

## La nostalgie dans les musiques populaires. Analyse de manifestations et d'utilisations de nostalgie dans le rock

**Auteur :** Marbehant, Camille

**Promoteur(s) :** Pirenne, Christophe

**Faculté :** Faculté de Philosophie et Lettres

**Diplôme :** Master en histoire de l'art et archéologie, orientation musicologie, à finalité approfondie

**Année académique :** 2022-2023

**URI/URL :** <http://hdl.handle.net/2268.2/19024>

---

### 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.*

---

Université de Liège  
Faculté de Philosophie et Lettres  
Département des Sciences Historiques  
Filière Histoire de l'art et archéologie



La nostalgie dans les musiques populaires  
Analyse de manifestations et d'utilisations de nostalgie  
dans le rock

Camille Marbehant

Mémoire réalisé en vue de l'obtention du diplôme de Master en Histoire de  
l'art et archéologie, orientation Musicologie, à finalité approfondie

Sous la direction de Monsieur Christophe Pirenne

Année académique 2022-2023







Université de Liège  
Faculté de Philosophie et Lettres  
Département des Sciences Historiques  
Filière Histoire de l'art et archéologie



La nostalgie dans les musiques populaires  
Analyse de manifestations et d'utilisations de nostalgie  
dans le rock

Camille Marbehant

Mémoire réalisé en vue de l'obtention du diplôme de Master en Histoire de  
l'art et archéologie, orientation Musicologie, à finalité approfondie

Sous la direction de Monsieur Christophe Pirenne

Année académique 2022-2023



## Remerciements

Je tiens à remercier Monsieur Christophe Pirene, promoteur de ce mémoire, pour ses précieux conseils tout au long de mes études et durant la réalisation de ce travail.

Merci à Madame Emilie Corswarem et Monsieur Christophe Levaux,  
pour l'attention qu'ils porteront à ce mémoire.

Un grand merci à ma famille et mes amis,  
pour leur aide précieuse et leurs encouragements tout au long de ce travail.

Merci enfin, à l'ensemble des professeurs qui, au long de mon cursus,  
ont partagé avec passion leur savoir et leur expérience.





# Table des matières

INTRODUCTION .....	1
PARTIE I – DÉFINITIONS ET ÉTAT DE LA QUESTION.....	3
I. Définition de la nostalgie.....	3
1. La nostalgie, d’hier à aujourd’hui .....	3
2. Nostalgie temporelle et spatiale .....	4
3. Toute évocation du passé n’est pas nostalgique .....	5
4. La nostalgie comme expérience personnelle ou collective.....	6
5. Vraie ou fausse nostalgie .....	6
6. La nostalgie et ses dérivés : rétro, mélancolie, <i>vintage</i> ,... ..	7
II. Etat de la question .....	9
1. Nostalgie dans la société moderne : rétrotopie et nostalgie médiatisée .....	11
A. Répercussions dans les pratiques d’écoute musicale.....	12
2. Nostalgie, musique et identité.....	15
A. Sciences psychologiques : émotion et identité.....	15
B. Constructions identitaires et mémoires, individuelles et collectives .....	16
C. Musique, nostalgie et médias .....	19
D. Mémoire collective et héritage .....	22
3. Nostalgie et technologies associées à la musique .....	25
A. Les enregistrements comme artefacts et véhicules de réminiscence .....	25
B. Technostalgie : l’exemple du vinyle .....	26
C. Technologies et production .....	28
4. Rock et nostalgie : définition de la problématique.....	30
PARTIE II – FACTEURS DE CONSTRUCTION DE LA NOSTALGIE.....	33
I. Facteurs esthétiques.....	33
1. Nostalgie pour la musique, par la musique ? .....	34
2. Evolution des genres musicaux.....	36

A.	Cycle de vie des genres.....	36
3.	Evocations du passé par les sons : utilisation de marqueurs sonores temporels ..	38
II.	Facteurs technologiques .....	41
1.	Aspects intra-musicaux (organologie et enregistrements).....	41
A.	Organologie.....	41
a)	Instruments et authenticité.....	42
b)	Enregistrement et performance : premières craintes de perte d'authenticité	44
B.	« Retro sound » : la technologie au service de la recherche d'une sonorité caractéristique .....	45
a)	Technostalgie et instruments <i>vintage</i> .....	45
b)	Maintien des instruments.....	47
c)	Simulation de l'ancien.....	47
2.	Aspects extra-musicaux (archivage et accessibilité) .....	48
A.	Enregistrement (impacts) .....	48
a)	Modification du rapport au temps : l'enregistrement fixe le présent et prolonge le passé .....	48
b)	Réédition : l'enregistrement permet la récupération du passé.....	49
c)	Modification du rapport au live .....	50
B.	Internet : modification des pratiques d'écoute .....	51
C.	Supports et technostalgie .....	51
D.	Concert et vidéo.....	53
III.	Facteurs médiatiques .....	55
1.	Influence médiatique .....	55
A.	Construction de « canons » .....	55
B.	Transmission du canon (définition des « sixties », « seventies »).....	56
C.	Evolution des médias dédiés au « classic rock » : publics et nostalgie comme stratégie.....	57

2. Presse .....	59
3. Médias numériques : presse et sites dédiés .....	62
4. Radio .....	62
5. Télévision .....	63
6. Contenus cinématographiques et audiovisuels (fiction) .....	65
IV. Facteurs économiques .....	67
1. Démographie et contexte socio-économique .....	69
A. Evolution du contexte socio-économique .....	69
2. Industrie musicale et nostalgie .....	71
A. Musique enregistrée .....	71
a) Rééditions anniversaire .....	71
B. Concerts .....	72
a) Tournées d'adieu .....	73
b) Festivals, tributes et réunions de groupes .....	74
3. Muséification du rock, institutionnalisation : musées et produits dérivés, tourisme basé sur l'histoire du rock, .....	74
V. Facteurs sociologiques .....	75
1. Baby-boomers : création et transmission du canon du rock et du mythe d'un âge d'or 75	
2. Nostalgie en rapport au présent et au futur .....	76
A. La nostalgie comme caractéristique de notre époque .....	76
B. Jeunesse et rock .....	77
C. Mémoire collective, nostalgie reçue .....	78
D. L'évolution du rapport à la musique : culture de l'iPod et du streaming, diminution du pouvoir identitaire de la musique .....	80
E. Nostalgie pour le futur .....	82
Conclusion .....	83
Bibliographie .....	i



## INTRODUCTION

Le point de départ de ma recherche, entamée dans le cadre de mon TFB<sup>1</sup>, est le fait que le passé et la nostalgie, en tant qu'évocation d'un passé valorisé, semblent omniprésents dans la culture musicale actuelle. De nombreux groupes de rock additionnent aujourd'hui les références au rock de décennies passées, principalement des années 1960 et 1970, tant dans leur musique que dans leurs prestations scéniques.

Dans un même temps, les discours autour de l'idée que « le rock est mort » ou que « le rock, c'était mieux avant » se multiplient.

J'ai donc choisi d'étudier la nostalgie dans les musiques populaires en centrant mon propos sur le rock.

Les études au sujet de la nostalgie associée aux musiques populaires ont souvent abordé des aspects sociologiques et économiques notamment, sans réellement interroger la musique. Afin de situer cette recherche dans une perspective musicologique, j'ai souhaité resituer la musique au centre du propos, pour tenter de trouver des aspects intra-musicaux auxquels cette nostalgie ferait référence. A cette fin, j'ai choisi de démarrer mon analyse par des témoignages de nostalgie associés à la musique, en consultant des commentaires de fans sur Internet (YouTube, Reddit).

Ce travail est structuré en deux parties. Après une présentation de différentes définitions de la nostalgie au fil du temps et des disciplines qui l'ont étudiée, la première partie présente une synthèse de l'approche théorique de l'étude de la nostalgie associée aux musiques populaires, sous la forme d'un état de la question.

Dans un second temps, ce corpus théorique sera mobilisé pour analyser différentes manifestations de la nostalgie dans nos pratiques musicales, au départ des témoignages observés.

---

<sup>1</sup> MARBEHANT Camille, « La nostalgie dans les musiques populaires », Travail de fin de Cycle, Université de Liège, année académique 2019-2020 (non publié).



## PARTIE I – DÉFINITIONS ET ÉTAT DE LA QUESTION

### I. DÉFINITION DE LA NOSTALGIE

#### 1. La nostalgie, d'hier à aujourd'hui

Le concept de nostalgie a été défini pour la première fois à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle par Johannes Hofer, alors étudiant en médecine<sup>2</sup>. Ce mot est créé à partir des notions grecques anciennes “nostos” (foyer/retour, thème de la littérature grecque ancienne qui voit des héros retourner à leur pays après un grand voyage, à l’image de l’Odyssée d’Homère par exemple) et “algos” (douleur/souffrance/chagrin). Premièrement considérée comme une maladie à soigner, la nostalgie évolue graduellement au fil du temps et de son étude dans divers champs, à l’instar de celui de la psychologie. La nostalgie n’est désormais plus considérée comme une maladie mais comme une émotion : elle a donc possiblement toujours existé, sans pour autant être nommée<sup>3</sup>.

Dans le domaine des musiques populaires, la sociologue Deena Weinstein (2014) situe différemment le concept de nostalgie dans le temps. Selon elle, la nostalgie peut être classifiée en plusieurs types, dont un qui précède les descriptions de nostalgie faites par Hofer à propos de soldats éloignés de leur patrie. Le premier type serait la nostalgie d’un passé mythique, idéal. Vient ensuite le désir, envisagé comme un problème médical, de retour vers un lieu réel (mal du pays). Notre époque a vu apparaître un troisième type de nostalgie, une nostalgie qui a été construite :

---

<sup>2</sup> HOFER Johannes, KISER ANSPACH Carolyn (trad.), « Medical Dissertation on Nostalgia by Johannes Hofer, 1688 », *Bulletin of the History of Medicine*, août 1934, vol. 2, n° 6, pp. 376-391.  
<https://www.jstor.org/stable/44437799>.

Titre original : *Dissertatio medica de Nostalgia oder Heimweh* (Essai sur la nostalgie, appelée maladie du pays). Cf. FERRATY Christelle, « Réflexions historiques autour de la question de la nostalgie », *Histoire des Sciences médicales*, 2018, vol. 52, n° 1, pp. 39-44.

URL : <https://www.biusante.parisdescartes.fr/sfhm/hsm/HSMx2018x052x001/HSMx2018x052x001x0039.pdf>.

<sup>3</sup> JACOBSEN Michael Hviid, « Introduction: The Many Different Faces of Nostalgia – Exploring a Multifaceted and Multidisciplinary Emotion », in Jacobsen Michael Hviid (éd.), *Intimations of Nostalgia. Multidisciplinary Explorations of an Enduring Emotion*, Bristol University Press, 2022, pp. 1-30. Pour un historique de la nostalgie, voir la synthèse de Starobinski (2012) ; plus récemment, l’introduction au chapitre de Tim Wildschut et Constantine Sedikides dans l’ouvrage dirigé par Jacobsen (2022) revient sur l’évolution de l’étude de la nostalgie depuis le champ médical vers les sciences psychologiques et sociales. L’article de Srivastava *et al.* (2022) présente encore une synthèse de la nostalgie avant d’aborder l’état actuel de la recherche en marketing sur la nostalgie. Pour une approche thématique, l’article de Michael S. Roth (1991) dresse un portrait du traitement de la nostalgie dans la littérature médicale française au XIX<sup>e</sup> siècle.



« Alors que la nostalgie, à l'origine, était nostalgie d'un "Âge d'or" mythique, dont on pensait qu'il avait existé mais qu'il était perdu, et que la nostalgie des temps modernes avait pour objet un passé vécu mais impossible à retrouver, la nostalgie contemporaine est, elle, un produit médiatique dont le but est de simuler un passé qui a réellement existé, mais sous la forme dépersonnalisée, qui n'a jamais existé comme tel, et que ceux qui en ont la nostalgie n'ont pas vécu<sup>4</sup> ».

La nostalgie aujourd'hui est donc un sentiment de manque ou de regret éprouvé à l'égard d'une *période*, sans nécessairement avoir fait *l'expérience* de celle-ci. Cette « nostalgie construite » est attachée à des *représentations collectives*, elles-mêmes construites par divers acteurs. La nostalgie « n'est plus maintenant qu'une construction culturelle<sup>5</sup> ».

## 2. Nostalgie temporelle et spatiale

Selon Tim Wildschut et Constantine Sedikides, les notions « nostalgie » et « mal du pays » se sont individualisées dans les années d'après-guerre<sup>6</sup>, et leur séparation aurait été accélérée par les « diasporas suscitées par la Seconde Guerre Mondiale et la nostalgie que beaucoup auraient éprouvée, non seulement pour un ancien foyer, mais pour des êtres chers, des communautés et des modes de vie entiers<sup>7</sup> ». Le désir de retour a été déplacé d'un lieu à une époque, il n'est désormais plus tant spatial que temporel.

Ainsi, la nostalgie est une question de temporalité, de liens entre le présent, le passé, et le futur<sup>8</sup>. Plus précisément, « si la nostalgie est capable de projeter un idéal absent dans le passé ou le futur, elle demeure principalement une sensation de malaise éprouvée dans l'ici et le maintenant, un sentiment d'aliénation<sup>9</sup> ». Elle peut être rétrospective mais aussi

---

<sup>4</sup> WEINSTEIN Deena, « La nostalgie construite. L'âge d'or du rock ou 'I believe in Yesterday' », in *Volume!*, 30 décembre 2014, vol. 11, n° 1, pp. 23-24.

<sup>5</sup> *Ibid.*, p. 20.

<sup>6</sup> Pour Starobinski, cette évolution est déjà en cours dès les années 1830 lorsque le terme « nostalgie » fait son entrée dans le langage commun (il fait d'ailleurs son apparition dans le *Dictionnaire de l'Académie Française* en 1835), ce qui vide l'expression de sa signification technique et en fait simplement un vague terme littéraire (STAROBINSKI Jean, *L'encre de la mélancolie*, éditions du Seuil, coll. « La librairie du XXI<sup>e</sup> siècle » (dir. OLENDER Maurice), 2012, p. 269). Les mises à jour de sa définition dans les versions ultérieures du *Dictionnaire* (6<sup>e</sup> édition, 1835 ; 8<sup>e</sup> édition, 1935 ; 9<sup>e</sup> édition, actuelle) reflètent par ailleurs le déplacement de son objet d'un lieu à une temporalité, ainsi que sa normalisation progressive.

<sup>7</sup> WILDSCHUT Tim, SEDIKIDES Constantine, « 5. Psychology and Nostalgia : Towards a Functional Approach », in JACOBSEN (éd.), *Intimations of Nostalgia. Multidisciplinary Explorations of an Enduring Emotion*, Bristol University Press, 2022, p. 111, ma traduction.

<sup>8</sup> BOYM Svetlana, *The Future of Nostalgia*, New York, Basic Books, 2001.

<sup>9</sup> REYNOLDS Simon, *Rétromania. Comment la culture pop recycle son passé pour s'inventer un futur*, Marseille, éd. Le mot et le reste, 2012 [2011] Traduit de l'anglais par Jean-François Caro, p. 408.

prospective, car « les fantasmes du passé déterminés par les besoins du présent ont un impact direct sur les réalités du futur<sup>10</sup> ».

### 3. Toute évocation du passé n'est pas nostalgique

Cependant, toute évocation positive ou valorisante du passé n'est pas nostalgique, ou autrement dit, toute évocation du passé ne manifeste pas un désir de retour à la période ciblée. Svetlana Boym distingue la nostalgie restauratrice (*restorative nostalgia*) de la nostalgie réflexive (*reflective nostalgia*) : alors que la nostalgie réparatrice<sup>11</sup>, collective, tend à une reconstruction du passé qu'elle protège tout en rejetant la modernité, la nostalgie réflexive est individuelle et s'en tient à une contemplation du passé sans pour autant souhaiter y faire un retour<sup>12</sup>.

Simon Reynolds (2012) considère davantage le côté ludique de la nostalgie. En plus des deux formes de nostalgie décrites par Svetlana Boym, il décrit « une nostalgie pop encore plus fascinante et singulière : celle qui nous transporte vers ces jours de gloire qui nous “plongeaient dans l'instant” ... sauf qu'on ne les a pas vécus. [...] Dans la deuxième moitié du XXe siècle, la nostalgie s'est peu à peu greffée à la culture populaire [...] La nostalgie est désormais indissociable de la sphère du divertissement commerciale : nous ne pouvons résister aux produits d'hier<sup>13</sup> ».

En outre, il faut aussi considérer les aspects éducatifs et patrimoniaux auxquels la nostalgie peut répondre. « La nostalgie est une attitude ou une construction particulière envers le passé, et toute représentation du passé ou de ses artefacts n'est pas nostalgique<sup>14</sup> ». Nombre de productions actuelles concernant les faits du passé ont une vocation éducative. Outre le fait de générer du profit, elles permettent à une nouvelle génération de faire l'expérience, par procuration, d'événements marquants pour les générations qui l'ont

---

<sup>10</sup> BOYM Svetlana, *op. cit.*, p. xvii, ma traduction.

<sup>11</sup> Les termes « reflective nostalgia » et « restorative nostalgia » ont été traduits « nostalgie réflexive », « nostalgie réfective », et « nostalgie restauratrice » (Reynolds, 2012 : 27-28), mais aussi « nostalgie réfléchie » et « nostalgie réparatrice » (DAUNCEY Hugh, TINKER Chris, « La nostalgie dans les musiques populaires. Introduction », in *Volume !* vol. 11, n° 1, 30 décembre 2014, p. 8)

<sup>12</sup> BOYM Svetlana, *op. cit.* 2001 : xviii.

<sup>13</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, pp. 28-29.

<sup>14</sup> SHUMWAY David R., « Rock 'n' roll Sound Tracks and the Production of Nostalgia », in *Cinema Journal*, 1999, p. 40.

précédée<sup>15</sup>. Toutefois, la vocation éducative n'empêche pas la nostalgie, et au contraire les démarches qu'elle entraîne peuvent contribuer à la construction de la nostalgie.

#### 4. La nostalgie comme expérience personnelle ou collective

Bien que la nostalgie soit définie comme une émotion, elle n'est pas uniquement individuelle. Elle peut être partagée par une communauté et avoir une portée plus large que l'expérience personnelle : elle se rapporte aussi à « un désir collectif de retrouver un âge plus heureux, plus simple et plus innocent<sup>16</sup> ». La nostalgie peut tout aussi bien désigner « l'expérience subjective d'un état émotionnel ou la conscience du désir de son propre passé<sup>17</sup> », que ce que David R. Shumway a nommé « nostalgie marchandisée » (*commodified nostalgia*), un type de nostalgie qui « implique le renouveau par l'industrie culturelle de certaines modes et [certains] styles d'une époque passée particulière » et est « utilisé par analogie avec l'expérience personnelle<sup>18</sup> ». Cette nostalgie créée par la société de consommation a été théorisée par le sociologue Arjun Appadurai sous le nom de « nostalgie ersatz » ou « nostalgie de substitution<sup>19</sup> ».

#### 5. Vraie ou fausse nostalgie

Comme mentionné dans la définition de Deena Weinstein, la conception actuelle de la nostalgie ne considère plus nécessairement un rapport aux lieux de notre passé mais au passé lui-même. Surtout, il s'avère qu'il n'est pas nécessaire d'en avoir fait l'expérience pour en ressentir ou en manifester le « manque ». Il est possible d'éprouver un tel sentiment, ou l'envie d'avoir connu une période qui précède notre naissance, et de désigner ce ressenti comme de la nostalgie : l'utilisation continuelle d'éléments du passé valorise ce dernier, et construit un manque artificiel détaché de notre expérience personnelle. Cette forme de nostalgie a été nommée « nostalgie simulée<sup>20</sup> » ou « nostalgie par procuration<sup>21</sup> », par

---

<sup>15</sup> STRONG Catherine et GREIG Alastair, « “But we remember when we were young” Joy Division et les ‘ordres nouveaux’ de la nostalgie », in *Volume ! La revue des musiques populaires*, (30 décembre 2014), 11 : 1, pp. 191-205. Traduit de l'anglais par Raphael Costambeys-Kempczynski et G r me Guibert.

<sup>16</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 25.

<sup>17</sup> SHUMWAY David R., *op. cit.*, p. 40.

<sup>18</sup> *Idem.*

<sup>19</sup> RUSSO Nicholas (2014), « Les sixties psyché-reliques. Nostalgie de substitution et pouvoir évocateur du son dans le rock rétro de Tame Impala », *Volume ! La Revue des musiques populaires*, vol. 11, n  1, p. 163.

<sup>20</sup> BAKER et KENNEDY (1994), cité par DAUNCEY H. et TINKER C., *op. cit.*, p. 9.

<sup>21</sup> GOULDING C., « An Exploratory Study of Age Related Vicarious Nostalgia and Aesthetic Consumption », in Broniarczyk S.M., Nakamoto K. ( ds.), *Advances in Consumer Research*, vol. 29, 2002, pp. 542-546. Cité par DAUNCEY H. et TINKER C., *op. cit.*, p. 9.

contraste avec une « vraie nostalgie » (vécue personnellement)<sup>22</sup>. Elle est une partie intégrante de la culture populaire, et est indissociable de l'industrie culturelle, de ses différents acteurs et des technologies qui les accompagnent (aux niveaux de la production mais aussi de la réception : le public/les consommateurs contribuent aux récits nostalgiques et à la consommation des produits de l'industrie culturelle).

#### 6. La nostalgie et ses dérivés : rétro, mélancolie, *vintage*,...

L'adoption de l'expression « nostalgie » dans le langage courant entraîne son assimilation à d'autres termes similaires, et le terme est souvent employé de manière interchangeable avec d'autres expressions telles que « mélancolie », « vintage », « rétro » (et même, depuis l'ouvrage de Simon Reynolds (2012 [2011]), « rétromanie »). Tous sont des concepts qui se rapportent comme la nostalgie au temps et accordent de manière générale une grande importance à des éléments du passé, mais ils sont à distinguer de la nostalgie.

La mélancolie a été définie avant la nostalgie, et est strictement individuelle. Selon Svetlana Boym, ce qui distingue la nostalgie de la mélancolie est qu'elle ne se limite pas aux « plans de la conscience individuelle », et que « la nostalgie concerne la relation entre la biographie individuelle et la biographie de groupes ou nations, entre mémoire personnelle et collective<sup>23</sup>. »

Le terme « rétro » s'applique à des caractéristiques esthétiques ou stylistiques, principalement en lien avec la culture pop (à la différence de l'antiquarisme par exemple) : « il renvoie au fétichisme conscient du style d'une période donnée (musique, mode, design) exprimé à travers le pastiche et la citation [...] le terme a pris désormais une signification bien plus vague, et on l'utilise pour décrire pratiquement tout ce qui a trait de près ou de loin au passé relativement récent de la culture pop<sup>24</sup> ». La nostalgie concerne plutôt le présent, un sentiment de mal-être dans le présent ; tandis que le rétro « adopte une perspective plus détachée ou ironique vis-à-vis de son sujet<sup>25</sup> ».

Dans le cadre de l'analyse de la nostalgie dans les musiques populaires, les notions de nostalgie et de rétro sont très proches, mais ce qui les distancie est principalement l'approche ironique et/ou ludique qui est inhérente au rétro mais n'est pas indispensable à ce

---

<sup>22</sup> DAUNCEY H. et TINKER C., *op. cit.*, p. 9.

<sup>23</sup> BOYM Svetlana, *op. cit.*, p. xvii, ma traduction. Concernant la mélancolie et sa distinction de la nostalgie, voir aussi STAROBINSKI, 2012 (*op. cit.*) ; JANKÉLÉVITCH, 1974.

<sup>24</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, pp. 10-11.

<sup>25</sup> DAUNCEY & TINKER, *op. cit.*, p. 30.

que l'on qualifie de nostalgique. Telle que définie par Simon Reynolds<sup>26</sup>, la sensibilité rétro est caractérisée par le fait que le rétro (1) « concerne toujours un passé relativement immédiat et mémorable » et (2) qu'il « implique une exactitude des souvenirs », facilitée par les possibilités de répliques fournies par la disponibilité des documents archivés par des photos, vidéos, enregistrements sonores et plus largement par Internet. (3) Ensuite, « le rétro a généralement trait aux artefacts de la culture populaire », à la différence d'autres courants revivalistes qui s'intéressaient à « la haute culture et trouvaient leur origine au sommet de la hiérarchie sociale » ; et (4) le rétro, enfin, comporte une dimension ludique : « loin d'idéaliser ou de sentimentaliser le passé, [la sensibilité rétro] tend vers le divertissement et la séduction ». Ainsi, si la nostalgie concerne elle-aussi un passé relativement immédiat et mémorable, auquel un accès est facilité par les technologies actuelles, elle n'est pas nécessairement liée à des artefacts de la culture populaire (le lien à la matérialité des objets est important, comme nous le verrons dans le chapitre sur les aspects technologiques ; mais il n'est pas fondamental à la nostalgie, et la culture populaire n'est pas la seule frange de la culture à être concernée par la nostalgie) ; les produits de l'industrie qui répondent au sentiment nostalgique peuvent avoir une dimension ludique, mais la nostalgie en elle-même n'est pas intrinsèquement ludique ou orientée vers le divertissement et la séduction.

Par ailleurs, la vague de rétromanie décrite par Simon Reynolds comme caractéristique de notre époque se manifeste notamment par la diminution de l'intervalle entre le moment où les faits se produisent et celui où on les revisite<sup>27</sup>. Ce qui distingue le rétro d'une sorte d'antiquarisme ou d'historicisme est dans le fait que les rétromaniaques ont un vécu de première main avec les éléments (modes, tendances passagères, sons, stars,...) du passé qui les fascinent<sup>28</sup>. Comme évoqué plus haut, si la nostalgie peut en effet concerner des faits du passé récent voire très récent, l'expérience vécue personnellement n'est plus une nécessité pour parler de « nostalgie ».

---

<sup>26</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 30.

<sup>27</sup> *Ibid.*, p. 10.

<sup>28</sup> *Ibid.*, p. 12.

## II. ETAT DE LA QUESTION

En tant que composante culturelle, la nostalgie a principalement été étudiée du point de vue des sciences humaines et sociales<sup>29</sup>, de l'analyse culturelle<sup>30</sup> et de la psychologie<sup>31</sup>. Plusieurs publications effectuent la synthèse de la recherche dans leurs domaines respectifs, mais aussi dans des perspectives multidisciplinaires. La musique et la musicologie y ont cependant relativement peu de place. Parmi les publications récentes de ce type figure l'ouvrage dirigé par le sociologue Michael Hviid Jacobsen (2022) : cette monographie au sujet de la nostalgie en tant qu'émotion constitue une synthèse multidisciplinaire de l'étude de la nostalgie, mais la musicologie n'y est pas représentée<sup>32</sup>. Dans le champ musical, le numéro de la revue *Volume !* dirigé par Hugues Dauncey et Chris Tinker (2014) est l'une des publications les plus récentes concernant la nostalgie dans les musiques populaires<sup>33</sup>.

L'essai du critique musical britannique Simon Reynolds (2012) est fréquemment évoqué dans la littérature, en faisant référence au concept de *Rétromanie* qu'il a popularisé. Dans cet essai (initialement publié en 2010) Reynolds analyse la production musicale des années 2000 au prisme de ses relations à son propre passé. Selon lui, la production n'est plus constituée de réinventions mais de recyclages qui tendent à provoquer un repli sur elle-même. De tous temps les artistes et la musique se sont construits dans des réseaux de références, mais depuis les années 2000 le goût pour les productions du passé semble plus marqué qu'auparavant : pour Simon Reynolds, cette modification remonte aux années 1990, au cours desquelles les artistes ont recentré leurs influences sur l'histoire de la musique elle-même, se détournant peu à peu d'autres domaines culturels valorisés jusqu'alors<sup>34</sup>. « A un certain moment, la musique a semblé se dissocier de l'histoire pour se replier sur elle-même

---

<sup>29</sup> Deux références majeures sont les travaux des sociologues Fred Davis (1979) et Svetlana Boym (2001).

<sup>30</sup> Fredric Jameson, Zygmunt Bauman ; voir aussi dans le champ de la philosophie Jankélévitch.

<sup>31</sup> Voir la synthèse par Wildschut et Sedikides (2022). Un état des questions actuelles concernant la recherche en psychologie sur la nostalgie a été publié en 2021 : ABAKOUKIN Georgios, GREEN Jeffrey D., « Current Issues in Nostalgia Research (Editorial) », *Frontiers in Psychology*, vol. 12, art. 713534, juillet 2021. [En ligne] publié le 16 juillet 2021. Doi : 10/3389/fpsyg.2021.713534.

<sup>32</sup> Les chapitres décrivent les recherches dans les champs de la philosophie, l'histoire, la politique, la sociologie, la psychologie, l'anthropologie, les *media studies*, le *marketing*, la littérature, et l'architecture.

<sup>33</sup> L'introduction de ce numéro de la revue *Volume !* développe « l'insaisissable polysémie » de la nostalgie et une multitude de conceptions de ce concept, avant d'identifier les thématiques récurrentes de la recherche sur la nostalgie dans les musiques populaires. Dans les différents contextes de recherche sur la nostalgie (national, international, transnational), les auteurs identifient ces thèmes constants comme étant la « contribution au développement et au statut de formes et de genres particuliers de musiques populaires », le rôle de la nostalgie dans les musiques populaires, et de la nostalgie comme élément de formation identitaire ; l'intérêt des médias pour la nostalgie dans les musiques populaires ; « la manière dont les auditeurs et consommateurs vivent la nostalgie dans les musiques populaires ; et la patrimonialisation des musiques populaires.

<sup>34</sup> REYNOLDS, *op. cit.*, pp. 168-170.

et l'accumulation de son propre passé<sup>35</sup> », de sorte que la principale crainte formulée par le critique est que cette nostalgie empêche l'innovation dans la création musicale et entraîne un déplacement de l'innovation vers les développements technologiques plutôt qu'esthétiques.

La littérature considère généralement la nostalgie en tant qu'*émotion* individuelle ou collective, ressentie ou suscitant des réactions : elle peut donc être analysée dans les musiques populaires sous cet angle. Les sciences psychologiques notamment se sont intéressées à ce type de réaction (soit intime/personnelle soit en rapport avec le contexte de vie). Une autre conception, davantage utilisée (dans les champs de la sociologie, des études culturelles et des médias,...), est celui de la nostalgie comme *produit* des industries culturelles, répondant à ce qui apparaît comme un « marché de la nostalgie ».

