



HAL
open science

Le yéyé : une déclinaison française du rock'n'roll ?

Jedediah Sklower

► **To cite this version:**

Jedediah Sklower. Le yéyé : une déclinaison française du rock'n'roll?. Philippe Poirrier. Culture, médias, pouvoirs aux États-Unis et en Europe occidentale de 1945 à 1991. Textes et documents, Éditions universitaires de Dijon, pp.125-130, 2019, 978-2-36441-296-5. hal-02185908

HAL Id: hal-02185908

<https://hal.science/hal-02185908>

Submitted on 8 Dec 2021

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

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

Le yéyé : une déclinaison française du rock'n'roll ?

Jedediah Sklower

Le 22 juin 1963, des dizaines de milliers de jeunes répondent à l'appel de *Salut les Copains* et se rendent à la place de la Nation pour y célébrer le premier anniversaire du magazine et y voir leurs idoles, dont Johnny Hallyday et Sylvie Vartan, les Chaussettes noires, les Chats sauvages, Richard Anthony... L'ampleur de l'événement et la ferveur des fans surprennent la société française, il marque l'avènement d'une nouvelle culture jeune, qu'Edgar Morin baptisera deux semaines plus tard « yé-yé » dans les colonnes du *Monde*. Les jeunes des années 1960 ont leurs propres codes (le parler copain, la mode), leurs mythes (les vedettes, l'Amérique...), leurs formes, lieux et rites de sociabilité et de séduction (les surprises parties, les danses, le flirt), leurs médiations (nouveaux formats médiatiques, transistors, vinyles et jukeboxes...).

Avant Johnny, les adolescents français avaient déjà découvert quelques années plus tôt le rock'n'roll avec les parodies du duo Boris Vian-Henri Salvador (alias Henry Cording), les disques de Danyel Gérard ou Sacha Distel, les performances énergiques de Gilbert Bécaud (« Monsieur 100 000 volts »), les tournées de stars américaines ou anglaises comme Bill Haley ou Gene Vincent. Les yéyés, lorsqu'ils empruntent au rock'n'roll certains thèmes et traits musicaux, en proposent toujours une version assagie, car les producteurs français aspirent à ce qu'on oublie blousons noirs et fauteuils arrachés. Comme l'écrivit Edgar Morin dans un autre texte sur le phénomène, « Le yéyé c'est l'acclimatation, l'acculturation, de la force originellement sauvage du rock. »

En cela, plus qu'un ensemble de caractéristiques formelles cohérentes et qu'on pourrait assimiler à un « genre » musical, ce qui le caractérise, c'est d'abord une certaine organisation de la production ainsi qu'une certaine gestion de l'image et des carrières des vedettes. Celles-ci sont accompagnées au studio et sur scène par des musiciens professionnels mais anonymes (même Johnny et Eddy finiront rapidement par se séparer de leurs groupes), interprètent un répertoire éclectique imposé par les directeurs artistiques (diluant le rock'n'roll dans des emprunts à toute une « variété » de genres), constitué notamment de reprises de succès étrangers (rares sont ceux, à l'image de Claude François, qui interprètent leurs propres créations), aux textes souvent euphémisés par des paroliers-adaptateurs professionnels.

Cette fabrique des vedettes s'ancre dans une certaine organisation de l'industrie musicale française, qui s'est renforcée après-guerre en épousant dynamiquement la nouvelle conjoncture socioéconomique (essor de la demande, segmentation du marché, nouveaux biens de consommation) et culturelle des années 1950-60. En effet, alors qu'aux États-Unis, l'avènement du rock'n'roll avait mené à un bouleversement du secteur musical, propulsant de nombreux labels indépendants et leurs interprètes originaux de rock'n'roll et rhythm'n'blues en haut des charts au détriment des musiciens *mainstream* promus par les majors, en France, le yéyé contribue à la structuration et à la consolidation du système de la variété française mis en place dans l'après-guerre. Ce système associe production, diffusion et promotion : les maisons de disque (avec leur rationalisation de la production de tubes et de stars), les music-halls historiques (Olympia, Bobino, Alhambra...) et les nouveaux médias (radio, presse, télévision, cinéma, et même scopitones, ancêtres des clips vidéo). La symbiose est mise en place par un petit milieu d'intermédiaires solidaires, dont les plus connus naviguent entre les maisons de disques (ceux provenant de l'écurie Barclay, entre autres) ou les secteurs des industries culturelles et médiatiques, multipliant les casquettes à tous les stades du processus et très bien intégrés à l'espace transatlantique. Ainsi, Daniel Filipacchi est tour à tour photographe, promoteur de concerts, directeur artistique, animateur radio, directeur de magazine, patron de presse, directeur de filiale d'une multinationale du disque... En cela, il est, comme d'autres (Eddie Barclay, notamment) un passeur d'innovations technologiques et culturelles américaines (le format magazine, le photoreportage, le ton jeune à la radio, le jazz puis le rock'n'roll, les nouvelles formes de marketing...).

