représenter des groupes qui pouvaient vendre leurs prestations même s'ils n'arrivaient pas à vendre de disques. En 1970, il signa deux groupes, l'un qui venait de Londres et l'autre de Boston, dans le Massachusetts, qui lui donneraient raison. Le premier était Humble Pie, un groupe dont les chanteurs étaient Steve Marriott et Peter Frampton, deux réfugiés des groupes pop pour adolescents dont la beauté des rouflaquettes semblait correspondre au goût pour les anges déchus en 1971. Le second était le J. Geils Band, un groupe de Boston qui délivrait un blues de Chicago avec le côté tape-à-l'œil et expéditif d'un spectacle de musique soul. Avec la meilleure volonté du monde, aucun de ces groupes ne comptait d'idée musicale originale à son actif et ils ne parvenaient pas à écrire de chansons qui leur sauveraient la mise, mais partout où ils jouaient, on pouvait compter sur eux pour tout déchirer.

Premier Talent était également l'agence représentant Grand Funk Railroad, un jeune trio de Flint, dans le Michigan, qui se présentait ouvertement comme un groupe de « heavy rock ». Grand Funk avait été créé par un vieux briscard, Terry Knight, qui voyait bien qu'un marché existait pour de la musique qui était avant tout bruyante, surtout si c'était fait par un adonis torse nu de lycée comme Mark Farner. En juillet 1971, Grand Funk fit salle comble au Shea Stadium et bénéficia d'une large couverture médiatique, car c'était la première fois depuis les Beatles qu'un groupe y parvenait. La même semaine, ils jouèrent un concert gratuit dans Hyde Park à Londres. Dans les deux cas, Humble Pie fit leur première partie.

---

<sup>34</sup> Dans le monde du rodéo, le clown est celui qui détourne l'attention du taureau en cas de chute d'un des participants. Le clown amuse également la foule durant les interludes.

Whereas Led Zeppelin's chosen path had been to let their deeds speak for them, Knight was a believer in the fact that the media would take a band at its own estimation so he talked Grand Funk Railroad up relentlessly; this got under the skin of a number of people, from *Rolling Stone* magazine to bands like Led Zeppelin who feared that people couldn't discriminate between their rich textures and Grand Funk's callow riffing. When Jimmy Page talked in interviews about the 'other bands' that Led Zeppelin were not like it was Grand Funk he was talking about.

It's not surprising that he felt this way. Grand Funk were almost entirely without merit musically but were far advanced in showmanship. One of the highlights of their act was when the drummer Don Brewer played his kit with his head. This seemed an eloquent testimonial to the group's approach to life.

Both Humble Pie and the J. Geils Band were managed by Dee Anthony, a pugnacious character built along the lines of Benny the Ball from *Top Cat*, often to be glimpsed at the side of the stage at their shows. Like Peter Grant, Anthony was a carpetbagger when it came to rock. He was born in the 1920s and had worked with nightclub singers Jerry Vale and Tony Bennett. There was nothing peace and love about Dee Anthony. He had three mottos: get the money, don't forget to always get the money, and remember not to forget to always get the money.

Anthony also brought with him something that too many rock bands, then and now, prefer to think is optional: an emphasis on showmanship. It was Anthony who told the J. Geils Band that they should never go on stage without being introduced first. It was Anthony who instructed Humble Pie on how to move in front of an audience and ensured that their set was put together on the basis of its ability to please a crowd rather than the need to play a string of songs from the new album. It was Anthony who told the J. Geils Band's Peter Wolf to go out to the lip of the stage because, he argued, it worked for Al Jolson. This was basic professional practice in most areas of show business, but many rock and roll bands hadn't yet come to terms with the fact that they were in show business.

Alors que la voie choisie par Led Zeppelin avait été de laisser leurs actions parler pour eux, Knight croyait fermement au fait que les médias se feraient leur propre opinion sur un groupe ; il fit alors la promotion sans relâche de Grand Funk Railroad. Ce message est si bien passé auprès de nombreuses personnes, du magazine *Rolling Stone* jusqu'aux groupes comme Led Zeppelin, qu'ils craignaient que les gens n'arrivent plus à faire la différence entre leurs musiques aux textures riches et les riffs naïfs du Grand Funk. Quand Jimmy Page parlait, en interview, « d'autres groupes » qui ne ressemblaient pas à Led Zeppelin, c'était du Grand Funk dont il parlait .

Ce n'était pas surprenant qu'il ait cette impression. Grand Funk n'avait presque aucun mérite d'un point de vue musical, mais le groupe était bien plus avancé au niveau de la mise en scène. L'un des moments forts de leurs concerts était lorsque le batteur Don Brewer jouait de la batterie avec sa tête, ce qui semblait être un témoignage éloquent sur leur vision de la vie.

Humble Pie et le J. Geils Band étaient tous deux dirigés par Dee Anthony, un personnage pugnace comparable à Bidule « la-boule » dans *Le Pacha*<sup>35</sup>, souvent aperçu sur le côté de la scène lors de leurs concerts. Tout comme Peter Grant, Anthony était un opportuniste quand il s'agissait de rock. Il était né dans les années 1920 et avait travaillé avec les chanteurs de boîtes de nuit Jerry Vale et Tony Bennett. Dee Anthony n'avait rien de *peace and love*. Il avait trois devises : empocher l'argent, ne pas oublier de toujours empocher l'argent, et se souvenir de ne pas oublier de toujours empocher l'argent.

Anthony apporta également avec lui quelque chose que trop de groupes de rock, tant à l'époque qu'aujourd'hui, préfèrent voir comme facultatif : l'accent mis sur l'art de la mise en scène. Ce fut Anthony qui expliqua au J. Geils Band qu'ils ne devaient jamais monter sur scène sans avoir été présentés au préalable. Ce fut Anthony qui apprit à Humble Pie comment bouger face à un public et qui s'assura que leur tour de chant soit construit pour le satisfaire plutôt que pour satisfaire le besoin de jouer une série de chansons du nouvel album. Ce fut Anthony qui dit à Peter Wolf du J. Geils Band de se tenir sur le devant de la scène car, selon lui, cela avait fonctionné pour Al Jolson. C'était un comportement professionnel courant dans la plupart des domaines du show-business, mais de nombreux groupes de rock and roll n'avaient pas encore intégré le fait qu'ils étaient dans le show-business.

---

<sup>35</sup> *Le Pacha (Top Cat)* est une série d'animation américaine diffusée de 1961 à 1962 mettant en scène une bande de chats dont le chef s'appelle le Pacha. Bidule est un de ses acolytes à la morphologie ronde, il est un peu lent et toujours admiratif du Pacha.

Old soldiers like Dee Anthony never for a moment doubted it, and he knew that the bigger the venue the greater the need to project, the grander the gestures had to be and the more the showmanship would matter.

Both Anthony's bands started out trying to make it on their original compositions. Both eventually gave in to Anthony's argument that they had to record live in order to bottle what it was that people liked about them.

In April 1971 Humble Pie went into the Fillmore in New York and recorded a set which became almost as famous for its overplayed cockney introductions ('We go 'ome on Monday, but it's been a gas this time') as for their crunching assaults on warhorses like 'I Don't Need No Doctor'. The album *Performance: Rockin' The Fillmore* was the making of them. It sustained their career for the next few years, providing them with a template as unchanging as the Harlem Globetrotters' or the Glenn Miller Orchestra's. It didn't matter if individual members moved on. The brand was fixed.

By the time the live record was mastered Peter Frampton had left the band to go solo, but he didn't leave Anthony. Dee oversaw Frampton's solo career, eventually persuading him to record all his most-liked numbers in front of an audience and put it out as *Frampton Comes Alive!* in 1976. It eventually sold eleven million copies. The live album, which had started life as the souvenir of the live concert, became the item which made you want to go to the concert in the first place in order to taste in person the experience it had so artfully synthesized.

There never was a great deal about the rock concert experience that was actually spontaneous. It was always learned behaviour. Most of the learning was done by listening to live recordings, which poured forth in unprecedented profusion in 1971, and watching films like *Woodstock*. *Woodstock* the film was a greater watershed than *Woodstock* the event. For all the people who actually endured three days in the mud and chaos of that field in Bethel in 1969 the festival was the standard mixed experience. The people whose heads were really turned were the millions who had the experience mediated through the dazzling split screens and Martin Scorsese edits of the film and drank it all in in the dry warmth of their local cinema.

Un vieux briscard comme Dee Anthony n'en avait jamais douté un seul instant. Il savait que plus la salle était grande, plus il fallait en montrer, plus les mouvements devaient être grandioses et plus la mise en scène était importante.

Les deux groupes d'Anthony commencèrent à essayer de percer avec leurs compositions originales. Finalement les deux se rallièrent à l'avis d'Anthony d'enregistrer en *live* afin de mettre en boîte ce que les gens aimaient chez eux.

En avril 1971, Humble Pie se rendit au Fillmore à New York et enregistra un album qui devint presque aussi célèbre pour ses introductions à l'accent cockney exagéré (« We go'ome on Monday, but it's been a gas this time<sup>36</sup> ») que pour ses attaques musclées menées tambour battant comme « I Don't Need No Doctor ». L'album *Performance : Rockin' The Fillmore* en était le fruit. Il nourrit leur carrière au cours des quelques années suivantes, leur donnant un modèle aussi immuable que celui des Harlem Globetrotters ou du Glenn Miller Orchestra. Peu importait qu'un des membres quitte le groupe. La marque était bien ancrée.

À la fin de la réalisation de l'album *live*, Peter Frampton avait quitté le groupe pour se lancer en solo, mais il ne quitta pas Anthony. Dee supervisa la carrière solo de Frampton, le persuadant finalement d'enregistrer tous ses morceaux les plus appréciés devant un public et de les sortir en 1976 sous le titre *Frampton Comes Alive!*. Il se vendit finalement à onze millions d'exemplaires. L'album *live*, qui était né comme le souvenir du concert *live*, devint l'objet qui vous donnait envie d'aller au concert pour goûter en personne à l'expérience qui y était si habilement synthétisée.

Le comportement du public dans les concerts de rock n'avait jamais eu grand-chose de très spontané. C'était toujours le résultat d'un apprentissage. Ce dernier se faisait en grande partie par l'écoute d'enregistrements *live*, qui en 1971 inondaient les bacs en quantité inédite, et en regardant des films comme *Woodstock*. *Woodstock* le film fut plus marquant que *Woodstock* le festival. Pour toutes les personnes qui avaient réellement enduré ces trois jours dans la boue et le chaos de ce champ à Béthel en 1969, le festival représentait une expérience mitigée. Ceux qui furent réellement marqués par cette expérience étaient les millions de gens qui la vécurent au travers du montage multi-image impressionnant dans le film réalisé par Martin Scorsese, et qui purent en profiter, au chaud et au sec, dans leur cinéma local.

---

<sup>36</sup> « On rentre lundi, mais on s'est bien marrés c'te fois. »

For this younger generation *Woodstock* was a gateway to a new entertainment experience, one in which they were keen to play their part.

In the previous decade there had been two kinds of audience: teenage girls who came to scream and serious young men who came to nod their heads approvingly and applaud respectfully. In 1971 the audience was growing dramatically and bursting those old categories. As the crowds got bigger they had to behave differently. Eventually they had to behave like the sports crowds who normally occupied the places the bands were beginning to play. They were no longer just there to watch. They were there to become part of the spectacle.



Pour cette jeune génération, *Woodstock* était une porte d'entrée vers un nouveau type de divertissement, dans lequel ils voulaient jouer leur rôle.

Au cours des années soixante, deux types de public coexistaient : les adolescentes qui venaient pour crier et les jeunes hommes sérieux qui venaient pour hocher la tête d'un air approbateur et applaudir avec respect. En 1971, le public s'élargissait de manière spectaculaire et balayait ces vieilles catégories. Au fur et à mesure que les foules augmentaient, elles devaient se comporter différemment. Finalement, elles durent se comporter comme les foules de supporters qui occupaient habituellement les lieux où les groupes commençaient à se produire. Elles n'étaient plus uniquement là pour regarder. Elles étaient là pour faire partie du spectacle.

### III. Commentaires

Lorsque j'ai abordé la traduction de *1971-Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, j'ai souhaité, comme le dit Umberto Eco dans *Dire presque la même chose*, retranscrire avec fidélité en interprétant le texte source (TS) avec complicité et en m'engageant à identifier ce qui est pour moi le sens profond du texte<sup>37</sup>.

Dans cette section *Commentaires*, je vous expose, de manière non exhaustive, les aspects théoriques, techniques et pratiques de mes choix.

#### A. Traduire le culturel

Pour viser la fidélité, il me fallait donc pouvoir me sentir complice du texte source. Etant moi-même musicien et attiré entre autres par la musique rock des années septante, j'avais déjà une affinité particulière avec le propos du livre. Néanmoins, il était illusoire de croire que cela suffit, en effet, de nombreuses allusions et références ne me sont pas apparues à la première lecture. De plus, cette affinité présentait le risque de tomber dans le piège de celui qui sait.

La compréhension du contexte social et culturel de l'époque m'a aidé à mieux saisir l'importance relative des éléments et anecdotes relatés par l'auteur et de pouvoir y apporter une traduction plus fidèle, contextualisée.

Ce constat m'a convaincu de la nécessité d'être informé sur le sujet abordé afin d'en saisir ce que Umberto Eco a qualifié de « sens profond du texte »<sup>38</sup>.