L'étude de la nostalgie dans les musiques populaires doit être replacée dans un contexte dans lequel la nostalgie est devenue une composante importante de la culture au sens large : ce phénomène n'est pas propre au champ musical, bien que ce dernier soit particulièrement concerné par la nostalgie et les « retours en arrière ». La littérature à propos de la nostalgie en lien avec les musiques populaires peut être organisée selon plusieurs thématiques, notamment celles des liens qu'elles entretiennent avec la construction identitaire (individuelle et collective) et la constitution d'une mémoire collective, en relation avec la patrimonialisation de la musique. Une autre thématique dans l'étude de la nostalgie dans les musiques populaires concerne leur utilisation combinée dans les médias, ou encore les technologies associées à la musique, qui permettent de conserver, produire et diffuser de la musique en entretenant ce rapport particulier au passé. Ces thématiques ont fait émerger différentes conceptions de la nostalgie, ainsi que différents facteurs justifiant sa construction et son utilisation. Le rock semble particulièrement porteur dans l'étude de ces deux thématiques, en raison de son association à la « jeunesse » qui a vieilli avec lui, et de son rayonnement permis par la continuité de ses supports et sa patrimonialisation.

---

<sup>35</sup> *Idem.*

## 1. Nostalgie dans la société moderne : rétrotopie et nostalgie médiatisée

En 1977, le sociologue Fred Davis observait une « vague de nostalgie<sup>36</sup> » se répandre dans de nombreux secteurs de la vie sociale, cette vague s'étendant, dans les écrits de Svetlana Boym (2001), jusqu'à une « épidémie globale de nostalgie<sup>37</sup> ». En 2022, Jacobsen effectue la somme de ces observations et constate leur continuité : « Il semble donc que la nostalgie ne disparaisse jamais vraiment, du moins par pour longtemps, mais qu'elle resurgisse de temps à autre pour nous rappeler l'impact et l'importance du passé<sup>38</sup>. »

Empruntant à Svetlana Boym sa définition de la nostalgie<sup>39</sup>, Zygmunt Bauman (2017) considère que nous sommes entrés dans « l'ère de la nostalgie ». Il fait par ailleurs remarquer que « la nostalgie n'est qu'un élément parmi d'autres de la famille plutôt étendue des nombreux rapports d'affection que l'on peut entretenir avec un "ailleurs", quel qu'il soit. [...] Dans cette course de relais qu'est l'Histoire, l'"épidémie globale de nostalgie" a pris le relais de "l'épidémie de frénésie progressiste<sup>40</sup>" ». Notre époque, après les échecs des utopies modernes, est ainsi faite de « "rétrotopias", des visions qui, au lieu d'être liées, à l'instar de leurs "ancêtres", à un futur non-encore-né et donc inexistant, prennent racine dans un passé perdu/enfoui/abandonné mais toujours existant à titre fantomatique<sup>41</sup> ». Ce mode de pensée fournit à la fois stabilité et confiance : « Conformément à l'esprit de l'utopie, la "rétrotopia" tire son impulsion d'un espoir bien précis, celui de réconcilier, enfin, la *sécurité* et la *liberté* : une prouesse que la vision originaire comme sa première négation n'avaient pas tenté, ou avaient échoué à mener à bien<sup>42</sup>. »

Ainsi, la nostalgie peut être considérée comme une réponse, tant individuelle que collective, aux problématiques auxquelles les individus et les sociétés font face. Cet essor de rétrotopie et de nostalgie dans la société « coïncide apparemment avec l'apparition de

---

<sup>36</sup> DAVIS Fred, « Nostalgia, Identity and the Current Nostalgia Wave », *Journal of Popular Culture*, vol. 11, n° 2, 1977, pp. 414-424.

<sup>37</sup> BOYM Svetlana, *op. cit.*

<sup>38</sup> JACOBSEN Michael Hviid, « Introduction: The Many Different Faces of Nostalgia – Exploring a Multifaceted and Multidisciplinary Emotion », in JACOBSEN Michael Hviid (éd.), *Intimations of Nostalgia. Multidisciplinary Explorations of an Enduring Emotion*, Bristol University Press, 2022, p. 17, ma traduction.

<sup>39</sup> La nostalgie est « un sentiment de perte et de déplacement, mais elle est aussi une histoire d'amour que l'on noue avec son propre imaginaire » (BOYM Svetlana, *The Future of Nostalgia*, New-York, Basic Books, 2002, p. xiii. Reproduit et traduit dans BAUMAN Zygmunt, *Retrotopia*, traduit de l'anglais par Frédéric Joly, éd. Premier Parallèle, 2017, p. 11).

<sup>40</sup> BAUMAN Zygmunt, *Retrotopia*, traduit de l'anglais par Frédéric Joly, éd. Premier Parallèle, 2017, p. 12-13.

<sup>41</sup> *Ibid.*, pp. 14-15.

<sup>42</sup> *Ibid.*, p. 20.



nombreux problèmes sociaux contemporains à l'échelle mondiale<sup>43</sup> ». En résumé, « un sentiment de malheur s'est abattu sur notre paysage social contemporain, qu'il soit associé aux changements climatiques, à la peur du COVID-19, au terrorisme international, à la crise financière, aux problèmes d'immigration, à l'impuissance politique, au radicalisme politique, aux "fake news", etc. Les sentiments de nostalgie semblent être de plus en plus mentionnés et ciblés en tant que réponse individuelle et collective aux défis et problèmes colossaux auxquels la société contemporaine est confrontée<sup>44</sup>. »

#### A. Répercussions dans les pratiques d'écoute musicale

Cette nostalgie en réponse au contexte dans lequel nous vivons peut être identifiée dans nos pratiques d'écoute musicale. A l'ère de ce qu'il nomme la « culture de l'iPod », Michael Bull (2009) considère que la nostalgie domine dans l'expérience urbaine contemporaine en raison du réconfort qu'elle procure et parce qu'elle est facilitée par les technologies<sup>45</sup>. D'après l'auteur, l'iPod peut être considéré comme emblématique de notre culture dans laquelle beaucoup utilisent les technologies de communication pour contrôler et gérer leurs expériences quotidiennes. L'une de ces stratégies de contrôle est la « transcendance du temps et du lieu par l'évocation de diverses formes de nostalgie auditive<sup>46</sup> ». Dans cette culture de l'iPod, la nostalgie est, selon Bull, individualisée et banalisée. Si la nostalgie est souvent traitée comme un produit de l'industrie culturelle, vendue aux consommateurs et partagée par des groupes sociaux, en se basant sur une mémoire collective, Bull adopte un autre point de vue. Il propose une conception alternative à ce modèle : sans nier l'influence des médias sur le désir de nostalgie et sur les contenus proposés aux auditeurs, il soutient la part active des utilisateurs de l'iPod dans la construction de leur propre nostalgie, sans nécessairement répondre à ce que proposent les industries culturelles. Pour Bull, la « nostalgie médiatisée » (*mediated nostalgia*), rendue possible par

---

<sup>43</sup> JACOBSEN Michael Hviid, *op. cit.*, p. 19, ma traduction.

<sup>44</sup> JACOBSEN Michael Hviid, *op. cit.*, p. 20, ma traduction.

<sup>45</sup> « La nostalgie n'est qu'une possibilité d'utilisation structurelle rendue possible par la capacité et la portabilité de la technologie MP3 [...] la nostalgie et le fonctionnement de la mémoire ne sont pas seulement le produit d'une culture qui s'efforce de vendre des souvenirs à tout prix, mais aussi un moment utopique de la vie quotidienne où les consommateurs tentent de transcender le présent par des modes de rappel individualisés. » (BULL Michael, *op. cit.*, p. 92)

« Dans les espaces urbains froids, anonymes et désenchantés, traversés par le mouvement, vient le besoin de se centraliser, de se placer. [...] Alors que les utilisateurs d'iPod négocient leur chemin à travers leur mémoire auditive (*auditory mnemonic*), nous ne devons pas nier la puissante influence des médias à la fois sur le désir de vie nostalgique et sur les contenus qu'ils contiennent. [...] La nostalgie est invariablement une expérience agréable pour les utilisateurs d'iPod. Ce plaisir réside dans la créativité même de l'exercice dans lequel la nostalgie devient une forme urbaine de l'esthétique, une esthétisation réussie de l'expérience. » (*Idem*)

<sup>46</sup> *Ibid.*, p. 83.

les technologies telles que l'iPod, est à considérer comme une construction individuelle basée sur une « mémoire spécifique auditive utilisée de manière nostalgique<sup>47</sup> ». De ce point de vue, à l'origine de la nostalgie (médiatisée ; construction individuelle) est donc le quotidien qui fait ressentir aux individus un besoin de contrôle, ce dernier étant obtenu par le biais des technologies qui permettent de transcender le temps et l'espace, en offrant du réconfort à leurs utilisateurs. La nostalgie est ainsi utilisée par des auditeurs qui composent leur propre « mémoire » individuelle, à partir de chansons qui leur évoquent des souvenirs. Elle est ressentie pour des événements, des lieux ou des personnes, plus que pour les chansons qui la véhiculent.

Une idée similaire de la nostalgie en rapport à la modernité (époque historique) et se manifestant dans les pratiques musicales est exprimée dans le chapitre de Timothy D. Taylor (2009) issu du même ouvrage, et dans un article de Sverker Hyltén-Cavalius (2010). Ces auteurs présentent deux cas d'association de nostalgie à des pratiques musicales, dans lesquelles la nostalgie s'avère orientée vers les composantes sociales qui entourent la musique davantage que vers la musique elle-même.

Timothy D. Taylor (2009) fournit une lecture analytique de pratiques musicales associées à la nostalgie : des concerts de doo-wop et autres genres musicaux des années 1950 et 1960. L'auteur considère la nostalgie en tant que « structure de sentiment (*structure of feeling*) comme moyen de trouver la stabilité<sup>48</sup> ». Après sa création par et pour une génération définie, le doo-wop a connu une phase d'oubli (voire de rejet) au sein de la culture musicale. Aujourd'hui, Timothy Taylor observe que le public de ces concerts comprend une nouvelle génération qu'il définit comme étant « en recherche de stabilité » : la nostalgie à l'œuvre ici n'est pas une nostalgie pour le doo-wop en tant que genre musical. Il s'agit plutôt de la nostalgie d'une jeunesse perdue (pour le public original de ces musiques) et de la nostalgie d'une autre époque, qu'elle ait été vécue par les sujets ou non, et qu'elle soit définie (nostalgie pour une période précise en raison des récits qui nous en sont parvenus et nous parviennent toujours) ou non (nostalgie pour une époque *autre*, où l'idéologie dominante était autre). Ces concerts constituent un type de *revival* mettant l'accent sur la performance :

---

<sup>47</sup> BULL 2009, p. 91.

<sup>48</sup> TAYLOR Timothy D., « Performance and Nostalgia on the Oldies Circuit », in Bijsterveld Karin, Van Dijk José (dir.), *Sound Souvenirs audio technologies, memory and cultural practices*, Amsterdam, University Press, 2009, pp. 94-106.

Taylor explique cette structure du sentiment (concept emprunté à Raymond Williams) comme étant non pas le sentiment relevant du domaine de l'individu et du psychologique, mais plutôt le sentiment appartenant au domaine culturel, historique et matériel.

l'aspect performatif est crucial car il est le générateur des souvenirs. Cependant, l'exactitude de ces performances importe peu, le seul intérêt, d'après l'auteur, étant « l'authenticité de l'émotivité ». C'est cette émotivité qui offre un voyage dans le temps et dans les souvenirs. La performance devient alors un « moyen de conservation pour une musique de collection », mais les spectateurs ne sont pas des collectionneurs : l'expérience prévaut sur le ticket de concert ou sur un disque par exemple. En tant qu'expériences, ces performances servent de « mémoire prothétique » (p. 105), significative en raison de l'intensité des performances combinée à l'intensité de la structure nostalgique du sentiment (l'authenticité des émotions au-delà de l'authenticité des performances).

L'article de Sverker Hyltén-Cavalius (2010) traite lui aussi d'une nostalgie pour la communauté et l'intimité plus que pour la musique en elle-même. L'auteur explore différents types de rapport au passé récent de la musique rock en développant trois types de « rétrologies » (façons de penser le passé – *ways of thinking back*). La renaissance (*rebirth*) est le retour d'artistes après avoir disparu pendant de nombreuses années ; les résonances/écho (*resounding*) désignent les façons d'invoquer des références historiques par l'utilisation de sons, d'instruments, de grooves et de fragments mélodiques associés à des périodes antérieures (les années 1970 dans le cas étudié) ; et enfin la recreation/reconstitution (*recreation*) est l'effort mené par des tribute bands ou groupes-hommages afin de recréer des performances historiques. Ces trois exemples d'attitudes par rapport au passé se différencient par des caractéristiques musicales, par la matière employée dans la création musicale et la liberté qui est admise (ou non) dans les aspects créatifs, et surtout par leurs différents rapports à l'authenticité. Tous cependant se rapportent à un « passé limité<sup>49</sup> » et « exigent des musiciens et du public la gestion de contextes importants, tant de le passé que dans le présent<sup>50</sup> ». L'auteur identifie une autre similitude dans le fait que leur manière de se référer au passé semble établir une certaine forme d'intimité, sous la forme d'une « communauté générationnelle symbolique ». L'auteur en conclut que ces rétrologies sont avant tout « l'expression d'une nostalgie fondamentalement moderne pour la communauté

---

<sup>49</sup> HYLÉN-CAVALIUS Sverker, « Rebirth, resounding, recreation : making seventies rock in the 21st century », in *Journal of the International Association for the Study of Popular Music*, 2010, vol. 1, n° 2, pp. 8-9. Ce passé limité désigne par exemple une carrière, une période définie par une sonorité caractéristique, une période de la carrière d'un groupe,...

<sup>50</sup> *Idem*, pp. 8-9..

et l'intimité<sup>51</sup>», au-delà d'une nostalgie pour la musique qui y est jouée, ou même d'une nostalgie pour une période définie de leur propre expérience<sup>52</sup>.

La nostalgie peut cependant être plus “légère” ou “réflexive”, sans nécessairement exprimer un désir de retour à la période prise pour sujet, à ses pratiques et modes de pensée. Arno Van der Hoeven (2014) a étudié les significations culturelles de la *decade-based nostalgia*, en analysant le phénomène des « *Decade Parties* » dédiées aux « 90s » aux Pays-Bas. Selon lui, ce qui rend ces soirées attractives est la familiarité du public avec ce qui leur est proposé et l'expérience sensorielle du souvenir qu'elles rendent possible. Sur le plan personnel, ces événements permettent en outre à leurs participants une réflexion sur leur identité actuelle, et la façon dont celle-ci prend ses racines dans le passé qui leur est représenté. Ces soirées servent encore de médiateurs entre différentes générations. Cette approche apparaît comme plus positive que celle présentée par les deux auteurs précédents, mais elle concerne aussi un passé plus récent. Cela montre que le sentiment de nostalgie peut émerger très rapidement, a fortiori lorsqu'il est favorisé par l'organisation d'événements qui s'en font la mission. Toutefois, c'est une forme de nostalgie orientée principalement vers le divertissement<sup>53</sup>.

## 2. Nostalgie, musique et identité

### A. Sciences psychologiques : émotion et identité

Loin de l'idée de la maladie qui la définissait auparavant, la nostalgie est aujourd'hui davantage abordée de façon tout à fait normalisée en tant qu'émotion humaine : « la nostalgie naît du fait que nous vivons nécessairement notre vie à partir de ce qui était autrefois le passé, dans ce qui est maintenant le présent, et vers ce qui constitue actuellement l'avenir – et cet avenir, proche ou lointain, est pour beaucoup à la fois insondable et incertain<sup>54</sup> ». Plus encore, la psychologie considère la nostalgie comme un « mouvement humain fondamental, universel et adaptatif<sup>55</sup> », servant de « correctif homéostatique : les états négatifs déclenchent la nostalgie, qui à son tour, rétablit l'équilibre en contrecarrant ces

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, p. 9 : « an expression on a quintessentially modern nostalgia for community and intimacy ».

<sup>52</sup> *Ibid.*, pp. 8-9.

<sup>53</sup> VAN DER HOEVEN Arno, « Remembering the popular music of the 1990s : Dance music and the cultural meanings of decade-based nostalgia », *International Journal of Heritage Studies*, vol. 20, n° 3, avril 2014, pp. 316-330.

<sup>54</sup> JACOBSEN Michael Hviid, *op. cit.*, p. 2, ma traduction.

<sup>55</sup> *Ibid.*, p. 111, ma traduction.

états négatifs<sup>56</sup> ». La recherche en psychologie a identifié les fonctions psychologiques clés de la nostalgie, mais aussi différents éléments déclencheurs, internes comme externes : la musique et les paroles de chansons figurent parmi ces derniers (Wildschut & Sedikides, 2022 ; Barrett et al., 2010 ; Batcho, 2007, 2008). Récemment, une étude réalisée auprès d'une trentaine d'étudiants universitaires a en outre confirmé l'hypothèse selon laquelle la capacité de la musique à être mise en lien avec des aspects autobiographiques est le principal facteur favorisant la nostalgie évoquée par la musique<sup>57</sup>.

Les recherches menées en psychologie de la musique, notamment par Tim Wildschut et Constantine Sedikides sur la nostalgie évoquée par la musique, ont montré que celle-ci a des conséquences psychologiques positives, en particulier dans les relations à soi-même et aux autres. De l'état de la littérature concernant les avantages psychologiques de la nostalgie évoquée par la musique, rédigé par Sedikides *et al.* (2022), il ressort notamment que ces effets<sup>58</sup> sont surtout observés lorsque les musiques entendues sont associées à une expérience personnelle (autobiographique) et par extension à l'identité.

#### *B. Constructions identitaires et mémoires, individuelles et collectives*

L'un des aspects les plus évoqués dans la relation entre nostalgie et musiques populaires est le lien qu'elles entretiennent toutes deux avec la construction identitaire, individuelle comme collective. S'agissant des musiques populaires et du rock, les « baby-boomers » sont particulièrement évoqués en tant qu'acteurs et cibles de la construction de nostalgie pour cette musique.

D'un point de vue psychologique la nostalgie, entre autres fonctions, « joue un rôle essentiel dans le maintien de la continuité du soi par la reviviscence du passé<sup>59</sup>. » Or, la

---

<sup>56</sup> *Ibid.*, p. 112, ma traduction.

<sup>57</sup> STERENBERG Mahon, A. J., & ROTH, E. A. (2023). « What elicits music-evoked nostalgia? An exploratory study among college students », *Psychology of Music*, vol. 51, n° 1, publié le 26 avril 2022, pp. 159-171. <https://doi.org/10.1177/03057356221087446>.

<sup>58</sup> Selon les auteurs, les avantages (fonctions psychologiques) de cette nostalgie sont observables dans différents domaines :

- social (favorisation des liens sociaux) ;
- « orienté vers soi » (augmentation de l'estime de soi, sentiment de jeunesse, élévation de l'optimisme et renforcement de l'inspiration) ;
- existentiel (renforcement du sens de la vie et augmentation de la continuité de soi) ;

A ces effets s'ajoutent des bénéfices psychologiques indirects, assimilés à une fonction « orientée vers l'avenir » (optimisme, inspiration et créativité, sens, auto-continuité et interactions sociales,...).

<sup>59</sup> SRIVASTAVA *et al.*, 2022, p. 14, ma traduction. Voir aussi à ce sujet l'étude menée par Sedikides *et al.* (2016) : la nostalgie y est définie comme « une émotion émergeant des mémoires personnelle et sociale », et fonctionnant en partie en faveur de « l'auto-continuité, c'est-à-dire un sens de connexion entre le passé et le présent de l'individu », en renforçant les relations inter-sociales.

musique et les sons entretiennent des liens étroits avec la mémoire et la nostalgie : « Les chansons et les sons agissent comme des ancres. Ils fixent, pour un moment, l'espace et le temps. Et par conséquent, nous devenons soudainement capables de regarder à la fois des événements passés et des lieux éloignés. L'espace d'un instant, nous sommes en mesure de laisser s'écouler un train de résurgences qui constituent des aspects de notre identité idéale. De cette chanson, de ce son, émerge un réseau de souvenirs intertextuels dont le point commun est une représentation de notre propre identité<sup>60</sup>. »

Selon Simon Frith (2004 [1987]), la construction identitaire est l'une des trois fonctions sociales de la musique populaire : elle construit l'identité et les groupes sociaux, elle fournit un moyen de s'exprimer (c'est-à-dire de tisser des liens entre nos vies émotionnelles publiques et privées, en rendant plus "acceptable" et cohérente l'expression de nos émotions<sup>61</sup>), et enfin elle forme une mémoire collective (populaire) et organise notre perception du temps. Elle fait en outre partie de notre identité en tant que « chose possédée », lorsque nous la faisons « nôtre » en l'associant à des événements de nos propres vies<sup>62</sup>. Le sociologue explique que le rôle de la musique dans la définition du temps est tel que souvent les chansons et mélodies agissent comme des clés pour notre mémoire, plus évocatrices encore que les souvenirs associés à d'autres sens tels que la vue et l'ouïe, car la musique en elle-même nous fait faire l'expérience (sensorielle) du temps qui passe. De plus, si « l'un des effets de la musique, pas seulement *pop*, est d'intensifier notre expérience du présent », elle peut aussi servir à arrêter le temps et à le rappeler<sup>63</sup>. Ainsi, Frith déclare que la musique populaire du XXe siècle, enregistrée, peut être considérée comme une forme nostalgique :

« I do not mean simply that sounds – like sights and smells – trigger associated memories, but, rather, that music in itself provides our most vivid experience of time passing. Music focuses our attention on the feeling of time; songs are organized (it is part of their pleasure) around anticipation and echo, around

---

<sup>60</sup> LACASSE Serge, « Toward a Model of Transphonography », in BURNS Lori, LACASSE Serge (eds.), *The Pop Palimpsest. Intertextuality in recorded popular music*, University of Michigan Press, coll. « Tracking Pop », 2018, pp. 44-45, ma traduction.

<sup>61</sup> « Music's second social function is to give us a way of managing the relationship between our public and private emotional lives. It is often noted but rarely discussed that the bulk of popular songs are love songs. [...] Why are love songs so important? Because people need them to give shape and voice to emotions that otherwise cannot be expressed without embarrassment or incoherence. Love songs are a way of giving emotional intensity to the sorts of intimate things we say to each other (and to ourselves) in words that are, in themselves, quite flat. » (FRITH Simon, 2004 [1987], p. 39).

<sup>62</sup> FRITH Simon, « Towards an Aesthetic of Popular Music », in LEPPERT R., MCCLARY Susan (éds.), *Music and Society*, Cambridge : Cambridge University Press, 1987, pp. 133-149. Reproduit dans FRITH Simon (éd.), *Popular Music : Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, vol. 3 : « Music and Identity », Routledge London and New York, 2004, pp. 39-41.

<sup>63</sup> *Ibid.*

endings to which we look forward, choruses that build regret into their fading.  
Twentieth-century popular music has on the whole, been a nostalgic form. »  
(FRITH Simon, 2004 [1987], op. cit., p. 40)

Par ailleurs, Frith relève dans cet article le « fait commun sociologique » selon lequel le plus lourd investissement personnel pour la musique se fait au cours de l'adolescence et au début de l'âge adulte<sup>64</sup>. Ainsi, chaque génération serait profondément marquée par la musique qu'elle a entendue à cette période de sa vie, mais cela signifie surtout selon Frith que « la "jeunesse" elle-même est définie par la musique. La jeunesse est vécue, en tant que présence intense, à travers une impatience du temps qui passe et le regret qu'il le fasse, dans une série de moments en accélération physiquement perceptible qui ont de la nostalgie encodée en eux. [...] La musique de notre jeunesse est socialement importante non parce qu'elle reflète l'expérience de la jeunesse (authentiquement ou non), mais parce qu'elle définit pour nous ce que c'est que d'"être jeune"<sup>65</sup>. »

C'est pour cette raison que la musique rock est généralement associée à la génération des « baby-boomers », qui a grandi avec cette musique. Cependant aujourd'hui l'association du rock à la « youth culture » n'est plus véritablement d'actualité. D'une part la jeunesse actuelle s'est détournée du rock pour aller vers d'autres genres musicaux, et d'autre part il faut tenir compte de la tendance culturelle grandissante de l'intergénérationnalité. Selon Abigail Gardner et Ros Jennings (2019), la musique populaire est souvent associée à « la jeunesse », et elle « ne s'en détache que lentement, notamment parce que les "vieux" groupes, comme les Rolling Stones, continuent de faire des tournées et de vendre des billets à des familles entières et que les technologies numériques permettent aux consommateurs de découvrir la musique de manière asynchrone<sup>66</sup>. » S'agissant de la consommation de musiques populaires, le binaire jeune/vieux ne peut dès lors plus être appliqué de la même manière qu'auparavant.

---

<sup>64</sup> En d'autres termes, il définit cela comme le moment où les questions d'identité et de sociabilité, mais aussi la gestion des émotions et sentiments intimes sont les plus importantes, tandis qu'en vieillissant nous « utilisons » de moins en moins la musique, et nous le faisons de façon moins intentionnelle. (pp. 40-41)

<sup>65</sup> FRITH Simon, 2004 [1987], *op. cit.*, p. 41, ma traduction.

<sup>66</sup> GARDNER Abigail, JENNINGS Ros, *op. cit.*, *Aging and Popular Music in Europe*, Routledge (Londres), coll. "Routledge Studies in Popular Music", 2019, p. 8.

### C. Musique, nostalgie et médias

Dans son état de la question sur l'étude de la « nostalgie pour les musiques populaires » (*popular music nostalgia*) par rapport à ses fonctions de construction identitaire individuelle et collective, Arno Van der Hoeven (2018) définit la nostalgie comme « une aspiration au passé évoquée à travers la production et la consommation de la musique populaire ou les représentations de son histoire et de son patrimoine<sup>67</sup>. » Cette *popular music nostalgia* est, selon lui, essentielle à la constitution d'un sens d'appartenance et d'identité, et cela est compris dans les utilisations de la nostalgie par les industries culturelles. L'auteur identifie trois thèmes dominants et groupes d'acteurs qui leurs sont associés participant à cette construction qui entraîne la nostalgie tout en l'exploitant. Les musiciens et producteurs emploient la nostalgie afin de représenter les identités collectives (par exemple afin de réaffirmer, par le biais de paroles et de clips vidéo, des identités nationales ressenties comme menacées). Ensuite, la nostalgie est utilisée par les industries culturelles comme outil permettant d'encadrer et de commercialiser le passé de la musique populaire sous diverses formes. Enfin, la nostalgie est liée aux industries du patrimoine qui préservent, exposent et transmettent l'histoire de la musique populaire. Dans cette analyse, Van der Hoeven distingue les rapports à la nostalgie des industries culturelles et ceux des publics : du point de vue de ces derniers la relation à la nostalgie est différente car elle est liée au souvenir autobiographique, elle permet d'établir des liens entre les différentes parties de sa propre vie.

Le triangle identité-musique-nostalgie apparaît dès lors comme l'une des raisons du maintien de la popularité de chansons à travers les décennies. La force de la nostalgie en tant qu'acteur du maintien de la continuité de soi (théorie de l'auto-continuité) favorise la fidélité des auditeurs<sup>68</sup>. Cette familiarité peut alors être la cible des structures de production et de diffusion de la musique (ex. radio, télévision, rééditions et reprises).

Gary Burns (1996) traite de stations de radio « oldies », diffusant « la musique avec laquelle vous avez grandi » en visant ainsi un groupe d'âge spécifique parmi leurs auditeurs désireux de se rappeler un moment particulier de leur vie. Citant Timothy Leary, Gary Burns part du principe que « l'adolescence est une période d'activité neuronale accrue au cours de laquelle la musique s'imprime avec une vigueur particulière sur le système nerveux. Sauf

---

<sup>67</sup> VAN DER HOEVEN Arno, *op. cit.*, pp. 1-2.

<sup>68</sup> Srivastava *et al.*, 2022, *op. cit.*



“reprogrammation” ultérieure, la musique de l’adolescence devient la musique de sa vie<sup>69</sup>. » Cependant, il précise que le fait de réentendre, à la radio en l’occurrence, les musiques et sonorités qui nous ont marqué au cours de l’adolescence modifie les souvenirs que nous en avons. « Chaque fois que nous entendons une vieille chanson, nous entendons, et réorganisons, son bagage accumulé. [...] Mais le plaisir de la *oldies radio* ne vient pas seulement de la familiarité des chansons et de la prévisibilité du format. Les moments les plus intéressants, en fait, sont ceux qui violent nos attentes<sup>70</sup>. » Ces radios offrent donc aux auditeurs le confort de ce qui est connu et le réconfort des souvenirs qu’il éveille, mais le plaisir viendrait davantage de la surprise que provoque cette nouvelle audition dans un autre contexte et souvent grâce à un autre medium qui modifie alors les sonorités mêmes des chansons dont nous nous souvenons.

« Walter Benjamin notwithstanding, the “original” recording has an aura [...] based on time [...] that] arises from its immutability and repeatability. We hear the exact same text (immutability) numerous times (repeatability). [...] Oldies radio and similar phenomena depend on our desire to re-experience an exact acoustic image. [...] If you listen to oldies radio, you are quite likely to hear recordings that differ from the texts originally played on AM radio. [...] The stereo mixes used on FM today often sound quite different from the mono and dj versions heard on AM years ago. CD releases often involve remixing, re-recording, restoring, and otherwise tampering with the “original.” These alterations disturb the aura of a recording [...]. Recording engineers reclaim a past we did not know was there. [...] The new improved past gains relevance but loses authenticity. The past changes not through inversion or denial, but through enhancement. »

(BURNS Gary, 1996, *op. cit.*, pp. 134-135)

Ainsi, la modification des formats implique une part de variation, de nouveauté, par rapport à la musique telle que nous l’avions en mémoire. Cette nouveauté combinée aux souvenirs ravive l’intérêt pour ces chansons mémorisées. Un mécanisme similaire est décrit parmi les diverses formes de « reprises » (incluant les rééditions, reprises et auto-reprises) étudiées par George Plasketes (2005). Dans cet article, Plasketes retrace les phénomènes de « reprises » et d’intertextualité à l’œuvre dans ce qu’il définit comme « l’ère de la Reprise » (*the Cover Age*). Il dresse ainsi une liste de reprises et réemplois observés dans la culture Américaine entre les années 1980 et 2005. Ces pratiques font partie de la tradition des musiques populaires et elles en constituent même un socle, mais depuis les années 1980 elles peuvent

---

<sup>69</sup> BURNS Gary, « Popular Music, Television, and Generational Identity », in *Journal of Popular Culture*, 1996 [conférence de 1990], 1996, p. 130, ma traduction.

<sup>70</sup> *Ibid.* p. 134, ma traduction.