Cette configuration du monde des musiques populaires (production, médias, pratiques d'écoute...) contribue au « grand partage » (cf. G. Guibert) du marché du disque entre 45 tours de variétés nationales et albums 33 tours de groupes de rock internationaux. Aux yéyés qui chantent un « simili twist à l'eau de rose », des puristes opposent (dans *Disco-Revue*, concurrente de *Salut les copains*, par exemple – cf. F. Tamagne) un rock'n'roll américain ou anglais perçu comme libre et débridé. Le flambeau de l'authenticité sera repris dans la seconde moitié des années 1960 par les revues rock comme *Rock & Folk* et *Best* qui, le plus souvent, préféreront elles aussi les modèles étrangers et radicaliseront la critique du formatage industriel des musiques populaires incarné par les yéyés. Ce travail conjoint des producteurs, des journalistes et des amateurs a pour effet de marginaliser la nouvelle génération de groupes cherchant leur « son » ailleurs (Liverpool, San Francisco) : même après mai 68, les succès de groupes de rock français seront rares (Magma) et souvent courts

(les Variations, Martin Circus, Ange...), alors que le système du music-hall, rodé avec les yéyés, suivra son cours.

Orientation bibliographique

DAUNCEY Hugh et LE GUERN Philippe, *Stéréo. Sociologie comparée des musiques populaires en France-Grande-Bretagne*, Nantes/Paris, Éditions Mélanie Seteun/IRMA, 2008.

GUIBERT Gêrôme, *La Production de la culture. Le cas des musiques amplifiées en France. Genèse, structurations, industries, alternatives*, St Amant Tallende/Paris, Mélanie Seteun/Irma, 2006.

MIGNON Patrick et HENNION Antoine (dir.), *Rock, de l'histoire au mythe*, Paris, Anthropos, 1991, en ligne : https://www.persee.fr/issue/vibra_0295-6063_1991_hos_1_1.

MORIN Edgar, « On ne connaît pas la chanson », *Communications*, vol. 1965, n° 6, p. 1-9, en ligne : https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1965_num_6_1_1064.

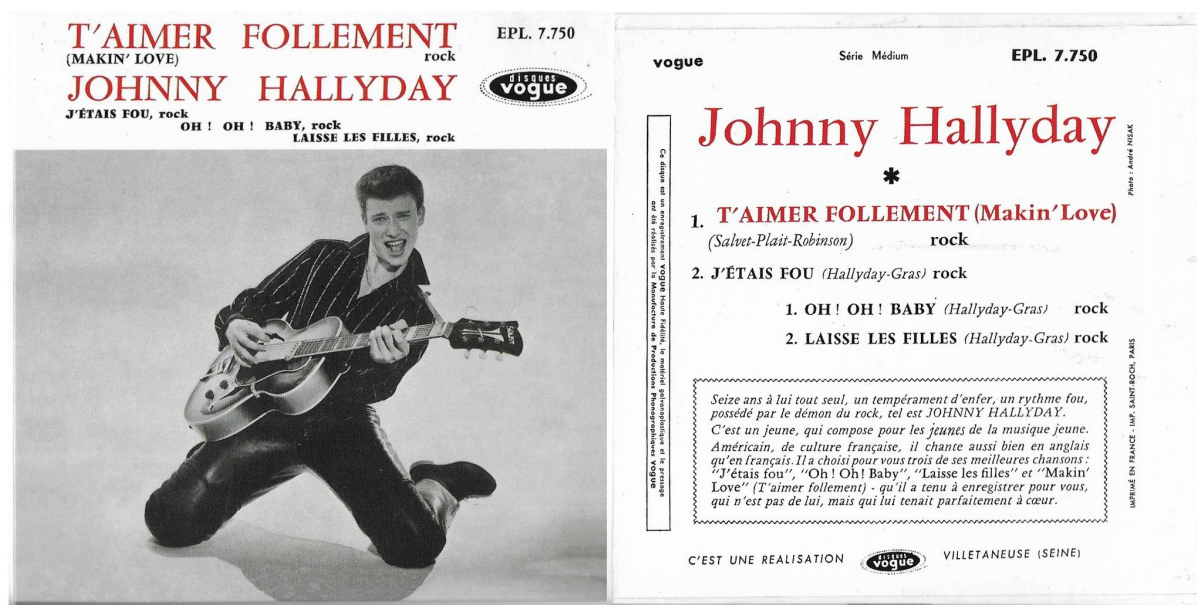
PIRENNE Christophe, *Une Histoire musicale du rock*, Paris, Fayard, 2011.