J'ai donc effectivement lu des articles relatifs aux événements sociaux qui se sont produits au Royaume-Uni et aux États-Unis à cette époque pour avoir plus d'explications sur les sujets, mais aussi vérifier l'exactitude des faits et comprendre l'utilisation et l'interprétation qu'en fait David Hepworth. La documentation parallèle a joué un grand rôle pour acquérir les connaissances indispensables à la compréhension du texte source. Même si la documentation est nécessaire pour toute traduction, elle m'a semblé encore plus essentielle quand il s'agit de traduire un texte où les références culturelles sont nombreuses et variées. Par exemple, il a fallu

---

<sup>37</sup> U. ECO, « Dernier feuillet », in *Dire presque la même chose – Expériences de traduction*, essais, Paris, Éditions Grasset et Fasquelle, 2006, p.466.

<sup>38</sup> *Ibid.*

se renseigner sur des événements tels que les Troubles ou le *Summer of Love*. De même, il était important de savoir que le classement *Billboard* pour les titres musicaux a été créé en 1958 par le magazine américain *Billboard*, ou encore que Biba était un magasin iconique des *swinging sixties*, situé à Londres, où venaient s'habiller de nombreuses rockstars.

Dans ce cadre, les ressources provenant d'Internet se sont révélées précieuses. Il était dès lors important de porter un regard critique sur l'origine, le contenu et la présentation matérielle de ces documents pour en juger la valeur et la pertinence<sup>39</sup>. Toutefois, puisqu'un grand nombre de références relèvent de la culture populaire et ne sont pas traitées en profondeur dans ce livre, le recours à des ressources populaires, comme Wikipédia par exemple, m'a semblé justifié et adapté.

Au sein des références culturelles que contient ce livre, les musiques et les chansons sont les plus évidentes. Afin de se documenter sur celles-ci, il a fallu les écouter dans le but de s'immerger dans le ressenti de l'auteur et de la génération dont il est question dans ce livre. J'ai donc écouté toutes les chansons et musiques dont il parle dans le livre (les albums de Carole King, de Slade...), ce qui m'a permis de ressentir l'émotion de l'auteur face à cette musique ou d'évaluer la pertinence des descriptions qu'il en fait.

[...] its melancholy merging perfectly with the view of the loch. It also provided the ideal soundtrack for the dispensing of a cup of tea in a polystyrene cup, marrying sound and image in a way that made me unsure whether I was watching a commercial or actually in one.	[...] et dont la mélancolie allait parfaitement avec la vue sur le Loch Ness. C'était également la bande-son idéale pour vendre du thé dans une tasse en polystyrène, la musique et l'image s'alliant parfaitement au point que je ne savais plus si je regardais une publicité ou si j'en faisais partie. (p.48)
--	---

Si, dans cet extrait, la passion de l'auteur se ressent dans le texte source quand il parle de Drake, il convient de la comprendre avant de la retranscrire. Cela demande au traducteur de se mettre, dans la mesure du possible, dans la peau de l'auteur. L'immersion doit être la plus totale.

On dit souvent que sans la logistique, on ne peut gagner une guerre ; de même, je suis convaincu que sans une bonne recherche documentaire, une connaissance de l'arrière-plan, on ne peut comprendre le sens profond d'un texte.

---

<sup>39</sup> J. DELISLE, *La traduction raisonnée : manuel d'initiation à la traduction professionnelle de l'anglais vers le français*. 3e édition. Ottawa, Les Presses de l'Université d'Ottawa, 2013, pp. 72-78.

Toute cette documentation vise à comprendre la culture étrangère afin de mieux s'y immerger. En cela le traducteur n'est pas uniquement bilingue, mais bi-culturel. Marianne Lederer dit du traducteur qu'il « comprend la culture de ce qu'il est convenu d'appeler 'l'Autre' aussi bien qu'il en comprend la langue et qu'il est donc capable de s'approprier cette culture, de la faire sienne au point qu'il ne risque pas de l'interpréter à travers le prisme de sa culture maternelle <sup>40</sup> ».

Elle ajoute : « au titre de ce bi-culturalisme, on doit lui faire crédit d'un minimum d'objectivité <sup>41</sup> ». Compte tenu de ce concept, le traducteur est capable de s'impliquer dans une culture étrangère sans se laisser influencer par sa culture maternelle, que ce soit dans la phase de compréhension ou de réexpression du texte. Le traducteur et traductologue américain Lawrence Venuti ne partage pas cette opinion. M. Lederer dit que « pour lui [Venuti], le seul fait de passer à une autre langue infléchit l'œuvre originale en lui imposant les normes de la culture d'arrivée <sup>42</sup> ».

En effet, à ses yeux : « Translation [...] always involves a process of domestication <sup>43</sup> ». Il introduit donc le concept de *domestication*, à savoir une traduction fluide qui s'adapte aux normes et valeurs de la langue d'arrivée et y minimise l'étrangeté et le caractère étranger. Il est un fervent défenseur de la stratégie qui permet de « restrain the ethnocentric violence of translation <sup>44</sup> », qu'il appelle la *foreignization*. Pour paraphraser Lederer, il n'envisage donc pas que le traducteur puisse s'approprier une culture au point qu'il ne risque pas de l'interpréter à travers le prisme de sa culture maternelle.

Si L. Venuti est assez pessimiste et extrême dans ses propos, ses théories n'en restent pas moins très intéressantes. Nous verrons, au cours de ce travail, que pour répondre aux difficultés du transfert culturel, ces deux approches peuvent se combiner. Afin de justifier cette combinaison et mes choix traductologiques, j'ai choisi la théorie du *skopos*.

---

<sup>40</sup> M. LEDERER, « Quelques considérations théoriques sur les limites de la traduction du culturel », *FORUM Revue internationale d'interprétation et de traduction / International Journal of Interpretation and Translation*, janvier 2004, pp.73-94, disponible sur <https://doi.org/10.1075/forum.2.2.05led> (Consulté le 27 juillet 2020).

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> L. VENUTI, *The Translator's Invisibility: A History of Translation*, Translation Studies, London; New York: Routledge, 1995, disponible en PDF sur <http://site.ebrary.com/id/10097452>, p. 203.

<sup>44</sup> *Ibid.* p. 20.

## B. Le *skopos*

### 1. Pourquoi utiliser le *skopos* ?

Consciemment ou inconsciemment, lorsqu'un traducteur aborde une traduction, il se pose des questions élémentaires : pour qui traduit-il ? Quel est le but de sa traduction ? Quelle sera la fonction du produit final ? Ces questions ont notamment mené à la théorie du *skopos* développée par les linguistes allemands Hans Vermeer et Katharina Reiss dans leur ouvrage de 1984 *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained*. Selon cette théorie, le *skopos* représente le but, la mission, la finalité du texte cible (TC), de la traduction. Comprendre cette finalité demande au traducteur de comprendre le texte source dans sa globalité, c'est-à-dire son public cible, son objectif et le contexte, la culture qui a entouré son auteur et son œuvre pour ensuite appliquer des stratégies de traduction en adéquation avec le *skopos* du texte cible. Le *skopos* permet donc de choisir l'une ou l'autre technique de manière éclairée ou comme le disent les auteurs à l'origine de ce concept : « To sum up, we can say that the *skopos* of an action takes precedence over the mode of action, i.e. the purpose determines whether, how and what is done<sup>45</sup>. »

Indépendamment du *skopos* établi, il convient de garder à l'esprit deux règles abordées par Vermeer lors de la production de la traduction. La première de ces règles est *la règle de cohérence intratextuelle*<sup>46</sup>. Celle-ci exige de la part du traducteur une certaine cohérence dans son texte cible au nom de la bonne compréhension de son lecteur et de l'intégration de la traduction dans la culture du public visé. Le traducteur doit tenir compte des connaissances du lecteur et garder à l'esprit qu'il ne possède généralement pas le texte source. La seconde est *la règle de fidélité intertextuelle*<sup>47</sup>. Celle-ci établit que le texte cible doit conserver une relation, un lien avec le texte source.

*In a translational action as a specific form of transfer, particularly a transfer which imitates a source text, there is a second aim, along with the coherence-for-the-recipient (intratextual coherence, 6.2.) described above, i.e. coherence between the source and the target texts (intertextual coherence). This type of coherence is determined by the translator's understanding of the source text (after consulting the*

---

<sup>45</sup> K. REISS et H. J. VERMEER, *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained* (1st edition: 1984). (C. NORD, Trans.). London; New York: Routledge, 2014, p. 89.

<sup>46</sup> *Ibid.* p. 102.

<sup>47</sup> *Ibid.*

*source-text producer, if necessary) and by the skopos governing the translatum.*  
(Reiss & Vermeer, 1984, p. 102)<sup>48</sup>

Pour mieux cerner la finalité, la fonction du texte cible, il faut se pencher sur le texte source et le comprendre, comme dit ci-dessus. En d'autres termes, il est important d'établir le genre et le type de texte dont il s'agit, ainsi que d'identifier ses intentions et le public visé. Alors, il est possible d'établir la finalité de la traduction et ses fonctions pour le public de la culture cible. Cette approche, basée sur la fonction que remplira le texte cible, est une approche fonctionnelle. Même si c'est une théorie relativement générale et globale, elle convenait particulièrement bien à la traduction de l'aspect culturel dans l'ouvrage de David Hepworth. Cette théorie m'a permis de mettre des mots sur les différents éléments qui entrent en jeu et de structurer ma démarche de traducteur. Dans le cadre de ce texte au caractère culturel prononcé, le *skopos* a, notamment, permis d'apporter une réponse à la question : dans quelle mesure la traduction doit-elle intégrer le texte source dans la culture cible ?

Plus précisément :

- Soit, adopter une stratégie qui insiste plus sur la règle de cohérence qui, prise à l'extrême, s'apparenterait à une *domestication* (adaptation globale du texte et de ses *realia* à la culture cible).
- Soit, adopter une stratégie qui insiste plus sur la règle de fidélité qui, poussée à l'extrême, pourrait s'apparenter à une *foreignization* (reproduction la plus littérale du contenu et de la forme du texte source) de la traduction.

## 2. Le « brief »

Dans un cadre professionnel, la finalité d'une traduction est idéalement donnée par le commanditaire de celle-ci au traducteur par le truchement d'un « translation brief ». Christiane Nord, promotrice de l'approche fonctionnelle, évoque dans son livre *Translating as a Purposeful Activity* les points importants d'un tel « ordre de mission » :

*In an ideal case, the client would give as many details as possible about the purpose, explaining the addressees, time, place, occasion, and medium of the intended communication and the function the text is intended to have. This information would constitute an explicit translation brief (Übersetzungsauftrag).* (Nord, 1997, p. 30)<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> K. REISS et H. J. VERMEER, *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained*, *op. cit.*.

<sup>49</sup> C. NORD, « Basic Concepts of *Skopos*theorie », in *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*, Manchester, UK: St. Jerome Publishing, 1997, p. 30.

Même si David Hepworth est peu connu dans le monde francophone, on peut néanmoins déjà accéder à son univers, un de ses livres, *Uncommon People*, ayant été traduit. Le livre *Rock'n'Roll Animals - Grandeur et décadence des rock stars, 1955/1994* est paru dans la collection Rivages Rouge aux éditions Payot & Rivages. Cette maison d'édition française publie principalement (comme il est possible de le voir sur leur site internet<sup>50</sup>) de la littérature étrangère, des romans policiers, de la philosophie, de la psychologie, des livres sur l'histoire, des documents ... Après lecture de la version française de *Rock'n'Roll Animals – Grandeur et décadence des rock stars 1955/1994* et un survol de l'ensemble du catalogue de la collection Rivages Rouge, j'en ai conclu que son univers est principalement orienté vers les contre-cultures et la musique née des révoltes des années 1960 et 1970<sup>51</sup>.

*1971- Never a Dull Moment: Rock's Golden Year* s'inscrit naturellement dans cette lignée tant au niveau de la forme que du contenu, et dans la façon dont l'auteur aborde le sujet. La traduction de ce livre peut dès lors s'inscrire à son tour dans la continuité de son œuvre traduite en français, ce qui a l'avantage de créer une cohérence pour les lecteurs francophones du premier livre.

Compte tenu de ces informations, il est possible d'établir quelques points évidents du « translation brief » :

Le livre est publié en francophonie occidentale, c'est-à-dire en France, en Suisse, en Belgique et au Canada. Le français standard est utilisé, car il touche un public plus large. Dans mon cas précisément, je dois donc veiller à ne pas employer de belgicisms :

Carole King wasn't natural photographic material. Twenty-eight years old, snub-nosed, freckly and <b>frizzy</b> -haired, [...]	À vingt-huit ans, Carole King n'était pas un modèle naturellement photogénique avec son nez retroussé, ses cheveux <b>frisés</b> et ses taches de rousseur. (p.22)
[...] who sometimes entered into the spirit of things by playing wearing only a <b>towel</b> .	[...] qui parfois s'inspirait de l'esprit des lieux en ne jouant qu'avec une <b>serviette</b> pour habit. (p.37)

<sup>50</sup> « Rivages Rouge | Rivages », disponible sur <https://www.payot-rivages.fr/rivages/collection/rivages-rouge> (Consulté le 12 mars 2020).