être considérées comme un trait marquant de la culture. Ces manifestations sont avant tout présentées comme des produits de l'industrie culturelle en vue de générer du profit (à la différence des analyses sociologiques des raisons qui simultanément motivent et rendent cela possible ; bien que l'auteur mentionne aussi les aspects de créativité et de conservation et transmission par la reprise). Plasketes évoque différentes explications à ces pratiques, du point de vue des producteurs (industrie musicale, pour des raisons économiques), des artistes (différents avantages de la reprise, mais aussi désavantage lorsque par exemple ça conduit à l'effacement de l'auteur original), et des consommateurs. Les chansons sont pour lui, au sens le plus pur, des « voyageurs temporels » (*time travelers*) qui circulent en tant que souvenirs éloquents retraçant des portraits du passé. Cependant, il semble évident que ces hommages répondent aussi à des attrait commerciaux : « La familiarité engendre la commodité pour l'artiste, le contenu pour le consommateur et le capital pour l'entreprise, des maisons de disques aux stations de radio en passant par les auditeurs et les acheteurs de disques<sup>71</sup> » (en plus de servir la créativité en constituant des « stratagèmes commerciaux [qui] favorisent la commodité créative. Les reprises fournissent un matériau de remplissage et un moyen facile d'enregistrer sans avoir à écrire de nouvelles chansons. Elles peuvent permettre à un artiste de gagner du temps pour satisfaire son label entre deux projets originaux<sup>72</sup> ». Enfin, et c'est en cela que Plasketes rejoint Gary Burns, ces reprises attirent l'attention des fans et collectionneurs, en plus de représenter sur le plan commercial le *franchising* des produits culturels : « Une chanson réenregistrée de nombreuses fois s'apparente à la standardisation et à la diversification de la distribution<sup>73</sup>. »

Le rapport identitaire à la musique populaire est aussi couramment utilisé dans les films (et séries télévisées), comme le montre par exemple David R. Shumway (1999) dans son analyse de films de nostalgie. Cette analyse démontre que l'utilisation de musiques populaires dans les bandes originales de films (et par extension de séries) n'a pas que des fins narratives. La nostalgie peut être évoquée par la stimulation d'une identification générationnelle, et la musique populaire est selon Shumway l'élément le plus important dans la production du sentiment nostalgique (chez les spectateurs) en raison de son association à

---

<sup>71</sup> PLASKETES George, « Re-flections on the Cover Age : A collage of Continuous Coverage in Popular Music », in *Popular Music and Society*, vol. 28 (2005), n° 2, p. 147. (« Familiarity breeds artist convenience, consumer content and corporate capital, from record labels to radio stations to listeners and record buyers. »)

<sup>72</sup> *Ibid.*, p. 148. (« Such commercial ploys foster creative convenience. Covering provides fill material and an easy way to record without having to write new songs. They may buy an artist time to appease their label in between original projects. » )

<sup>73</sup> *Ibid.*, p. 149.

la « jeunesse ». La musique populaire, en tant que support des souvenirs autobiographiques, est donc utilisée à des fins commerciales, narratives et d'identification identitaires, mais également pour représenter la jeunesse d'une époque voire contribuer à la représentation d'une période dans l'esprit des spectateurs.

#### D. *Mémoire collective et héritage*

Si la musique répond à des aspects identitaires, c'est qu'elle intègre aussi (en partie, en passant par des sélections multiples) une mémoire collective socialement partagée, dont les éléments sont ensuite transmis en tant qu'héritage voire en tant que patrimoine.

En analysant la constitution des genres *chillwave*, *synthwave*, *vaporwave* et de leurs dérivés, Paul Ballam-Cross (2021) démontre que même sans accroche dans un passé vécu, ou encore sans passé réel, des communautés peuvent se créer autour de genres musicaux basés sur une forme de nostalgie. Les communautés virtuelles dont il est ici question créent (volontairement) une histoire réinterprétée, et la nostalgie qu'elles mobilisent est orientée vers cette réinterprétation. Le point de départ de l'analyse de Ballam-Cross est le constat de la nostalgie comme élément commun à ces genres, qui ont émergé dans le contexte d'Internet mais qui évoquent la culture populaire des années 1980 et 1990 tant dans leur imagerie visuelle que dans leurs techniques de composition (thèmes musicaux), mais les lieux et temps évoqués sur le mode nostalgique n'ont pas réellement existé. L'auteur emploie le concept de « nostalgie reconstruite » afin de décrire la façon dont la réinterprétation de la mémoire culturelle collective est un trait structurel de ces genres. Cette forme de nostalgie est partagée par les auditeurs, qui constituent une mémoire collective sur cette base, offrant donc une image du passé qui n'a jamais existé tel qu'il est présenté. L'enjeu de cette « nostalgie reconstruite » est qu'elle constitue un univers collaboratif, qui offre du réconfort à ses participants (sous forme d'échappatoire par l'imagination mais aussi dans le partage communautaire des commentaires en ligne, partie intégrante de ces genres intrinsèquement liés à Internet.

Cette mémoire collective, partagée, ne touche pas seulement les individus qui ont vécu les événements « mémorisés » : elle est une construction intergénérationnelle. Comme le démontrent Wolfe *et al.* (1999), une chanson des années 1960s (dans le cas de leur étude, « Sunshine of Your Love » (1967) de Cream), peut à la fois déclencher des souvenirs « de première main » aux membres de la génération qui a vécu la popularisation de cette chanson dans son contexte d'origine, et une expérience partagée de la mémoire collective de l'époque

chez d'autres groupes sociaux. Ces derniers continuent à trouver du sens à ces chansons en rapport avec leur propre contexte ou en tant que chanson importante dans son contexte d'origine. Les jeunes générations peuvent ainsi contribuer à la construction de la mémoire collective (ou « mémoire publique ») des périodes antérieures à leur naissance : « Les *Psychedelic 60s* [...] peuvent être mieux saisies comme une mémoire publique façonnée non seulement par la génération qui était en âge universitaire à l'époque, mais aussi par les membres d'autres groupes sociaux vivants, tels que les étudiants universitaires actuels, qui continuent à trouver des significations dans les signes qui constituent la mémoire publique de cette époque<sup>74</sup> ». Les auteurs justifient le maintien du succès de « Sunshine of Your Love » par quatre raisons : [1] son association à Cream ; [2] son utilisation dans plusieurs textes médiatiques largement consommés (notamment justifié par la place médiatique occupée par les individus de la première génération : par exemple les programmeurs radio diffusent largement cette chanson en association avec des discours commentant son contexte, ce qui contribue par ailleurs à la 3<sup>e</sup> raison) ; [3] ses éléments textuels verbaux et non verbaux (signification de la chanson) ; [4] ses liens avec Eric Clapton. Tous ces éléments peuvent être compris comme des signes faisant référence à la mémoire publique de l'époque où la chanson est sortie<sup>75</sup>.

Andy Bennett (2008) s'est lui intéressé à l'attrait de la jeunesse contemporaine pour des « icônes vieillissantes » du rock. Dans un essai intitulé « *Things They Do Look Awful Cool*<sup>76</sup> », le sociologue s'est demandé pourquoi les jeunes sont toujours attirés par des icônes vieillissantes du rock telles que Robert Plant et Jimmy Page, et les Pink Floyd. Selon lui, l'attraction que ces icônes continuent à exercer sur la jeunesse contemporaine provient en grande partie de la façon dont elles sont aujourd'hui utilisées pour situer le développement et la résonance culturelle d'une histoire du rock du vingtième siècle, période dont cette jeunesse n'a aucune mémoire directe. Afin de pallier ce manque de mémoire, les jeunes qui s'intéressent au rock recourent alors à différents procédés par lesquels ils acquièrent de la connaissance et accèdent à la musique rock de la fin des années 1960 et 1970, et ces procédés contribuent au maintien du statut de ces icônes. Tout d'abord, la musique rock constitue une forme de discours intergénérationnel, plus précisément un mode de communication entre

---

<sup>74</sup> WOLFE *et. al.*, « On the enduring popularity of Cream's 'Sunshine of Your Love': sonic synecdoche of the 'psychedelic 60s' », dans *Popular Music*, vol. 18, n° 2, 1999, pp. 260-261.

<sup>75</sup> *Ibid.*

<sup>76</sup> BENNET Andy, « "Things they do look awful cool": Ageing rock icons and contemporary youth audiences », *Leisure/Loisir*, vol. 32, n° 2, 2008, pp. 259-278.

parents et enfants (partage, échanges à propos des goûts musicaux). Ensuite, les médias jouent un rôle phare dans la représentation du « classic rock » : au moment de la sortie de l'article, il s'agissait principalement de MTV, des rééditions CD, des fichiers MP3 diffusés sur Internet. Par ailleurs, l'utilisation faite de ces musiques dans les médias contribue à leur assimilation à un « âge d'or », auquel serait associé le rock de la fin des années 1960 et des années 1970 : son utilisation (*positionnement*) dans les formats radiophoniques classiques, son inclusion dans des films « d'époque » (ex. *Dazed and Confused*), et même l'imagerie continue dans les paroles, les pochettes d'albums et autres artefacts visuels associés, peuvent fonctionner pour représenter le passé récent comme « un âge d'or avec le rock comme signature musicale<sup>77</sup> ». Selon l'auteur, les groupes d'hommages (*tribute bands*) et la mode des reproductions d'albums « classiques » en live, sur le mode du récital, ont également incité les jeunes à redécouvrir la musique rock de la fin des années 1960 et 1970. Andy Bennett mentionne également le rôle joué par les artistes rock actuels dans cette quête de connaissance de la musique des décennies passées : le fait que des artistes et groupes reprennent à leur compte des icônes du rock des années 1970 (tels que les australiens de Wolfmother avec Led Zeppelin, Deep Purple, Black Sabbath, AC/DC) a un impact sur les jeunes publics qui en viennent à considérer ces groupes comme étant ceux qui ont fourni le récit principal du rock, établissant ainsi des références importantes en matière d'art et d'authenticité. La mémoire collective du rock est donc en permanente construction, celle-ci étant nourrie par l'intérêt et la curiosité des plus jeunes, auxquels répondent les technologies.

Stephen Katz (2019) aborde lui aussi des raisons justifiant la continuité de l'intérêt des jeunes pour le rock classique, en s'intéressant non pas à un cas précis mais à l'attachement des Baby-Boomers à ce genre particulier, aboutissant ensuite à un partage intergénérationnel. Du point de vue sociologique, il analyse le rôle de la musique rock (devenue « classic rock ») dans la construction identitaire de cette génération (individus nés entre 1946 et 1964). L'auteur avance que désormais le rock est moins constitutif de l'identité de la jeunesse actuelle et davantage un outil de communication entre les générations : l'intérêt des premiers pour les « classiques » du rock illustre « la signification intergénérationnelle du partage de la musique pour créer la communication et la mémoire familiales<sup>78</sup> ». Cela signifie que la

---

<sup>77</sup> BENNET Andy, « “Things they do look awful cool”: Ageing rock icons and contemporary youth audiences », *Leisure/Loisir*, vol. 32, n° 2, 2008, pp. 259-278.

<sup>78</sup> KATZ Stephen (2019), « The Greatest Band That Never Was : Music, Memory, and Boomer Biography », *Popular Music and Society*, vol. 42, n° 5, 2019, pp. 582.

musique rock, après avoir relié entre eux les jeunes baby-boomers dès leur adolescence, relie maintenant différentes générations par la communication et le partage.

Par ailleurs, Von Appen & Doebling (2006) ont étudié la construction d'un canon pour le classic rock (rock des années 1960) en croisant des aspects sociologiques et esthétiques, à partir d'une analyse de 38 listes de type « Top 100 records of all time ». Leur constat est que le canon du rock établi par la jeunesse des années 1960-1970 prévalait toujours pour celle du début des années 2000. Bien que la génération qui l'a formé n'est plus active dans la formation du canon en 2006, elle a influencé les générations suivantes. Ce canon continue d'influencer les goûts actuels, et détermine les attentes sur le plan esthétique. Le « frisson esthétique » ne peut cependant plus être le même pour les productions plus récentes. Les albums sortis à cette époque profitent en outre d'une reconnaissance partagée (une sorte d'aura acquise par la canonisation même) ainsi que de l'action concertée des industries et des médias qui maintiennent ces groupes dans le présent<sup>79</sup>.

### 3. Nostalgie et technologies associées à la musique

#### A. *Les enregistrements comme artefacts et véhicules de réminiscence*

Du point de vue des technologies et dans la sphère de la production, Elodie Roy (2014) aborde elle aussi la nostalgie en tant que dimension essentielle des cultures musicales contemporaines, mais à la différence des exemples précédemment cités elle s'intéresse davantage aux raisons matérielles que psycho-sociales qui sous-tendent le réemploi d'éléments du passé. De ce point de vue, la nostalgie est caractéristique des pratiques de notre époque en raison du maintien des enregistrements (artefacts) dans notre quotidien. L'auteure aborde les façons dont la nostalgie peut informer la production des maisons de disques contemporaines, grâce à l'analyse de deux labels indépendants britanniques fondés en 2004 : Ghost Box et Finders Keepers. Le premier adopte une pratique « hantologique » (cf. Jacques Derrida) en infusant leurs productions d'échantillons numériquement extraits de disques retrouvés, tout en visant à produire une musique 'intemporelle' : le label « construit une zone temporelle ambiguë », entre passé et présent, entre présence et absence du présent<sup>80</sup>. Finders Keepers s'inscrit dans une démarche comparable à l'archéologie, visant à

---

<sup>79</sup> VON APPEN Ralf, DOEHLING André, « Nevermind the Beatles : Here's Exile 61 and Nico : 'The top 100 records of all time' – a canon of pop and rock albums from a sociological and aesthetic perspective », in *Popular Music*, vol 25, n°1 (janvier 2006), pp. 21-39.

<sup>80</sup> ROY Elodie (2014), « Displacing the past. mediated Nostalgia and Recorded Sound », *Volume ! La Revue des musiques populaires*, vol. 11, n° 1, p. 151.

préserver et réhabiliter des enregistrements (culture matérielle) du passé oubliés et redécouverts, en les rééditant. L'auteure traite de la nostalgie en tant que dimension essentielle des cultures musicales contemporaines, en tant que moyen d'interaction avec des artefacts du passé (enregistrements, formats, technologies)<sup>81</sup>. Ce rapport est façonné simultanément par le passé et le présent : en somme, « le passé enregistré, loin d'être un lieu fini ou écrit, s'offre comme un moment indécis, attendant d'être médiatisé et raconté à nouveau (*narrated anew*) à la lumière du présent<sup>82</sup>. »

Du point de vue des auditeurs cette fois, José Van Dijck (2009) analyse les façons dont les technologies, en conservant un patrimoine musical, servent à la construction de la mémoire collective. Ce chapitre est issu du même ouvrage que celui de Michael Bull (2009, cf. infra) dans lequel il considère les aspects individuels de la nostalgie par rapport à l'utilisation de l'iPod comme outil de conservation d'une mémoire auditive individuelle. José Van Dijck aborde les aspects sociaux de la construction d'une mémoire collective au départ de ces mémoires individuelles médiatisées. Les technologies permettent, selon la chercheuse en « médias et société digitale », l'action essentielle de conservation d'un patrimoine musical vivant, qui sert de ressources culturelles aux individus pour comprendre leur passé et « garantir un intérêt commun pour un avenir commun<sup>83</sup> ». Dans cette interrelation entre les souvenirs personnels et collectifs de la musique populaire, les souvenirs musicaux reflètent et construisent l'expérience, et, soutenues par les technologies qui les conservent et en facilitent l'écoute (et la répétition), les chansons pop servent de « véhicules de réminiscence<sup>84</sup> ».

#### B. Technostalgie : l'exemple du vinyle

Par ailleurs, un rapport nostalgique à la musique dans sa forme matérialisée est observable dans la résurgence de supports désormais obsolètes, tels que les « retours » chroniques des vinyles et cassettes audio, voire même du CD à l'ère du streaming<sup>85</sup>. Une

---

<sup>81</sup> Elodie Roy définit cela comme une « nostalgie techno-culturelle », visant à « re-présenter le passé » (*Ibid.*, p. 147). Cette typologie permet de faire la distinction entre ces pratiques et celles désignées sous le terme de « technostalgie » qui s'intéressent aux technologies et aux supports (objets) plus qu'aux contenus.

<sup>82</sup> *Ibid.*, p. 156.

<sup>83</sup> VAN DIJCK José, « Remembering Songs through Telling Stories : Pop Music as a Resource for Memory », in Bijsterveld Karin, Van Dijck José (dir.), *Sound Souvenirs audio technologies, memory and cultural practices*, Amsterdam, University Press, 2009, p. 118.

<sup>84</sup> *Ibid.*

<sup>85</sup> La « technostalgie » est devenue une thématique importante de la recherche sur les médias et la nostalgie. Le domaine de la musique y est particulièrement pertinent en raison de la continuité des différentes technologies d'enregistrements et des supports.

expérience sociale menée par Lepa et Tritakis (2016) a mesuré l'éveil émotionnel (*emotional arousal*) et le sentiment nostalgique ressenti par des auditeurs en fonction du son et de l'attrait sensoriel pour différents supports de musique (disque vinyle ou cd), lors de l'écoute d'un album contemporain<sup>86</sup>. Selon les auteurs, la « rétromanie vinyle » doit être comprise comme la résultante de « deux phénomènes presque antagonistes » : les raisons sont différentes pour les auditeurs qui ont grandi avec le vinyle et ceux qui sont nés à l'ère du CD. La technostalgie (incarnée) est une forme de nostalgie ressentie par ceux qui ont connu ce médium avant qu'il ne soit obsolète, tandis que les générations plus jeunes adhèrent à ces formats obsolètes en raison de l'attribution générationnelle d'une aura (du fait du caractère rare et inhabituel, dans leurs pratiques quotidiennes, du vinyle), et éprouvent une « fausse nostalgie » sans vécu (« paranostalgie »). De plus, l'augmentation de l'éveil émotionnel observable dans l'attrait sensoriel n'est pas présente pour la mesure « son » : les auteurs suggèrent que l'effet phonographe est tellement présent dans la musique actuelle que nous y sommes habitués, et ce n'est pas cette sonorité traditionnellement propre au vinyle qui justifie l'attrait des plus jeunes pour ce média, ou du moins pas autant que l'objet disque. Les résultats de cette étude ont confirmé les trois « mécanismes esthétiques à fondement psycho-social » proposés par le musicologue Mark Katz<sup>87</sup> : le disque présente des avantages esthétiques par rapport aux supports numériques, que ce soit par la qualité de son ou par son attrait sensoriel (manipulation, pochette)<sup>88</sup>. Ce sentiment de nostalgie ou technostalgie est plus particulièrement ressenti par les sujets qui ont connu le disque avant son « obsolescence » : les auteurs expliquent cela comme une relation de familiarité « incarnée » à ce support, qui favorise alors la nostalgie. Lepa et Tritakis complètent la théorie de Katz en émettant l'hypothèse d'un quatrième mécanisme. Ils apparentent ce dernier à une sorte de « paranostalgie » car elle ne repose pas sur une familiarité avec l'objet ou sur l'expérience vécue : il s'agit de l'attribution générationnelle d'une aura (*generational aura attribution*). Chez les auditeurs qui ne sont pas familiarisés avec un support aujourd'hui obsolète (des

---

<sup>86</sup> LEPA Steffen, TRITAKIS Vlas, « Not every vinyl retromaniac is a nostalgic », *Medien & Zeit (m&Z). Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart*, vol. 4, n° 31, 2016, pp. 16-30. Différents supports d'écoute étaient proposés aux participants, mis en condition pour utiliser un tourne-disque ou un lecteur CD en écoutant la musique dans un casque. Le son émis a été modifié dans certains cas sans en avertir les auditeurs, afin d'observer la réaction à l'ajout d'un « effet phonographe » pour certains auditeurs qui écoutaient un CD.

<sup>87</sup> KATZ Mark, « The Persistence of Analogue », in BORIO G. (éd.), *Musical Listening in the Age of Technological Reproduction*, Farnham (non consulté) Cité par LEPA & TRITAKIS, *op. cit.*

<sup>88</sup> Ces trois hypothèses de facteurs justifiant l'attrait pour le vinyle sont : (1) la sonorité distinctive du vinyle par rapport aux supports numériques ; (2) l'expérience sensorielle particulière de l'écoute d'un disque (interaction pratique avec l'objet) par rapport à celle de supports numériques ; et (3) le phénomène de technostalgie, faisant référence aux sentiments nostalgiques ressentis lorsque nous sommes confrontés à des technologies de notre propre passé aujourd'hui obsolètes. (Lepa & Tritakis, 2016, p. 16 ; d'après Katz, 2015).



auditeurs nés après l'émergence du CD), une aura est construite autour de ce support lorsqu'ils y sont exposés. Cela a été mesuré par l'augmentation de l'éveil émotionnel en comparaison de l'utilisation d'un CD. Cependant, les auteurs soulignent le fait que cette augmentation de l'éveil émotionnel n'est observable que pour l'attrait sensoriel mais ne modifie pas la mesure relative au paramètre « son » : les auteurs suggèrent que « l'effet phonographe » est tellement présent dans la musique actuelle que nous y sommes tous habitués. L'attraction pour le vinyle dans ce cas de « paranostalgie » relève donc du support, de l'objet disque, et non (de la qualité) du son qu'il produit. A l'instar de la construction d'une mémoire collective à laquelle participent les jeunes (cf. infra : Wolfe et al., 1999), Lepa et Tritakis semblent ainsi considérer que c'est la jeune génération qui attribue une aura aux vinyles, pour leur caractère rare et inhabituel<sup>89</sup>.

### *C. Technologies et production*

Les technologies entrent également en compte dans les aspects de production de la musique. Elles peuvent concerner les techniques d'enregistrement et de production elles-mêmes, impliquant à la fois des aspects plus proches de l'organologie et des questions esthétiques. Dans l'étude de la nostalgie dans les musiques populaires, ces aspects technologiques ont notamment été abordés concernant la recherche d'une sonorité particulière, « ancienne », dans les productions actuelles (par ex. : Russo, 2014 ; Segura Garcia, 2019).

A travers la musique du groupe de rock australien Tame Impala, Nicholas Russo (2014) analyse comment la musique peut générer la nostalgie par des procédés de mise en scène phonographique. Il emploie le modèle de la « nostalgie de substitution » décrit par Appadurai (1996), c'est-à-dire une nostalgie s'attachant à un passé situé hors de l'expérience vécue. Cette « nostalgie prête à consommer » est vendue aux consommateurs, leur faisant désirer des objets pour lesquels ils sont faussement nostalgiques puisqu'ils n'en ont pas dans un premier temps fait l'expérience personnellement. L'auteur démontre que si la musique peut susciter un tel sentiment à partir de ses sonorités mêmes, c'est en grande partie dû à « l'utilisation d'éléments sonores identifiables par les musiciens et le public comme des marqueurs culturels des années 1960, déclenchant une vaste mémoire collective de cette

---

<sup>89</sup> Andrew Mall (2021) rappelle cependant qu'actuellement, les jeunes n'ont jamais connu un monde dans lequel le vinyle n'avait aucun succès en termes de ventes. L'aura concernerait dès lors l'objet dans son utilisation. Cependant, les jeunes continuent à acheter des vinyles même sans posséder de tourne-disque ou sans les écouter dans ce format : l'objet en lui-même est devenu un objet de collection doté d'une aura.

période<sup>90</sup>. » La technologie, sous différentes facettes, est d'une grande importance dans cette démarche : elle renforce l'aptitude du rock rétro à mobiliser les « signes qui constituent la mémoire collective de cette période<sup>91</sup> », par l'imitation des enregistrements du passé qu'elle a préalablement conservés et rendus facilement accessibles. Outre le fait qu'Internet, YouTube et consorts constituent une archive accessible rapidement, partout et à tout moment, les technologies de studio permettent de simuler une sonorité caractérisée comme « ancienne ». Cela se fait soit en utilisant les technologies de l'époque ciblée, soit en simulant les effets sonores qu'elles engendraient, soit encore par ces deux méthodes combinées. Le « rock rétro » obtient ainsi une sonorité caractéristique, un trait esthétique propre, identifiable, conférant à la musique un sentiment d'ancienneté.

Silvia Segura Garcia (2019) insiste elle-aussi sur le fait que l'analyse des éléments technologiques dans la recherche d'une sonorité caractéristique d'une période doivent également être associée à des recherches sur le contexte historique et sociologique de ladite période : ces enregistrements intègrent la mémoire collective après une sélection, et celle-ci façonne l'image que nous nous faisons de la période. Selon elle, l'enregistrement est précisément ce qui a rendu possible l'écoute détaillée et répétée du passé, et c'est de là que nous pouvons extraire des parties qui, dans la mémoire collective et par le biais de leur représentation massive dans les médias, en viennent à représenter une période précise. En outre, Silvia Segura Garcia démontre que l'enregistrement, en permettant la répétition de ces caractéristiques audibles, permet la circulation du sens que nous leur prêtons sur base de nos expériences personnelles et de constructions sociales partagées, mais aussi d'informations concernant le rapport à l'authenticité, au genre musical et à la conception de la musique. Dans l'article de Segura Garcia, la nostalgie, par la recherche d'une sonorité évoquant les « eighties », est prise comme prétexte à l'analyse des capacités évocatrices de la musique. L'argument principal de l'auteure est que dans le cadre des musiques populaires, c'est-à-dire des musiques enregistrées, les technologies employées en studio pour créer le son de l'époque dont on s'inspire doivent impérativement être étudiées. Elle inscrit cela en opposition avec les pratiques traditionnelles de la musicologie, qui se basent sur les éléments structurels (timbres, mélodies, rythmes) de la musique mais effacent alors une part importante de la production musicale en omettant de considérer les techniques d'enregistrement et le travail réalisé en studio. L'auteure développe aussi comment ces

---

<sup>90</sup> RUSSO, *op. cit.*, p. 161.

<sup>91</sup> *Ibid.*, p. 164.

modifications des pratiques de studio font également évoluer la manière dont nous conceptualisons la musique tout au long de l'histoire : cela permet notamment d'interroger les notions d'authenticité et d'*authorship*, comme en abordant l'invisibilisation des technologies utilisées et du travail des producteurs, invisibilisation qui tend au fil de l'histoire à s'inverser<sup>92</sup>.

#### 4. Rock et nostalgie : définition de la problématique

« Que cette nostalgie esthétisée soit devenue la principale intention de ceux qui écoutent du rock peut sembler ironique. Le rock, idéologiquement, privilégie l'authenticité et la nouveauté, comme conditions nécessaires à la création d'une musique à soi, d'une musique qui permette au soi et à la génération à laquelle il appartient de s'exprimer. Comment un tel renversement a-t-il bien pu se produire ? »  
(Weinstein, 2014, p. 25)

Selon **Deena Weinstein (2014)**, la nostalgie actuelle pour le rock passé est une néo-nostalgie (cf. Jameson), une construction sociale sur des bases générationnelles et économiques. Elle est une forme de « souvenir nostalgique médiatisé », car ce sur quoi elle porte n'est qu'une reconstruction à partir de sélections et représentations partielles (p. 25). Pour la sociologue, le rock est « phagocyté » par son propre passé, par une néo-nostalgie pour un « Âge d'or » du rock. Cette dernière résulte d'une construction sociale, à partir de facteurs générationnels et économiques/commerciaux, élaborée dans des rapports de force par rapport à la jeunesse qui reçoit cet héritage. Weinstein démontre que la néo-nostalgie pour un « Âge d'or » du rock est construite sur le modèle du capitalisme auquel les entreprises composant l'industrie du rock répondent (p. 25), et sur le pouvoir culturel des baby-boomers (p. 31). Son article développe comment les intermédiaires primaires (*majors* et producteurs de concert, médias tels que MTV et la radio) continuent à rendre le *classic rock* disponible, et comment, aidés et encouragés par des intermédiaires secondaires (médiateurs : spécialistes, médias, musées,...), ils en font ensuite la promotion voire le simulent (p. 29). La néo-nostalgie constitue ainsi « le cadre intentionnel qui donne sens à l'occultation du rock présent par son passé » (p. 34), alors que le « rock nouveau [...] se développe en périphérie, hors de portée des grands médias » (p. 34).

L'étude de la nostalgie dans les musiques populaires, et plus précisément le rock, a principalement été effectuée à partir de questionnements d'ordre sociologique et psychologique, laissant finalement assez peu de place à la musique elle-même. Comment la

---

<sup>92</sup> SEGURA GARCIA Silvia, « Nostalgia ON: Sounds evoking the zeitgeist of the eighties », *Journal of Sound, Silence, Image and Technology*, vol. 2, décembre 2019, pp. 24-43.

nostalgie se manifeste-t-elle dans la musique ? Quelle est la place des questions d'ordre esthétique dans ce rapport nostalgique au rock ? Des facteurs esthétiques peuvent-ils expliquer ces perpétuels retours au passé ? L'un des objectifs de ce travail sera de déterminer si des traits communs sont identifiables entre les productions caractérisées comme 'nostalgiques', et permettra d'envisager les particularités des manifestations et utilisations de la nostalgie dans les musiques populaires.

A la suite de la notion de *construction de nostalgie* décrite par Deena Weinstein (2014), les différents facteurs contribuant à cette construction seront ici envisagés : il s'agit à la fois de facteurs musicaux (esthétiques, technologiques) et extra-musicaux (sociologiques, économiques, technologiques, structurels). La question des évolutions technologiques, intervenant à la fois dans les facteurs intra et extra -musicaux, semble particulièrement importante. L'une des questions envisagées du point de vue de la consommation est l'influence de ces modifications sur le plan de la nostalgie et du rapport au passé. Dans le secteur musical, comment les technologies modifient-elles le rapport au passé ? Dans les musiques et discours produits, la nostalgie n'est-elle pas décuplée depuis l'émergence du streaming ?



## PARTIE II – FACTEURS DE CONSTRUCTION DE LA NOSTALGIE

### I. FACTEURS ESTHÉTIQUES

« For a lot of our generation, people our age, this is a new sound,  
It's absolutely brand new. I think it's a new wave.  
I think this is what the future is. I think this is the future of music.  
I think rock'n'roll is on its way back, for at least a decade or so. »  
(Sam Kiszka, chanteur de Greta Van Fleet, 2018<sup>93</sup>)

La subjectivité de la perception musicale fait que la nostalgie peut prendre des formes et avoir des origines différentes pour chaque auditeur, chaque musicien. Une certaine nostalgie peut ainsi être exprimée par des auditeurs en rapport avec une œuvre alors que telle n'était pas l'intention exprimée par les artistes. Les groupes contemporains couramment associés dans la presse aux notions de « nostalgie », « classic rock » et « rétro », tels que les White Stripes, Arctic Monkeys, Tame Impala, ou encore Greta van Fleet<sup>94</sup>, ne se considèrent pas comme ancrés dans la nostalgie ou essayant de recréer le passé, même s'ils ne nient pas leur intérêt pour des musiques et artistes d'autres époques, généralement désignées comme les « sixties » ou « seventies ». Cependant, ils expriment des conceptions de la musique pouvant être ramenées à une idée de nostalgie, comme le fait ici le chanteur de Greta Van Fleet :

« “We’re just creating music that’s true and honorable to the things that we grew up on, says Josh. “We’re a bunch of young kids and we’re contemporary artists. It’s not classic rock, it’s progressive rock. | “It’s based off on some of the older stuff, but everything is. You know? So hopefully it’s just moving it forward into the next decade or generation. »

(Josh Kiszka, chanteur de Greta Van Fleet, 2018<sup>95</sup>)

Bien qu'ils rejettent l'idée de la nostalgie en faveur de leur inscription dans le temps présent et de l'objectif de faire évoluer la musique pour le futur, ils semblent tout de même

---

<sup>93</sup> SHEPHERD Tom, « How Greta Van Fleet Are Dragging Retro Rock’N’Roll Into The Future » (interview), *Kerrang!* [En ligne] publié le 9 octobre 2018, consulté le 15 mai 2023. URL : <https://www.kerrang.com/greta-van-fleet-interview>.