<sup>51</sup> « Rivages/Rouge », *Le Monde.fr*, 9 avril 2009, disponible sur [https://www.lemonde.fr/livres/article/2009/04/09/rivages-rouge\\_1178490\\_3260.html](https://www.lemonde.fr/livres/article/2009/04/09/rivages-rouge_1178490_3260.html), (Consulté le 24 juillet 2020).

He started <b>calling</b> the radio stations [...]	Il commença à <b>appeler</b> les stations de radio [...] (p.34)
--	---

Respectivement, le terme « frisés » est privilégié à « crollés », le terme « serviette » à « essuie » et le terme « appeler » à « sonner ».

De manière plus évidente, les chiffres sont adaptés en conséquence.

By the mid- <b>seventies</b> [...]	Au milieu des années <b>soixante-dix</b> , [...] (p.36)
------------------------------------	--

Le moyen de transmission reste le livre, en version papier ou électronique, mais également audio.

Quant à la date de parution, il n’y a priori aucune imposition, celle-ci relève plus de la politique commerciale de l’éditeur. Le texte en question n’ayant pratiquement aucune référence actuelle, cette donnée n’a que peu d’influence sur la traduction.

Il convient maintenant d’aborder un point crucial du « translation brief » pour établir le *skopos* : « the addressees », c’est-à-dire le public cible du texte source et celui du texte cible.

### 3. Comparaison des publics cibles

#### a) *Public cible du texte source*

David Hepworth a cherché à partager avec son public des histoires et un avis sur une période précise de l’histoire du rock.

Le public ciblé est forcément intéressé par la musique de cette époque et plus particulièrement par le rock anglophone. C’est un public un minimum averti qui s’intéresse non seulement à la musique, mais également à son industrie, à son histoire et à son processus de création. Tout le long de son récit, l’auteur fait de son lecteur un complice qui est déjà bien au fait des événements relatés. Par ailleurs, il ne surcharge pas son livre d’explications sous forme de notes de bas de pages. Pour autant, le lecteur du texte source n’est pas un spécialiste de la musique ou de l’année 1971 : un tel public aurait choisi un ouvrage plus technique, sans la dimension expressive et subjective de l’auteur, et sans doute moins fondé sur des anecdotes. Le public du TS peut également inclure tous les lecteurs qui sont des incondtionnels de l’auteur. Ce type de public



est beaucoup plus réduit dans la culture cible étant donné qu'un seul livre de l'auteur a été publié en français. Vu le titre du livre, *1971-Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, on peut aussi supposer qu'une grande partie du lectorat est composée de personnes nostalgiques de cette époque, mais également de personnes plus jeunes s'intéressant simplement à cette période.

Comme il est possible de le lire sur le site internet de Penguin House, cette maison d'édition cherche à toucher un large public à travers le monde : « In addition to our reach in the UK, we work with retailers across the world [...] to reach the widest possible audience and drive sales <sup>52</sup>. »

Le public n'est donc pas limité aux pays anglophones où les histoires du récit ont lieu. C'est un public large, mais de par le sujet abordé, un public d'abord occidental avec une certaine dose d'information sur l'histoire de la musique rock et avec pour objectif d'en apprendre davantage.

#### ***b) Public cible et intention de la traduction***

Le public ciblé par la traduction sera évidemment francophone.

Le rock et ses artistes font partie intégrante de la culture occidentale. Le public francophone, correspondant au public ciblé par l'original, existe. Il est donc tout aussi concerné et intéressé par le sujet abordé et les intentions de l'auteur. Cette proximité géographique et culturelle permet de supposer que l'on s'adresse à un public similaire. J'en conclus que les fonctions du texte source sont compatibles avec la culture cible, française comme établi dans le brief, mais plus largement avec la francophonie occidentale. Il n'y aura pas de changement d'intention dans la traduction. Le *skopos* restera alors identique d'un texte à l'autre : nous sommes dans ce qu'appellent Vermeer et Reiss la *permanence fonctionnelle*<sup>53</sup>. Cette permanence est, dans ce cas-ci, facilitée grâce à :

- La similarité culturelle des publics ciblés.
- La généralité du sujet abordé (du moins au sein de la culture occidentale).

---

<sup>52</sup> « Sales and Distribution », disponible sur <https://www.penguin.co.uk/company/work-with-us/sales-and-distribution.html> (Consulté le 24 juillet 2020).

<sup>53</sup> Z. RAKOVÁ, « La théorie du skopos et les approches fonctionnalistes » in *Les théories de la traduction*, Brno : Masarykova univerzita, 2014, p.172. Disponible en PDF sur <https://pdfs.semanticscholar.org/c5e9/e0119580e68149e6ff81277e1fe7dd142078.pdf>

L'important ici est la cohérence entre les deux textes, ce que Christiane Nord, dans son ouvrage *Translating as a Purposeful Activity*, nomme, en citant Reiss et Vermeer, la *cohérence intertextuelle* :

« If the *Skopos* requires a change of function, the standard will no longer be intertextual coherence with the source text but adequacy or appropriateness with regard to the *Skopos* (Reiss and Vermeer [1984] 2013:127)<sup>54</sup>. »

Ainsi, si le changement de fonction n'est pas désiré dans la traduction, comme c'est le cas ici, la norme est la cohérence intertextuelle. Cependant, Christiane Nord ajoute :

« Intertextual coherence is considered subordinate to intratextual coherence, and both are subordinate to the *Skopos* rule <sup>55</sup>. »

Il faut donc veiller à rester fidèle au texte source et cohérent dans le texte cible. Les fonctions du texte sont abordées dans la section *Type du texte source*.

Je souhaite maintenant nuancer la notion de similarité des publics ainsi que celle de permanence fonctionnelle.

Si les intentions restent les mêmes, les langues et les pays diffèrent. En effet, un francophone ne vit pas au plus proche des lieux où les histoires et événements se sont déroulés et, par conséquent, ceux-ci ne font pas partie de son histoire dans la même mesure que pour un Anglais ou un Américain. Ainsi, même si les fonctions du texte source dans la traduction restent les mêmes, il est seulement possible de se rapprocher au maximum de leurs effets dans le texte cible. À ce sujet, Eugene A. Nida déclare que le but principal de l'équivalence d'effet est d'atteindre « the closest natural equivalent of the source-language message <sup>56</sup> ». L. Venuti dit : « translation can never be completely adequate to the foreign text <sup>57</sup> », et M. Lederer affirme que « la traduction, [...] n'est pas l'original <sup>58</sup> ».

L'intention de la traduction reste donc d'informer et de raconter comme le fait l'auteur, mais, de par le sujet traité, l'aspect étranger doit ressortir pour le lecteur francophone afin de rester fidèle tant à l'information qu'à l'atmosphère du TS. J'ai voulu que le lecteur cible se sente réellement transporté dans cette époque, ces lieux, cet univers du rock en 1971, comme le fait

---

<sup>54</sup> C. NORD, « Basic Concepts of *Skopostheorie* », *op. cit.*, p. 33.

<sup>55</sup> *Ibid.*, pp. 32-33.

<sup>56</sup> E. NIDA, *Toward a science of translating*, Leiden: E. J. Brill, 1964, p. 166.

<sup>57</sup> L. VENUTI, *The Translator's Invisibility*, *op. cit.* p. 20.

<sup>58</sup> M. LEDERER, « Quelques considérations théoriques sur les limites de la traduction du culturel », *op. cit.*

David Hepworth avec le lecteur du TS. On pourrait croire que cet aspect étranger n'est pas présent pour le lecteur source, que par conséquent, cet effet serait nouveau dans la traduction et qu'il changerait ainsi sa fonction. L'exemple suivant donné par Christiane Nord est représentatif : « What is appellative in the source text (for example, reminding the readers of their own world) becomes informative for target readers (showing what the world of the source culture is like) <sup>59</sup>. »

Par exemple, dans la première page du premier chapitre, l'auteur dresse le portrait de la Grande-Bretagne en 1971. La fonction de ce portrait serait appellative pour un lecteur britannique ayant vécu à cette époque, mais serait informative avec un effet étranger pour un lecteur américain n'ayant pas vécu à cette époque. Ainsi, même au sein du public ciblé par le TS, un même élément peut revêtir différentes fonctions et avoir un effet différent. La dénomination théorique de permanence fonctionnelle doit donc être comprise plus comme la conservation du *skopos* d'un texte à l'autre, que la conservation à l'identique des fonctions du TS dans le TC. En respectant le *skopos* du texte original, il convient de concevoir que l'effet étranger, déjà présent dans le TS et recherché par son public, ne sera que davantage présent pour le lecteur francophone.

Néanmoins, le rock reste fondamentalement et littéralement attaché au monde anglophone. Ainsi, le lecteur francophone concerné cherchera, dans cette chronique musicale, à voyager, à découvrir, ou à redécouvrir pour les nostalgiques, de nouveaux horizons. Au regard de cette analyse, la traduction de cet ouvrage doit viser à déplacer le lecteur à l'étranger<sup>60</sup> et à éviter la *domestication* des référents, tout en s'appropriant l'œuvre.

#### 4. Genre du texte source

David Hepworth aborde, dans le prologue, le genre de livre dont il est question :

*This book is a month-by-month journey through the past to discover what happened that year, in what order, why it did, how the changes on the surface were responding to huge seismic changes underground, how it shaped and was shaped by a few hundred people who were in their mid-twenties at the time, and why the music of 1971 still rings so clearly almost fifty years later. It's also to a certain extent about the world out of which that music emerged. It's a book about sex, drugs, hair, hot pants,*

---

<sup>59</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », in *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*, Manchester, UK: St. Jerome Publishing, 1997, p. 50.

<sup>60</sup> L. VENUTI, *The Translator's Invisibility*, op. cit.

*tax, technology, class, race, gender and foolishness as well as Grammy awards, platinum albums and reviews in Rolling Stone. (Hepworth, 2016, p. 5)<sup>61</sup>*

*1971-Never a Dull Moment: Rock's Golden Year* est donc une chronique musicale. L'auteur aborde chaque mois de cette année et parle des artistes et de leurs albums qui, selon lui, ont marqué le monde de la musique cette année-là et laissé des traces jusqu'à aujourd'hui. Il ne se contente pas de parler des artistes, mais également du monde qui les a vus naître. Il donne un avis critique sur la société de l'époque qu'il décrit allègrement. L'auteur avait 21 ans en 1971, il était donc contemporain des faits dont il parle. Il n'hésite pas à donner des anecdotes personnelles, ce qui donne parfois au texte un côté biographique. Le texte a un genre narratif certain étant donné qu'il nous raconte toute une série d'anecdotes et d'histoires.

## 5. Type du texte source

« The germ of this book was a column I wrote for *The Word*. The headline was "1971 Was the Annus Mirabilis of the Rock Album" <sup>62</sup>. » Comme le dit David Hepworth, son livre était à l'origine un éditorial qui s'est transformé en article et puis enfin en livre. Cette information a son importance puisqu'un article de magazine qui a pour but de parler de musique et de divertir ne s'écrit pas comme un livre.

Comme le dit Nadia Chafai dans un article intitulé *Typologie des textes narratifs* : « Un même texte peut contenir différents types de discours <sup>63</sup> ».

Le texte dont il est ici question est d'abord de type narratif : l'auteur cherche à raconter des événements, des histoires et des anecdotes réelles dans un contexte spatio-temporel précis, 1971<sup>64</sup>. Au vu du sujet abordé, la narration est ultérieure, c'est-à-dire que les faits racontés se

---

<sup>61</sup> D. HEPWORTH, « Prologue », in *1971 – Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, *op. cit.*, p. 5.

<sup>62</sup> D. HEPWORTH, « 1971 in 100 albums », *op. cit.*, p. 396.

<sup>63</sup> N. CHAFAI, « Syllabus – Critique littéraire et didactique », Billet, *Syllabus* (blog), 2019, <https://cld.hypotheses.org/> (Consulté le 10 juillet 2020).

<sup>64</sup> N. CHAFAI, « Syllabus – Critique littéraire et didactique », *op. cit.* ; « Genres et registres littéraires, les types de textes », disponible sur <https://www.etudes-litteraires.com/caracteriser-texte.php> (Consulté le 10 juillet 2020).

situent dans le passé<sup>65</sup>. Cette information en parallèle avec la lecture de l'unique livre traduit de David Hepworth m'ont conduit à utiliser le couple passé simple-imparfait<sup>66</sup>.

Dans certains passages l'auteur se confond avec le narrateur, la narration prend alors une dimension clairement testimoniale, autobiographique ; il parle alors à la première personne et est interne à l'histoire<sup>67</sup>. Cependant, régulièrement, le narrateur est externe à l'histoire et parle à la troisième personne (principalement dans les descriptions), mais il manifeste sa présence via sa subjectivité, son avis qu'il peut donner sur les histoires relatées ou quand il s'adresse directement au lecteur<sup>68</sup>. Il conviendra de rendre ces différents statuts de narration dans la traduction :

In the early years of the present century I took a holiday in the Highlands of Scotland. I stopped in a lay-by at the side of Loch Ness, one of the most desolate, beautiful parts of the country. [...] I took a few moments to contemplate the chilly depths of the loch and brood on the stillness of the surrounding mountains.	Au début des années 2000, j'ai pris des vacances dans les Highlands en Écosse. Je me suis arrêté sur une aire de repos au bord du Loch Ness, l'un des plus beaux endroits du pays et l'un des plus déserts. [...] J'ai pris quelques instants pour contempler les profondeurs glaciales du lac et me laisser aller à la tranquillité des montagnes environnantes. (p.48)
---	--

Exemple de narration interne. Ici, l'auteur et le narrateur se confondent.