<sup>94</sup> Jack White semble par exemple particulièrement ne pas apprécier ces notions, auxquelles chacun de ses projets (The White Stripes et The Raconteurs tout particulièrement) sont pourtant couramment associés. Le groupe Greta Van Fleet associe également son approche à la modernité marquant ses fortes influences *intemporelles* plutôt qu'à l'expression *rétro*.

<sup>95</sup> SHEPHERD Tom, *op. cit.*

alimenter cette nostalgie dans l'esprit de leurs auditeurs. Par des caractéristiques stylistiques et sonores, il apparaît ainsi possible de faire distinctement écho à des périodes définies, en mettant l'accent sur certains éléments. Si ce n'est pas de la nostalgie au sens le plus strict, les musiciens ne souhaitant pas effectuer un retour au passé mais bien à transporter les sons du passé dans le futur, une forme de nostalgie peut en résulter chez les auditeurs.

### 1. Nostalgie pour la musique, par la musique ?

A l'ère d'Internet où chacun peut exprimer son avis et où des communautés de fans se créent ou se consolident, les publications et commentaires évoquant la nostalgie en lien avec la musique abondent. Ceux-ci montrent que la musique peut susciter de la nostalgie personnelle (en étant ramenée à des aspects identitaires, liés à des expériences vécues qui sont associées à ces chansons ou dont les souvenirs sont évoqués par la musique en raison de son ancrage temporel<sup>96</sup>) ou collective<sup>97</sup>. Certains témoignent d'une modification du rapport à des chansons avec le recul temporel, en indiquant avoir commencé à apprécier une chanson ultérieurement, alors qu'ils ne l'appréciaient pas au moment de sa sortie ou durant leur adolescence par exemple, en raison de son association à des expériences vécues ou à des proches disparus notamment. Des témoignages indiquent aussi que des chansons des années 1960 peuvent susciter de la nostalgie auprès d'auditeurs nés bien plus tard en raison de leur association à des souvenirs personnels.

Certains commentaires concernent la musique elle-même et établissent souvent des comparaisons avec « la musique d'aujourd'hui<sup>98</sup> ». Ces commentaires relèvent bien sûr de la subjectivité de chacun de ces utilisateurs, façonnée par une série d'éléments tels que leurs goûts, leur relation à la musique et au rock, etc. Ils fournissent cependant un aperçu du regard porté par les fans sur le rock, sur des artistes ou des genres, sur leur évolution et sur les différentes manières d'appréhender la musique.

---

<sup>96</sup> Par exemple, « cette chanson me rappelle quand j'étais enfant », « ma maman écoutait beaucoup cette chanson », ou en n'impliquant pas du tout la chanson ce qui pourrait indiquer que cet effet n'est pas propre à la chanson précisément : « le son avec lequel j'ai grandi... » ;

<sup>97</sup> Par exemple, « à l'époque, on entendait cette chanson partout », « cette chanson ma ramène à mes années à l'université »

<sup>98</sup> Il peut également être question d'une musique décrite comme *intemporelle* ou une musique qui est toujours aussi agréable à écouter *autant d'années plus tard*. Cette période est très variable car il peut s'agir de durées exprimées en années ou en mois, selon l'âge de la chanson : les commentaires de type « j'écoute toujours ça en 2023 ! » sont par exemple très fréquents, même sur des vidéos d'il y a deux ou trois ans. Le moment où quelque chose est considéré comme « vieux » ou « dépassé », et où l'on devient nostalgique peut donc être très variable). Je considère comme nostalgique les commentaires de type « le rock était mieux avant », ou « on ne fait plus de musique aussi bien aujourd'hui ».

Un constat qui émerge de la lecture de tels témoignages est l'évocation d'éléments sonores tels que des timbres et des mélodies pour expliquer une forme de nostalgie, ou pour indiquer un désir de retrouver aujourd'hui des sonorités similaires, désignées sous le terme générique de « rock ». Etant donné la diversité des sous-genres que le rock comprend, chacun ayant ses propres caractéristiques et codes, la nostalgie pourrait potentiellement être évoquée par différents éléments et porter sur des significations diverses. Toutefois, une constante peut être observée : la nostalgie pour le rock semble pouvoir être associée à la notion d'*authenticité*, rattachée notamment à l'originalité et à des instruments spécifiques – les caractéristiques centrales du genre<sup>99</sup>. Cette même notion semble aussi centrale dans le discours des membres de groupes de rock.

La recherche d'authenticité, bien qu'elle soit difficile à définir, est l'un des traits communs aux genres du rock, et elle est particulièrement associée à la période de la fin des années 1960 et au début des années 1970.

« ideas about what constitutes “authenticity” in popular music, already evident in earlier rock ‘n’ roll and bolstered with the folk revival of the early 1960s, began to creep into the discourse more forcefully. The notion of rock authenticity claims that music should express an unmediated interiority ; artists should perform their own songs, have artistic control over their output, and shun the commercial side of the music industry (if commercial success comes, it should be a by-product, not an aim)<sup>100</sup>. »

Outre cet idéal d'authenticité dans l'expression de soi, l'idée de privilégier la contemplation ou l'écoute à la danse est également apparue à cette période comme l'une des idées centrales du rock<sup>101</sup>.

En outre, s'il est assez rare que des artistes définissent leur approche comme étant empreinte de nostalgie<sup>102</sup>, une notion qu'ils emploient plus souvent est celle de leurs *influences* – reçues, puisées, héritées ; et surtout plus ou moins manifestées – qui nourrissent leur art en combinaison avec une approche plus moderne de la musique.

---

<sup>99</sup> La recherche d'authenticité est par ailleurs une notion centrale à la compréhension de l'émergence de nostalgie dans la musique aux Etats-Unis : cf. CATEFORIS, 2014, *op. cit.*

<sup>100</sup> FAST Susan, « Rock », *Oxford Music Online*, 2014 [2013]. Consulté le 14 juillet 2023, §5.

<sup>101</sup> *Ibid.*, §5.

<sup>102</sup> Foxygen, dans ses premiers albums, adoptait une sonorité « sixties » : contrairement aux autres groupes précités, le chanteur se dit être quelqu'un porté par la nostalgie et il ne contredit pas le lien établi avec la musique des « sixties » par la personne qui les interview « I am a little bit over the sixties stuff. I love it, but we're definitely going to make way different, darker music from now on. ». Cf. Interview EDELMAN Julia, « “Do you ever practice ?” – An Interview with Foxygen », *The Believer* [en ligne], <https://www.thebeliever.net/logger/2013-07-20-do-you-ever-practice-an-interview-with/>.



## 2. Evolution des genres musicaux

### A. Cycle de vie des genres

L'évolution des genres peut elle-même porter à la nostalgie, en tant que retour à un âge plus positif de leur « vie ». Selon Simon Reynolds, le « cycle de vie interne des genres et des mouvements artistiques<sup>103</sup> » comprend une période de grande créativité, où les innovations se multiplient et créent de nouveaux sous-genres qui interagissent ou s'opposent les uns aux autres, et se déploient parallèlement ou se remplacent. Cette phase très productive peut alors donner lieu à son opposé : la tendance au retour en arrière, soit parce que les innovations semblent avoir été poussées trop loin et qu'un retour aux origines se fait désirer, soit pour reprendre un développement entamé à cette période qui n'aurait pas été porté à son aboutissement.

« plus un genre se montre fertile et dynamique, plus il risque de subir l'équivalent musico-culturel de la récession : le rétro. Dans sa phase primaire et hyper-productive, il évolue à grande vitesse, traversant des étapes qui auraient pu se prolonger bien plus longtemps, et laisse dans son sillage une montagne d'idées qui à leur tour exercent une attraction similaire à un trou noir pour les artistes à venir<sup>104</sup> »

En outre, dans un contexte de stagnation (ou de perte de popularité du genre) la possibilité de repartir en arrière pour prendre un nouveau départ peut sembler être une bonne approche pour « corriger » à la fois le passé et le présent : l'époque à laquelle on revient par les genres et les sonorités symbolise cette créativité, et y effectuer un retour pourrait permettre d'aller de l'avant. « La pure créativité des années d'expansion [de la pop] (les années soixante, soixante-dix et une partie des années quatre-vingt) rend ces dernières irrésistibles à recréer<sup>105</sup>. »

---

<sup>103</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 462. cf. également le schéma cyclique décrit par PIRENNE Christophe, *All Things Must Pass. Vies et morts du rock*, Académie Royale de Belgique, coll. « L'académie en poche », 2021, pp. 116-119, d'après le modèle LENA J.C. et PETERSON R.A., « Classification as Culture: Types and Trajectories of Music Genres », dans *American Sociological Review*, vol. 73, n° 5, octobre 2008, pp. 697-718. (non consulté).

Celui-ci décrit une première étape, les origines du rock ou de certains de ses genres, sous la forme d'avant-garde. La seconde étape est celle de l'essor, « caractérisée par l'agglomération, autour de ce noyau d'avant-garde, d'un premier cercle d'amateurs, de petites firmes et de journalistes spécialisés » (p. 117) au cours de laquelle émergent différentes scènes. Ensuite, l'apogée d'une scène correspond à son industrialisation. « Enfin, le déclin apparaît lorsque les singularités d'une scène se transforment en conventions ; lorsque l'histoire, les rites, les techniques sont préservés et transmis à coup d'arguments d'autorité. » (p. 119) « La singularité du rock au XXI<sup>e</sup> siècle tient peut-être à la durée de cette phase "traditionnaliste" ou "classicisante". » (p. 119)

<sup>104</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 462.

<sup>105</sup> *Ibid.*

Dans le domaine du rock, l'idée de déclin sur le plan créatif a émergé dans les années 1980, période à laquelle les premiers retours au « classic rock » ont été effectués par des artistes qui cherchaient alors à retrouver une forme d'authenticité en revenant aux bases du genre perçu comme en péril face à l'émergence des musiques électroniques et du hip hop notamment<sup>106</sup>. Selon Simon Reynolds, la comparaison des nouveaux genres musicaux produits par chaque décennie illustre la difficulté pour les années 2000 de maintenir un tel niveau d'innovation<sup>107</sup>. Plus encore, la plupart des genres que ces dernières années ont vu émerger sont « soit des relectures de genres établis [...] soit du pillage d'archives<sup>108</sup> ».

Le cycle de vie des genres<sup>109</sup> est également lié à leur popularité. Sur le plan des innovations, la phase du déclin des genres correspond en général à la période à laquelle ils atteignent une popularité telle qu'ils sont adoptés dans le *mainstream*. Les innovations se développent alors davantage dans des circuits parallèles, ou dans d'autres genres. L'influence culturelle du hip hop continue à prendre de l'ampleur dans les années 1990. Cela favorise en retour la recherche d'éléments caractéristiques du rock, en revenant aux bases précédant l'entame du déclin.

Parallèlement à la diminution de la popularité du genre, une différence se marque dans le rapport qu'entretiennent les musiciens à l'histoire du rock : alors qu'avant les genres se définissaient en réaction à d'autres genres du rock, désormais le rock se situe davantage en opposition à un autre genre, le hip hop et les musiques électroniques. Associé à l'accessibilité toujours grandissante de la musique, la recherche d'un *ailleurs* peut alors se situer non plus dans le présent (horizontal – rock qui semble disparaître, effacé par le hip hop ou récupéré par le *mainstream*) mais dans le passé récent. Cela passe alors par l'adhésion aux pratiques des « ancêtres du rock », à la valorisation de leurs œuvres et de leurs

---

<sup>106</sup> Cependant avec le recul temporel, des artistes et albums de la deuxième partie des années 1980 et des années 1990 commencent à être intégrés dans ce que l'on considère comme « classiques » du rock, dans les médias, critiques, discours promotionnels etc.

<sup>107</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 446.

<sup>108</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 447.

<sup>109</sup> Le hip-hop connaît une trajectoire similaire : après une phase de développement sur le modèle DIY, il est devenu le genre le plus écouté (en 2017), et aujourd'hui il semble connaître un début de déclin en popularité mais il se développe parallèlement en dehors du *mainstream* et en association avec d'autres genres (cf. vidéo youtube « Something weird is happening in hip-hop », publiée le 31 juillet 2023, consultée le 04 août 2023 <https://youtu.be/GIUPGI7pEIA>) ; tandis les origines du hip hop regagnent de l'intérêt auprès des fans du genre et sont utilisées dans les médias : Pitchfork a par exemple souligné le rôle joué par la série *Euphoria* dans un regain d'intérêt de la jeunesse pour le rap des années 1990 et 2000. « Everyone on the show is obsessed with rap that came out before they were born », indique la publication facebook partageant l'article (PIERRE Alphonse, « The *Euphoria* Teens' Taste in Rap Is Ridiculous », *Pitchfork* [en ligne], le 14 janvier 2022, <https://pitchfork.com/thepitch/euphoria-music-rap-soundtrack/>).

esthétiques afin de les faire revivre dans le présent, menant à des mouvements de « revivals ». La musique rock est devenue extrêmement référencée : peu à peu, le rock s'est détaché de ses « impératifs d'originalité artistique<sup>110</sup> », et même les discours sur *l'artiste* ont changé : symbolisant cela, « au lieu de se baser sur la conception romantique de la création comme une expression des profondeurs de l'âme, la rubrique [*Portrait de l'artiste en consommateur* du NME<sup>111</sup>] soulignait la manière dont l'artiste façonnait son identité à travers ses goûts et la sélection consciente de ses influences<sup>112</sup> ».

### 3. Evocations du passé par les sons : utilisation de marqueurs sonores temporels

Une caractéristique du rock rétro contemporain est sa capacité à évoquer le passé du rock à travers les sons : « Il semble que la mise en scène phonographique du rock rétro contemporain puisse donner à entendre des marqueurs de notre mémoire collective du passé et ainsi restituer cette mémoire sans expérience constitutive de la nostalgie de substitution<sup>113</sup>. » Puisque cette musique est enregistrée, des « structures sonores<sup>114</sup> » peuvent être identifiées et associées, par leur répétitivité et par leur inscription dans la mémoire collective, à des significations extra-musicales. Askerøi emploie l'expression de « marqueur sonore<sup>115</sup> » (*sonic marker*). Ceux-ci peuvent se manifester sur trois plans : vocal, instrumental, ou technologique en portant sur les aspects techniques de la production<sup>116</sup>.

Dans le cas de la signification de périodes temporelles, le pouvoir évocateur de ces marqueurs provient de leur association (rétrospective) à l'époque à laquelle ils sont rattachés : ils font alors office de « marqueurs sonores temporels » (*sonic markers of time*)<sup>117</sup>.

---

<sup>110</sup> REYNOLDS, *op. cit.*, p. 211.

<sup>111</sup> « *Portrait of the Artist as a Consumer* » était une rubrique du magazine NME dans les années 1980, pour laquelle un artiste était invité à lister ses livres, films, chansons/disques, endroits, artistes, « heros », dictons et citations, boissons, des choses qu'ils aimaient ou détestaient,... Ces éléments étaient présentés dans une liste juxtaposée à leur photo, sans commentaire : l'artiste était défini par ces sélections. Une comparaison dans le contexte médiatique actuel pourrait être les vidéos de Konbini en France.

<sup>112</sup> REYNOLDS, *op. cit.*, p. 206.

<sup>113</sup> RUSSO, *op. cit.*, p. 167, d'après LACASSE, S. « Listen to My Voice : The Evocative Power of Vocal Staging In Recorded Rock Music and Other Forms of Vocal Expression », in *The Evocative power of voice in recorded rock music and other forms of vocal expression*. Thèse (Ph. D.), Université de Liverpool, 2000, p. 234.

<sup>114</sup> SEGURA GARCIA, *op. cit.*, p. 36.

<sup>115</sup> ASKERØI Eirik, *Reading pop production: sonic markers and musical identity*, Thèse de Doctorat en Popular Music Performance, Kristiansand, University of Agder, Faculty of Fine Arts, 2013, p. 27. Définition : « markers, in short, are musical codes that have been historically grounded through a specific context, and that, through their appropriation, serve a range of narrative purposes in recorded music. »

<sup>116</sup> SEGURA GARCIA, *op. cit.* p. 36 ; d'après Askerøi, *op. cit.*.

<sup>117</sup> SEGURA GARCIA, *op. cit.*, p. 36.

L'évocation du passé par les sons, en employant des « marqueurs sonores temporels », est indissociable de l'enregistrement, qui, selon Simon Reynolds, a donné naissance à une nouvelle sensibilité basée « sur la répétition obsessionnelle d'artefacts particuliers dans le cadre d'une écoute concentrée sur d'infimes détails stylistiques<sup>118</sup> ».

---

<sup>118</sup> REYNOLDS Simon, 2011, p. 72. Cité par SEGURA GARCIA, *op. ci*, p. 33, ma traduction (« based “on the obsessive repeat-play of particular artefacts in a focused listening concentrated on minute stylistic details”).



## II. FACTEURS TECHNOLOGIQUES

### 1. Aspects intra-musicaux (organologie et enregistrements)

« There's a genuine element, there's a truth to what we're doing, » says Josh.  
“We're not manufacturing this, because you can't manufacture this. I think  
people appreciate that because now there's so much manufactured music.  
You can't manufacture emotion. »  
(Josh Kiszka, chanteur de Greta Van Fleet, 2018<sup>119</sup>)

#### A. Organologie

Si la nostalgie pour le rock porte sur des genres musicaux et des timbres, cela se reporte également à des instruments. En effet, les regards nostalgiques portés sur la musique ciblent souvent les instruments utilisés, en évoquant principalement les guitares électriques, la batterie et la voix des chanteurs. A l'inverse, les groupes présentés dans les médias comme les « sauveurs du rock » à travers les décennies emploient l'une des formules canoniques du genre : le trio ou quatuor guitare-basse-batterie complété d'une voix et/ou mettant l'accent sur les guitares (power trio), ou le quintette à deux guitares ou avec guitare et clavier. Pour ne citer que quelques exemples de ces dernières décennies, on peut parler de The Strokes, Arctic Monkeys, Franz Ferdinand, Arcade Fire, IDLES, Måneskin, Greta Van Fleet,... Certains duos ont également été désignés comme tels, mais ils emploient toujours ces mêmes instruments, à l'instar de The White Stripes. Les groupes de rock modernes continuent à employer les instruments largement utilisés dans les années 1960 et 1970 afin d'en recréer les ambiances sonores. Lorsque ces instruments ne sont pas *vintage*, ils sont des rééditions des premiers ; et dans d'autres cas les technologies en simulent les sonorités. Par leur canonisation, les instruments sont donc utilisés comme des marqueurs sonores (et visuels<sup>120</sup>) du genre du rock, mais aussi des périodes temporelles.

Le rock n'étant plus la musique dominante sur le marché actuel<sup>121</sup>, ces instruments canoniques disparaissent des productions les plus diffusées, tandis que les technologies se développent davantage en faveur des musiques électroniques et du hip hop. Comme toujours

---

<sup>119</sup> SHEPHERD Tom, *op. cit.*

<sup>120</sup> L'importance du *live* est aussi l'importance de l'équipement, y-compris dans les visuels. Une part du matériel canonique du rock évolue en gardant la même esthétique : on les *voit* chez de nombreux rockers à travers le temps, et cette identification permet au marché des instruments de musique de rejoindre le marché de la nostalgie.

<sup>121</sup> Au début des années 2000, le rock ne se vend plus. « Les classements des “artistes de la décennie” du *Billboard*, réalisés à partir de leurs performances dans les hit-parades, sont sans appel. Entre 2000 et 2010 le rock “guitare” en général et le rock indépendant en particulier disparaissent virtuellement de la carte des musiques populaires. » (PIRENNE CHRISTOPHE, *Une Histoire Musicale du Rock*, 2011, p. 659)

dans l'histoire, l'apparition du regret des instruments qui étaient autrefois dominants peut sembler logique, tout comme, en conséquence, l'apparition de *revivals* axés sur les guitares.

« Dans un paysage sonore de plus en plus dominé par les beats et les boucles, l'apparition de groupes prônant un retour aux sources du rock en se basant sur le quatuor basse, batterie, chant et guitare n'est pas très surprenante. Elle l'est d'autant moins qu'elle intervient alors que la canonisation du rock bat son plein et que les multiples listes de meilleurs albums de tous les temps confortent l'idéologie selon laquelle le rock serait "une musique d'hommes blancs écrite en Angleterre et aux Etats-Unis depuis 1965 [...] basée sur les guitares, indépendante et dont les nouveaux représentants font écho aux plus anciens dans un cercle vertueux d'auto-congratulation"<sup>122</sup> » (PIRENNE (2011), *op. cit.*, p. 661)

Cependant, le manque de « vrais instruments » dans « la musique d'aujourd'hui » n'explique pas entièrement les discours sur la mort du rock. Ces instruments continuent à être utilisés, dans le rock comme dans d'autres genres. La nostalgie, même lorsqu'elle est projetée sur les instruments employés, ne porte donc pas seulement sur les instruments en eux-mêmes. Elle ne repose pas seulement sur les sonorités non plus : les technologies se montrent de plus en plus aptes à reproduire les instruments du rock, mais l'utilisation de logiciels pour remplacer les instruments électriques ou de bandes sonores pré-enregistrées alimentent dans bien des cas les discours sur la mort du rock. Ces instruments semblent avoir disparu des pratiques dominantes aujourd'hui, or ils ont été associés à « l'authenticité rock » par opposition aux musiques pop et électroniques. Cette nostalgie peut donc être liée à l'expression d'un désir de retour à l'authenticité représentée par ces instruments.

#### a) Instruments et authenticité

La canonisation des instruments du rock, et l'association de celui-ci aux guitares électriques, peut être située dans la seconde partie des années 1960, sous l'effet notamment de la *British Invasion* aux Etats-Unis. Les instruments utilisés par ces groupes deviendront rapidement ceux de tous les groupes, comme les batteries Ludwig, les guitares Rickenbacker, Gibson Epiphone et Jumbo, ou encore l'amplificateur Vox AC 30<sup>123</sup>.

« La British Invasion contribue à affirmer définitivement le fait que la technologie soit une des conditions premières de la pratique musicale. Avec l'émergence de groupes iconiques, de personnalités fortes, elle sert à définir le son et joue un rôle de catalyseur dans l'évolution des styles. Dans ce contexte, les instruments sont l'objet de controverses. Ils sont à la fois le medium par lequel

---

<sup>122</sup> FRITH Simon, « Our Favourite Rock Records Tend to Go Round and Round », *The Observer*, 6 septembre 1998, cité par Carys Wyn Jones, *The Rock Canon: Canonical Values in the Reception of Rock Albums*, Aldershot, Asghate, 2008, p. 25. (non consulté) Cité par PIRENNE (2011), *op. cit.*, p. 661.

<sup>123</sup> PIRENNE Christophe, 2011, *op. cit.*, pp. 155-156.

les musiciens expriment leur personnalité, mais aussi l'étalon qui permet au public d'évaluer l'authenticité d'un instrumentiste<sup>124</sup>. »

L'évolution du rock est depuis lors inscrite dans des rapports d'adhésion et de rejet aux nouvelles technologies, et chaque nouvelle adoption semble pouvoir précéder un retour à des instruments délaissés, en quête de simplicité et d'authenticité.

Dans les années 1960, Bob Dylan a ainsi donné lieu à l'une des premières expressions de désir de retour à des instruments plus anciens (la guitare acoustique, par opposition à la guitare électrique) dans le cadre des musiques rock. Au moment de la sortie de ses albums *Bringin' it all back home* (1965), *Highway 61 revisited* (1965) et *Blonde on Blonde* (1966), l'électrification des instruments dans l'évolution du folk « arrival » vers un « folk rock » (associé au fait que Dylan s'éloigne des textes engagés du folk en faveur d'une plus grande introspection) est une sorte d'hérésie aux yeux d'une part des fans de folk, qui préfèrent les sons acoustiques, perçus comme plus authentiques en marge de la production pop<sup>125</sup>.

Une première phase de diversification de l'organologie du rock est entreprise dans le cadre du rock progressif (ca. 1969-1976<sup>126</sup>). Ce genre fait suite au psychédélisme qui restait basé sur le modèle du trio guitare-basse-batterie en intégrant les expérimentations des technologies de studio et live, et aux *power-trio* qui plaçaient davantage l'accent sur la guitare tout en conservant cette même configuration. Le rock progressif complète ce trio par d'autres instruments, en particulier des claviers (orgue, piano, synthétiseurs)<sup>127</sup>.

En 1976 et 1977, le punk s'inscrit alors dans une démarche de réaffirmation de la validité de l'électricité contre l'électronique en rejetant les synthétiseurs et boîtes à rythme pour privilégier les instruments électroniques, de pair avec la volonté de lutter contre l'élitisme auquel la musique rock est parvenue<sup>128</sup>.

Dans la première moitié des années 1980, des formes de rock (rassemblées sous l'expression « college rock ») cohabitent avec l'électropop et s'inscrivent dans la continuité de l'idéal punk (retour à la simplicité) tout en se réclamant d'une sensibilité pop. Parmi ces groupes, REM et les Smiths incarnent aux Etats-Unis une nouvelle forme de sincérité : ils

---

<sup>124</sup> PIRENNE Christophe, 2011, *op. cit.*, p. 155.

<sup>125</sup> PIRENNE Christophe, cours « Histoire de la musique : les nouvelles grammaires », Université de Liège, année académique 2019-2020.

<sup>126</sup> Cadre chronologique employé par Christophe Pirenne (2011, *op. cit.*) pour désigner « la longue traîne du psychédélisme », dans laquelle peuvent être abordés le rock progressif, le hard rock, le glam rock, des auteurs-compositeurs, la musique funk et les musiques associées au mouvement de la *Blaxploitation*.

<sup>127</sup> PIRENNE Christophe, cours *op. cit.*

<sup>128</sup> PIRENNE Christophe, cours *op. cit.*



rejetent tous les artifices de l'électronique, de la danse et des tenues extravagantes pour se consacrer à l'expression d'une vie « authentique ». Pour cela, ils s'inspirent de moyens qui ont déjà fait leurs preuves : ils effectuent un retour au rock du milieu des années 1960.

Le développement des instruments électroniques est suivi de l'émergence de genres basés sur ceux-ci, le hip-hop (platines et table de mixage) et les musiques de danse électroniques (utilisation massive de la boîte à rythme Roland TR-808 et de synthétiseurs/séquenceurs TB-303 pour les basses). Parallèlement à ces genres, le rock guitare se maintient alors dans les diverses formes de rock alternatif. Ces sous-genres replacent la guitare au premier plan de leur organologie type, et prônent un retour à une certaine simplicité au niveau de la production, prenant le contre-pied des musiques du hip hop et des musiques de danse électroniques. C'est d'ailleurs à cette époque qu'apparaît la tradition du « lo-fi », en opposition à la « hi-fi » : celle-ci recourt à de vieux instruments et de vieilles technologies à un moment où d'autres technologies permettent un traitement sonore de qualité supérieure. C'est aussi à ce moment que la réflexivité de la musique rock commence à se marquer : avant de se mettre à créer, il s'agit de choisir ses références<sup>129</sup>.

b) Enregistrement et performance : premières craintes de perte d'authenticité

L'authenticité du rock s'est en partie définie en opposition à d'autres pratiques, comme celles de la pop dans les années 1980, lorsque l'utilisation des synthétiseurs et boîtes à rythme a commencé à se généraliser. Après les interrogations sur l'authenticité rock lors du passage de l'acoustique à l'électrique, de nouvelles craintes de perte d'authenticité ont vu le jour en lien avec les technologies de studio : les premiers enregistrements du rock visaient alors à reproduire la sonorité live, par opposition au son corrigé et unifié des chansons pop<sup>130</sup>.

Depuis qu'elles sont basées sur l'enregistrement, les musiques populaires doivent être considérées dans leur contexte de « médiation technologique » c'est-à-dire les processus permettant de transmettre des sons à partir d'une source vers un auditeur, ou d'un endroit à un autre<sup>131</sup>. Ces processus peuvent être « opaques » (volontairement rendus perceptibles) ou « transparents » (invisibles : lorsque, en réponse à des paradigmes esthétiques notamment, les technologies de médiation sont 'effacées' : elles doivent être rendues aussi invisibles que possible)<sup>132</sup>. Dans le cas du rock, la transparence se marque par l'invisibilisation des

---

<sup>129</sup> PIRENNE Christophe (cours), *op. cit.*

<sup>130</sup> SEGURA GARCIA Silvia, *op. cit.*

<sup>131</sup> *Ibid.*, p. 32.

<sup>132</sup> *Ibid.*

technologies d'enregistrement mais aussi du producteur (à la différence des musiques pop qui adoptent plus facilement des médiations opaques). Si le rock est principalement associé à la transparence des technologies de médiation, c'est en raison de l'importance de la notion « d'authenticité » dans ce genre<sup>133</sup>. Celle-ci peut être associée au live (un son trop lisse et sans imperfection est celui du studio, retravaillé par un producteur à des fins de commercialisation, ce qui le rend inauthentique) et à l'autorité créatrice (*creative authority* : conception de la fonction du producteur comme étant là pour aider à réaliser la vision de l'artiste. Le producteur est effacé car la créativité est celle de l'artiste, même si le producteur l'aide à exprimer ses idées musicales c'est de l'artiste qu'elles viennent et c'est à l'artiste que revient l'autorité créative de la chanson)<sup>134</sup>.

Aujourd'hui cependant, l'authenticité semble possible même par l'utilisation d'effets sonores « rétro » : les techniques de production sont rendues opaques. Tout en connaissant le travail de production nécessaire à l'obtention aujourd'hui de ces sonorités, ces productions font écho à des enregistrements qui avaient « par défaut » ce son imparfait. Alors qu'à l'époque il s'agissait de ne pas retravailler le son pour le garder « vrai », aujourd'hui certains le travaillent pour lui donner un rendu similaire aux enregistrements de l'époque.

B. « *Retro sound* » : la technologie au service de la recherche d'une sonorité caractéristique

Un lien entre les technologies et la nostalgie dans les musiques populaires est la possibilité de simuler un son « ancien ». Les technologies sont utiles à cette recherche, tant par la continuité des instruments et équipements utilisés au moment d'émergence de ces musiques, que par la facilité de les simuler.

a) Technostalgie et instruments *vintage*

Les instruments et équipements *vintage* sont devenus des objets de collection, coûteux et peu pratiques lorsqu'ils sont encore utilisables. Ce matériel est d'ailleurs difficile à utiliser, surtout en concert, en raison de leur fragilité et du fait qu'ils ne sont plus adaptés aux conditions actuelles des concerts. Certains musiciens et producteurs en utilisent (en studio

---

<sup>133</sup> On peut aussi parler, à partir des années 1980, de « l'authenticité de l'inauthenticité » : l'authenticité dans le rock peut être dans la façon de rendre opaques les manipulations effectuées, voire de les accentuer : le studio est utilisé à des fins créatives ; là où la pop cherche à corriger les « erreurs » par exemple de placement en rythme. Cf. HOLM-HUDSON Kevin, « The Future is Now ... and Then : Sonic Historiography in Post-1960s Rock », *Genre*, vol. 34, 2001, pp. 243-264. Reprod. dans SPICER Mark (éd.), *Rock Music*, Routledge/Taylor & Francis, 2011, pp. 101-122.

<sup>134</sup> SEGURA GARCIA Silvia, *op. cit.*, p. 32.

surtout), mais la nostalgie n'en est ni la cause principale ni l'objectif<sup>135</sup>. Ils sont généralement utilisés en association avec des technologies modernes, pour leurs aspects techniques mais sans chercher à conférer un son « ancien » à la musique. Dans ce cas, « la "technostalgie" est plus qu'un retour à un passé idéal, mais plutôt une tentative de médiation entre le passé et le présent pour obtenir un son et une sensation particuliers<sup>136</sup> ».

« ... les gens ont tendance à devenir nostalgiques lorsqu'il y a des problèmes dans le présent - ils utilisent l'image d'un passé désiré pour commenter et critiquer le présent. Au-delà de la critique, la nostalgie (comme le mot allemand pour nostalgie, *heimweh*, l'indique littéralement) est généralement comprise comme une sorte de mal du pays, une tentative par les acteurs du présent de revenir à un cadre confortable et idéal. Pourtant, les quatre musiciens interrogés *ne lancent aucun appel patent à un retour à l'époque à laquelle leur équipement vintage a été construit. Leur musique, bien qu'inspirée de manière nuancée par l'histoire, ne sonne pas comme une musique ancienne*. Ils enregistrent dans des environnements numériques modernes entrecoupés de matériel ancien, des synthétiseurs logiciels se mélangent à de vrais synthétiseurs analogiques, de nouvelles guitares sont branchées sur de vieux amplis et des effets analogiques sont utilisés pour pimenter les échantillons numériques. Ils créent ce qu'ils perçoivent comme des compositions musicales originales<sup>137</sup>. »

Au-delà des aspects techniques, c'est surtout pour les qualités sonores que ce matériel ancien est favorisé par certains artistes : la « chaleur, » « l'âme » du son, comme le décrit par exemple Jack White en expliquant pourquoi il préfère l'enregistrement analogique au digital. Toutefois, l'idée d'authenticité y est liée :

« Form follows function. You have to ask yourself what you are trying to accomplish. What are you trying to make it sound like? When you are recording and producing, you are aiming for something and *if you want vibe, warmth, soulfulness, things like that*, you will always be drawn back to analogue. I was shocked by how many people were upset by the Neil Young record, because it sounded scratchy and lo-fi. But they completely missed the point, which was that we were obfuscating beauty on purpose to get to a different place, a different mood. [...]

the actual sound of analogue is 10 times better than that of digital. I think the reason why many people say they don't like the way things sound on the radio or the television nowadays is because it's all recorded digitally. Having said that, it's not really digital recording as such that's the problem. A band playing live in a room recorded straight into Pro Tools doesn't sound bad. The problem is the multitude of plug-ins and clicks that are applied to the Pro Tools recording after

---

<sup>135</sup> PINCH Trevor, REINECKE David, « Technostalgia : How Old Gear Lives on in New Music », in Bijsterveld Karin, Van Dijck José (éd.), *Sound Souvenirs : Audio Technologies, Memory and Cultural Practices*, 2009, p. 152 ; JORDBREKK Anders, *The Influence of the Past. A Study of Retromania and Technostalgia in Contemporary Popular Music*, Mémoire de maîtrise en musicologie, Norwegian University of Science and Technology, Faculty of Humanities, Department of Music, may 2016, p. 96.

<sup>136</sup> PINCH & REINECKE, *op. cit.*, 152-153, ma traduction.

<sup>137</sup> *Ibid.* (je souligne)

that. In the analogue world you just don't do all that stuff. You don't mess with the recording that much. Because it's on tape, you tend to leave it alone. But when it's in Pro Tools, people keep clicking and editing and removing pops and buzzes and they place the drums on a grid to get it in perfect timing. All those moves just suck the soul and life out of a song. » (Jack White, 2014<sup>138</sup>)

b) Maintien des instruments

De nombreux instruments et équipements sont restés en usage après leur fixation dans les années 1960 et 1970. La plupart des artistes précités choisissent de rester fidèles aux instruments vintage ou rétro, en accord avec l'expression de leurs influences musicales. Les guitares Fender, Telecaster et Stratocaster, Gibson Les Paul, mais aussi l'orgue Hammond et le clavier Fender Rhodes sont quelques exemples de ces instruments qui ont maintenu leur popularité au fil du temps.

La guitare semble particulièrement évocatrice, sur le plan visuel aussi. L'orgue Hammond et les claviers Rhodes ont été beaucoup utilisés dans les années 2000 à 2020 pour évoquer « l'ambiance sonore » des années 1970, mais sur le plan visuel l'accent est souvent plus mis sur les guitares tandis que les claviers sont en arrière-plan voire effacés. Un exemple qui illustre particulièrement cela est le clip de « Steady, As She Goes », premier single des Raconteurs (*Broken Boy Soldiers*, 2006). Un piano Fender Rhodes est entendu dans l'enregistrement, et joué en live par Dean Fertita. Pourtant il n'est pas visible dans le clip, alors que tous les autres instruments (guitare, basse, batterie) ont droit à leur gros plan.

c) Simulation de l'ancien

Les technologies les plus modernes sont parfois mobilisées pour reproduire les sonorités de ces instruments et époques. Certains de ces effets concernent les technologies d'enregistrement elles-mêmes, à l'instar de « l'effet phonographe<sup>139</sup> » (lo-fi) largement utilisé dans les musiques populaires. « Sa banalité est telle que l'effet phonographe est couramment utilisé pour désigner le “passé” indéfini et intemporel<sup>140</sup> ». Il confère à la musique une « patine sonore [qui] suscite la nostalgie, transportant les auditeurs à des jours passés (qu'ils soient propres ou à un quelconque passé généralisé)<sup>141</sup> ». Dans ce cas, les

---

<sup>138</sup> Jack White, cité dans TINGEN Paul, « Inside Track : Jack White », *Sound on Sound (SOS)* [En ligne], octobre 2014, consulté le 15 juin 2023. URL : <https://www.soundonsound.com/techniques/inside-track-jack-white#:~:text=%E2%80%9CHowever%2C%20the%20actual%20sound%20of,as%20such%20that's%20the%20problem.>

<sup>139</sup> ROY Elodie, *op. cit.*, p. 150.

<sup>140</sup> *Ibid.* p. 150.

<sup>141</sup> KATZ Mark, *Capturing Sound : How Technology has Changed Music*, Revised edition, Berkley, University of California Press, 2010 [2004], p. 155. (non consulté) Cité par ROY, *op. cit.*, p. 150.

manipulations sonores confèrent aux chansons une signification extra-musicale liée à des éléments du passé sans que ceux-ci soient ancrés dans une période précise.

D'autres concernent la sonorité des instruments : des plug-ins simulant les caractéristiques sonores des enregistrements des années 1960 et 1970 sont également utilisés par des groupes de rock, en studio comme en live. Ils sont généralement combinés avec des instruments qui sont également associés à une période spécifique et renforcent ainsi l'évocation temporelle de la performance.

Le groupe Greta Van Fleet emploie par exemple des instruments des années 1960 et 1970, et les effets employés dans le traitement du son *live* renforcent l'aspect rétro des sons. Pour la tournée 2023, leur ingénieur du son, Steve Cross, indique utiliser les plug-in Phoenix (Crane Song) en complément des effets de réverbération et de *delay* de sa console numérique. Ce plug-in vise précisément à introduire des couleurs analogiques dans le mix digital, tout en permettant au producteur de « garder les choses aussi simples que possible ». Sam Kiszka, bassiste, utilise un orgue Hammond B3 avec cabine Leslie, ainsi qu'un Mellotron équipé de pédales avec lesquelles il joue les basses, et un clavier électronique Nord 3<sup>142</sup>.

## 2. Aspects extra-musicaux (archivage et accessibilité)

En matière de nostalgie pour les musiques populaires, le principal enjeu des technologies est l'accessibilité de la musique. Ces différentes manifestations de nostalgie dans la musique reposent sur une même base : l'accessibilité et la reproductibilité de la musique produite dans le passé, et en d'autres lieux. En facilitant l'accessibilité à l'histoire de la musique et en brouillant les frontières temporelles et géographiques, les technologies ont modifié les rapports à la musique.

### A. Enregistrement (*impacts*)

- a) Modification du rapport au temps : l'enregistrement fixe le présent et prolonge le passé

L'enregistrement constitue un premier pas vers une redéfinition de notre rapport au temps, en fixant la musique (art du temps) dans le présent et pour le futur. « Un disque écouté sur un tourne-disque rejoue littéralement le passé dans le présent (le moment de la lecture

---

<sup>142</sup> JENNINGS Steve, « Greta Van Fleet: 'Dreams in Gold' TOur 2023 », *FOH Front of House Magazine* [En ligne], publié le 05 mai 2023, consulté le 26 juillet 2023. URL : <https://fohonline.com/articles/tour-focus/greta-van-fleet-dreams-in-gold-tour-2023/>.

appartenant inexorablement au présent). Prise dans sa forme la plus extrême, cette idée suggère que le passé effondre toujours déjà le présent et qu'aucune séparation ne peut être faite entre différentes temporalités<sup>143</sup>. »

Au milieu des années 1980, le développement de l'enregistrement numérique et l'introduction du CD ont ainsi joué un rôle important dans la familiarisation des publics jeunes avec la musique des années 1960 et 1970 : bien que le public ciblé par ces rééditions était le groupe d'âge des 25 à 45 ans, plus aisé financièrement, le format s'est révélé très attrayant pour les jeunes publics<sup>144</sup>. D'après Andy Bennett, ces rééditions ont surtout joué un rôle important dans « le lancement de ce que l'on pourrait appeler le discours “patrimonial” du rock » :

« Les rééditions de ce que l'on considère aujourd'hui comme des albums classiques du rock, en particulier les éditions spéciales d'anniversaire, comportent souvent des notes de pochette et/ou des livrets d'accompagnement compilés par des “autorités” du rock telles que des critiques musicaux et des producteurs de studio, qui détaillent certains aspects de la production de l'album, fournissent une évaluation des chansons et expliquent pourquoi un album est considéré comme un enregistrement marquant. Dans le contexte du rock, la grande majorité des albums qui font l'objet d'un tel discours patrimonial datent des années 1970 [...] »

L'emballage et la représentation de certaines rééditions de CD comme des enregistrements phares de cette manière pourraient également être considérés comme jouant un rôle important dans la façon dont les publics jeunes en viennent à expérimenter et à comprendre la signification du rock des années 1970<sup>145</sup>. »

b) Réédition : l'enregistrement permet la récupération du passé

L'enregistrement permet la récupération du passé. Aujourd'hui, la persistance matérielle des formes culturelles du passé permet aux auditeurs de « parcourir, d'échantillonner, d'enquêter sur des masses de musiques de toutes les époques<sup>146</sup> ». Des maisons de disque spécialisées bénéficient de cette présence d'objets du passé dans le présent pour « re-présenter le passé » ou « réécrire le passé enregistré » en commercialisant des disques passés.

---

<sup>143</sup> ROY Elodie, *op. cit.*, 150-151.

<sup>144</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, pp. 265-266.

<sup>145</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, pp. 265-266, ma traduction.

<sup>146</sup> DAY T., *A Century of Recorded Music : Listening to Musical History*, New Haven & London, Yale University Press, 2000, p. 216. (non consulté) Cité par ROY Elodie, *op. cit.*, p. 149.

c) Modification du rapport au live

Une autre conséquence de l'enregistrement sur la perception de la musique est dans le rapport au live, élément central du développement du rock. Aux débuts de l'enregistrement, les chansons étaient conçues pour le live, et les enregistrements cherchaient à en recréer les sonorités, prises comme « idéal d'authenticité » du rock<sup>147</sup>. Lorsque les technologies de studio ont davantage été utilisées à des fins créatives, une inversion s'est produite. Aujourd'hui encore la performance originale est celle du studio, et les concerts visent à recréer les sonorités qui y ont été obtenues<sup>148</sup>.

Ainsi, selon Gary Burns, l'une des raisons d'être des *rééditions* tient aux modifications de la perception de la musique et de son rapport au live, en conséquence des enregistrements studio. Les rééditions qui impliquent un travail de *remastering stereo* répondent à une volonté de spatialiser la musique, à l'image des salles de concert dans lesquelles elles ont pu être entendues : « André Bazin a estimé que l'invention du cinéma résultait de l'impulsion psychologique des êtres humains vers une "recréation du monde à son image". Dans le cas de la radio *oldies*, de MTV "Closet Classics", des albums des plus grands succès, et d'autres projets de reconditionnement, une impulsion similaire mais distincte est à l'œuvre, à savoir le désir de préserver et de revivre l'image (dans ce cas, une image acoustique) que nous avons produite. Le désir de stéréo est souvent conceptualisé comme une quête pour simuler une salle de concert [...] L'enregistrement stéréo est maintenant généralement "l'original", et un concert est souvent une "reproduction", fidèle ou autre, de l'enregistrement (voir Attali, *Goodwin Dancing*). » (Burns, p. 134)

Cette spatialisation de la musique peut prendre des allures de « valeur ajoutée » aux oreilles des auditeurs qui ont fait l'expérience des versions précédemment diffusées. Gary Burns prend l'exemple des radio « oldies » : elles suscitent l'intérêt des auditeurs parce qu'elles permettent à la fois le réconfort d'entendre ce dont on a déjà fait l'expérience, mais en plus de cela elles comportent une part de surprise en étant légèrement différentes.

---

<sup>147</sup> SEGURA GARCIA Silvia, *op. cit.*, p. 41.

<sup>148</sup> BURNS Gary, *op. cit.*, p. 134.

### B. Internet : modification des pratiques d'écoute

« Il n'y a pas si longtemps, notre culture se vivait principalement au présent, et reléguait le passé à des domaines spécifiques, confiné à des objets et des lieux qui lui étaient propres. [...] L'ère de YouTube-Wikipédia-Rapidshare-iTunes-Spotify a métamorphosé notre rapport au temps et à l'espace. La distance et le temps d'attente se sont érodés pour devenir quasiment inexistant<sup>149</sup>. » Les technologies numériques ont permis d'archiver des ressources d'autres temps et lieux, et de faciliter leur accès tout en en diminuant le coût, résultant en un excès documentaire. Ces voyages temporels, par le biais de YouTube et d'Internet en général, ne sont pas vraiment des retours en arrière mais plutôt des déplacements latéraux : « Internet assied côte à côte le passé lointain et le présent exotique. Accessibles de la même manière, ceux-ci se confondent en une seule et même entité : lointaine, mais proche... ancienne mais actuelle<sup>150</sup> ».

Ces « juke-box infinis<sup>151</sup> » modifient les pratiques d'écoute par rapport aux modes d'écoute du rock. Le modèle actuellement est celui de la playlist et non de l'album ; ils facilitent une découverte de musique par genre et de manière asynchrone, brouillant les contextes temporels (et esthétiques ? sortie de l'album, une chanson est déplacée hors de son contexte) des chansons. Les algorithmes, fonctionnant par l'analyse de nos pratiques pour orienter nos interactions suivantes, peuvent contribuer à la nostalgie en nous enfermant dans les genres que nous écoutons le plus. D'autre part, les fans de rock peuvent découvrir une multitude d'artistes, albums, et sous-genres, de différentes origines géographiques et temporelles, variant de la musique populaire entendue dans nos quotidiens : cela peut aussi mener au regret d'un type de musique que l'on trouve si facilement sur Internet et pourtant si peu dans notre quotidien alors même que la musique y est omniprésente.

### C. Supports et technostalgie

En traversant le temps, le rock en tant que musique enregistrée a connu plusieurs supports. Or, « chaque nouveau support authentifie d'une certaine manière l'ancien, ce qui signifie que chaque fois qu'une nouvelle technologie audio émerge sur la scène, l'ancienne

---

<sup>149</sup> REYNOLDS, *op. cit.*, p. 93.

<sup>150</sup> *Ibid.*, p. 119.

<sup>151</sup> *Ibid.*, p. 104.



devient précieuse en tant que moyen de reproduction “authentique” ou en tant que partie de l’expérience d’écoute “originale”<sup>152</sup> ».

La matérialité de la musique est une composante importante du processus de mémorisation et de réminiscence, l’écoute de la musique dépendant de sa médiatisation. Le vieillissement des technologies et objets musicaux suscite notre attachement à ceux-ci car les interactions que nous avons avec ces appareils (tourne-disques, lecteurs CD, radio,...) et objets (disques, cassettes, fichiers numériques) entraînent l’évolution de notre mémoire personnelle<sup>153</sup>.

La multiplication des supports entraîne donc les rééditions d’albums déjà célèbres, qui se voient « mis à jour » dans des formats plus récents. A l’inverse, la revalorisation des formats passés peut elle-aussi être observée depuis quelques années : des albums sont aujourd’hui réédités en étant pressés pour la première fois en vinyle, plusieurs années après leur parution dans d’autres formats<sup>154</sup>.

Le rock s’étant développé parallèlement à ces technologies, il a conservé jusqu’aujourd’hui une place importante dans les ventes de disques. On observe aujourd’hui une augmentation des ventes de vinyles : celle-ci n’est pas liée à un genre de musique particulier, bien que le rock y soit assez bien représenté<sup>155</sup>.

Signe du caractère auratique de ces objets rendus « exotiques » par la distance temporelle qui sépare le public le plus jeune de la période de grandeur du disque, cette technostalgie pour les supports repose sur la matérialité de l’objet, son esthétique et son

---

<sup>152</sup> VAN DIJCK, *op. cit.*, p. 113.

<sup>153</sup> *Ibid.* pp. 111-114

<sup>154</sup> Par exemple, le premier pressage vinyle de « *When the Pawn...* » de Fiona Apple, sorti en 1999 aux formats CD et cassette, a été annoncé en 2020 ;

- *Welcome To My World: The Music of Daniel Johnston*. Une édition vinyle de cette compilation de chansons de Daniel Johnston, paru en format CD en 2006, a été commercialisée en septembre 2022.
- *The Collection* d’Alanis Morissette (2005) devrait paraître pour la première fois en vinyle le 25 août 2023.
- Neil Young : le live *Odeon Budokan* a été enregistré en 1976, et publié en format CD dans un coffret commémoratif en 2020 (Neil Young Archives vol. II (1972-1976)). Sa première sortie en vinyle est annoncée pour septembre 2023. (ex. d’article : <https://americansongwriter.com/neil-young-announces-the-first-ever-vinyl-release-of-long-lost-live-album-odeon-budokan/>)

<sup>155</sup> Selon un rapport de l’IFPI (« La consommation de musique (*Engaging with music 2022*) », Fédération Internationale de l’Industrie Phonographique (IFPI), 2022), le classement des genres les plus vendus en vinyle correspondent presque exactement au « top 10 des genres musicaux préférés à l’échelle mondiale » : la pop était en 1<sup>ère</sup> position, le rock en 2<sup>e</sup> et le hip-hop / rap en 3<sup>e</sup>. La seule différence entre ces deux classements est une inversion entre le classique / opéra (6<sup>e</sup> genre le plus préféré et 5<sup>e</sup> genre le plus vendu) et la musique latine (5<sup>e</sup> genre préféré et 6<sup>e</sup> genre le plus vendu en vinyle). (pp. 17, 21)

caractère inhabituel, plus que sur ses caractéristiques techniques et ses sonorités<sup>156</sup>. Toutefois, la technostalgie ne peut expliquer à elle seule l'apparent regain d'intérêt pour les anciens formats. Leur consommation est notamment encouragée par des stratégies de vente, par exemple en permettant aux détenteurs d'une copie physique de l'album d'accéder en priorité aux listes d'attente pour acheter des billets pour le concert : le support cassette est le moins cher<sup>157</sup>.

#### D. Concert et vidéo

A la fin des années 1970, l'avènement de l'ère de la vidéo a modifié la perception du rock, tout en faisant de la vidéo un texte primaire en soi<sup>158</sup>. « Au milieu des années 80, les vidéos sont devenues aussi importantes que les sorties d'albums comme moyen de promotion des artistes et de leur musique. De plus, à cette époque, un certain nombre de groupes de rock nés à la fin des années 1960 et au début des années 1970 s'étaient dissous ou étaient en état de hiatus temporaire [...]»<sup>159</sup>.

Au cours de l'histoire, le rapport du rock au *live* a lui aussi fait évoluer la musique, toujours en rapport à la conception de « l'authenticité rock ». Les genres se sont ainsi succédé en alternant entre l'exubérance des spectacles conçus à des fins de divertissement et une recherche d'authenticité dans la valorisation des textes et des prestations plus épurées.

Les concerts de rock peuvent eux aussi entretenir des liens étroits avec la nostalgie : le plus tangible est peut-être dans l'analyse des performances de groupes. La diffusion médiatique des concerts d'époque, que ce soit sur YouTube ou par le biais des rediffusions et rééditions des concerts, permettent d'étonnantes comparaisons entre les performances rock actuelles et celles des décennies précédentes : que ce soit dans les tenues et coiffures, dans les postures, les équipements utilisés, les angles de caméra, ..., tout semble pouvoir être mis sur un même plan d'un point de vue historique.

---

<sup>156</sup> LEPA & TRITAKIS, *op. cit.*.

<sup>157</sup> Ce fut par exemple le cas pour Arctic Monkeys, qui était, avec Harry Styles, en tête des ventes de cassettes en avril 2023 en Angleterre. Cf. [British Phonographic Industry (bpi)], « UK recorded music revenues rise for an eighth successive year in 2022 », publié le 9 mars 2023 (<https://www.bpi.co.uk/news-analysis/uk-recorded-music-revenues-rise-for-an-eighth-successive-year-in-2022/>).

<sup>158</sup> BENNET Andy, *op. cit.*, p. 264.

<sup>159</sup> *Ibid.*, 2008, p. 264.



### III. FACTEURS MÉDIATIQUES

#### 1. Influence médiatique

##### A. *Construction de « canons »*

Les médias de masse destinés à la jeunesse et au rock se sont développés parallèlement à ce dernier, et ils ont donc contribué à établir un canon pour le rock. Dans le contexte des musiques populaires enregistrées, les industries musicale et médiatique structurent l'expérience musicale des consommateurs et exercent une influence directe sur le canon car « seule la musique qui a été enregistrée, distribuée et promue a une chance de canonisation<sup>160</sup>. » Leur « action concertée<sup>161</sup> », dans la production de l'offre musicale et sa médiation, est précisément ce qui permet aux membres des différents groupes sociaux de sélectionner à leur tour leurs préférences et d'instituer un certain consensus pouvant résulter en l'établissement d'un canon.

Un exemple de cela est dans l'établissement dans la presse écrite de classements, par les journalistes et les lecteurs. Les classements tels que les « meilleures sorties de l'année » ou les « meilleurs albums de tous les temps » entretiennent l'intérêt porté à certains albums : « les disques qui passent [le test du temps], et qui plaisent également aux jeunes auditeurs, sont étiquetés “chefs d'œuvre<sup>162</sup>” ». Considérées comme telles, « les œuvres plus anciennes établissent la norme pour les sorties actuelles qui ne peuvent alors rien faire d'autre que d'échouer. De cette façon, l'estime pour les chefs d'œuvre augmente encore plus<sup>163</sup> ». Cet intérêt est en outre suivi avec attention par les industries qui mettent alors diverses stratégies en place pour « maintenir certains musiciens et groupes présents dans l'esprit [des auditeurs]<sup>164</sup> ».

Il convient également de considérer l'histoire et le développement de ces médias, l'hypothèse étant que ce sont les acteurs principaux de ces médias qui contribuent à la construction de nostalgie. En effet, les fans d'hier sont les « décideurs » d'aujourd'hui : ces médias se sont développés parallèlement au rock, les discours se sont construits dans un même temps et aujourd'hui alors que cette population prend de l'âge et peut trouver du

---

<sup>160</sup> Von Appen & Doehring, *op. cit.*, p. 25.

<sup>161</sup> *Ibid.*

<sup>162</sup> *Ibid.*, p. 22.

<sup>163</sup> *Ibid.*, p. 33.

<sup>164</sup> *Ibid.*, p. 25.

réconfort dans la nostalgie, ses successeurs sont les fans de ces médias qui en ont reçu les codes. De plus, si ce canon établi et diffusé par les médias favorise la nostalgie, inversement le développement de ces médias en lien avec la jeunesse a fait de la nostalgie une stratégie d'adaptation efficace quelques décennies plus tard, face aux évolutions du paysage médiatique se développant à destination de la jeunesse actuelle.

*B. Transmission du canon (définition des « sixties », « seventies »)*

Les médias ont ainsi construit (et ils continuent à la véhiculer) l'image des décennies précédentes telle qu'elle est retenue dans la mémoire collective, en particulier pour la jeunesse qui ne l'a pas connue. « L'imagerie lyrique et visuelle associée à un certain nombre de groupes de rock des années 1970 peut également contribuer à ce que l'on pourrait appeler une nostalgie "reçue" par la jeunesse contemporaine, selon laquelle la décennie est perçue comme une période d'optimisme, d'espoir et de vastes horizons – qui ont tous été progressivement érodés par le déclin socio-économique qui a caractérisé les décennies suivantes<sup>165</sup>. »

Le rôle des médias dans la construction de nostalgie tient alors aux sélections opérées, et à la contribution que cela représente dans l'élaboration d'un canon, incluant la définition de l'authenticité. Si « le processus d'établissement de l'authenticité commence par l'identification hautement sélective et subjective d'aspects ou d'éléments particuliers d'une culture musicale, suivie de la décision de les perpétuer et de l'affirmation d'une valeur<sup>166</sup> », les médias jouent un rôle central dans ces sélections qui « deviennent des idéaux, des modèles vers lesquels tendre, des mesures d'évaluation et les critères d'établissement de l'authenticité<sup>167</sup>. »

Les médias ont progressivement construit un « discours patrimonial du rock » : dans les années 2000, la compréhension du rock se fait à travers un « prisme » particulier qui est celui de l'héritage et des discours canoniques.

« le jeune amateur de rock se voit offrir un canon musical tout fait – une série d'anciens modèles dont la musique doit être prise "au sérieux" et considérée comme la meilleure de son genre. [...] Dans le cas des jeunes fans de musique contemporaine, dont la connaissance et la compréhension du rock ont été

---

<sup>165</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, p. 273, ma traduction.

<sup>166</sup> HILL Juniper, BITHELL Caroline, « An Introduction to Music Revival as Concept, Cultural Process, and Medium of Change », in BITHELL Caroline, HILL Juniper (eds.), *The Oxford Handbook of Music Revival*, Oxford University Press, 2014, p. 20, ma traduction.

<sup>167</sup> *Ibid.*, p. 20, ma traduction.

acquises principalement à travers le prisme de l'héritage et des discours canoniques du rock, une tendance à ce que l'on pourrait appeler "l'élitisme du rock" peut être d'autant plus évidente. Pour ces fans, la maîtrise perçue d'artistes tels que Jimi Hendrix, Jimmy Page et Roger Waters va au-delà du quasi-élitisme de la contre-culture rock de la fin des années 1960 et du début des années 1970, pour laquelle la supériorité du rock en tant que forme musicale était fondée sur une distinction rock-pop (soutenue par le journalisme musical de l'époque) qui considérait le rock comme un art et rejetait la musique "pop" orientée vers les hit-parades comme un éphémère produit commercialement. » (Bennet, 2008, pp. 265-266)

Ceux-ci consacrent certains musiciens des années 1960 et 1970 « non pas simplement comme des icônes sous culturelles ou contre-culturelles, mais comme des contributeurs clés au caractère essentiel de la culture de la fin du XXe siècle [...] et comme un aspect intégral de la manière dont cette période de l'histoire doit être commémorée, représentée et célébrée. » Toutefois, l'éloignement des « terrains culturels et politiques de l'époque originale du rock [...] peut, dans une certaine mesure, avantager le jeune public du rock "classique" dans la mesure où il est capable de réévaluer le projet rock avec une distance critique qui lui permet d'avoir une image plus informée des réussites et des défauts du genre<sup>168</sup>. »

### C. *Evolution des médias dédiés au « classic rock » : publics et nostalgie comme stratégie*

En s'orientant à destination de la « culture jeune » dès leur fondation, un objectif de ces médias est de ne pas « vieillir avec leur public ». Cette notion a par exemple été explicitement évoquée en 2016 par Bernard Dobbeleer, alors chargé de la programmation musicale de Classic 21, qui était interrogé sur la ligne éditoriale de cette radio :

« Chaque radio de la RTBF a son identité propre. A l'origine, le projet de Marc Ysaye était de faire une radio classic rock, c'est-à-dire, s'appuyant sur le rock des années 60 et 70, mais avec le temps, nous avons évolué en intégrant les groupes des années 80 puis 90 et plus de pop. Aujourd'hui, notre slogan est "rock & pop". Notre base, c'est le pop-rock avec une part non négligeable de classic rock.

La tranche d'âge qu'on vise, ce sont les 35-54 ans. Le gros drame serait que notre auditeur moyen vieillisse avec la chaîne. On est donc une radio qui ne fait pas une fixette sur les nouveautés, mais qui est obligée d'évoluer sans cesse<sup>169</sup>. »

---

<sup>168</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, pp. 266-267, ma traduction.