Richard had never heard the song Midler sang before, <b>which is an indication of the direction in which his personal radio was tuned, [...]</b>	Richard n'avait encore jamais entendu la chanson chantée par Midler, <b>ce qui en dit long sur ce qu'il écoutait à la radio, [...]</b> (p.39)
--	---

L'extrait précédent est un exemple d'implication du narrateur dans l'histoire relatée via sa subjectivité.

<sup>65</sup> J. KAEMPFER et F. ZHANGHI, « La voix narrative », *Département de français moderne - Université de Genève Méthodes et problèmes*, 2003, disponible sur <https://www.unige.ch/lettres/framo/enseignements/methodes/vnarrative/vnintegr.html#vn031000> (Consulté le 15 juillet 2020).

<sup>66</sup> N. CHAFAI, « Syllabus – Critique littéraire et didactique », *op. cit.* ; « Genres et registres littéraires, les types de textes », *op. cit.*

<sup>67</sup> J. KAEMPFER et F. ZHANGHI, « La voix narrative », *op. cit.*

<sup>68</sup> N. CHAFAI, « Syllabus – Critique littéraire et didactique », *op. cit.*

If <b>you</b> sat across a railway carriage from somebody else reading the music press <b>you</b> would know that <b>you</b> were both members of an alternative society with secrets the straight world simply couldn't hope to decipher.	Si dans le train, <b>vous</b> étiez assis en face de quelqu'un qui lisait aussi la presse musicale, <b>vous</b> saviez que <b>vous</b> faisiez tous deux partie d'une société alternative dont les secrets étaient tout simplement indéchiffrables aux yeux du monde conventionnel. (p.17)
--	--

Dans ce troisième exemple, le narrateur implique le lecteur dans une situation, un effet de complicité se crée.

Ces anecdotes étant parsemées d'informations et de faits, le texte est également informatif<sup>69</sup>. Cependant, ce n'est pas un texte informatif au ton neutre comme dans un article d'actualités dans un journal, il analyse, explique et nuance ces informations. Comme il a été dit précédemment, le narrateur s'implique de par sa subjectivité dans les histoires et les informations racontées. Cette subjectivité se retrouve entre autres dans les modalisateurs où l'appréciation du narrateur se ressent :

As <b>likely</b> as not there would be one by the Beatles, one by Simon and Garfunkel and one by Santana [...]	Les Beatles, Simon and Garfunkel et Santana en faisaient <b>sans doute</b> partie, [...] (p.30)
It was <b>certainly</b> no longer underground.	Il ne s'agissait <b>certainement</b> plus d'un courant <i>underground</i> . (p.36)

Afin de rendre ces anecdotes le plus fidèlement possible, il convient de conserver la fonction référentielle<sup>70</sup> des informations ainsi que la fonction expressive<sup>71</sup> qui se retrouve dans les marques de subjectivité.

Certains passages du texte sont de type descriptif. L'auteur montre et donne à voir les mœurs, les coutumes des Britanniques entre autres<sup>72</sup>. Il dresse le portrait de nombreux artistes, des lieux qui les ont vus grandir et de l'industrie dans laquelle ils travaillent. Cette caractéristique est particulièrement évidente au début du premier chapitre, comme l'illustre l'exemple suivant :

<sup>69</sup> « Genres et registres littéraires, les types de textes », *op. cit.*

<sup>70</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », *op. cit.*, p. 40.

<sup>71</sup> *Ibid.*, p. 41.

<sup>72</sup> « Genres et registres littéraires, les types de textes », *op. cit.*

Three TV channels. BBC1 Saturday night line-up with Cliff Richard, <i>Dixon of Dock Green</i> and Rolf Harris. Some shows in colour, others still in black and white.	Trois chaînes de télévision sont en activité. La BBC1 et son programme du samedi soir avec Cliff Richard, la série <i>Dixon of Dock Green</i> [N.D.T.] et Rolf Harris. Certaines émissions sont en couleur, d'autres encore en noir et blanc. (p.6)
---	---

La fonction de ces descriptions est référentielle, il convient de maintenir cette fonction dans la traduction.

Le texte est également de type argumentatif dans le sens où il défend un point de vue<sup>73</sup>. En effet, le point de départ du livre de D. Hepworth est que 1971 a été la meilleure année pour le rock, celle qui a exercé la plus grande influence sur le monde de la musique moderne et son industrie. Cette opinion l'auteur la justifie mois par mois et de celle-ci découlent toutes les histoires qu'il raconte. Son opinion n'est sans doute qu'un prétexte pour parler de son année préférée pour la musique, mais elle régit l'entièreté du livre. Néanmoins, il ne s'agit clairement pas ici d'un essai, la dimension narrative est plus importante. Il faut donc prendre en considération que ce que l'auteur raconte sert *in fine* son opinion de départ. La fonction appellative<sup>74</sup> transparaît donc tout au long du texte ; celui-ci vise, mois par mois, à démontrer et à convaincre que cette année est l'*annus mirabilis* pour le rock.

Le prologue donne le ton du reste de l'ouvrage :

« There's an important difference in the case of me and 1971. The difference is this: **I'm right**<sup>75</sup>. »

Enfin, outre les types narratif, descriptif et argumentatif, le texte est également de type rhétorique<sup>76</sup>. Le texte est en effet empreint de la voix unique de l'auteur, d'un ton à la fois passionné (ce qui était un article au départ s'est transformé en livre et les histoires relatées empreintes de sa subjectivité montrent son implication dans celles-ci), didactique (il cherche à

<sup>73</sup> N. CHAFAL, « Syllabus – Critique littéraire et didactique », *op. cit.* ; « Genres et registres littéraires, les types de textes », *op. cit.*

<sup>74</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », *op. cit.*, p. 42.

<sup>75</sup> D. HEPWORTH, « Prologue », *op. cit.* p.5.

<sup>76</sup> « Genres et registres littéraires, les types de textes », *op. cit.*

instruire et à informer sur une époque) et humoristique (cet humour n'est pas souvent explicite, il se trouve surtout dans le choix des mots ou des analogies)<sup>77</sup>.

[...] as for their <b>crunching assaults on warhorses</b> like 'I Don't Need No Doctor'.	[...] que pour ses <b>attaques musclées menées tambour battant</b> comme « I Don't Need No Doctor ». (p.62)
--	---

Cet exemple montre une métaphore que fait l'auteur pour intensifier la provocation de la chanson en la comparant à une attaque militaire. Le ton humoristique est présent dans le choix des mots et de l'analogie. Il convient dans la traduction de rendre cette image avec des mots qui peuvent également prêter à sourire.

By then they had already had a hit with 'Get Down And Get With It', which was almost comically shrill but perfectly suited to the <b>fine art of wardrobe mirror-miming, a sport in which Britain led and still leads the world.</b>	À ce moment-là, ils avaient déjà rencontré le succès avec « Get Down And Get With It », où la voix stridente de Noddy était à la limite du comique, mais qui convenait parfaitement à <b>l'art subtil des chanteurs de salles de bain, un sport dans lequel la Grande-Bretagne était et reste le numéro un.</b> (p.14)
--	--

Ce deuxième exemple est prototypique de l'ironie (cet art n'est pas subtil) et de la dérision dont l'auteur fait preuve tout au long du livre. Il est important de le remarquer afin de restituer l'effet comique. Selon Christiane Nord, l'évaluation de la chanson par l'auteur via la métaphore et le ton humoristique qu'il emploie renvoient à la fonction expressive<sup>78</sup>. C'est donc cette fonction que transmet le type rhétorique et qu'il convient de retransmettre dans le prototexte.

Davantage dans le cas d'une permanence fonctionnelle, il est important d'identifier l'hétérogénéité des types de texte et des fonctions correspondantes pour les retransmettre dans la traduction. Abordons maintenant les stratégies à mettre en place pour respecter cette permanence.

<sup>77</sup> S. WATTIER, « Le ton d'un texte : comment l'identifier pour mieux comprendre ? », *commun français* (blog), 1 juin 2018, disponible sur <https://communfrancais.com/2018/06/01/comment-identifier-le-ton-dun-texte/> (Consulté le 27 juillet 2020).

<sup>78</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », *op. cit.*, p. 41.



### C. Des stratégies diverses pour assurer le *skopos*

Au moment d'envisager la ou les stratégies à employer, j'ai été amené à consulter les théories de divers théoriciens (Nida, Schleiermacher, Catford, Newmark, Reiss, Vermeer et Venuti, entre autres). Ces théories se chevauchent plus souvent qu'elles ne s'opposent et des termes différents sont employés pour décrire des réalités similaires<sup>79</sup> (de manière générale, elles peuvent toutes être placées sous la dichotomie de traduction libre ou de traduction littérale). Dans cette optique, j'ai dû cibler les théories dont j'allais avoir besoin en fonction de leur application durant le processus de traduction.

Dans la section *Public cible et intention de la traduction*, une orientation du processus de la traduction a déjà été abordée, celle de l'équivalence d'effet. Cette orientation vise à reproduire le plus fidèlement possible l'effet communicationnel du texte source ; elle m'a semblé capitale pour retranscrire l'intention de l'auteur dans le texte cible et ainsi assurer le *skopos*. Cette orientation s'apparente à *l'équivalence dynamique*, concept qui avait été introduit par Eugene A. Nida dans son volume *Toward a Science of Translating* en 1964. Cette orientation vise à reproduire les mêmes réactions auprès du lecteur de la culture cible<sup>80</sup>, et constitue donc à ce titre une approche que Jean-René Ladmiral qualifie de « cibliste<sup>81</sup> ». Cette équivalence se rapproche de la traduction communicative de Peter Newmark<sup>82</sup>. Elle s'oppose à *l'équivalence formelle* qui vise à reproduire la forme et le contenu du texte source moyennant, souvent, des notes de la part du traducteur pour rendre le texte plus accessible au lecteur<sup>83</sup>, une approche plus « sourcière<sup>84</sup> ». Cette équivalence se rapproche de la traduction sémantique de Peter Newmark<sup>85</sup>.

---

<sup>79</sup> Z. RAKOVÁ, « Introduction », *op. cit.*, pp. 7-8.

<sup>80</sup> E. NIDA, *Toward a science of translating*, *op. cit.*, p. 159.

<sup>81</sup> J.-R. LADMIRAL, « Lever de rideau théorique : quelques esquisses conceptuelles », *Palimpsestes. Revue de traduction*, n° 16, 1 décembre 2004, pp.15-30, disponible sur <https://doi.org/10.4000/palimpsestes.1587> (Consulté le 16 juin 2020).

<sup>82</sup> E. J. INYANG, « Étude des conceptions théoriques de deux traductologues anglophones, Peter Newmark et Eugène Nida, à la lumière de la théorie interprétative de la traduction », *Linguistique*. Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III, 2010, disponible en PDF sur <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00915762/document>, pp. 22-29.

<sup>83</sup> Z. RAKOVÁ, « Glossaire », *op. cit.*, p. 238.

<sup>84</sup> J.-R. LADMIRAL, « Lever de rideau théorique », *op. cit.*

<sup>85</sup> E. J. INYANG, « Étude des conceptions théoriques de deux traductologues anglophones, Peter Newmark et Eugène Nida, à la lumière de la théorie interprétative de la traduction », *op. cit.*, pp. 29-33.

Cette équivalence dynamique se retrouve clairement dans la traduction quand il s'agit d'utiliser une expression qui a la même signification et connotation que dans le texte source.

<b>Old soldiers</b> like Dee Anthony never for a moment doubted it, [...]	<b>Un vieux briscard</b> comme Dee Anthony n'en avait jamais douté un seul instant, [...] (p.62)
---	---

Ici, l'expression « old soldier » signifie bien que cet individu a emmagasiné beaucoup d'expérience, mais il faut également la comprendre littéralement, car Dee Anthony a également été soldat. « Un vieux briscard », en plus d'être une expression équivalente, signifie également un soldat. Un autre terme, comme « vétéran » par exemple, aurait été trop explicite et moins idiomatique.

Quant à l'équivalence formelle, Nida dit :

*In such a translation one is concerned with such correspondences as poetry to poetry, sentence to sentence, and concept to concept. Viewed from this formal orientation, one is concerned that the message in the receptor language should match as closely as possible the different elements in the source language.* (Nida, 1964, p. 159)<sup>86</sup>

Ce type d'équivalence met donc l'accent tant sur la forme que sur le contenu. Dans le cadre de cette traduction, cette approche s'est avérée utile surtout pour conserver la structure du texte source. Dans l'exemple qui suit (hormis l'ajout de verbes en français, plus idiomatique) l'attention a été portée sur la forme et le contenu du message afin qu'ils correspondent au mieux à ceux du texte source : une phrase courte et incisive suivie de deux énumérations. Une équivalence formelle est dès lors pertinente pour conserver le style, le rythme instauré par l'auteur.