<sup>169</sup> Bernard Dobbeleer, cité dans ZACHARIE Didier, « Le secret des playlists radio », *Le Soir* [En ligne], publié le 24 février 2016 (consulté le 28 juillet 2023). URL : <https://www.lesoir.be/27522/article/2016-02-24/le-secret-des-playlists-radio>. (je souligne)

Une idée similaire peut être lue dans la rétrospective du *Rock & Folk* à l'occasion des cinquante ans du magazine, en célébrant le fait d'avoir maintenu l'esprit de la publication<sup>170</sup>. Le rédacteur en chef de l'époque, Philippe Manœuvre, déclarait la même année maintenir une « super relation » avec les lecteurs<sup>171</sup> :

« On reçoit régulièrement des lettres bouleversantes, des coups de semonce et des admonestations aussi parfois. Nous avons un double lectorat : les plus jeunes, les 15-25 ans, qui apprécient les découvertes et nos articles sur l'histoire du rock, sur des artistes mythiques, et les plus anciens qui sont là depuis longtemps et qui nous disent qu'ils resteront abonnés jusqu'à la mort<sup>172</sup>. »

Cependant dans le cas de *Rock & Folk*, la publication semble avoir finalement vieilli avec son lectorat, comme l'évoque un témoignage rapporté par Etienne & Guibert (2022) :

« Lors d'une journée d'étude sur l'écriture rock à l'université de Montpellier (octobre 2021), un journaliste pigiste de *Rock & Folk* expliquait qu'il avait cessé de collaborer avec le magazine quand il lui avait été demandé de réduire sa rubrique de 4 700 signes à 4 000 signes afin de grossir les caractères imprimés dans les pages du magazine. Cette anecdote avait pour but de montrer que le lectorat vieillissait et que la publication se positionnait sur la cible qui lui avait été fidèle depuis longtemps. »

En effet, ces médias ont continué à toucher un public jeune, mais celui-ci vient s'ajouter au public « vieillissant », qui représente probablement une plus grande part des audiences et lectures car les jeunes ont leurs propres médias<sup>173</sup>. Cela favorise alors le recours

---

<sup>170</sup> « Un demi-siècle de chemin arpenté et de centaines de surhumains plus tard, le credo reste le même, permettant à *Rock&Folk* de se proclamer le plus vieux journal de rock dans l'univers connu. Ce journal est un mythe, imprimons donc sa légende (FLORIN Thomas E., « 50 ans de *Rock&Folk* », *R&F* n° 592, déc. 2016, p. 30).

<sup>171</sup> Juste après s'être auto-désigné, dans la même interview, comme « un Gutenberg » par opposition à l'idée de développer davantage la présence en ligne du magazine, le site n'étant alors qu'à un stade « minimaliste » : « Mais aucun lecteur ne nous a écrit pour nous en faire le reproche. Le journal papier suffit à lui-même. Et puis, moi, je suis un Gutenberg, pas un blogueur. Je sais fabriquer un journal et je pense que ce que propose *Rock & Folk*, aucun blog ne le fait. »

<sup>172</sup> Philippe Manœuvre, interview par MATHÉ Philippe, « A 50 ans, *Rock & Folk* continue de faire du bruit », *Ouest France* [En ligne], publié le 25 novembre 2016, modifié le 25 novembre 2016. URL : <https://www.ouest-france.fr/culture/musique-50-ans-rock-folk-continue-de-faire-du-bruit-4590346>.

<sup>173</sup> Un rapport de l'**IFPI (2022)** indique que la popularité de la radio « ne se dément pas, et la musique reste la principale raison pour laquelle les gens se branchent sur leurs stations préférées », et que 56% des 16-24 ans « déclarent un fort attachement au média radio ». Ce pourcentage évolue avec l'âge : 69% des 25-34 ans, 73% des 35-44 ans, 77% des 45-54 ans, et 76% des 55-64 ans. (Rapport : « La consommation de musique (*Engaging with music* 2022) », Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique (IFPI), 2022, p. 19)).

Une étude publiée en 2020 par l'**Observatoire des Politiques Culturelles**, menée en 2017 auprès de la population belge de plus de 16 ans et résidant en FWB a également souligné le fait que la musique est la principale source d'intérêt pour la radio. Cette étude indique cependant que bien que l'écoute musicale a augmenté dans nos pratiques culturelles quotidiennes entre 2007 et 2017 (p. 33), l'écoute de la radio (sur tous les supports : posts radio, internet, etc.), sur cette même période, est en recul : 46% des habitants de la FWB écoutent la radio tous les jours ou presque, et 31% ne l'écoutent jamais. Les 16-24 ans sont ceux qui écoutent le moins la radio, tandis que les 55-64 ans suivis des 65+ ans et des 45-54 ans dans cet ordre l'écoutent le plus quotidiennement. (VAN CAMPENHOUDT Maud et GUÉRIN Michel, « Pratiques et consommations culturelles de

à la nostalgie afin de maintenir de l'audience et de toucher les générations qui se sont construites avec la musique rock de cette époque, bien que les goûts musicaux semblent ne plus répondre à des frontières générationnelles<sup>174</sup>.

## 2. Presse

Dans le domaine de la presse écrite, les premiers magazines dédiés au rock sont apparus dès les années 1960, avec l'émergence de la catégorie économique des « adolescents ». Les magazines dédiés au rock qui sont toujours en activité aujourd'hui sont ceux qui ont été fondés à cette période : il s'agit notamment du *Rock & Folk* (1966) et de *Best* (1968<sup>175</sup>) en France, du *Rolling Stone* (1967 aux Etats-Unis, décliné dans 7 autres pays par la suite, dont le *Rolling Stone France* en 1988), et des « NME » ou New Musical Express (1952) et *Melody Maker* (1926-2000<sup>176</sup>) fondés en Angleterre à destination d'un public spécialisé mais qui ont ensuite ciblé un public de *fans*. A ces publications se sont progressivement ajoutés des magazines orientés vers le passé du rock : parmi ceux-ci, *Mojo* (1993 en Angleterre ; version Française depuis 2012<sup>177</sup>) est centré sur les musiques populaires mais il se consacre beaucoup aux « artistes classiques du rock », ou encore *Classic Rock* (UK, 1998-...) évoquant principalement des groupes de rock des années 1960 à 1990 mais aussi des groupes modernes.

En 1935, *Jazz Hot* fut la première publication à cibler un lectorat d'amateurs d'un genre musical et non plus seulement de musiciens ou de professionnels<sup>178</sup>. C'est en « hors-

---

la population en Fédération Wallonie-Bruxelles », Observatoire des Politiques Culturelles (OPC), coll. *Etudes*, n° 8, février 2020, p. 35)

<sup>174</sup> GARDNER & JENNINGS, *op. cit.*, 2019.

Rem. Au sein de la RTBF, une nouvelle découpe des publics est utilisée depuis 2022. Parmi les stations de la RTBF, Classic 21 fait partie des stations qui visent le public des « Affinitaires » : « un public plus exigeant, qui s'intéresse à un/des sujet(s) spécifique(s) parfois pointu(s). Ce public est lié à un comportement d'usage individuel du média. Il comprend La Trois, Classic 21, Musiq'3 et La Première. ». ([RTBF ; Service Médiation], « Quelles sont les marques et leur ligne éditoriale ? », *RTBF* [en ligne], publié le 07 janvier 2022, maj le 07 janvier 2022. URL : <https://www.rtbf.be/article/quelles-sont-les-marques-et-leur-ligne-editoriale-10910369>)

<sup>175</sup> Le magazine *Best* a connu plusieurs interruptions : il est apparu en 1968 en « concurrence » au *Rock & Folk*, mais sa publication a été interrompue en 1994. Le magazine a été relancé de 1999 à 2000 avant d'être à nouveau interrompu. En 2022 *Best* a été racheté et est désormais publié sous la forme d'un *mook*, croisement entre magazine et livre.

<sup>176</sup> Le *Melody Maker* a fusionné avec le NME en 2000.

<sup>177</sup> En 2013, la version française du magazine a tenté de se développer en ligne, en passant par une demande de financement collaboratif (le projet n'a pas été financé mais l'annonce reste accessible : <https://fr.ulule.com/mojo-numerique/>). Belkacem Kahlouli y décrit la thématique centrale comme étant le « rock "classique" et "vintage" (sans laisser les petits jeunes de côté pour autant) ».

<sup>178</sup> ÉTIENNE Samuel, GUIBERT Jérôme, « La presse magazine musicale. État des lieux et enjeux du tournant numérique », *La musique en mouvements : Horizon 2030*, CNMLab [En ligne], publié le 21 mars 2022. URL : <https://cnmlab.fr/recueil/horizon-la-musique-en-2030/chapitre/9/>.



série » de cette publication que paraît le premier numéro de *Rock & Folk* (1966), premier magazine décliné sur ce modèle et dédié au rock<sup>179</sup>. Ce type de presse se développe ainsi dans les années 1960, parallèlement au rock, et devient un média de masse notamment car « les jeunes (adolescents puis post-adolescent) dont l'effectif a explosé (conséquence directe du baby-boom qui succéda à la guerre) s'emparent de la forme magazine », mais aussi parce qu'elle « accompagne la croissance et le développement de l'industrie de la musique enregistrée jusqu'à son sommet en 2000<sup>180</sup>. » Jusqu'au début des années 1980, les magazines spécialisés en musique populaire étaient les seuls à évoquer les musiques populaires auprès des jeunes, laissées en marge des médias grand public. Le genre s'est ensuite développé, et de nouveaux magazines plus spécialisés ou consacrés à d'autres genres sont apparus. Mais à partir de la seconde moitié des années 1980, les médias plus généralistes s'intéressent davantage aux musiques populaires et entraînent alors une perte d'influence de ces magazines spécialisés, perte qui sera plus tard renforcée par le développement d'Internet ainsi que par la crise du disque (2000-2010)<sup>181</sup>.

Malgré le déclin des ventes, une part importante des magazines fondés à cette époque est toujours en activité, après avoir adapté leurs formats et migré (partiellement ou entièrement) en ligne en y développant de nouveaux contenus. Parmi les stratégies adoptées par les magazines musicaux pour se maintenir dans le contexte de l'émergence des médias numériques, plusieurs ont trait à la nostalgie<sup>182</sup>. Il s'agit notamment de la réédition de leur *back catalogue* : « il est ainsi possible de recycler des articles en proposant des rééditions du contenu historique appartenant au magazine sous la forme de hors-séries thématiques (collection *Rock & Folk* hors-série : punk, Beatles, apparition de pages reprenant rituellement des contenus anciens « il y a 5 ans ... », des focus sur des années emblématiques, ou des numéros spéciaux consacrés à un artiste spécifique (comme à

---

<sup>179</sup> *Rock & Folk* se veut une zone de réflexion sur une révolution en marche, loin de la « musiquette » et des « générations anciennes ». C'est une publication ouverte aux réactions des (jeunes) lecteurs et qui entend être guidée par ceux-ci. Cf. Edito : « Enfin, ça bouge ! Enfin, la musique "guimauve", la musiquette, ne règne plus sans partage sur le monde musical ! Elle conserve bien son audience auprès des générations anciennes et des nostalgiques rétrogrades, mais cette peau de chagrin a déjà bien diminué. | La musique qui balance a envahi le monde. Cette intrusion du rythme dans la vie quotidienne de millions d'individus aurait été impossible sans une autre révolution, celle des esprits et le conformisme de papa a vraiment du plomb dans l'aile. Le succès des paroles corrosives, explosives, de certaines chansons actuelles le prouve. » (BAUDELET Robert, Edito, *Jazz Hot*, n° 222bis (numéro spécial, Hors Série *Rock & Folk*), août 1966, p. 9 (souvent considéré comme le « numéro zéro » de *Rock & Folk*)).

<sup>180</sup> ÉTIENNE & GUIBERT, *op. cit.*.

<sup>181</sup> *Ibid.*

<sup>182</sup> Cf. *ibid.* pour les autres stratégies développées, je n'ai gardé que celles jugées pertinentes pour mon propos, mais d'autres abordent aussi la nostalgie plus en lien avec le média lui-même, le magazine en tant qu'objet imprimé, qui devient objet de collection.

l'occasion de la sortie d'un nouvel album) ou par la traduction d'articles initialement publiés en anglais dans d'autres pays (*Rolling Stone* et *Classic Rock* principalement)<sup>183</sup>.

Ces magazines, autrefois consacrés à la musique qui leur était contemporaine et orientés vers un public jeune, favorisent le développement d'un discours nostalgique et patrimonial, en revenant systématiquement aux productions de cette époque. L'adaptation à un lectorat vieillissant<sup>184</sup> est, en effet, l'une des stratégies que peuvent adopter les magazines afin de se maintenir dans le paysage de la presse au moment même où elle passe aux formats numériques et fait face à l'émergence de nouveaux médias, réseaux sociaux et « influenceurs musicaux » s'ajoutant aux côtés des critiques traditionnels. Etienne et Guibert (2022) évoquent cela par les termes de « lectorat générationnel ».

« Au terme de cinquante ans de presse musicale, on peut faire l'hypothèse qu'il y a un effet générationnel associé aux publications, et que le public fidèle d'un magazine évolue en grande partie avec la publication. Si cela se vérifie, le lectorat de *Rock & Folk* est en moyenne plus âgé que celui des *Inrockuptibles* qui, lui-même, se situe autour de la cinquantaine. À l'ancienneté des magazines, il faut ajouter leur positionnement initial : ainsi *My Rock* et *Plugged* (édités par Komakino Publishing de Pierre Veillet) semblent viser un lectorat âgé de 20 à 30 ans.

Les magazines peuvent soit confirmer cet ancrage sur des tranches d'âges en mettant en avant des artistes générationnels sur leur couverture, soit chercher à atteindre d'autres publics. Par exemple, il y a une vingtaine d'années, alors que Philippe Manœuvre dirigeait le mensuel, au moment de la scène « baby rockers » dans laquelle le média était impliqué, *Rock & Folk* se donnait pour but de viser deux générations (les vingtenaires et les cinquantenaires). »

(ÉTIENNE & GUIBERT, 2022)

Enfin, le magazine peut se développer sur le modèle d'une marque média et profiter de sa notoriété établie : par exemple on peut parler du « *Rock & Folk* de Philippe Manœuvre, la personnalité de ce dernier attirant des lecteurs. [...] faire reposer un journal sur la notoriété d'un individu peut être bénéfique [...] La notoriété d'un artiste populaire (vedettariat) ou

---

<sup>183</sup> *Ibid.*, 2022.

<sup>184</sup> En 2010, le *rock critic* Nick Kent commentait ce changement nostalgique par rapport à la critique musicale dans les magazines britanniques : « I don't read the NME at all. I'm not knocking it. They're one of the few music periodicals that are still dealing with music on a young, grassroots level. They're the only paper or the only periodical in Britain that regularly go into clubs and look at the young groups. *Mojo* and *Uncut* are purely nostalgia driven. Both those magazines are for people in their middle age. Going into the Senior Citizen stratosphere. Mainly for those people who aren't able to work a computer, literally. I think that is their leading demographic. People who want to be reminded of the 60s. How many times can you read an article or how many times can anyone write an article on the making of Sgt. Pepper ? The making of Electric Ladyland ? » (Nick Kent, interview dans SPITZ Marc, « Q&A : Nick Kent on the 1970s, Keith Richards, and the Current State of Music Journalism », *Vanity Fair* [En ligne], publié le 31 août 2010, consulté le 15 juillet 2023 <https://www.vanityfair.com/culture/2010/08/nick-kent>) (je souligne)

d'un courant musical reste longtemps ancrée chez les fans même lorsqu'il n'y a plus d'actualités discographiques, la presse peut encore s'appuyer sur ce phénomène<sup>185</sup>. »

### 3. Médias numériques : presse et sites dédiés

En plus de ces publications qui ont développé leurs sites internet, sur lesquels ils abordent davantage l'actualité, des « nouveaux venus » entretiennent eux-aussi des rapports nostalgiques à la musique. Ceux qui sont arrivés trop tard reviennent rétrospectivement sur les albums « classiques » : *Pitchfork*, apparu sur Internet en 1995, publie ainsi chaque dimanche depuis 2016 les « Sunday Reviews (*Best Long Reads on Classic Albums*) », critiques d'albums antérieurs à la fondation du site<sup>186</sup>. Il s'agit vraisemblablement là aussi d'une stratégie pour multiplier les publics, mais à l'inverse en attirant des publics plus âgés.

### 4. Radio

Les directeurs de la programmation et directeurs musicaux des radios occupent des places importantes dans l'industrie musicale, ils jouent aussi un rôle majeur dans « le maintien de la popularité continue<sup>187</sup> » de certains titres, car ils « sont des communicateurs de masse, chargés de décider quelles musiques les stations diffuseront<sup>188</sup> » et ils « contribuent à ces processus socioculturels qui déterminent les pratiques de décodage des publics<sup>189</sup> ».

Les radios jouent un rôle central dans la transmission du « classic rock » car c'est dans le paysage radiophonique que cette expression est apparue, dans les années 1980 en tant que format radiophonique aux Etats-Unis. Ces stations étaient alors dédiées à la mise en avant du rock des années 1960 aux années 1980, en mettant l'accent plus spécifiquement sur des albums des années 1970<sup>190</sup>.

---

<sup>185</sup> ÉTIENNE & GUIBERT, *op. cit.*

<sup>186</sup> [Pitchfork] « Pitchfork Presents The Sunday Review », *Pitchfork* [En ligne], le 09 juin 2016, consulté le 29 juillet 2023. URL : <https://pitchfork.com/news/65994-pitchfork-presents-the-sunday-review/>. En présentant cette nouvelle critique hebdomadaire, 'Pitchfork' précise que cette idée leur est venue à la suite des décès de David Bowie et de Prince (plus tôt en 2016), à l'annonce desquels ils ont redécouvert leurs catalogues respectifs.

<sup>187</sup> Wolfe et al., *op. cit.*, p. 265.

<sup>188</sup> *Ibid.*

<sup>189</sup> *Ibid.*

<sup>190</sup> VALLEE Mickey, « Classic rock », *Oxford Music Online*, publié le 25 juillet 2013 [print : nov. 2013]. URL : <https://doi.org/10.1093/gmo/9781561592630.article.A2240526>.

Le phénomène des radios « classic rock », « oldies radio » et autres formats de radio axés sur une période ciblée de l'histoire de la musique récente a été décuplé avec l'émergence des formats radiophoniques numériques. Les grandes chaînes de radio ont ainsi développé une multitude de plus petites radios ciblant un genre musical ou une période définie, en plus de proposer des podcasts thématiques.

Ces radios définissent un son caractéristique : elles ciblent un public précis, celui qui a grandi avec ces musiques. Mais elles touchent en fait plusieurs générations, étant donné que les plus jeunes grandissent par conséquent eux-aussi avec cette musique, mais dans un contexte autre. Ils reçoivent ici ces récits et cette nostalgie, mais surtout une certaine conception des périodes envisagées :

« le positionnement du rock de la fin des années 1960 et du début des années 1970 dans le contexte des formats radiophoniques « classic gold » peut également jouer son rôle en imprégnant les jeunes auditeurs d'une nostalgie reçue pour un âge d'or où la musique populaire était "meilleure" et était prise "plus au sérieux" par les consommateurs comme un aspect important de leur vie »  
(Bennett Andy, 2008, p. 273, ma traduction).

Par stratégie d'exclusion, ces radios tendent à la « suggestion que la musique des décennies précédentes est supérieure à la musique populaire contemporaine, que les artistes qui l'ont interprétée sont plus talentueux et "authentiques", que le public qui écoute ces stations est plus "sérieux". La circulation continue de morceaux de rock des années 60 et 70 via ces formats de diffusion "classic gold" sert également à leur donner une aura d'omniprésence, en particulier du point de vue des jeunes auditeurs pour qui ces morceaux font partie intégrante du paysage sonore quotidien depuis aussi longtemps qu'ils s'en souviennent<sup>191</sup>. » Cela résulte en une « sensation "intemporelle" » associée à l'écoute de ces musiques<sup>192</sup>.

## 5. Télévision

La diffusion médiatique du rock et de discours esthétiques portés sur la nostalgie passe également par le *live* (et les rééditions), le clip vidéo (et les migrations sur Internet de ces clips), ainsi que par l'exploitation médiatique de la musique dans les productions audiovisuelles telles que les séries et films.

---

<sup>191</sup> Bennett Andy, *op. cit.*, ma traduction.

<sup>192</sup> *Ibid.*, ma traduction.

La télévision a joué un rôle majeur dans la diffusion du rock : des émissions comme le Ed Sullivan Show (1948-1971) aux Etats-Unis, « Top of the Pops » (1964-2006) et « Later... with Jools Holland » (1992-...) en Angleterre, « Les Enfants du Rock » (1981-1988) en France restent aujourd'hui encore dans la mémoire comme des émissions phares de l'histoire de la musique même si seule une d'entre elles est toujours active.

Si elle participe à la construction de nostalgie pour le rock, c'est principalement parce que la télévision connaît elle-aussi cette vague de nostalgie : d'année en année, les rétrospectives se multiplient et des programmes centrés sur la nostalgie (re)présentent à leurs spectateurs des sélections des « meilleures émissions ». Les archives des *talkshows* et autres passages de *rock stars* à la télévision (souvent rendus accessibles sur internet aussi) sont ainsi rediffusés périodiquement, dans des collages qui par sélection contribuent à véhiculer l'image d'un « âge d'or », et par l'adoption d'une approche axée sur le divertissement et la joie disposent une sorte de « filtre rose » sur cette période.

Dans le contexte de création de nostalgie (*commodified nostalgia*), une approche « cross-media » est également exploitée, par exemple par la documentation de l'organisation des tournées conçues sur le mode nostalgique, en rassemblant les stars d'une époque en vue de se replonger dans une version 2.0 du passé. S'agissant des musiques pop, la France fournit un exemple d'une telle entreprise, ciblant les années 1980. *Âge Tendre et Têtes de Bois* (1961-1964, puis 1964-1965 sous le nom « Tête de bois et tendres années ») était considérée comme « le pendant télévisé » de l'émission radio *Salut les Copains* (Europe 1, 1959-1969), qui s'est aussi développé dans la presse écrite avec le magazine SLC en 1962. Dès 2006, le nom de cette émission est associé à une tournée de concerts visant à rassembler sur scène (ensuite décliné sur le modèle de la croisière, à partir de 2008) des artistes des années 1960 et 1970. Ces tournées et croisières sont documentées en télévision, présentant ainsi les coulisses de la préparation sous forme de reportages. Ces performances contribuent déjà à la création d'une néo-nostalgie (sans le côté amer de la nostalgie) pour une construction (sélection des faits, présentation axée sur les aspects positifs et la joie,...), mais leur documentation en télévision contribue à l'exploitation et la création de nostalgie dans le paysage télévisuel français. Ces présentations répondent à plusieurs fonctions : « représenter le passé de façon plus positive que le présent ("nostalgie simple"), mettre l'accent sur la joie plutôt que sur la douce amertume à laquelle on l'associe souvent, représenter un retour imaginaire à la jeunesse et promouvoir la cohésion sociale et transgénérationnelle. Cette

couverture médiatique participe également de la puissance commerciale de la nostalgie, tout en interrogeant son statut au sein d'un champ musical et culturel plus large.<sup>193</sup> »

## 6. Contenus cinématographiques et audiovisuels (fiction)

Selon Andy Bennett, au milieu des années 1980, « la vidéo rock est devenue un texte primaire en soi, car le public, trop jeune pour avoir assisté aux concerts des principaux groupes de rock de la fin des années 1960 et du début des années 1970, a découvert ces artistes par le biais du nouveau média qu'est la télévision musicale et/ou les vidéos privées<sup>194</sup>. » Signe de la portée de ce support, Andy Bennett mentionne la sortie du clip de *Bohemian Rhapsody* (Queen) en 1975 comme l'un des éléments marquants de ce changement. Quelques quarante-trois ans plus tard, le biopic consacré à Freddie Mercury, portant le nom de cette chanson, remporte un franc succès dans les box-offices et signifie un regain d'intérêt pour les biopics consacrés à des figures emblématiques de l'histoire du rock<sup>195</sup>. À la suite de ce film, le titre de Queen a atteint un record d'écoutes sur Spotify, en comptabilisant plus de deux milliards d'écoute ; sur YouTube, c'est la première vidéo antérieure à 1990 à avoir dépassé le milliard de vues<sup>196</sup>.

Les productions audiovisuelles, pour le cinéma et la télévision, peuvent, elles aussi, contribuer à la construction de nostalgie pour un âge d'or du rock, par la représentation idéalisée de périodes de l'histoire du rock, ou de la vie d'acteurs de celle-ci. Inversement, la nostalgie associée à un âge d'or du rock peut servir ici aussi de stratégie afin de toucher un plus large public. Cela se remarque notamment dans le succès commercial, ces dernières années, des biopics présentant dans une forme romancée la vie de personnalités marquantes du rock, à l'instar de Queen (« *Bohemian Rhapsody* », 2018), Elton John (*Rocket Man*, 2019) ou Elvis Presley (« *Elvis* », 2022) pour ne citer qu'eux. Les chansons et personnalités

---

<sup>193</sup> DAUNCEY & TINKER, *op. cit.*, p. 10.

<sup>194</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, p. 264.

<sup>195</sup> Le genre du film biographique s'est développé dès le XIX<sup>e</sup> siècle, et vit une première « heure de gloire » dans les années 1930-1960, ainsi qu'une renaissance une vingtaine d'années plus tard. Dans les années 2000, Rémi Fontanel (maître de conférences en études cinématographiques et audiovisuelles à l'université Lyon II) observe deux tendances principales qui sont l'apparition d'un nouveau type de personnage, l'entrepreneur (Zuckerberg, Jobs, Bushnell) et « la montée en puissance des biopics musicaux » dans des projets portant sur Miles Davis, Iggy Pop, Bono, Jeff Buckley, Bob Marley... (FONTANEL Rémi (dir.), *Biopic : de la réalité à la fiction*, éd. Charles Corlet, coll. CinémAction, 2011 (non consulté). Cité par BLANC-GRAS Julien, « Il y a un biopic après la vie », *Le Monde* [en ligne], publié le 09 mars 2012, URL : [https://www.lemonde.fr/mystyles/article/2012/03/09/il-y-a-un-biopic-apres-la-vie\\_1653955\\_4497319.html](https://www.lemonde.fr/mystyles/article/2012/03/09/il-y-a-un-biopic-apres-la-vie_1653955_4497319.html)).

<sup>196</sup> [Classic 21], « [Journal du rock] Queen : *Bohemian Rhapsody* bat à nouveau un record ! », *RBTF* [En ligne], publié le 22 décembre 2022, consulté le 28 juillet 2023. URL : <https://www.rtbf.be/article/queen-bohemian-rhapsody-bat-a-nouveau-un-record-11127231>.

sélectionnées sont ainsi présentées à de nouveaux publics, dans un format imposant un certain filtre dans l'évocation de l'histoire (« basé sur des faits réels », mais en répondant à des objectifs de divertissement et non d'information).

Un autre élément suscitant la nostalgie dans le domaine audiovisuel est l'utilisation de chansons populaires des années 1960 à 1980, dans des séries ciblant des publics jeunes. Cette utilisation rend « une nouvelle jeunesse » à des chansons qui se démarquent par la suite dans les classements (retour ou première apparition dans les *hit-parades*, augmentation du nombre de ventes et de streaming qui font parfois apparaître ces chansons pour la première fois dans ces classements,...) et sont réutilisées dans de nouveaux contextes et par le biais de nouveaux médias, par exemple sur TikTok, où elles rencontrent de nouveaux publics.

#### IV. FACTEURS ÉCONOMIQUES

Les facteurs économiques contribuant à la construction de nostalgie pour un âge d'or du rock sont tout à la fois des agents contribuant à sa construction que des formes d'exploitation de celle-ci.

Selon Michael Hviid Jacobsen (2022), le mode de consommation de la société contemporaine a fait de la consommation un facteur générateur important de nostalgie :

« Le présent – peut-être aujourd'hui de manière inédite – est hanté par le passé, non seulement en tant que prémisses ontologiques [...] mais aussi en tant que dimension expérientielle évidente dans la manière dont les gens recherchent volontairement les reliques du passé (ou des parties spécifiques et sélectives de celui-ci) afin d'être en mesure de supporter le présent. [...] Aujourd'hui, de nombreux acteurs et agences sont impliqués dans la réécriture, le reconditionnement et la vente du passé comme quelque chose de beau, de mémorable et de significatif, parfois même sous la forme d'une "fausse histoire". Ce renouveau de la nostalgie<sup>197</sup> a été alimenté ces dernières années par de nombreux développements de la vie sociale de la fin de la modernité. *Dans une société de consommation comme la nôtre, dans laquelle nous sommes de plus en plus interpellés (par des intérêts politiques et commerciaux) comme des consommateurs plutôt que comme des producteurs, et dans laquelle nos identités sont créées autour de ce que nous achetons et de notre apparence, la consommation devient un générateur important de nostalgie.* Cette tendance s'étend également à de nombreux autres domaines de la consommation : disques vinyles, magnétoscopes, téléphones à l'ancienne, [...] la liste continue [...] et autres pratiques témoignant d'une demande ou d'un désir de renouer avec un passé pas si lointain. »  
(Jacobsen, 2022b, pp. 17-18, ma traduction – je souligne)

Si c'est un phénomène répandu à tous les niveaux de la vie sociale, la nostalgie est notamment devenue « indissociable de la sphère commerciale du divertissement : nous ne pouvons résister aux produits d'hier, les nouveautés et les distractions qui peuplaient notre jeunesse<sup>198</sup> ». On peut d'ailleurs parler d'une forme spécifique de nostalgie : la nostalgie commercialisée (*commodified nostalgia*), construite par des industries en lien avec des stratégies de *marketing* et de *merchandising* en vue de sa commercialisation. Cette nostalgie « est toujours idéologique : le passé qu'elle cherche n'a jamais existé, sauf comme récit, et donc, toujours absent, ce passé menace continuellement de se reproduire comme un manque

---

<sup>197</sup> L'auteur parle de « renouveau » car il considère la nostalgie comme un phénomène qui se répète, en soulignant la « vague de nostalgie » observée par Davis en 1977 suivie d'une « épidémie de nostalgie » mentionnée par Svetlana Boym en 2001.

<sup>198</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, pp. 28-29. Voir aussi ROY Elodie, *op. cit.*, p. 146 ; SHUMWAY DAVID, 1999, p. 40.



ressenti<sup>199</sup> ». Les stratégies mises en place offrent simultanément « une nostalgie prête à consommer, sans la pesanteur et la difficulté d’acquérir des souvenirs et du vécu dont ce sentiment puisse surgir<sup>200</sup> », et le moyen de combler ce manque.

Ainsi, l’industrie est à l’origine d’une « nostalgie sans *nostos* », ce qu’Elodie Roy nomme « consommateur-algie » (*consumer-algia*). Ce rapport particulier au passé dépend directement d’objets commercialisés dans le présent en vue d’éveiller un intérêt porté par des esprits de collectionneurs, mais sans pour autant modifier l’histoire<sup>201</sup>.

Un exemple de ceci est la réédition d’enregistrements méconnus, « déterrés » par des labels qui agissent comme des archéologues, pour reprendre la comparaison établie par l’auteure. Ces enregistrements sont souvent anonymes, mais leur caractère de *curiosité* leur confère un intérêt auprès des collectionneurs. Il ne s’agit donc pas à proprement parler de nostalgie : aucun souvenir n’y a été associé par l’auditeur, qui découvre quelque chose d’ancien.

A la différence de la *consumer-algia*, la néo-nostalgie, formulée par Frédéric Jameson et lue par Deena Weinstein, « consiste à substituer un imaginaire, une construction, une simulation, un mythe, en lieu et place de ce qui s’est probablement vraiment produit dans le passé. La néo-nostalgie prend pour argent comptant cette construction, et déprécie ensuite le présent parce qu’il lui est inférieur : ça aurait été mieux de vivre à cette époque, mais, à défaut, je peux en goûter le double mythique et esthétisé<sup>202</sup> ».