Smokers everywhere. On tube trains, in pubs, in offices, even in hospitals. No joggers, no health shops, no gyms, no leisurewear, no trainers, no mineral water, no Lycra, no fast food, no obesity.	Les fumeurs sont partout. Ils sont dans les métros, les pubs, les bureaux et même les hôpitaux. Les joggeurs, les magasins de bien-être, les salles de sport, les vêtements de loisirs, les baskets, l'eau minérale, le Lycra, le fast-food et l'obésité n'existent pas. (p.6)
--	--

<sup>86</sup> E. NIDA, *Toward a science of translating*, op. cit.

Au cours de la traduction, j'ai fait appel à l'utilisation de ces deux types d'équivalences plutôt que de les opposer afin de rester en adéquation avec l'intention de ma traduction (mon *skopos*).

Ces deux types d'équivalences permettent donc de respecter tant la règle de fidélité, primordiale dans le cas d'une permanence fonctionnelle, que la règle de cohérence. En somme, la cohérence en français est nécessaire pour la narration (cohérence intratextuelle) et une fidélité au texte source est nécessaire pour informer (cohérence intertextuelle). Ainsi, une équivalence formelle peut permettre de garder l'aspect étranger du texte source et l'équivalence dynamique de retranscrire l'information de manière cohérente. C'est en cela que je ne me limite pas à une stratégie unique, malgré l'aspect étranger qui est fondamental dans cette traduction.

Sans revenir sur les classifications fondamentales possibles des textes, le livre de David Hepworth se présente aussi comme un texte à caractère documentaire avec certains aspects informatifs (qui appellent une traduction plus fermée dans le cadre du *skopos*), mais aussi de nombreux passages plus expressifs (texte ouvert)<sup>87</sup>.

On ne peut certes pas parler de littérature pour ce livre de David Hepworth, le style ne semble pas non plus la préoccupation première, néanmoins l'auteur aime s'exprimer librement et avec humour. Le genre oscille entre le descriptif et le narratif. Si l'information factuelle doit être traduite rigoureusement, il faut veiller à retranscrire la liberté de ton utilisée par l'auteur et la transmettre au lecteur cible sans pour autant l'enjoliver ou même la déformer. Une des difficultés de cette traduction fut de pouvoir jongler entre ces styles sans créer de confusion.

Comme l'explique Christiane Nord, les deux buts visés par une traduction sont la fonctionnalité du métatexte et la préservation des intentions de l'auteur du prototexte<sup>88</sup>. Dans ce cadre, elle définit effectivement comme « documentaire » le genre de traduction qui satisfait le plus la préservation des intentions de l'auteur, car la traduction documentaire ne cherche pas à masquer le fait que c'est une traduction<sup>89</sup>. Pour ce genre de texte elle définit plusieurs types de traduction : la traduction mot-à-mot, la traduction littérale, la traduction philologique et la traduction « exoticiante »<sup>90</sup>.

Si j'ai certainement utilisé la traduction mot-à-mot, littérale et philologique, il est ressorti au fil de ma traduction que l'aspect « exoticiant » est primordial pour respecter les attentes du public

---

<sup>87</sup> B. OSIMO, « Les Mobiles Derrière le Prototexte », *LOGOS - Multilingual Translation Portal*, 2008, disponible sur [http://courses.logos.it/plscourses/linguistic\\_resources.cap\\_2\\_31?lang=fr](http://courses.logos.it/plscourses/linguistic_resources.cap_2_31?lang=fr) (Consulté le 14 juillet 2020).

<sup>88</sup> *Ibid.*

<sup>89</sup> *Ibid.*

<sup>90</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », *op. cit.*, pp. 47-50.

cible. Selon le tableau que fournit C. Nord, la traduction « exoticiante » est la reproduction de la forme, du contenu et de la situation du texte source<sup>91</sup>.

L'attente du public cible qui veut se plonger dans cette culture anglo-américaine inhérente à l'histoire racontée concorde avec une traduction documentaire de type « exoticiant ».

Traduction mot-à-mot et littérale :

The last days of pounds, shillings and pence.	Les derniers jours de la livre, du shilling et du penny. (p.6)
<i>Bryter Layter</i> came out in the same week that Muhammad Ali fought Joe Frazier at Madison Square Garden for the heavyweight championship of the world.	<i>Bryter Layter</i> sortit la même semaine où Muhammad Ali combattit Joe Frazier au Madison Square Garden pour le titre de champion du monde des poids lourds. (p.52)
OPEC is imposing a 50 per cent tax on oil extraction.	L'OPEP impose une taxe de 50 pour cent sur l'extraction du pétrole. (p.8)

Dans le deuxième exemple, la locution adjectivale « poids lourds » dans le syntagme nominal « le titre de champion du monde des poids lourds » suit la tendance du français à placer l'adjectif derrière le nom auquel il se rapporte et non celle de l'anglais qui le place devant, ce n'est donc pas du mot-à-mot pur. La traduction s'adapte à la structure syntaxique du français, elle est en cela également littérale : « If a documentary translation is intended to reproduce the words of the original by adapting syntactic structures and idiomatic use of vocabulary to the norms of the target language, we may call it *literal* or *grammar* translation<sup>92</sup>. »

Traduction « exoticiante » :

George Harrison was also in town, avoiding Lennon, who was making unkind remarks about <i>All Things Must Pass</i> , which was at the top of the US <b>charts</b> , where John wished to be.	George Harrison était également à New York ; il évitait Lennon, qui faisait des remarques désobligeantes sur <i>All Things Must Pass</i> , alors au sommet des <b>charts</b> américains, là où John voulait être. (p.19)
To their chagrin it wasn't enough to get them on the 'album spot' that the BBC's weekly chart show <i>Top of the Pops</i> was offering as a	À leur grand regret, cela ne suffit pas à en faire « l'album du moment » que l'émission hebdomadaire musicale de la BBC <i>Top of the</i>

<sup>91</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », *op. cit.*, p. 48.

<sup>92</sup> *Ibid.*, pp. 48-49.

sop to the burgeoning market for long-players.	<i>Pops</i> proposait pour soutenir le marché florissant des 33 tours. (p.16)
--	---

Dans le premier exemple, le realia « charts » a d'ailleurs été mis en italique pour attirer l'attention du lecteur, tandis que dans le second, c'est le nom de l'émission qui a été préservé. Si la première phrase contenait le terme « hitparade » (un anglicisme certes) et la deuxième le « Top 50 » de « Canal + », l'effet exotique disparaîtrait. L'effet « exotisant » est obtenu par l'utilisation de divers procédés, notamment le report utilisé dans ces exemples-ci. Ces procédés sont abordés plus loin dans ce travail.

Si une traduction mot-à-mot ou littérale permet, quand c'est possible, de conserver la forme, le contenu et l'effet du texte source, la traduction « exotisante », quant à elle, change l'effet et par la même occasion, la fonction dans le texte cible. Même si cela peut sembler paradoxal par rapport à la permanence fonctionnelle établie, il est important de rappeler que l'aspect étranger peut également être présent pour le public cible de l'œuvre originale.

Cependant, pour un grand nombre de passages, où l'aspect narratif est très présent, la cohérence intratextuelle a prévalu sur le rythme et, dans une moindre mesure, sur le style de l'auteur afin de transmettre l'information dans le texte cible de manière plus idiomatique. Il en résulte une meilleure intelligibilité du texte cible. Pour ces passages, une traduction documentaire aurait été moins fluide que l'original. En somme, le but était de respecter le *skopos*. Durant ces passages, la traduction se lit comme un original, le lecteur n'est plus « conscient » qu'il s'agit d'une traduction, d'une deuxième offre d'information<sup>93</sup>. Selon Christiane Nord, dans ces cas-ci, la traduction peut être qualifiée d'instrumentale.

It came out in the same week that the Los Angeles area was shaken by the Sylmar earthquake, which killed over sixty people; Britain, which was preparing to join the European Economic Community, said goodbye to pounds, shillings and pence and adopted decimal currency; and <i>The Yes Album</i> , Harry Nilsson's <i>The Point</i> , Janis	La même semaine, la région de Los Angeles fut secouée par le tremblement de terre de Sylmar, qui fit plus de soixante morts. La Grande-Bretagne, qui se préparait à rejoindre la Communauté économique européenne, disait adieu au shilling et voyait sa livre ainsi que ses pence modifiés pour adopter une monnaie décimale. <i>The Yes Album</i> , <i>The Point</i>
---	--

<sup>93</sup> C. NORD, « Functionalism in Translator Training », *op. cit.*, pp. 50-52.

Joplin's <i>Pearl</i> , Elton John's <i>Tumbleweed Connection</i> and the Faces' <i>Long Player</i> were all released	de Harry Nilsson, <i>Pearl</i> de Janis Joplin, <i>Tumbleweed Connection</i> d'Elton John et <i>Long Player</i> des Faces arrivaient tous dans les bacs. (p.25)
---	---

Dans cet exemple, l'auteur articule les différentes idées par des points-virgules et produit ainsi une phrase assez longue. Cette flexibilité que peut se permettre l'anglais, le français tend à l'éviter pour ne pas créer une phrase trop lourde, trop peu aérée, qui serait plus difficilement compréhensible. Il en résulte donc trois phrases en français, là où l'anglais n'en utilise qu'une. Le rythme proposé par l'auteur s'en retrouve modifié, mais l'articulation des idées est plus cohérente et plus fluide pour le lecteur francophone.

Ce genre d'adaptation aux normes de la langue cible a assez régulièrement été effectué. Dans le but de respecter l'aspect informatif du texte initial, seuls les référents ayant une traduction officielle ont été adaptés (les titres de film par exemple).

Pour résumer, les stratégies pertinentes pour cette traduction se situent entre les deux extrêmes que sont la *domestication* et la *foreignization* pour reprendre les termes de Lawrence Venuti. Ainsi, en fonction des attentes du public cible, il est impossible de s'impliquer entièrement dans une stratégie de *foreignization* qui pourrait, pour les passages compliqués, rendre la compréhension des éléments informatifs ambiguë, voire impossible. Dans la même optique, sans pour autant intégrer ces éléments dans la culture cible, il convient de les transmettre d'une manière qui n'altère pas les normes de la langue cible (étant donné le *skopos* si le texte source est fluide, le texte cible doit l'être aussi). Personnellement, je ne considère pas qu'une traduction du type *foreignization* signifie nécessairement une traduction littérale. La traduction doit faire ressortir le caractère étranger, mais également conserver l'effet de l'original dans un style fluide.

Le côté *domestication* se retrouve au niveau de la fluidité, de la transparence du texte. Le côté *foreignization*, outre la conservation des *realia*, peut se retrouver au niveau de la structure des phrases, qui laisse transparaître le rythme, le style de l’auteur du texte source.

*If there are no differences in cultural connotations, every translation is at the same time domesticating and foreignizing. It is domesticating because the TT is rendered in a domestic language of the target culture, and it is foreignizing because what is being translated and presented to the target culture is a text originating in a foreign language and culture.* (Goran Schmidt, 2013, p. 538)<sup>94</sup>

D’après Lance Hewson, au regard de la place importante de l’étranger dans cette traduction, nous pouvons qualifier celle-ci de « sourciste ». Ces traductions sont le résultat « d’un savant mélange de source et de cible<sup>95</sup> ».

## **D. Procédés de traduction employés**

Maintenant que les stratégies sont établies, il faut les appliquer concrètement dans la traduction. Comme il a été dit précédemment, les stratégies appliquées pour assurer le *skopos* englobent une orientation portée tant sur le texte source que sur le texte cible. Il est dès lors possible de classer les procédés utilisés en fonction de leur objectif stratégique, c’est-à-dire les procédés visant à préserver l’étranger dans la traduction et ceux visant à naturaliser la traduction. Seuls les procédés les plus prototypiques de l’une ou l’autre orientation employés dans la traduction sont listés ci-dessous.

### **1. Procédés de traduction étrangéïsants**

Avant de développer plus avant cette section, abordons le concept de *culturème*. Lungu-Badea définit les *culturèmes* comme « des unités porteuses d’informations culturelles<sup>96</sup> », tandis que

---

<sup>94</sup> G. SCHMIDT, « Foreignization and domestication in the Croatian translations of Oscar Wilde’s *The Picture of Dorian Gray* », Osijek, Josip Juraj Strossmayer University, 2013, pp. 537-548, disponible en PDF sur [file:///C:/Users/Calvin%20Delcour/Desktop/Jezikoslovlje\\_14\\_537\\_Schmidt.pdf](file:///C:/Users/Calvin%20Delcour/Desktop/Jezikoslovlje_14_537_Schmidt.pdf) (Consulté le 23 juillet 2020).

<sup>95</sup> L. HEWSON, « Sourcistes et cibles » in *Correct/Incorrect*, Arras, Presses Universitaires d’Artois, 2004, p. 127.

<sup>96</sup> G. LUNGU-BADEA, « Remarques sur le concept de culturème », *Translationes* 1, 1 janvier 2009, disponible sur <https://doi.org/10.2478/tran-2014-0003>, (Consulté le 30 juillet 2020), p. 18.

pour Michel Ballard, ce sont des « désignateurs culturels, c'est-à-dire des éléments ou traits dont l'ensemble constitue une civilisation ou une culture<sup>97</sup>. »

Dans un article intitulé *Remarques sur le concept de culturème*, G. Lungu-Badea ajoute : « Pour désigner les unités porteuses d'informations culturelles, la plupart des linguistiques, traductologues et traducteurs utilisent des syntagmes tels que *realia*<sup>98</sup>. »

Compte tenu de cette précision, nous considérons dans ce travail comme synonymes les termes *realia* et *culturème*.