On pourrait considérer sous cet angle les productions qui rassemblent des « stars des années 1980 » dans le cadre d’un festival thématique dédié à une période ou un genre, ou à l’occasion d’une tournée par exemple. Le fait de les rassembler tous en un même lieu peut constituer cette construction. Alors qu’à l’époque on les aurait vus séparément pour un concert, aujourd’hui ils se produisent les uns à la suite des autres, en rassemblant différents genres qui coexistaient et donc face à plusieurs publics eux-aussi rassemblés. Les groupes peuvent garder leur nom mais ne plus comprendre que quelques membres d’origine

---

<sup>199</sup> STEWART Susan, *On Longing – Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection*, Durham & London, Duke University Press, 2007 [1993], p. 23 (non consulté). Cité par ROY Elodie, *op. cit.*, p. 151, ma traduction. (« *nostalgia “is always ideological : the past it seeks has never existed except as narrative, and hence, always absent, that past continually threatens to reproduce itself as a felt lack”* »)

<sup>200</sup> RUSSO, *op. cit.*, p. 163.

<sup>201</sup> ROY, *op. cit.*

<sup>202</sup> WEINSTEIN, *op. cit.*, p. 31.

(lorsqu'ils ne sont pas repris par des *tribute bands*), pour quelques chansons qui sont les plus connues de leur répertoire<sup>203</sup>.

## 1. Démographie et contexte socio-économique

Le principal élément expliquant l'omniprésence de cette culture mémorielle aujourd'hui est le poids, dans l'économie occidentale, de la génération du baby-boom qui a grandi avec le rock et continue d'exercer une grande influence sur la culture aujourd'hui, bien que la démographie soit en train d'évoluer autrement<sup>204</sup>.

« Dans la plupart des pays occidentaux, la pyramide des âges montre que les baby-boomers, qui deviennent la tranche de la population la plus importante dans les années 1960, sont restés les plus nombreux pendant des décennies. [...] Plus nombreux que leurs parents, ils ont pu imposer leurs goûts et monopoliser les classements à partir des années 1960 ; plus nombreux que leurs enfants et, jusqu'à très récemment, que leurs petits-enfants, ils ont interféré décennie après décennie dans les nouvelles modes<sup>205</sup>. »

La continuité de leur influence peut s'expliquer non seulement par leur puissance numérique mais aussi parce qu'ils « vivent également plus vieux et en meilleure santé que les générations précédentes<sup>206</sup> », et ils « influent sur le marché des musiques populaires parce que, désormais retraités, ils possèdent davantage de temps disponible et, surtout, comme ils ont été les bénéficiaires des trente glorieuses, ils disposent de davantage de moyens financiers que leurs descendants<sup>207</sup>. »

### A. Evolution du contexte socio-économique

Le changement du contexte socio-économique depuis les années 1980 peut être avancé comme l'une des raisons favorisant l'investissement culturel des jeunes dans la musique rock de la fin des années 1960 et début 1970 :

---

<sup>203</sup> Sur son blog, Simon Reynolds évoque sa participation au festival américain « Cruel World », dédié aux musiques alternatives des années 1980. Ce témoignage illustre à la fois cette construction, les rapports identitaires et la transmission entre les générations qui sont mis en place dans le cadre de ce type d'événement. Cf. REYNOLDS Simon, « No, I Don't Want to Hear the New Stuff », *Retromania By Simon Reynolds* (blog), le 27 mai 2022, consulté le ????. URL : <http://retromaniabysimonreynolds.blogspot.com/2022/05/no-i-do-not-want-to-hear-new-stuff.html>.

<sup>204</sup> Weinstein, *op. cit.*, p. 31 ; FRY Richard, « Millenials overtake Baby Boomers as America's largest generation », *Pew Research Center* [En ligne], publié le 28 août 2020, consulté le 08 août 2023. URL : <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/04/28/millennials-overtake-baby-boomers-as-americas-largest-generation/>.

<sup>205</sup> PIRENNE Christophe, 2021, *op. cit.*, p. 52.

<sup>206</sup> *Ibid.*

<sup>207</sup> *Ibid.*

« La post-industrialisation, l'instabilité économique et l'augmentation du risque et de l'incertitude sont venus s'ajouter à ce tableau des changements socio-économiques depuis le début des années 1970, et l'ont exacerbé [...] selon Weinstein (1994) : "Le sentiment d'un malheur imminent, écologique, économique, politique, éducatif et social, a remplacé le sentiment de progrès et l'espoir d'un monde futur meilleur que l'état actuel des choses. Une grande partie de la musique typiquement jeune, en particulier le thrash metal, exprime ce point de vue de manière convaincante et émotionnelle"<sup>208</sup> »

[...]

L'une des raisons de l'attraction des jeunes pour le rock "classique" et pour les groupes de rock vieillissants qui continuent à le jouer, pourrait être sa signification en tant qu'alternative aux timbres plus sombres, plus menaçants et à l'adresse apocalyptique du métal extrême. De cette façon, la musique rock, et en particulier celle enregistrée dans les années 1970, peut être considérée comme la signature d'un "âge d'or". » (Andy Bennett, 2008, pp. 271-272, ma traduction)

En outre, si le marché de la nostalgie associée au rock s'est développé avec le vieillissement des baby-boomers, ce modèle nostalgique peut aujourd'hui être appliqué à chaque génération vieillissante, qui se tourne alors vers ses propres souvenirs. Les industries, en adoptant la nostalgie comme stratégie, peuvent cibler un public de jeunes adultes, car c'est le moment où l'on vieillit et où l'on en prend conscience, mais aussi un moment où on a plus de moyens financiers qu'à l'adolescence. Ces moyens peuvent alors être mis au profit des manifestations de retour des genres, groupes et personnalités marquantes de notre adolescence. On le voit par exemple actuellement avec le pop punk, qui effectue un retour seulement 10 ans après sa disparition des tendances.

---

<sup>208</sup> WEINSTEIN 1994, p. 81 (non consulté). Cité par Andy Bennett, *op. cit.*, p. 271, ma traduction.

## 2. Industrie musicale et nostalgie

### A. Musique enregistrée

L'économie musicale actuelle repose en grande partie sur l'exploitation des *back catalogues*<sup>209</sup>, tandis que la quantité d'*actualités* (disques de moins de quinze mois) et le catalogue récent s'amenuisent<sup>210</sup>. Depuis la crise économique au début du XXI<sup>e</sup> siècle<sup>211</sup>, les rachats de catalogues de musique ont par ailleurs pris une ampleur considérable<sup>212</sup> : « La valeur d'un catalogue, ça se calcule, et voilà, des gens pensent que c'est le bon moment de passer à la caisse, pour le valoriser au moment où ça vaut le plus et où il y a une demande. Il est vrai que beaucoup de gros éditeurs rachètent, accumulent du catalogue...<sup>213</sup> ». Cela entraîne naturellement la continuité et l'augmentation de la présence de ces artistes dans le présent.

#### a) Rééditions anniversaire

La réédition d'albums est dès lors une pratique courante de l'industrie musicale. Des albums se voient remasterisés et republiés, en vue d'adapter des albums à de nouveaux supports ou, plus fréquemment aujourd'hui, à l'occasion de dates anniversaires. De nombreux artistes se retrouvent ainsi dans l'actualité sans pour autant être toujours en activité (voire même après leur mort). Si ces rééditions peuvent être considérées comme des actes de conservation et de valorisation de l'histoire du rock, ils semblent davantage relever de préoccupations économiques : ces rééditions sont l'occasion de multiplier les « éditions

---

<sup>209</sup> Selon une analyse menée en 2021, le catalogue (constitué du *deep/back catalogue*, datant généralement de plus de trois ans ; et de parutions de quinze mois à trois ans) aurait représenté 73,1% de la consommation musicale aux Etats-Unis au cours du deuxième semestre de 2021, et 69,8% sur l'ensemble de l'année. Cf. INGHAM Tim, « Over 73% of the US Music Market is now claimed by catalog records, rather than new releases (update) », publié le 06 janvier 2022, mis à jour le 10 janvier 2022. URL : <https://www.musicbusinessworldwide.com/over-82-of-the-us-music-market-is-now-claimed-by-catalog-records-rather-than-new-releases2/>.

Voir aussi GIOIA Ted, « Is Old Music Killing New Music ? », *The Atlantic* [En ligne], publié le 23 janvier 2022, mäj le 31 janvier 2022. URL : <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2022/01/old-music-killing-new-music/621339/>.

<sup>210</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 99.

<sup>211</sup> Cf. COLE Henderson, DAVIES kaitlyn, TURNER David, « Deux décennies d'achats de catalogues musicaux », rapport du CNM lab [en ligne], publié le 06 octobre 2022. <https://cnmlab.fr/onde-courte/deux-decennies-dachats-de-catalogues-musicaux/>.

<sup>212</sup> Dans le domaine du rock, on peut par exemple citer Bob Dylan, David Crosby, Stevie Nicks, Lindsey Buckingham, Paul Simon, ZZ Top, Sting, les héritiers de David Bowie,...

<sup>213</sup> Marc Hollander, musicien et responsable Artists and Repertoire pour le label bruxellois Crammed Discs. Cité par STIERS Didier, « Droits musicaux et back catalogue. La poule aux œufs d'or ? », *Larsen mag* [en ligne], le 28 mars 2022. <https://www.larsenmag.be/fr/articles/1238-droits-musicaux-et-back-catalogue>.

spéciales », sous forme d'objets à collectionner (et accompagné d'un lien de téléchargement).

Un constat que l'on peut faire aujourd'hui dans le domaine des rééditions est celui de la diminution de l'écart de temps entre la première parution et la célébration de son anniversaire : La réédition en vinyle pour célébrer les cinq ans d'un album est apparemment une nouvelle tendance de l'industrie musicale, tous genres confondus<sup>214</sup>.

### B. Concerts

Un élément qui a contribué au repli du rock sur lui-même dans le domaine de la musique « live » est la fusion des acteurs de la distribution en oligopoles : les promoteurs doivent remplir des salles et des stades toujours plus grands. « Pour que le public s'intéresse à leur catalogue d'artistes rock, il a fallu faire la promotion du passé, travailler à le simuler en vue de créer de la néo-nostalgie<sup>215</sup> ».

Cela peut également être mis en relation directe avec le développement du rock, qui a évolué avec le principe économique du « bigger is better » résultant en une accumulation des coûts de production qui sont ensuite répercutés sur les prix des concerts<sup>216</sup>. Les groupes établis depuis de longues années sont alors une valeur sûre sur laquelle l'industrie peut se permettre de miser.

Ce maintien est ensuite renforcé par la nostalgie : le public enclin à la nostalgie se révèle être celui qui est aussi le plus apte à en payer le prix (et à partager des souvenirs, par ces expériences, avec les membres de sa famille par exemple). Un certain sentiment d'urgence peut d'ailleurs se faire sentir, renforcé par la diminution de la fréquence des concerts et dans certains cas par l'état de santé de ces musiciens<sup>217</sup>. Ce sentiment est rappelé par les annonces de décès de figures marquantes du rock, qui naturellement se multiplient

---

<sup>214</sup> On peut par exemple citer *Five Years of Brutalism* (2022), édition limitée du premier album du groupe britannique IDLES, sortie à l'occasion des cinq ans de l'album (*Brutalism*, 2017), mais aussi *Stranger in the Alps* de Phoebe Bridgers, *Historian* de Lucy Dacus, ou encore *Invasion of Privacy* de Cardi B. Cf. D'Souza Shaad, « Let's go round again: the ridiculous rise of fifth-anniversary vinyl reissues », *The Guardian*, publié le 20 avril 2023, consulté le 17 mai 2023 (02 juillet 23). URL : <https://www.theguardian.com/music/2023/apr/20/lets-go-round-again-the-ridiculous-rise-of-fifth-anniversary-vinyl-reissues>.

<sup>215</sup> WEINSTEIN Deena, *op. cit.*, p. 29.

<sup>216</sup> PIRENNE Christophe, 2021, *op. cit.*, pp. 65-66.

<sup>217</sup> *Ibid.*

ces dernières années. Dans les médias, ces annonces sont d'ailleurs parfois l'occasion de renforcer la promotion des « tournées d'adieu » programmées par un nombre grandissant de groupes de rock<sup>218</sup>.

a) Tournées d'adieu

Ces dernières années ont fait voir une notable expansion<sup>219</sup> de ces « tournées d'adieu », dont certaines qui se prolongent et d'autres qui reprennent la route après des années d'interruption. Les circonstances liées à la pandémie du COVID-19 ont eu un impact sur ces interruptions (comme ce fut le cas pour la tournée d'Elton John<sup>220</sup>), mais celles-ci y sont parfois antérieures. L'actuelle tournée d'adieu de Kiss a par exemple récemment été prolongée de 100 villes supplémentaires<sup>221</sup>. Le groupe avait déjà effectué une première « tournée d'adieu » en 2000, qui fut finalement suivie d'une douzaine de tournées. Les Eagles ont quant à eux fait leurs adieux une première fois en 2003. Vingt ans plus tard, de nouvelles dates ont été annoncées pour septembre 2023, le groupe ne comprenant alors plus qu'un seul membre fondateur<sup>222</sup>.

« I'd like to say that this is the end of the road...  
But they keep paving more road. »  
(Paul Stanley (Kiss), déc. 2022<sup>223</sup>)

Ces tournées d'adieu ont cela de spécifique qu'elles concernent l'ensemble de la carrière des artistes, qui n'ont plus besoin de produire de nouveaux titres pour remplir des stades. Leur promotion est basée sur la mobilisation des souvenirs des années de jeunesse du groupe, qui correspondent aux années de jeunesse d'une majorité de leurs publics.

---

<sup>218</sup> Cela s'est par exemple observé suite au récent décès de Randy Meisner, bassiste membre fondateur des Eagles, remplacé depuis son départ du groupe en 1977. Cf. [Classic 21], « The Eagles : mort de Randy Meisner », *Classic 21* [En ligne], publié le 28 juillet 2023, consulté le 29 juillet 2023. URL : <https://www.rtf.be/article/the-eagles-mort-de-randy-meisner-11233874>.

<sup>219</sup> Le site « Ultimate Classic Rock » (UCR) a dès lors créé un « Farewell Tour Tracker » pour l'année 2023 (7 juillet 2023) : <https://ultimateclassicrock.com/farewell-tour-tracker/>. Ils annoncent ainsi les aurevoirs de Kiss, Kenny Loggins, Ted Nugent, Aerosmith, Eagles, Foreigner, Devo, the B-52's, Candleboy, Mr. Big, Parliament-Funkadelic, David Coverdale, Kix, Dead & Company.

<sup>220</sup> Le « Farewell Yellow Brick Road Tour », débuté en 2018, a pris fin en juillet 2023 après quelques 330 dates. Cette tournée a établi le record de la tournée la plus lucrative, dépassant le « Divide Tour » d'Ed Sheeran (776 millions de dollars). <https://news.pollstar.com/2023/07/10/elton-john-closes-historic-farewell-tour-with-emotional-show-in-stockholm/>

<sup>221</sup> <https://people.com/music/gene-simmons-says-kiss-will-extend-end-of-the-road-farewell-tour-to-another-100-cities/>.

<sup>222</sup> SISARIO Ben, « Eagles are touring for the last time. Again. », *New York Times* [En ligne] le 06 juillet 2023 <https://www.nytimes.com/2023/07/06/arts/music/eagles-final-tour.html>.)

<sup>223</sup> Cité par [UCR] « Farewell Tour Tracker », <https://ultimateclassicrock.com/farewell-tour-tracker/>.

b) Festivals, tributes et réunions de groupes

Un autre phénomène en expansion, illustrant à la fois la notion de construction et l'exploitation de la nostalgie, est celui des festivals, tournées et même croisières dédiés au « classic rock » ou plus généralement à une décennie (cf. infra). Ils programment essentiellement des artistes de ces périodes et des tributes, en évoquant l'objectif de se « plonger » dans ces périodes<sup>224</sup>.

3. Muséification du rock, institutionnalisation : musées et produits dérivés, tourisme basé sur l'histoire du rock,...

La marchandisation de la nostalgie s'observe également en lien avec la tendance à l'institutionnalisation du rock et son entrée dans les musées<sup>225</sup>. « Simuler ou sélectionner un ensemble d'artefacts culturels revient à construire autour de l'idée d'un Âge d'or tout un imaginaire que l'on retrouve dans les Hard Rock Cafés, ou les hôtels du même nom », ou encore dans les jeux vidéo, films et autres productions médiatiques. Ces formes d'exploitation du passé permettent à des fragments de l'histoire d'accéder à la postérité, mais leur historicité « dépend de la confiance et de l'imagination du visiteur du musée ou du collectionneur<sup>226</sup> ». La nostalgie pour le rock se révèle d'ailleurs un moteur économique pour certaines villes qui développent tout un pan de leur tourisme autour de leurs liens avec l'histoire du rock, par des visites guidées, musées dédiés et autres journées commémoratives<sup>227</sup>. De plus en plus de statues sont d'ailleurs érigées à l'effigie de *rock stars* dans les villes qui les ont vu naître, grandir, voire même simplement effectuer un passage<sup>228</sup>.

---

<sup>224</sup> Ex. « Flower Power Cruise: Step Back in Time With This Groovy 60s and 70s Cruise » ; <https://flowerpowercruise.com/> « Immerse yourself in the music of the love generation ».

<sup>225</sup> WEINSTEIN Deena, *op. cit.*, p. 30 ; REYNOLDS Simon, *op. cit.*, pp. 52-53.

<sup>226</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, pp. 52-53.

<sup>227</sup> La plus célèbre est sans doute Liverpool, qui permet aux fans de découvrir Liverpool « à travers le prisme de la *beatlemania*. En plus de visites guidées sur la thématique de l'histoire des Beatles, la ville a dédié un musée entier à l'histoire des Beatles, érigé plusieurs statues et monuments en leur honneur, et organise annuellement un festival qui leur est dédié, la « International Beatleweek ».

<sup>228</sup> La ville de Namur a par exemple récemment vu apparaître une statue de Brian Johnson (AC/DC), érigée à partir du souhait de plusieurs fans dont le chef éditorial de Classic 21, Etienne Dombret : « La capitale wallonne accueille désormais un totem commémoratif du premier concert d'AC/DC avec son chanteur Brian Johnson, et l'esplanade face à Namur Expo porte le nom du célèbre groupe de hard rock australien. » <https://www.rtf.be/article/acdc-linauguration-de-la-statue-brian-johnson-a-namur-avec-classic-21-le-compte-rendu-11184055> .

## V. FACTEURS SOCIOLOGIQUES

### 1. Baby-boomers : création et transmission du canon du rock et du mythe d'un âge d'or

Comme cela a déjà été évoqué dans les chapitres précédents, la nostalgie pour un « âge d'or du rock » s'est développée en lien avec la génération du Baby-Boom : ils ont en effet « contribué à mettre en place et à diffuser le “canon” du rock, et le mythe d'un Âge d'or<sup>229</sup> » et à le diffuser depuis lors.

Les liens qu'entretiennent les individus de cette génération avec la musique avec laquelle ils ont grandi sont sans précédent dans l'histoire de la musique, même si chaque génération a toujours été fortement attachée à la musique de sa jeunesse : c'est parce que cette génération a utilisé le rock comme élément d'identification et marqueur d'identité<sup>230</sup>. Aujourd'hui encore le maintien de ce rapport particulier est manifesté notamment par le développement des stratégies faisant appel à celui-ci et par le succès que ces produits culturels rencontrent.

Plus tard, « la puissance culturelle, économique et commerciale des baby-boomers et de la “génération X” sur leurs enfants a renversé le modèle selon lequel les jeunes rejettent la musique de leurs parents pour adopter “leur musique à eux<sup>231</sup>” ». Les baby-boomers ont ainsi en quelque sorte « maintenu leur jeunesse » au travers de la musique rock, en esthétisant leur passé par la création du mythe d'un « âge d'or<sup>232</sup> ». Celui-ci a ensuite « prouvé sa durabilité en migrant à travers les jeunes générations pour créer des souvenirs et affects partagés<sup>233</sup> », et a imprégné la mémoire collective. « Contrairement à la mémoire personnelle, qui fait référence à la capacité d'un individu à conserver l'information, la mémoire collective [ou publique] comprend des souvenirs du passé qui sont déterminés et façonnés par le groupe<sup>234</sup> ». Les “sixties” sont donc toujours en construction, non seulement

---

<sup>229</sup> WEINSTEIN Deena, *op. cit.*, p. 31.

<sup>230</sup> BURNS Gary, *op. cit.*, p. 131.

<sup>231</sup> WEINSTEIN Deena, *op. cit.*, p. 33.

<sup>232</sup> *Ibid.*, p. 33.

<sup>233</sup> KATZ Stephen, *op. cit.*, p. 579.

<sup>234</sup> ZELIZER Barbie, « Reading the past against the grain: the shape of memory studies », in *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 12, n°2, 1995, p. 215. (non consulté) Cité par Wolfe *et al.*, *op. cit.*, p. 260 (ajout par l'auteur).



par la génération de première main mais aussi par les jeunes en âge universitaire aujourd'hui<sup>235</sup>.

« Certains groupes ont progressivement été considérés comme esthétiquement importants, et ont commencé à partir de la fin des années 1970 à être considérés comme faisant partie intégrante de la culture moderne. Pour ceux qui étaient nés trop tard pour avoir connu “l'Âge d'or”, il était toujours possible de devenir fan de “classic rock” grâce aux nouveaux disques des groupes appartenant au canon<sup>236</sup> ».

## 2. Nostalgie en rapport au présent et au futur

### A. La nostalgie comme caractéristique de notre époque

Une manière de considérer la nostalgie aujourd'hui est en tant que « structure de sentiment » ayant émergé à l'époque moderne en Europe. Il s'agit alors d'une construction sur base d'un sentiment qui n'est plus personnel mais culturel, historique et matériel. Elle repose sur l'association de valeurs, croyances, attitudes collectives et comportements qui sont partagés par un groupe ou une société donnée, et est influencée par divers éléments comme l'histoire, la politique, la classe sociale, le genre, la religion,... Elle relie donc le sentiment et l'expérience, de façon collective<sup>237</sup>. La nostalgie apparaît comme l'une des façons de chercher du sens dans « une culture de consommation inondée de produits de plus en plus éphémères, saturée par les médias et la publicité<sup>238</sup> ». Par ailleurs, les idéologies de l'époque sont représentées de manière durable dans les médias, et il en va de même pour les musiques populaires : l'association de ces éléments perdure dans le temps.

Les concerts exploitant la musique du passé sous forme de *revival*<sup>239</sup> par exemple servent de « technologie de la nostalgie » ou de « mémoire prothétique » en éveillant la nostalgie auprès de spectateurs qui n'ont pas nécessairement connu les souvenirs et expériences évoquées<sup>240</sup>, en usant de mise en scène, décors et 'chorégraphies' qui aident les spectateurs soit à revivre des événements (personnellement vécus) du passé soit à en faire l'expérience par procuration.

---

<sup>235</sup> Wolfe et al., *op. cit.*

<sup>236</sup> WEINSTEIN Deena, *op. cit.*, p. 32.

<sup>237</sup> TAYLOR Timothy D., *op. cit.*, p. 98.

<sup>238</sup> *Ibid.*, p. 99.

<sup>239</sup> Timothy D. Taylor cible des concerts de doo wop, mais cela pourrait être étendu à d'autres genres et d'autres contextes, à l'instar des festivals, concerts et tournées dont la programmation est basée sur un genre ou une période de l'histoire du rock, ou encore sur un événement comme les *revivals* du festival de Woodstock.

<sup>240</sup> *Ibid.*, p. 105.

Un autre aspect nostalgique qui émerge de ces performances *live* est la nostalgie de la communauté. Les « récréations » opérées par les *tribute bands* et concerts de *revivals* sont utilisées par certains comme une « machine à remonter le temps vers leur propre passé ou celui de quelqu'un d'autre, mais pour beaucoup, ce sera surtout une expérience musicale unique, au-delà de toute justesse historique<sup>241</sup> ». Ce qui importe dans ce contexte est l'expérience du concert, et l'intimité créée par ces événements. Elles peuvent « établir une certaine forme d'intimité, par leur référence même au passé. Cela peut prendre la forme d'une communauté générationnelle symbolique qui intègre les membres du public avec lesquels les groupes renaissent, dans des liens biographiques du groupe avec l'espace-temps qui, au sein du réseau, tend à être imaginé comme plus intime, ou des reproductions à petite échelle de performances musicales initialement plus importantes [... ces rétrologies] présentent toutes le passé comme une pièce intime dans laquelle le public peut entrer [...] cette salle intime est peut-être plus que tout l'expression d'une nostalgie fondamentalement moderne pour la communauté et l'intimité<sup>242</sup> ». Parmi les groupes actifs aujourd'hui, nombreux sont ceux qui rappellent les esthétiques et postures des groupes d'antan sans pour autant se définir comme des groupes de *tribute* ou de *revival* : à l'instar de Greta Van Fleet qui a souvent été associé dans la presse à Led Zeppelin. Cela pourrait être inscrit dans le cadre d'une recherche de filiation avec l'histoire du rock et d'hommage aux groupes qui ont fondé le genre qu'ils utilisent, mais cela peut aussi être lu comme une forme de *revival*.

#### B. Jeunesse et rock

L'expression de nostalgie pour le rock des années 1960 et 1970 est souvent associée au regret d'un genre de musique ayant « un but », une « signification » précise qui semble manquer à la musique actuelle. « A ses débuts, le rock avait pour intention d'incarner la rébellion sociale (et non politique) des jeunes contre les parents, et en particulier contre leurs goûts. Le rock se trouve maintenant de l'autre côté de la barrière : la jeunesse a maintenant les mêmes goûts que la vieille génération<sup>243</sup>. »

Le lien entre la jeunesse et la musique rock a été étudié depuis les années 1980, en considérant que le rock représente la jeunesse (il en fournit la bande-son, cf. Frith, 1983) et que les icônes du rock des différentes périodes (Elvis Presley, les Beatles, Jimi Hendrix, Led

---

<sup>241</sup> HYLÉN-CAVALIUS Sverker, *op. cit.*, pp. 7-8.

<sup>242</sup> *Ibid.*, pp. 8-9.

<sup>243</sup> WEINSTEIN Deena, *op. cit.*, p. 34.

Zeppelin) sont les porte-paroles des générations de jeunes auxquelles elles se sont adressées. Cette relation culturelle résulterait d'une « affinité organique » entre les icônes du rock et leur public jeune : ces vedettes étaient similaires à leur public. La culture rock 'n' roll repose sur le principe que « ses vedettes n'ont pas été imposées d'en haut, mais ont surgi des mêmes rangs que le public<sup>244</sup>. » En plus de cela elles intéressaient la jeunesse dans sa démarche d'identification en tant que groupe social par l'opposition aux parents et le rejet de leur culture : ces icônes ont souvent été rejetées par la culture parentale (en raison de leurs apparences, leurs postures et leur musique)<sup>245</sup>. Aujourd'hui cependant, « le rock et la pop ne peuvent plus être décrits à juste titre comme la propriété exclusive des jeunes ; au contraire, des générations successives revendiquent désormais la propriété culturelle de certains genres musicaux populaires<sup>246</sup>. » A l'inverse, aujourd'hui un seul style musical ne peut être identifié comme caractéristique de la jeunesse. La musique actuelle est fractionnée en une multitude de sous-genres qui découlent les uns des autres, se mélangent et se rejettent, et cohabitent avec la continuité des musiques enregistrées et genres du passé. La jeunesse pourrait-elle dès lors se sentir nostalgique d'une période à laquelle une culture entière lui était associée ; nostalgie d'un sentiment d'identification et d'appartenance à un groupe social, défini notamment par l'adhésion et l'exclusion de formes musicales ?

### C. *Mémoire collective, nostalgie reçue*

En situation de crise, la nostalgie pour le « classic rock » et la période qui l'a vu naître (au prisme des récits qui en sont faits aujourd'hui, et de la représentation qui en est faite dans les médias) peut signifier une volonté de retrouver une période plus optimiste : c'est en raison du caractère positif des récits qui accompagnent le rock (et qui effectuent en même temps une dévalorisation de la musique actuelle) que cette nostalgie se construit dans la mémoire collective des générations qui n'ont pas réellement connu ces contextes. L'imagerie lyrique et visuelle des groupes des années 1960 et 1970, dans la représentation médiatique de ces groupes et de la jeunesse de cette période, définit une forme de « nostalgie reçue » par la jeunesse contemporaine, nostalgie qui perçoit les années 1970 comme « une période d'optimisme, d'espoir et de vastes horizons – qui ont tous été progressivement érodés par le

---

<sup>244</sup> PLASKETES & PLASKETES, 1987, p. 30 (non consulté), cité par BENNETT Andy, *op. cit.*, p. 261, ma traduction.

<sup>245</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, p. 261.

<sup>246</sup> *Ibid.*

déclin socio-économique qui a caractérisé les décennies suivantes » (Bennett, 2008, p. 273, ma trad). Si la jeunesse hérite de cette nostalgie, c'est notamment en raison de la représentation médiatique (films et autres médias) de la jeunesse de cette période, et de la place occupée par le rock de la fin des années 1960 et du début des années 1970 dans les radios « classic gold », se basant sur une nostalgie pour « un âge d'or où la musique populaire était “meilleure” et était prise plus “au sérieux” par les consommateurs comme un aspect important de leur vie, où [l'écoute, de vrais musiciens jouant de la vraie musique, était plus engagée]<sup>247</sup> ». Ces radios contribuent aussi à la fabrication d'une « aura d'omniprésence » autour de ces chansons intégrées au paysage sonore quotidien de la jeunesse et leur donne une sensation de musique « intemporelle<sup>248</sup> ».

Un autre exemple est le maintien de la popularité de chansons du rock psychédélique des années 1960, sur base de récits et de l'image d'une époque où la musique 'avait un but'. Pour considérer le maintien de la popularité de ces chansons aujourd'hui, il faut considérer le contexte historique de la période à laquelle les chansons sont sorties et celui de la période actuelle, au cours de laquelle leur succès est maintenu ou semble faire un retour. Ce succès vient du fait que ces chansons ont intégré la mémoire collective/publique, façonnée par le groupe dans lequel elle est construite, en incluant les diverses générations qui le composent<sup>249</sup>. *Sunshine of Your Love* (Cream) par exemple, était dans les années 1960 « l'expression (1) d'une affirmation [de soi] psychédélique des années 60, par et pour une jeune génération putativement trahie par ses aînés [...] et (2) de la colère que les putativement trahis ont dirigé vers leurs traîtres putatifs. Mais, aussi utile qu'une telle compréhension puisse être, elle n'explique pas la popularité durable de certains enregistrements de chansons réalisés dans ce style ou l'impopularité relative d'autres enregistrements réalisés dans le même style<sup>250</sup>. »

---

<sup>247</sup> BENNETT Andy, *op. cit.*, pp. 273-274, ma traduction

<sup>248</sup> *Ibid.*, pp. 273-274.

<sup>249</sup> WOLFE et al., *op. cit.*, pp. 260-261.

<sup>250</sup> *Ibid.*, p. 264.

D. *L'évolution du rapport à la musique : culture de l'iPod et du streaming, diminution du pouvoir identitaire de la musique*

Les technologies renforcent la nostalgie comme caractéristique de notre époque. Avec Internet, notre rapport au temps et à l'espace a été redéfini, la rapidité et la proximité des informations ne font qu'augmenter (Reynolds, p. 93). « Sur le plan culturel en résulte une alliance paradoxale de vitesse et de surplace qui se manifeste dans tous les aspects du web 2.0 : le taux de rotation incroyablement rapide de l'actualité [...] cohabite avec la persistance obstinée de résidus nostalgiques. [...] Le passé récent est englouti dans un néant amnésique, tandis que le présent long se voit réduit à l'épaisseur d'un papier à cigarette, écrasé par la seule cadence effrénée des mises à jour de l'actualité et de l'instantané. » (Reynolds, p. 99) La différence entre l'ère analogique et l'ère numérique est une différence de vitesse : notre époque est celle d'une « hyper-accélération et une quasi-instantanéité » alors même que « du point de vue macro-culturel, tout paraît statique, au point mort. Une combinaison paradoxale de vitesse et de surplace » (Reynolds, p. 468), ce qui justifie un intérêt pour un passé stable, plus lent, et auquel on a toutefois un accès immédiat.

Ces technologies sont le reflet de la société, en considérant que la création de ces supports fait suite à un besoin d'adaptation aux pratiques en évolution. Au début des années 2000, l'iPod succède aux lecteurs de CD portables et apparaît comme le reflet d'une nouvelle génération que Simon Reynolds définit comme la « génération du Moi ». « Les avancées ne sont adoptées par le public qu'au gré d'un climat favorable : la machine doit refléter et satisfaire un désir populaire et un besoin de consommation. L'invention culturelle de l'usage précède toujours la machine, comme invention en tant que telle ou comme phénomène populaire le cas échéant. L'iPod a décollé parce qu'il s'accorde parfaitement à la "génération du Moi" née avec le nouveau millénaire, où la toute-puissance du choix individuel et immédiat reflète le considérable fardeau existentialo-politique investi dans la consommation (qui demeure peut-être la seule zone de contrôle dans la vie des gens). Le "i" placé au début du nom n'est pas fortuit : il s'agit de *ma* musique et non de la *nôtre*. » (Reynolds, pp. 155-156). Les modifications apportées par l'iPod et le téléchargement sont multiples.

Premièrement, ces technologies individualisent la pratique de l'écoute musicale au sein même des groupes sociaux : selon Michael Bull, leurs utilisateurs « ont tendance à se détourner consciemment des formes d'écoute collectives incarnées par l'utilisation de la

radio<sup>251</sup> » bien que « la réunion de son passé musical est souvent un exercice social impliquant des amis, de la famille ou des connaissances, même si la pratique de la nostalgie est généralement un exercice solitaire pour les utilisateurs d'iPod. La virtualité du processus de collecte de la musique fait tomber les barrières physiques considérables à la récupération potentielle associées à la musique, stockée sur des bandes ou des vinyles<sup>252</sup>. » Ainsi, les relations inter-personnelles au sein de la société sont impactées par ces modifications des usages. Au-delà du fait de préserver les technologies « désuètes » dans le présent, les technologies récentes sont utilisées pour se tourner vers un passé réconfortant. Ces retours en arrière sont utilisés pour faire face à l'accélération continue de la vie quotidienne : « Le rythme de la vie quotidienne est de plus en plus structuré et cloisonné par la production et la consommation des médias [...] les technologies mobiles [...] deviennent des dépôts personnalisés pour le récit d'un sujet. Dans les espaces urbains froids, anonymes et désenchantés traversés par le mouvement, vient le besoin de se centraliser, de se placer<sup>253</sup>. » Ces pratiques ne sont pas éloignées des notions d'identité et de mémoire personnelle collective, par les choix opérés et le partage qui sous-tend la pratique individuelle. Aujourd'hui cependant le modèle dominant pour l'écoute de musique n'est plus l'iPod et le téléchargement, mais le streaming et le modèle de Spotify. Sur cette plateforme, les pratiques de réseautage social ont progressivement été réintégrées dans les développements de l'application, suggérant un retour à une forme de sociabilité dans les pratiques d'écoute musicale après une période d'isolement liée à l'ère de l'iPod<sup>254</sup>. Les deux cohabitent sur Spotify. Elles sont en plus de cela complétées par les playlists dépendant de l'IA et des algorithmes, pouvant alors être écoutées par tout un chacun sans en être le créateur : les rapports sociaux entourant la musique sont alors encore modifiés d'une nouvelle manière.

Sur le plan culturel (et économique) elles ont entraîné une modification du rapport à la consommation musicale en remplaçant la « logique du choix unique » par celle « du choix multiple<sup>255</sup> ». Cette modification du rapport à la musique peut elle-même favoriser la

---

<sup>251</sup> BULL Michael, *op. cit.*, p. 84.

<sup>252</sup> *Ibid.*, p. 90.

<sup>253</sup> *Ibid.*, p. 92.

<sup>254</sup> Spotify a permis à ses utilisateurs d'interagir, de partager et de découvrir de la musique ensemble : (1) par la création et le partage de playlists ; (2) par le suivi des activités des amis ensuite – en temps réel pour s'inscrire dans la période actuelle ; (3) par la possibilité de collaborer à l'édition des playlists ; (4) parmi les dernières mises à jour de l'app, par la mention des concerts et événements musicaux des artistes écoutés (et la possibilité d'acheter des billets directement depuis la plateforme).

<sup>255</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, pp. 161-162.

nostalgie. En effet, cela pourrait s'apparenter à une diminution du rapport identitaire à la définition des goûts musicaux.

« Quand on dépensait cet argent durement gagné dans des biens culturels, la logique exigeait que l'on consacre plus de temps à en extraire la valeur. [...] Acheter un disque signifiait faire l'impasse sur un autre album, pourtant si séduisant, et sur bien d'autres encore. Cette dialectique (ou bien ... ou bien ...) s'accordait parfaitement à une culture musicale axée sur l'identification partisane, la fidélité à un genre musical et la haine (ou l'indifférence) portée sur un autre. Aujourd'hui [...] l'heure est plutôt au "plus ... et ...", c'est ne pas avoir à choisir, parce qu'on peut prendre les deux ; c'est ne pas prendre position, vu que tout a ses bons côtés. La logique du choix unique est la logique des décisions difficiles au sein d'une économie de la rareté [...] La logique du choix multiple est la logique du téléchargement. La culture du partage de fichiers – et les avancées qui l'ont rendue possible [...] – a soustrait la musique à l'économie de la rareté. [...] La logique du "plus... et" est celle du buffet à volonté, mais également celle de l'appréciation d'une étendue vraiment plus vaste et diversifiée de musique au détriment d'un rapport exclusif et monomaniacal à un genre spécifique. » (Reynolds, pp. 161-162).

#### *E. Nostalgie pour le futur*

Le rapport entre les technologies et la nostalgie génère également un sentiment de nostalgie « rétro-futuriste », nostalgie pour un futur qui aurait pu être. La nostalgie porte alors sur le constat des échecs des utopies d'hier. « Le futur est censé être héroïque et grandiose, mais les activités (ou peut-être les "passivités" ?) rendues possibles par les nouvelles technologies rappellent moins la période d'expansion audacieuse d'un empire que sa phase décadente et introspective. Il semble parfois que le rythme du progrès en tant que tel s'est ralenti : après des années soixante marquées par un pic d'innovations, les décennies qui leur ont succédé ont été caractérisées par une série déroutante de stagnations et de retours en arrière<sup>256</sup>. »

---

<sup>256</sup> REYNOLDS Simon, *op. cit.*, p. 403.

## Conclusion

Dans le champ du rock, la nostalgie est manifestée de diverses façons, et peut à la fois porter sur des composantes individuelles et collectives. La nostalgie associée au rock peut prendre plusieurs sens qui sont premièrement l'évocation de souvenirs personnels par la musique (la nostalgie portant sur l'histoire personnelle des individus, qu'elle soit individuelle et collective, évoquée par la musique), et deuxièmement l'expression d'un retour à une période de l'histoire du rock perçue comme supérieure à la période actuelle.

Il apparaît que la nostalgie pour des éléments de l'histoire du rock manifestée dans la musique actuelle est davantage dans la perception des auditeurs et critiques que dans l'intention des artistes. Cependant, même si leur intention est de produire une musique « actuelle », ils emploient des éléments qui sont associés dans la mémoire collective à l'histoire du rock (marqueurs sonores), capables d'évoquer la nostalgie à ceux qui en ont connu les origines d'abord, et à ceux qui en héritent ensuite.

La nostalgie est à la fois manifestée et nourrie par l'omniprésence du passé, et la construction d'une certaine image de celui-ci. Ces deux notions sont liées, car l'omniprésence du passé rend possible sa valorisation, tandis que sa valorisation contribue à son omniprésence. Elle-même repose sur des bases qui sont davantage sociologiques et économiques, et est facilitée les développements des technologies.

Ce travail peut fournir un cadre théorique et contextuel à l'étude de la nostalgie dans le champ des musiques populaires, et plus spécifiquement du rock. Il pourrait aussi être étendu à d'autres genres et sous-genres, tels que le hip-hop dont on fête les cinquante ans et dans lequel on peut commencer à observer des discours nostalgiques, ou les divers *revivals* tels que le post-punk et le pop-punk qui semblent s'imposer aujourd'hui.

Etudier la nostalgie dans les musiques populaires fournit une entrée dans l'étude du pouvoir évocateur des sons, et permet d'aborder une des notions centrales du rock, celle de l'authenticité, au travers de l'histoire. Une analyse plus détaillée des éléments intra-musicaux qui sont aujourd'hui identifiés comme étant des reprises d'éléments du passé permettrait de mieux saisir l'évolution du rapport à l'histoire du rock et à « l'authenticité rock », du point de vue des musiciens comme des auditeurs.



La musicologie pourrait ainsi s'intéresser à identifier, à partir des perceptions des auditeurs dans divers témoignages (entrevues, presse,...), les éléments musicaux sur lesquels portent cette nostalgie et la signification qui leur est prêtée : l'authenticité notamment. Mais il importe de tenir compte de chacun des facteurs mentionnés, car ils contribuent à la perception que l'on a du rock, à son empreinte dans notre mémoire collective et partagée, et donc aux significations que l'on prête à la musique.

Un axe de question que je n'ai pas du tout abordé mais qui semble approprié à une étude sur ce sujet est la différence de perception par rapport aux contextes géographiques : si j'ai surtout parlé de l'effacement des frontières temporelles avec les nouvelles technologies notamment, je n'ai pas abordé les frontières géographiques qui sont, elles-aussi, redéfinies dans nos pratiques d'écoute musicale. Le rapport nostalgique aux musiques dont j'ai parlé est-il le même aux Etats-Unis et en Angleterre qu'en Belgique ou en France, par exemple ?

Ce mémoire ne saurait être exhaustif tant les manifestations et utilisations de nostalgie sont aujourd'hui nombreuses. Dans mon cadre de mon analyse, j'ai choisi une série d'éléments commentés quant à leur implication dans ce rapport nostalgique au passé. D'autres exemples pourraient bien sûr compléter cette liste, je n'ai pas abordé par exemple les utilisations des technologies les plus récentes pour tenter de ramener le passé dans le présent via des hologrammes ou la correction du passé à l'aide de l'Intelligence Artificielle, mais ces phénomènes sont probablement amenés à se développer dans les années à venir.

## Bibliographie

ASKERØI Eirik, *Reading pop production: sonic markers and musical identity*, Thèse de Doctorat en Popular Music Performance, Kristiansand, University of Agder, Faculty of Fine Arts, 2013.

BALLAM-CROSS Paul, « Reconstructed Nostalgia: Aesthetic Commonalities and Self-Soothing in Chillwave, Synthwave, and Vaporwave », *Journal of Popular Music Studies*, vol. 33, n° 1, 2021, pp. 70-93. [En ligne] dernière consultation le 23 mai 2023. URL : <https://doi.org/10.1525/jpms.2021.33.1.70>.

BAKER Sara M., KENNEDY P.F., « Death by Nostalgia : A Diagnosis of Context-Specific Cases », *Advances in Consumer Research*, vol. 21, pp. 169-174. (non consulté)

BARRETT Frederick S., GRIMM Kevin J., ROBINS Richard W., WILDSCHUT Tim, SEDIKIDES Constantine, JANATA Petr, « Music-evoked nostalgia : affect, memory, and personality », *Emotion*, juin 2010, vol. 10, n° 3, pp. 390-403.

BATCHO Krystine Irene, « Nostalgia and the emotional tone and content of song lyrics », *American Journal of Psychology*, automne 2007, vol. 120, n° 3, pp. 361-81.

BAUDELET Robert, Edito, *Jazz Hot*, n° 222bis (numéro spécial, Hors Série Rock & Folk), août 1966, p. 9.

BAUMAN Zygmunt, *Retrotopia*, traduit de l'anglais par Frédéric Joly, éd. Premier Parallèle, 2017.

BENNET Andy, « “Things they do look awful cool”: Ageing rock icons and contemporary youth audiences », *Leisure/Loisir*, vol. 32, n° 2, 2008, pp. 259-278.

BIJSTERVELD Karin, VAN DIJCK José (éd.), *Sound Souvenirs audio technologies, memory and cultural practices*, Amsterdam, University Press, 2009.

BITHELL Caroline, HILL Juniper (éd.), *The Oxford Handbook of Music Revival*, Oxford University Press, 2014.

BORN Georgina, HAWORTH Christopher, « From Microsound to Vaporwave: Internet-Mediated Musics, Online Methods, and Genre », *Music and Letters*, vol. 98, n° 4, novembre 2017, pp. 601-647. [En ligne] consulté le 10 novembre 2021. <https://academic.oup.com/ml/article/98/4/601/4828180>. (DOI : 10.1093/ml/gcx095).

BOYM Svetlana, *The Future of Nostalgia*, New-York, Basic Books, 2001.

BURKHOLDER J. Peter, « Foreword : The Intertextual Network », in BURNS Lori, LACASSE Serge (eds.), *The Pop Palimpsest. Intertextuality in recorded popular music*, University of Michigan Press, coll. « Tracking Pop », 2018, pp. v-xviii.

BURNS Gary, « Popular Music, Television, and Generational Identity », in *Journal of Popular Culture*, 1996 [conférence de 1990], pp. 129-141.

BURNS Lori, LACASSE Serge (éd.), *The Pop Palimpsest. Intertextuality in recorded popular music*, University of Michigan Press, coll. « Tracking Pop », 2018.

CATEFORIS Theo, « Nostalgia », *Oxford Music Online*, publié en ligne le 31 janvier 2014 (imprimé le 26 novembre 2013), dernière consultation le 04 mai 2023.

[Classic 21], « The Eagles : mort de Randy Meisner », *Classic 21* [En ligne], publié le 28 juillet 2023, consulté le 29 juillet 2023. URL : <https://www.rtbf.be/article/the-eagles-mort-de-randy-meisner-11233874>.

COLE Henderson, DAVIES kaitlyn, TURNER David, « Deux décennies d'achats de catalogues musicaux », rapport du CNM lab [en ligne], publié le 06 octobre 2022. <https://cnmlab.fr/onde-courte/deux-decennies-dachats-de-catalogues-musicaux/>.

DAUNCEY Hugh, TINKER Chris, « La nostalgie dans les musiques populaires. Introduction », in *Volume !* vol. 11, n° 1, pp. 7-17, 30 décembre 2014.

DAVIS Fred, *Yearning for Yesterday : A Sociology of Nostalgia*, New York : Free Press, 1979. (non consulté)

DAVIS Fred, « Nostalgia, Identity and the Current Nostalgia Wave », *Journal of Popular Culture*, vol. 11, n° 2, 1977, pp. 414-424.

D'Souza Shaad, « Let's go round again: the ridiculous rise of fifth-anniversary vinyl reissues », *The Guardian*, publié le 20 avril 2023, consulté le 17 mai 2023 (02 juillet 23). URL : <https://www.theguardian.com/music/2023/apr/20/lets-go-round-again-the-ridiculous-rise-of-fifth-anniversary-vinyl-reissues>.

DWYER Michael D., *Back to the Fifties: Nostalgia, Hollywood Film, and Popular Music of the Seventies and Eighties*, Oxford University Press, 2015. (non consulté)

EDELMAN Julia, « “Do you ever practice ?” – An Interview with Foxygen », *The Believer* [en ligne], <https://www.thebeliever.net/logger/2013-07-20-do-you-ever-practice-an-interview-with/>.

ÉTIENNE Samuel, GUIBERT Jérôme, « La presse magazine musicale. État des lieux et enjeux du tournant numérique », *La musique en mouvements : Horizon 2030*, CNMlab [En ligne], publié le 21 mars 2022. URL : <https://cnmlab.fr/recueil/horizon-la-musique-en-2030/chapitre/9/>.

FANTIN Emmanuelle, FÉVRY Sébastien, NIEMEYER Katharina, *Nostalgies contemporaines: Médias, cultures et technologies*, Paris : Presses Universitaires du Septentrion, 2021. (non consulté)

FAST Susan, « Rock », *Oxford Music Online*, 2014 [2013]. Consulté le 14 juillet 2023.

FLORIN Thomas E., « 50 ans de Rock&Folk », *R&F* n° 592, déc. 2016, p. 30.

FRITH Simon, « Towards an Aesthetic of Popular Music », in LEPPERT R., MCCLARY Susan (éds.), *Music and Society*, Cambridge : Cambridge University Press, 1987, pp. 133-149. Reproduit dans FRITH Simon (éd.), *Popular Music : Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, vol. 3 : « Music and Identity », Routledge London and New York, 2004, pp. 32-.

FRY Richard, « Millenials overtake Baby Boomers as America's largest generation », *Pew Research Center* [En ligne], publié le 28 août 2020, consulté le 08 août 2023.

URL : <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/04/28/millennials-overtake-baby-boomers-as-americas-largest-generation/>.

GARDNER Abigail, JENNINGS Ros, *Aging and Popular Music in Europe*, Routledge (Londres), coll. "Routledge Studies in Popular Music", 2019.

HILL Juniper, BITHELL Caroline, « An Introduction to Music Revival as Concept, Cultural Process, and Medium of Change », in BITHELL Caroline, HILL Juniper (eds.), *The Oxford Handbook of Music Revival*, Oxford University Press, 2014, pp. 3-42.

HOFER Johannes, KISER ANSPACH Carolyn (trad.), « Medical Dissertation on Nostalgia by Johannes Hofer, 1688 », *Bulletin of the History of Medicine*, août 1934, vol. 2, n° 6, pp. 376-391. <https://www.jstor.org/stable/44437799>.

HOLM-HUDSON Kevin, « The Future is Now ... and Then : Sonic Historiography in Post-1960s Rock », *Genre*, vol. 34, 2001, pp. 243-264. Reprod. dans SPICER Mark (éd.), *Rock Music*, Routledge/Taylor & Francis, 2011, pp. 101-122.

HYLTÉN-CAVALIUS Sverker, « Rebirth, resounding, recreation : making seventies rock in the 21st century », in *Journal of the International Association for the Study of Popular Music*, 2010, vol. 1, n° 2.

[IFPI] Rapport : « La consommation de musique (*Engaging with music 2022*) », Fédération Internationale de l'Industrie Phonographique (IFPI), 2022.

JACOBSEN Michael Hviid, « Introduction: The Many Different Faces of Nostalgia – Exploring a Multifaceted and Multidisciplinary Emotion », in Jacobsen Michael Hviid (éd.), *Intimations of Nostalgia. Multidisciplinary Explorations of an Enduring Emotion*, Bristol University Press, 2022, pp. 1-30.

JANKÉLÉVITCH Vladimir, *L'irréversible et la nostalgie*, Paris, Flammarion, 1974.

JENNINGS Steve, « Greta Van Fleet: 'Dreams in Gold' TOur 2023 », *FOH Front of House Magazine* [En ligne], publié le 05 mai 2023, consulté le 26 juillet 2023. URL : <https://fohonline.com/articles/tour-focus/greta-van-fleet-dreams-in-gold-tour-2023/>.

JORDBREKK Anders, *The Influence of the Past. A Study of Retromania and Technostalgia in Contemporary Popular Music*, Mémoire de maîtrise en musicologie, Norwegian University of Science and Technology, Faculty of Humanities, Department of Music, may 2016.

KATZ Mark, *Capturing Sound : How Technology has Changed Music*, Revised edition, Berkley, University of California Press, 2010 [2004]. (non consulté)

KATZ Stephen (2019), « The Greatest Band That Never Was : Music, Memory, and Boomer Biography », *Popular Music and Society*, vol. 42, n° 5, 2019, pp. 576-591.

LACASSE Serge, « Toward a Model of Transphonography », in BURNS Lori, LACASSE Serge (eds.), *The Pop Palimpsest. Intertextuality in recorded popular music*, University of Michigan Press, coll. « Tracking Pop », 2018, pp. 9-60.

LACASSE, S. « Listen to My Voice : The Evocative Power of Vocal Staging In Recorded Rock Music and Other Forms of Vocal Expression », in *The Evocative power of voice in recorded*

*rock music and other forms of vocal expression*. Thèse (Ph. D.), Université de Liverpool, 2000, p. 234. (non consulté ?)

LEPA Steffen, TRITAKIS Vlasios, « Not every vinyl retromaniac is a nostalgic », *Medien & Zeit (m&Z). Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart*, vol. 4, n° 31, 2016, pp. 16-30.

MALL Andrew, « Vinyl Revival », *Journal of Popular Music Studies*, vol. 33, n° 3, septembre 2021, pp. 73-77.

MARBEHANT Camille, « La nostalgie dans les musiques populaires », Travail de fin de Cycle (Bachelier en Histoire de l'Art et Archéologie, orientation Musicologie), Université de Liège, année académique 2019-2020 (non publié).

PINCH Trevor, REINECKE David, « Technostalgia : How Old Gear Lives on in New Music », in BIJSTERVELD Karin, VAN DIJCK José (éd.), *Sound Souvenirs : Audio Technologies, Memory and Cultural Practices*, 2009, pp. 152-166.

PIRENNE Christophe, *All Things Must Pass. Vies et morts du rock*, Académie Royale de Belgique, coll. « L'académie en poche », 2021.

PIRENNE Christophe, *Une Histoire Musicale du Rock*, éd. Fayard, 2011.

PIRENNE Christophe, cours « Histoire de la musique : les nouvelles grammaires », Université de Liège, année académique 2019-2020.

[Pitchfork] « Pitchfork Presents The Sunday Review », *Pitchfork* [En ligne], le 09 juin 2016, consulté le 29 juillet 2023. URL : <https://pitchfork.com/news/65994-pitchfork-presents-the-sunday-review/>.

PLASKETES George, « Re-flections on the Cover Age : A collage of Continuous Coverage in Popular Music », in *Popular Music and Society*, vol. 28 (2005), n° 2, pp. 137-161.

REYNOLDS Simon, *Retromania. Comment la culture pop recycle son passé pour s'inventer un futur*, traduit de l'anglais par CARO Jean-François, éd. Attitudes, coll. Le mot et le reste, 2012 [2011].

REYNOLDS Simon (2022), « No, I Don't Want to Hear the New Stuff », *Retromania By Simon Reynolds* (blog), le 27 mai 2022, consulté le ???. URL : <http://retromaniabysimonreynolds.blogspot.com/2022/05/no-i-do-not-want-to-hear-new-stuff.html>.

ROTH Michael S., « Dying of the Past: Medical Studies of Nostalgia in Nineteenth-Century France », *History and Memory*, vol. 3, n° 1, (1991), pp. 5-29.

ROY Elodie (2014), « Displacing the past. mediated Nostalgia and Recorded Sound », *Volume ! La Revue des musiques populaires*, vol. 11, n° 1, pp. 145-158.

([RTBF ; Service Médiation], « Quelles sont les marques et leur ligne éditoriale ? », *RTBF* [en ligne], publié le 07 janvier 2022, maj le 07 janvier 2022. URL : <https://www.rtbf.be/article/quelles-sont-les-marques-et-leur-ligne-editoriale-10910369>)

RUSSO Nicholas (2014), « Les sixties psyché-reliques. Nostalgie de substitution et pouvoir évocateur du son dans le rock rétro de Tame Impala », *Volume ! La Revue des musiques populaires*, vol. 11, n° 1, pp. 161-173.

SEDIKIDES Constantine, WILDSCHUT Tim, CHEUNG Wing-Yee, ROUTLEDGE Clay, HEPPER Erica G., ARNDT Jamie, VAIL Kenneth, ZHOU Xinyue, BRACKSTONE Kenny, & VINGERHOETS Ad J. J. M., « Nostalgia Fosters Self-Continuity: Uncovering the Mechanism (Social Connectedness) and Consequence (Eudaimonic Well-Being) », *Emotion* (American Psychological Association), juin 2016, vol. 16, n° 4, pp. 524-539. (DOI : 10.1037/emo0000136, disponible en PDF : [https://www.researchgate.net/publication/282332731\\_Nostalgia\\_Fosters\\_Self-Continuity\\_Uncovering\\_the\\_Mechanism\\_Social\\_Connectedness\\_and\\_Consequence\\_Eudaimonic\\_Well-Being](https://www.researchgate.net/publication/282332731_Nostalgia_Fosters_Self-Continuity_Uncovering_the_Mechanism_Social_Connectedness_and_Consequence_Eudaimonic_Well-Being)).

SEGURA GARCIA Silvia, « Nostalgia ON: Sounds evoking the zeitgeist of the eighties », *Journal of Sound, Silence, Image and Technology*, vol. 2, décembre 2019, pp. 24-43.

SHEPHERD Tom, « How Greta Van Fleet Are Dragging Retro Rock’N’Roll Into The Future » (interview), *Kerrang!* [En ligne] publié le 9 octobre 2018, consulté le 15 mai 2023. URL : <https://www.kerrang.com/greta-van-fleet-interview>

SHUMWAY David R., « Rock ‘n’ roll Sound Tracks and the Production of Nostalgia », in *Cinema Journal*, 1999, pp. 36-51.

SPITZ Marc, « Q&A : Nick Kent on the 1970s, Keith Richards, and the Current State of Music Journalism », *Vanity Fair* [En ligne], publié le 31 août 2010, consulté le 15 juillet 2023 <https://www.vanityfair.com/culture/2010/08/nick-kent>.

SRIVASTAVA Ekta, SIVAKUMARAN Bharadhwaj, MAHESWARAPPA Satish S., & PAUL Justin, « Nostalgia : A review, propositions, and future research agenda », *Journal of Advertising* [En ligne] publié le 22 août 2022, consulté le 20 septembre 2022. URL : <https://doi.org/10.1080/00913367.2022.2101036>.

STAROBINSKI Jean, *L’encre de la mélancolie*, éditions du Seuil, coll. « La librairie du XXI<sup>e</sup> siècle » (dir. OLENDER Maurice), 2012.

STERENBERG Mahon, A. J., & ROTH, E. A. (2023). « What elicits music-evoked nostalgia? An exploratory study among college students », *Psychology of Music*, vol. 51, n° 1, publié le 26 avril 2022, pp. 159–171. <https://doi.org/10.1177/03057356221087446>.

STIERS Didier, « Droits musicaux et back catalogue. La poule aux œufs d’or ? », *Larsen mag* [en ligne], le 28 mars 2022. <https://www.larsenmag.be/fr/articles/1238-droits-musicaux-et-back-catalogue>.

STRONG Catherine et GREIG Alastair, « “But we remember when we were young” Joy Division et les ‘ordres nouveaux’ de la nostalgie », in *Volume ! La revue des musiques populaires*, (30 décembre 2014), 11 : 1, pp. 191-205. Traduit de l’anglais par Raphael Costambeys-Kempczynski et G r me Guibert.

TAYLOR Timothy D., « Performance and Nostalgia on the Oldies Circuit », in Bijsterveld Karin, Van Dijck José (dir.), *Sound Souvenirs audio technologies, memory and cultural practices*, Amsterdam, University Press, 2009, pp. 94-106.

TINGEN Paul, « Inside Track : Jack White », *Sound on Sound (SOS)* [En ligne], octobre 2014, consulté le 15 juin 2023. URL : <https://www.soundonsound.com/techniques/inside-track-jack-white#:~:text=%E2%80%9CHowever%2C%20the%20actual%20sound%20of,as%20such%20that's%20the%20problem.>

VALLEE Mickey, « Classic rock », *Oxford Music Online*, publié le 25 juillet 2013 [print : nov. 2013]. URL : <https://doi.org/10.1093/gmo/9781561592630.article.A2240526>.

VAN CAMPENHOUDT Maud et GUÉRIN Michel, « Pratiques et consommations culturelles de la population en Fédération Wallonie-Bruxelles », Observatoire des Politiques Culturelles (OPC), coll. *Etudes*, n° 8, février 2020

VAN DER HOEVEN Arno, « Remembering the popular music of the 1990s : Dance music and the cultural meanings of decade-based nostalgia », *International Journal of Heritage Studies*, vol. 20, n° 3, avril 2014, pp. 316-330.

VAN DIJCK José, « Remembering Songs through Telling Stories : Pop Music as a Resource for Memory », in Bijsterveld Karin, Van Dijck José (dir.), *Sound Souvenirs audio technologies, memory and cultural practices*, Amsterdam, University Press, 2009, pp. 107-119.

VON APPEN Ralf, DOEHRING André, « Nevermind the Beatles : Here's Exile 61 and Nico : 'The top 100 records of all time' – a canon of pop and rock albums from a sociological and aesthetic perspective », in *Popular Music*, vol 25, n°1 (janvier 2006), pp. 21-39.

WEINSTEIN Deena, « La nostalgie construite. L'âge d'or du rock ou 'I believe in Yesterday' », in *Volume !*, 30 décembre 2014, vol. 11, n° 1, pp 19-36.

WILDSCHUT Tim, SEDIKIDES Constantine, « Psychology and Nostalgia : Towards a Functional Approach », in JACOBSEN Michael Hviid (ed.), *Intimations of Nostalgia. Multidisciplinary Explorations of an Enduring Emotion*, Bristol University Press (publié en ligne par Cambridge University Press), 2022, (chap. 5), pp. 110-128.

WOLFE Arnold, MILLER Chuck, O'DONNELL Heather, « On the enduring popularity of Cream's 'Sunshine of Your Love': sonic synecdoche of the 'psychedelic 60s' », dans *Popular Music*, vol. 18, n° 2, 1999, pp. 259-276.

ZACHARIE Didier, « Le secret des playlists radio », *Le Soir* [En ligne], publié le 24 février 2016 (consulté le 28 juillet 2023). URL : <https://www.lesoir.be/27522/article/2016-02-24/le-secret-des-playlists-radio>.

ZELIZER Barbie, « Reading the past against the grain: the shape of memory studies », in *Critical Studies in Mass Communication*, vol. 12, n°2, 1995, p. 215. (non consulté)