Dans le cadre de cette traduction, il convient de préserver l'étrangéité des culturèmes autant que possible. Deux techniques s'offrent alors au traducteur : le report pur et simple et le report assorti d'une explication de sens<sup>99</sup>.

*Le report pur et simple s'actualise avec des termes dont le référent ne pose plus de problèmes d'interprétation. Concernant les culturèmes moins connus du lecteur, le traducteur se fonde surtout sur les connaissances extralinguistiques de celui-ci. (Munteanu, 2013, p. 379)<sup>100</sup>*

Voici deux exemples de culturèmes qui ont fait l'objet d'un report pur et simple :

In his twenty-five years Noddy had already packed a lifetime of experience of playing live: in his native <b>Black Country</b> , [...]	À vingt-cinq ans, Noddy avait déjà accumulé l'expérience de toute une vie sur scène : il s'était produit dans son <b>Black Country</b> natal, [...] (p.12)
[...] and recorded a set which became almost as famous for its overplayed <b>cockney</b> introductions [...]	[...] et enregistra un album qui devint presque aussi célèbre pour ses introductions à l'accent <b>cockney</b> exagéré [...] (p.62)

<sup>97</sup> M. BALLARD, *Versus : la version réfléchie: Anglais-français. Volume 1, Repérages et paramètres*, Paris, OPHRYS, 2003, p. 149.

<sup>98</sup> G. LUNGU-BADEA, « Remarques sur le concept de culturème », *op. cit.*, p. 19.

<sup>99</sup> C. MUNTEANU, « Traduire les culturèmes. Domaine franco-roumain », 2013, pp. 378-383, disponible en PDF sur <http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A6078/pdf> (Consulté le 12 juillet 2020).

<sup>100</sup> *Ibid.* p. 379.



a) *Le report*

Comme nous l'avons dit précédemment, le public visé est un public averti qui cherche à voyager, à se projeter dans la réalité de l'époque de 1971. Le livre est composé en grande partie de petites histoires et d'anecdotes qui sont largement inscrites dans un espace-temps précis, en l'occurrence le Royaume-Uni et les États-Unis en 1971. Il comporte ainsi de multiples références spécifiques aux cultures sources, dont une grande partie sont des noms propres. Ces références, souvent utilisées à dessein par l'auteur, sont indissociables de l'authenticité des histoires racontées. Il était donc important de conserver l'exactitude de l'information et l'atmosphère présente dans l'œuvre originale. Pour ce faire, j'ai utilisé le report pur et simple afin de ne pas dénaturer le propos.

À ce titre, la page 12 et 13 sont très représentatives :

<p>Among the 150 places they played were such venues as the <b>Queen Mary Ballroom</b> at Dudley Zoo, the <b>St Giles Youth Club</b> in <b>Willenhall</b>, the curiously named Farx in <b>Potters Bar</b> and the misleadingly genteel-sounding <b>Ballerina Ballroom</b> in <b>Nairn</b>. Slade performed amid the art deco splendour of the <b>Floral Hall</b> in <b>Southport</b> and the provisional prefabrications of <b>Blades</b> in <b>Bexley</b>. They rolled up and rocked in venues whose names still reverberate down the years, like the <b>Marquee</b> in Soho's <b>Wardour Street</b>. They played no less energetically at scores of places whose names no longer reverberate down the years and still hint at a vision of a future which never entirely materialized in the way the namers might have wished, places such as <b>Teenage Centre</b> in <b>Fareham</b>, the <b>Showboat</b> in <b>Mumbles</b> and the <b>Cosmos Youth Centre</b> in <b>Fife</b>.</p>	<p>Parmi les 150 salles où ils jouèrent, figuraient la <b>Queen Mary Ballroom</b> au zoo de Dudley, le <b>St Giles Youth Club</b> de <b>Willenhall</b>, la salle au nom étrange de Farx à <b>Potters Bar</b> et la <b>Ballerina Ballroom</b> à <b>Nairn</b>, dont le nom raffiné était trompeur. Slade se produisit dans le <b>Floral Hall</b> au style Art déco resplendissant à <b>Southport</b> et dans les préfabriqués provisoires de <b>Blades</b> à <b>Bexley</b>. Ils amenèrent leur rock dans des lieux dont les noms résonnent encore après tant d'années, comme le <b>Marquee</b> de <b>Wardour Street</b> dans le quartier de Soho. Néanmoins, ils jouaient avec la même énergie dans les lieux qui ne rencontrèrent pas le succès que leur nom laissait présager, comme le <b>Teenage Centre</b> à <b>Fareham</b>, le <b>Showboat</b> à <b>Mumbles</b> et le <b>Cosmos Youth Centre</b> à <b>Fife</b>. (pp.12-13)</p>
--	--

Il m'est apparu inutile de traduire « Ballroom » par salle de bal lorsque le terme fait partie intégrante de la désignation de la salle. De la même manière, la grande majorité des toponymes (villes, villages, régions, salle de concerts, bars) ont gardé leur appellation originale. Quant aux villes et aux régions connues internationalement, comme *London* ou la *West Coast* par exemple, elles ont évidemment été traduites dans leur version française.

Dans certains cas, le report pur et simple est en réalité un emprunt avéré de la langue française à la langue anglaise, un anglicisme, dans la plupart de ces cas les mots sont largement utilisés dans la langue française et donc immédiatement compréhensibles. Cet emprunt lexical permet aussi de donner au texte une note plus actuelle et en phase avec le propos. Zuzana Raková dans un article intitulé *La traduction des noms propres dans deux romans hugoliens* dit de l'emprunt qu'il concerne le lexique d'une langue tandis que le report ne concerne que l'emploi concret et limité d'un procédé traductologique dans un texte cible<sup>101</sup>.

A small number of albums get to enter the <b>charts</b> , a tiny minority of those are <b>best-sellers</b> , and an infinitesimal handful of these go on selling long after the hit singles, the tours, the word of mouth and all the other promotional thermals are becalmed.	Peu d'albums parviennent à entrer dans les <b>charts</b> , une infime minorité d'entre eux deviennent des <b>best-sellers</b> , et une poignée infinitésimale d'entre eux continuent à se vendre bien après l'effervescence du single, des tournées, du bouche-à-oreille et de tout le ballet promotionnel. (p.27)
FEBRUARY <b>PLAYLIST</b>	<b>PLAYLIST</b> DE FÉVRIER (p.47)
The next step was to take the <b>live</b> energy into the studio and bake it into bite-sized biscuits	L'étape suivante consistait à faire entrer l'énergie des <b>lives</b> dans le studio et à la rendre prête pour la consommation. (p.14)
<b>Royalties</b> weren't yet the main revenue stream of the music business.	Les <b>royalties</b> n'étaient pas encore la principale source de revenus de l'industrie musicale. (p.19)
[...] Carole King's album was in no way designed to be a <b>blockbuster</b> .	[...] l'album de Carole King n'était aucunement destiné à devenir un <b>blockbuster</b> . (p.26)

<sup>101</sup> Z. RAKOVÁ, « Translations of proper names in two hugolian novels », *Romanica Olomucensia* 26, n° 1, 1 juin 2014, pp. 51-65, disponible en PDF sur <https://doi.org/10.5507/ro.2014.005>, (Consulté le 31 juillet 2020), p.52.

L'avantage des anglicismes est leur acceptation dans la langue cible et, dans le cadre de cette traduction, ils se révèlent très pratiques pour assurer l'atmosphère et l'aspect étranger du texte original.

Quant à l'utilisation de l'italique, il vise à mettre en évidence ces anglicismes dont l'acceptation est discutable. « Best-sellers », bien qu'admis par divers dictionnaires (CNRTL, Le Robert, Larousse), se rapporte plus généralement au succès d'un livre, alors qu'ici il s'agit d'un album, son utilisation dans ce contexte est donc moins courante. « Lives » est proscrit par l'Académie française, l'institution chargée de définir la langue française, qui le qualifie de « monstre » : « Cette forme n'est correcte ni en français ni en anglais parce qu'elle participe des deux langues. [...] C'est donc cette locution [en direct] que l'on emploiera dans un texte français, non le monstre *en live*<sup>102</sup>, [...] », mais il est accepté dans le Larousse par exemple. Ses occurrences étant nombreuses dans le texte source, son emploi s'est fait avec parcimonie, là où il ne nuisait pas à la fluidité et à la compréhension du texte. « Playlist », malgré son acceptation discutable, n'a pas été mis en italique afin de conserver l'esthétique du titre. Enfin, malgré l'importance de la cohérence intratextuelle, il ne faut pas perdre de vue que notre destinataire est un public averti, pour qui le degré d'acceptation d'un anglicisme est peu important tant qu'il est compris.

Toujours dans le but de garder la « couleur » originale du texte et de respecter l'information, d'autres marqueurs culturels ont été conservés : les noms de labels, les classements musicaux, les noms d'émissions de radio et de télévision, les titres de chansons, les albums, les noms de magasins ainsi que les devises.

[...] entered the <b>Billboard</b> album chart at number seventy-nine [...]	[...] le classement des meilleures ventes d'albums au <b>Billboard</b> à la soixante-dix-neuvième place, [...] (p.26)
<b>Barclaycard</b> the only credit card.	La seule carte de crédit est la <b>Barclaycard</b> . (p.6)
Every night a detachment of <b>Coldstream Guards</b> marches [...]	Tous les soirs, un détachement des <b>Coldstream Guards</b> se déploie [...] (p.6)
<b>Biba</b> 's most popular dress sizes [...]	Les tailles de robe les plus populaires chez <b>Biba</b> [...] (p.6)

<sup>102</sup> « En live | Académie française », disponible sur <http://www.academie-francaise.fr/en-live> (Consulté le 22 juillet 2020).

The <i>Johnny Carson Show</i> on New Year's Day 1971 [...]	Le <i>Johnny Carson Show</i> du Nouvel An 1971 [...] (p.9)
[...] massive publishing empire of <i>Time</i> magazine, <i>Life</i> , <i>Sports Illustrated</i> , <i>Fortune</i> [...]	[...] l'immense empire de l'édition du magazine <i>Time</i> , <i>Life</i> , <i>Sports Illustrated</i> , <i>Fortune</i> [...] (p.31)

Ces marqueurs culturels sont parfois généraux et parfois spécifiques. Ils sont des réalités propres à la culture occidentale quand ils sont généraux (les titres de chansons, albums et classements musicaux par exemple) et propres à la culture britannique ou américaine quand ils sont spécifiques (les noms de magasins ou les « Coldstream Guards » par exemple). Le lecteur français faisant partie de la culture occidentale, ces références ne posent pas de problème. Quand elles sont plus spécifiques, nous nous fions aux explications et au contexte fournis par l'auteur qui devraient éclairer le lecteur si on s'en tient au profil dressé de ce dernier, c'est-à-dire un public averti dont les connaissances extralinguistiques sont suffisantes pour comprendre un marqueur culturel plus spécifique.

Dans le cas des chansons, j'ai conservé les titres d'origine, car c'est ainsi qu'elles sont connues dans le monde entier. Par contre, la traduction officielle des titres de films, quand il y en avait une, a été utilisée. Dans le cas contraire, le titre original est conservé.

[...] for locations for his new film <i>Frenzy</i> .	[...] pour tourner son nouveau film <i>Frenzy</i> . (p.7)
[...] recent Jack Lemmon–Sandy Dennis hit <i>The Out of Towners</i> [...]	[...] comme le récent succès <i>Escapade à New York</i> avec Jack Lemmon et Sandy Dennis, [...] (p.8)

Le cas des devises est symptomatique. Le choix de laisser la devise d'origine dans le texte a été réalisé pour plusieurs raisons. Tout d'abord l'euro n'existait pas à l'époque et la conversion des montants en euros ne donnerait en réalité aucune indication sur la valeur réelle des produits ou des salaires par exemple. Parallèlement, cela introduirait un anachronisme dans le texte qui brouillerait le lecteur qui risquerait de se demander si c'est la valeur de l'époque ou le prix actuel qui est mentionné. Ensuite, tout comme pour les endroits cités, les labels et autres références, les devises (livres et dollars) participent à l'atmosphère du texte, à son étrangéisation. Enfin, d'un point de vue informatif, l'auteur les utilise pour comparer la valeur de produits entre eux, ce qui donne une échelle de référence suffisante au lecteur francophone.

L'extrait ci-dessous démontre l'utilité de cette démarche :

<p>Average salary for a working man £2,000 per annum. A house in an up-and-coming area of north London worth £20,000. Bitter 11p a pint. Cigarettes 27p a packet. Long-playing records £2.15. Berni Inns' rump steak, button mushrooms, tomato, chips, roll and butter, apple pie and cream for 80p. Barclaycard the only credit card. Two-thirds of the population don't have a bank account.</p>	<p>Le salaire moyen d'un travailleur s'élève à 2 000 £ par an. Une maison dans un quartier en vogue du nord de Londres vaut 20 000 £. La pinte de bière est à 11 pence. Le paquet de cigarettes est à 27 pence. Les disques 33 tours à 2,15 £. Le menu complet steak frites chez Berni Inns avec des champignons de Paris, une tomate, une miche et du beurre, un morceau de tarte aux pommes et sa crème est à 80 pence. La seule carte de crédit est la Barclaycard. Les deux tiers de la population n'ont pas de compte bancaire. (p.6)</p>
--	--

Tous ces *realia* participent à projeter, à immerger le lecteur francophone dans cette atmosphère étrangère et cette époque bien spécifique tout en lui transmettant l'information la plus fidèlement possible, afin de respecter l'objectif établi par le *skopos*.

### ***b) Report assorti d'une explication de sens***

La deuxième technique envisagée pour préserver l'étrangéité des *culturèmes* est le report assorti d'une explication de sens.

En effet, dans le cas du report, le traducteur se fonde sur les connaissances extralinguistiques du lecteur. Toutefois, si une référence socio-culturelle semble trop obscure, une explication du sens de la part du traducteur peut s'avérer pertinente pour éclairer le lecteur. Cela peut se faire au moyen de notes infrapaginales ou par une incrémentialisation<sup>103</sup>.

#### **(1) Notes infrapaginales**

Il revient donc au traducteur d'identifier ces références et de cibler celles qui méritent d'être éclaircies pour le lecteur francophone au moyen de notes infrapaginales. Celles-ci permettent

<sup>103</sup> C. MUNTEANU, « Traduire les *culturèmes*. Domaine franco-roumain », *op. cit.* pp. 379-380.

au lecteur de mieux mesurer l'importance d'un mot ou d'une anecdote et ainsi d'apprécier pleinement le texte. Il faut veiller à ne pas en utiliser un trop grand nombre au risque de rendre la lecture fastidieuse et donc de perdre le côté divertissant de la narration (rappelons que le texte original ne comporte aucune note infrapaginale). Il convient de trouver un équilibre entre divertissement et information. Au vu du profil du destinataire et de la proximité culturelle et géographique des deux cultures mises en contact, le recours aux notes de bas de page a pu être limité.

[...] and in the middle one was this refugee from New York's <b>Tin Pan Alley</b> [...]	[...] et dans celui du milieu se trouvait cette réfugiée de la <b>Tin Pan Alley</b> [N.D.T.] de New York [...] (p.23)  N.D.T. : Littéralement « l'allée des casseroles en métal », Tin Pan Alley était le surnom donné à une petite partie de la 28e Rue à New York (entre la 5e Avenue et Broadway) où étaient concentrés de nombreux éditeurs, compositeurs et auteurs depuis la fin du 19e siècle jusqu'au milieu du 20e siècle. C'est là qu'est née la première industrie de la musique populaire américaine.
---	---

## (2) Incrémentialisation

Il m'est apparu opportun d'utiliser l'incrémentialisation pour éviter de recourir trop fréquemment aux notes infrapaginales lorsque j'ai jugé que des références socio-culturelles ne sont pas évidentes pour le lecteur francophone. Dans ce cas, l'ajout d'un mot peut, sans dénaturer le texte, aider à la bonne compréhension de celui-ci.

[...] the curiously named <b>Farx</b> [...]	[...] <b>la salle</b> au nom étrange de Farx [...] (p.12)
<i>National Lampoon</i> satirizes [...]	<b>Le magazine</b> <i>National Lampoon</i> satirise [...] (p.9)
There were three studios at A&M on the corner of <b>Sunset</b> and <b>La Brea</b> .	A&M comptait trois studios à l'angle de Sunset <b>Boulevard</b> et de l' <b>avenue</b> La Brea. (p.23)

Henry Cooper advertising the great smell of <b>Brut</b> .	Henry Cooper fait de la publicité pour le parfum du <b>déodorant Brut</b> . (p.6)
---	---

## 2. Procédés de traduction naturalisants

Pour en revenir au concept de traduction instrumentale de C. Nord, dans le cas de la naturalisation du texte dans la culture cible, le texte se lit alors d'une certaine manière comme un original. En effet, la traduction est plus difficile à percevoir. Sans pour autant en faire une traduction ethnocentrique, comme dirait L. Venuti (voir citation ci-dessous), il en résulte une certaine appropriation du texte source puisqu'il convient, comme dans l'original, de restituer un texte fluide pour le lecteur francophone. Dans les passages, où un procédé naturalisant a été nécessaire, le caractère étranger du TS est minimisé (à l'exception des culturèmes évidemment) en faveur des normes et tendances de la langue cible. Le résultat est un texte qui se retrouve en quelque sorte « domestiqué ».

« [...] domesticating method, an ethnocentric reduction of the foreign text to target-language cultural values, bringing the author back home<sup>104</sup>, [...] » (Venuti, 1995, p. 20)

Dans ce cas-ci, une certaine pression est exercée sur le texte source au niveau de sa grammaire, de sa structure, de ses références culturelles et de son lexique pour être plus conforme aux normes de la langue et de la culture cible. Le sens se retrouve donc privilégié à la forme, au style. Il n'est donc plus question de report, mais d'équivalence. Il convient de rendre l'effet original dans la langue cible, ce qui se rapporte à l'équivalence dynamique de E. Nida.

### a) *Équivalence*

J.-P. Vinay et J. Darbelnet, dans leur ouvrage *Stylistique comparée du français et de l'anglais* de 1972, indiquent que l'équivalence se produit lorsque :

---

<sup>104</sup> L. VENUTI, *The Translator's Invisibility*, op. cit.

« Il est possible que deux textes rendent compte d'une même situation en mettant en œuvre des moyens stylistiques et structuraux entièrement différents. Il s'agit alors d'une équivalence<sup>105</sup>. »

Cette technique est particulièrement appropriée pour le cas des expressions idiomatiques, comme l'illustrent les exemples ci-dessous :

<b>The plates were shifting.</b>	<b>La roue était en train de tourner.</b> (p.20)
The kind of deal Epstein had done nearly a decade earlier seemed like <b>chicken feed</b> next to what Peter Grant was negotiating on behalf of his clients Led Zeppelin.	Le genre de contrat qu'avait conclu Epstein près de dix ans plus tôt ressemblait à du <b>pipi de chat</b> à côté de ce que Peter Grant négociait au nom de ses clients Led Zeppelin. (p.20)

Outre les expressions idiomatiques, l'équivalence a également été appliquée dans ce travail pour traduire les titres d'œuvres (les films en particulier). Dans ce cas, les titres commerciaux utilisés à l'époque de leurs sorties en France ont été employés.

### ***b) Adaptation***

Un cas plus particulier d'équivalence est l'adaptation, que J.-P. Vinay et J. Darbelnet définissent comme suit :

« des cas où la situation à laquelle le message se réfère n'existe pas dans LA, et doit être créée par rapport à une autre situation que l'on juge équivalente. C'est donc ici un cas particulier de l'équivalence, une équivalence de situations<sup>106</sup>. »

L'adaptation consiste à replacer le concept décrit dans le contexte des réalités culturelles de la langue source dans celui de la langue cible. Elle permet d'aider à la bonne compréhension du texte tout en conservant la fluidité d'origine. Si, pour les raisons exposées plus haut, la grande majorité des *realia* n'a pas été adaptée, le bon sens a prévalu dans la traduction, par exemple « Coke » devient « Coca-Cola », qui est l'appellation commune utilisée par le lecteur francophone. La conversion des unités de mesure est un autre exemple d'adaptation :

Biba's most popular dress sizes are <b>six</b> and <b>eight</b> .	Les tailles de robe les plus populaires chez Biba sont le <b>34</b> et le <b>36</b> . (p.6)
---	---

<sup>105</sup> J.-P. VINAY et J. DARBELNET, *Stylistique comparée du français et de l'anglais : méthodes de traduction*, Paris: Didier, 1972, p. 52.

<sup>106</sup> *Ibid.*, pp. 52-53.



Gasoline is <b>36 cents a gallon</b> .	L'essence coûte <b>9,5 cents le litre</b> . (p.8)
--	---

Le but ici est que le lecteur comprenne que la majorité de la population avait une morphologie plus fine et que l'essence était très chère.

### c) *Collocation*

Si la retranscription de l'aspect culturel est importante, il convient de garder à l'esprit qu'il s'agit d'un livre dont la lecture est agréable et relativement aisée dans la langue de départ. Afin de respecter le *skopos*, la traduction devra conserver cet aspect en français. J'ai, tout au long du livre, et en particulier dans les passages plus narratifs, appliqué cette technique. Michel Ballard, dans son ouvrage *La traduction de l'anglais au français* définit les collocations comme « les relations privilégiées d'ordre sémantique que des mots appartenant à des catégories grammaticales différentes entretiennent entre eux<sup>107</sup>. »

[...] the hired session musicians were in no doubt that only one person <b>was in charge</b> .	[...] les musiciens de studio savaient très bien qu'il n'y avait qu'une personne qui <b>tenait les rênes</b> . (p.19)
[...] <b>says Fonda</b> .	<b>Fonda déclare</b> : [...] (p.9)
[...] who was making <b>unkind remarks</b> about <i>All Things Must Pass</i> , [...]	[...] qui faisait des <b>remarques désobligeantes</b> sur <i>All Things Must Pass</i> , [...] (p.19)
<b>The main thrust</b> of this interview, [...]	<b>L'idée maîtresse</b> de cette interview, [...] (p.19)
[...] and the Faces' <i>Long Player</i> were all <b>released</b> .	[...] et <i>long player</i> des faces <b>arrivaient tous dans les bacs</b> . (p.25)

Le dernier exemple permet de montrer que la collocation, par soucis de rendre le texte plus transparent dans la langue cible, a pu impliquer l'utilisation de techniques comme la modulation entre autres.

<sup>107</sup> M. BALLARD, *La traduction de l'anglais au français*, Nathan, 1987, pp. 58-59.

### 3. Cas particuliers

#### a) *La perte*

Si, au cours de la traduction, de nombreuses difficultés peuvent être résolues grâce à des procédés plus normés, comme explicités ci-dessus, je me suis heurté à plusieurs reprises à des cas où ces procédés n'offraient pas de solutions satisfaisantes. J.-P. Vinay et J. Darbelnet disent qu'il y a perte ou entropie lorsqu'une partie du message ne peut plus être explicitée, faute de moyens structuraux, stylistiques ou métalinguistiques<sup>108</sup>. En effet, afin que le texte cible reste fluide et intelligible, il convient, pour certains passages, de se résoudre à une perte d'une partie du message.

Landau's review was a reminder of the virtues of the pre-Woodstock era and the <b>songwriting baby that might have been thrown out with the bathwater during the move away from the narrow back garden of the hit single to the rolling prairies of the album age.</b>	La critique de Landau évoquait les vertus de l'époque pré-Woodstock. <b>Elle rappelait une manière de composer qui pourrait avoir été perdue lors de la transition du petit jardin du single à succès vers les grandes étendues de l'ère de l'album.</b> (p.29)
--	---

Dans cet extrait, il s'est avéré difficile de combiner l'expression avec la métaphore comme le fait David Hepworth en anglais. Malgré l'existence d'une équivalence à l'expression « to throw the baby out with the bathwater » (Jeter le bébé avec l'eau du bain), j'ai décidé d'omettre volontairement cette expression en français. En effet, en français, la juxtaposition de l'expression et de la métaphore nuit à la fluidité et à la compréhension de la phrase. De plus, La tournure qui en résulterait serait contreproductive, l'une annulant l'autre. Pour ces raisons, l'exemple de traduction suivant n'a pas été retenu : « Elle rappelait que la transition du petit jardin du single à succès vers les grandes étendues de l'ère de l'album pouvait avoir jeté le bébé compositeur avec l'eau du bain. »

J'ai donc favorisé la métaphore et choisi d'expliciter le message de l'expression (« une manière de composer qui pourrait avoir été perdue »). Outre l'expression, il y a également la perte de la

---

<sup>108</sup> J.-P. VINAY et J. DARBELNET, *Stylistique comparée du français et de l'anglais : méthodes de traduction*, op. cit., p. 12.

dimension humoristique qui transparait dans l'adaptation que l'auteur en fait (« songwriting baby »). C'est donc une partie de la fonction expressive qui disparaît dans la traduction.

Les deux exemples suivants concernent une perte de registre :

By the autumn of 1971 she had achieved such eminence that Hollywood's <b>senior cocksman</b> Warren Beatty offered to sleep with her, on the grounds that he was curious to know what it was like to have sex with a pregnant woman.	À l'automne 1971, elle avait atteint une telle renommée que le <b>don Juan chevronné</b> d'Hollywood Warren Beatty lui proposa de coucher avec elle, sous prétexte qu'il était curieux de savoir ce que ça faisait de coucher avec une femme enceinte. (p.32)
--	---

Si « cocksman » est explicitement vulgaire, le terme « don Juan », quant à lui, ne l'est pas. D'après le *Oxford Dictionary of Modern Slang*, un « cocksman », outre les partenaires divers et variés, est un homme aux capacités sexuelles remarquables<sup>109</sup>. D'après *Le Robert*, dans sa version de 2015, le don Juan est un séducteur sans scrupule. Le premier terme a, littéralement, une dimension sexuelle plus prononcée que le deuxième, qui est plus porté sur la séduction et où la dimension sexuelle est plus implicite. La traduction de « cocksman » par « don Juan » semble donc être un euphémisme. Une autre option pourrait être un « baiseur », ce terme a l'avantage d'être également vulgaire, mais n'implique pas qu'il est doué dans ce qu'il fait, contrairement à « don Juan ». Étant donné le contexte de l'anecdote, déjà salace et vulgaire, je me suis donc permis cet euphémisme.

Deuxième exemple concernant une perte de registre :

Football fans pay two <b>bob</b> at the turnstile and then shove.	Les fans de football paient deux <b>shillings</b> au tourniquet et puis se bousculent pour entrer. (p.7)
---	--

Ici, par soucis de compréhension du texte cible, le terme « bob » a été explicité en fonction de la définition de l'*Oxford Dictionary* : « (*informal*) an old British coin, the Shilling<sup>110</sup> ». En ce faisant, l'aspect informel disparaît.

<sup>109</sup> J. AYTO et J. SIMPSON, *Oxford Dictionary of Modern Slang*, OUP Oxford, 2010, p. 54.

<sup>110</sup> « bob\_2 noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com », disponible sur [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bob\\_2](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bob_2) (Consulté le 2 août 2020).

L'exemple suivant concerne la perte d'un realia :

It had burst the bounds of ' <b>singer-songwriters A-K</b> ' [...]	Il avait fait exploser les records de vente de <b>sa catégorie</b> [...] (p.27)
--	---

Même si le concept semble facile à comprendre (ce serait la liste des auteurs-compositeurs-interprètes dont l'initiale du nom est comprise entre A et K), j'ai cherché à comprendre pourquoi l'auteur le met entre guillemets. Cherche-t-il à le mettre en évidence ou reprend-il mot pour mot la référence ? Malgré diverses recherches à ce sujet, je n'ai pas trouvé de réponse claire. Afin de contourner cette ambiguïté, j'ai donc effectué une généralisation du terme en parlant de « catégorie ». La généralisation consiste à traduire un terme particulier par un terme plus général<sup>111</sup>. Dans ce cas-ci, c'est la fonction référentielle qui disparaît.

---

<sup>111</sup> J.-P. VINAY et J. DARBELNET, *Stylistique comparée du français et de l'anglais : méthodes de traduction*, op. cit. p. 9.

## IV. Conclusion

Dans ce travail, je n'ai pas voulu me limiter à l'exercice pur et simple de la traduction d'un texte, mais j'ai voulu montrer la nécessité d'une approche holistique et la manière dont je conçois l'approche d'une traduction dans le cadre professionnel.

Les grands enseignements que je retiens de ce mémoire sont le besoin d'une démarche organisée et structurée, le besoin, pour satisfaire l'objectif d'une traduction fidèle, de ne pas se laisser enfermer par les préceptes d'une seule théorie.

La démarche structurée permet de fournir au traducteur l'ensemble des éléments auxquels il fera appel tout au long de sa traduction. Comme on l'a vu, la compréhension de l'intention du texte source et de son auteur, l'analyse détaillée de ce texte, la connaissance de l'arrière-plan impliquant des recherches documentaires et la mise en place d'une stratégie sont des étapes indispensables pour pouvoir s'attaquer à une traduction.

L'approche fonctionnelle, associée à cette démarche structurée, nous permettent, j'en suis convaincu, d'éviter les pièges d'une traduction directe et instinctive, voire inexacte et mauvaise.

Il m'est apparu opportun de travailler à partir du *skopos* et de faire appel à la théorie fonctionnaliste. Cependant, l'expérience m'a démontré qu'une théorie a toujours ses limites. La volonté de combiner les différents ordres de mission, à savoir rester fidèle à l'intention de l'auteur, rendre le texte cible agréable à lire, s'adapter à la culture cible tout en étant forcé de respecter l'exotisme de certaines situations m'a obligé à faire appel à diverses méthodes et stratégies.

Puisque toute traduction est la réexpression d'un texte dans une langue cible, elle implique une *domestication*. Parallèlement, sur base du *skopos* défini, qui paraît le plus légitime pour une œuvre parlant d'une culture musicale bien précise, la fidélité à l'information est cruciale. Ainsi, pour *1971-Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, une stratégie de *foreignization* s'est également imposée. Par conséquent, j'ai été amené à jongler avec ces deux stratégies.

Pour rester dans le thème du livre qui a servi de support à ce mémoire, je dirais que les meilleures improvisations musicales sont presque toujours le résultat d'années de répétition, de la mise en œuvre de techniques maîtrisées, d'accords existants juxtaposés. Et si certains considèrent la traduction comme un art (même si je pense qu'il s'agit plutôt d'une science), on ne peut y accéder qu'à force d'analyse, de préparation, de développement de ses connaissances, d'application de techniques éprouvées et normalisées qui serviront de canevas pour une

traduction réussie, c'est la maîtrise de ces éléments et leur dosage qui font de chaque nouvelle traduction un nouveau défi.

De manière anecdotique sachez qu'en guise de conclusion de son livre David Hepworth ne dit pas : « CQFD, 1971 est vraiment la meilleure année du rock ». Il admet que s'il considère effectivement que 1971 est une année remarquable pour le rock sur le plan des albums et des compositions, son jugement relève beaucoup, comme pour tout un chacun, de sentiments liés à la musique de sa jeunesse. Une époque unique pour chacun d'entre nous où nos sentiments sont plus profonds, notre révolte plus justifiée et où l'on traverse des moments uniques de notre vie.

## V. Références

AYTO, J. et SIMPSON, J., *Oxford Dictionary of Modern Slang*. OUP Oxford, 2010.

BALLARD, M., *La traduction de l'anglais au français*. Nathan, 1987.

BALLARD, M., *Versus : la version réfléchie: Anglais-français. Volume 1, Repérages et paramètres*. Paris, Editions OPHRYS, 2003.

« bob\_2 noun - Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com », disponible sur [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bob\\_2](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/bob_2) (Consulté le 2 août 2020).

CHAFAI, N., « Syllabus – Critique littéraire et didactique ». Billet. *Syllabus* (blog), 2019. disponible sur <https://cld.hypotheses.org/>.

« David Hepworth », disponible sur <https://www.penguin.co.uk/authors/1076563/david-hepworth.html?tab=penguin-biography> (Consulté le 5 juin 2020).

DELISLE, J., *La traduction raisonnée : manuel d'initiation à la traduction professionnelle de l'anglais vers le français*. 3e édition. Ottawa: Les Presses de l'Université d'Ottawa, 2013.

EAMES, T., « “The Word” Magazine to Shut Down ». Digital Spy, 29 juin 2012. disponible sur <http://www.digitalspy.com/media/a390581/the-word-magazine-to-shut-down-in-august-after-nine-years/> (Consulté le 7 juin 2020).

ECO, U., « Dernier feuillet », in *Dire presque la même chose – Expériences de traduction*, essais, Paris, Éditions Grasset et Fasquelle, 2006.

« En live | Académie française », disponible sur <http://www.academie-francaise.fr/en-live> (Consulté le 22 juillet 2020).

« Genres et registres littéraires, les types de textes », disponible sur <https://www.etudes-litteraires.com/caracteriser-texte.php> (Consulté le 10 juillet 2020).

GREENSTREET, R., « Q&A ». *The Guardian*, 22 octobre 2004, disponible sur <http://www.theguardian.com/theguardian/2004/oct/23/weekend7.weekend> (Consulté le 6 juin 2020).

GREENWAY, T., « David Hepworth on How the Yorkshire of His Youth Influenced His Love of Music ». *Yorkshire Life*, 5 février 2019, disponible sur <https://www.yorkshirelife.co.uk/people/celebrity-interviews/david-hepworth-yorkshire-music-beatles-live-aid-1-5874442> (Consulté le 6 juin 2020).

HEPWORTH, D., « David Hepworth - Author and Broadcaster », *Home page of writer and broadcaster David Hepworth*, disponible sur <http://www.davidhepworth.com/> (Consulté le 6 juin 2020).

HEPWORTH, D., « David Hepworth's blog: About David Hepworth ». *David Hepworth's blog* (blog), 1 mars 2007, disponible sur <http://whatsheonabouthnow.blogspot.com/p/david-hepworth-is-british-author.html> (Consulté le 6 juin 2020).

HEPWORTH, D., « David Hepworth's blog: When We Were Very Very Young ». *David Hepworth's blog* (blog), 15 avril 2007, disponible sur <http://whatsheonabouthnow.blogspot.com/2007/04/when-we-were-very-very-young.html> (Consulté le 6 juin 2020).

HEPWORTH, D., *1971 – Never a Dull Moment: Rock's Golden Year*, Bantam Press, Great Britain, 2016.

HEWSON, L., *Sourcistes et cibles*, in Michel Ballard et Lance Hewson, *Correct/Incorrect*, Arras, Presses Universitaires d'Artois, 2004.

Radio Times. « <https://www.radiotimes.com/Author/Davidhepworth/> », disponible sur <https://www.radiotimes.com/author/davidhepworth/> (Consulté le 6 juin 2020).

INYANG, E. J., « Étude des conceptions théoriques de deux traductologues anglophones, Peter Newmark et Eugène Nida, à la lumière de la théorie interprétative de la traduction » *Linguistique*. Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III, 2010, disponible en PDF sur <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00915762/document>.

KAEMPFER, J., et FILIPPO Z., « La voix narrative », *Département de français moderne - Université de Genève Méthodes et problèmes*, 2003, disponible sur <https://www.unige.ch/lettres/framo/enseignements/methodes/vnarrative/vnintegr.html#vn031000>.



- LADMIRAL, J.-R., « Lever de rideau théorique : quelques esquisses conceptuelles », *Palimpsestes. Revue de traduction*, n° 16, 1 décembre 2004, pp.15-30, disponible sur <https://doi.org/10.4000/palimpsestes.1587> (Consulté le 16 juin 2020).
- LEDERER, M., « Quelques considérations théoriques sur les limites de la traduction du culturel », *FORUM Revue internationale d'interprétation et de traduction / International Journal of Interpretation and Translation* 2, 1 janvier 2004, pp.73-94, disponible sur <https://doi.org/10.1075/forum.2.2.05led>.
- LUNGU-BADEA, G., « Remarques sur le concept de culturème ». *Translationes* 1, 1 janvier 2009, disponible sur <https://doi.org/10.2478/tran-2014-0003>.
- MORRISON, C., « Meet the Genius behind Britain's Last Magazine Boom », *Flashes & Flames*, 21 juillet 2012, disponible sur <https://flashesandflames.com/2012/07/21/meet-the-genius-behind-britains-last-magazine-boom/> (Consulté le 6 juin 2020).
- MUNTEANU, C., « Traduire les culturèmes. Domaine franco-roumain », 2013, pp.378-83, disponible en PDF sur <http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A6078/pdf>.
- NIDA, E. A., *Toward a science of translating*. Leiden: E. J. Brill, 1964.
- NORD, C., *Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained*, Manchester, UK: St. Jerome Publishing, 1997.
- OSIMO, B., « Les Mobiles Derrière le Prototexte », *LOGOS - Multilingual Translation Portal*, 2008, disponible sur [http://courses.logos.it/plscourses/linguistic\\_resources.cap\\_2\\_31?lang=fr](http://courses.logos.it/plscourses/linguistic_resources.cap_2_31?lang=fr).
- RAKOVÁ, Z., *Les théories de la traduction*, Brno : Masarykova univerzita, 2014, disponible en PDF sur <https://pdfs.semanticscholar.org/c5e9/e0119580e68149e6ff81277e1fe7dd142078.pdf>.
- RAKOVÁ, Z., « Translations of proper names in two hugolian novels », *Romanica Olomucensia* 26, n° 1, 1 juin 2014, pp.51-65, disponible en PDF sur <https://doi.org/10.5507/ro.2014.005>.
- K. REISS et H. J. VERMEER, *Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained* (1st edition: 1984). (C. Nord, Trans.). London; New York: Routledge, 2014.

« Rivages Rouge | Rivages », disponible sur <https://www.payot-rivages.fr/rivages/collection/rivages-rouge> (Consulté le 12 mars 2020).

« Rivages/Rouge ». *Le Monde.fr*, 9 avril 2009, disponible sur [https://www.lemonde.fr/livres/article/2009/04/09/rivages-rouge\\_1178490\\_3260.html](https://www.lemonde.fr/livres/article/2009/04/09/rivages-rouge_1178490_3260.html) (Consulté le 24 juillet 2020).

« Sales and Distribution », disponible sur <https://www.penguin.co.uk/company/work-with-us/sales-and-distribution.html> (Consulté le 24 juillet 2020).

SCHMIDT, G., « Foreignization and domestication in the Croatian translations of Oscar Wilde's *The Picture of Dorian Gray* », Osijek, Josip Juraj Strossmayer University, 2013, pp. 537-548, disponible en PDF sur [file:///C:/Users/Calvin%20Delcour/Desktop/Jezikoslovlje\\_14\\_537\\_Schmidt.pdf](file:///C:/Users/Calvin%20Delcour/Desktop/Jezikoslovlje_14_537_Schmidt.pdf)

VENUTI, L., *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Translation Studies. London; New York: Routledge, 1995, disponible en PDF sur <http://site.ebrary.com/id/10097452>.

VINAY, J.-P. et DARBELNET J., *Stylistique comparée du français et de l'anglais : méthodes de traduction*. Paris: Didier, 1972.

WATTIER, S., « Le ton d'un texte : comment l'identifier pour mieux comprendre ? » *commun français* (blog), 1 juin 2018, disponible sur <https://communfrancais.com/2018/06/01/comment-identifier-le-ton-dun-texte/> (Consulté le 27 juillet 2020).