TAMAGNE Florence, « “C’mon everybody”. Rock’n’roll et identités juvéniles en France », in BANTIGNY Ludivine et JABLONKA Ivan, *Jeunesse oblige. Histoire des jeunes en France XIX^e-XXI^e siècle*, p. 199-212, en ligne : <https://www.cairn.info/jeunesse-oblige--9782130566922-page-199.htm>.

SANTAMARIA Yves, *Johnny Hallyday, sociologie d’un rocker*, Paris, La Découverte, 2010.

1. Le premier super 45 tours de Johnny Hallyday

La pochette du premier 45 tours de Johnny Hallyday au look et à la pose rock'n'roll, comme sur scène. On présente le chanteur comme « un jeune, qui compose pour les jeunes de la musique jeune. Américain, de culture française ». Le disque met en exergue « T'aimer follement », une reprise pudique d'un hit country américain de 1959, déjà interprété deux mois plus tôt par Dalida, et imposée par Jacques Wolfsohn, directeur artistique chez Vogue. Les paroles sont adaptées par deux figures de l'industrie musicale française des années 1950 à 70 : André Salvat (parolier, éditeur, fondateur du Midem...) et Jacques Plaît (directeur de production dans plusieurs grandes firmes – dont Philips, où il supervisera les enregistrements de Johnny après son passage dans cette firme l'année suivante). Celles des trois autres morceaux sont toutes écrites par le duo Gilbert Guénet-Roger-Jean Setti (alias Jil et Jan), qui a découvert le chanteur et l'a présenté à Wolfsohn, et qui composera de nombreux tubes pour lui et d'autres vedettes yéyés.



HALLYDAY Johnny, « T'aimer follement », Vogue, EPL 7750, 16 mars 1960.

2. Témoignage d'un rocker sur les séances d'enregistrement dans une major

Jean-Pierre Bordi, alias Peter, guitariste du groupe de rock'n'roll Long Chris et les Daltons, signé chez Philips grâce à Johnny Hallyday, revient sur les contraintes imposées par leur maison de disque lors des séances d'enregistrement, qui contredisent l'esprit, l'esthétique et les pratiques du groupe – représentés ici par la recherche d'une image et d'un « son » rock spécifique, à l'aide de poses, d'instruments et d'effets électro-acoustiques empruntés à leurs idoles britanniques.

L'instrumentarium, inspiré des idoles britanniques :

« On avait des Fender et on avait acheté une chambre d'écho. [...] Moi j'ai même poussé le luxe d'acheter un ampli Vox comme les Shadows et une chambre d'écho comme Hank Marvin [leur meneur] [...] j'avais un matériel d'enfer pour l'époque, c'était le summum. L'ampli était ce qui se faisait de plus gros, un AC 30 Vox, qui était encore beige comme les premiers modèles. Après les Beatles en avaient des noirs. À cela il fallait ajouter une chambre d'écho plus une chambre de réverbération Fender ! Avec ça on en mettait des tonnes, on avait un écho pas possible. »

Dans le studio d'enregistrement, les censeurs pressés du son rock'n'roll :

« Chez Philips [...] je recherchais le son des Shadows au maximum, mais les ingénieurs du son qui ne comprenaient rien coupaient nos effets ! [...] Du coup, c'était des conditions d'enregistrement précaires et rapides du style : “les gars, vous êtes là pour trois heures de studio, il va falloir vous magner les fesses”. »

L'image policée :

« Nos belles photos, au look agressif, avec des poses de méchants rockers ne sont pas celles qui ont été retenues. [...] Nous on a un sourire béat, alors qu'on aurait voulu du bien agressif. »

Les tubes et les musiciens de studio imposés lors des enregistrements :

« Alors là, on est tombé vraiment dans la haine. Pour le choix des titres, on nous a imposé “Comme L'Été Dernier” [une reprise, chantée par Johnny, Sylvie, Vic Laurens...], il fallait faire des tubes. [...] Autrement, on a fait nos quatre morceaux nous-mêmes et le son ne plaisait pas du tout, parce qu'on était “hard”. On nous a mis, pour étoffer le son, trois ringards – on ne peut pas dire que c'était des requins de studios parce que les pauvres gars devaient

avoir à l'époque cinquante balais et ils devaient faire du bal de campagne. [...] Ils nous ont massacré notre truc allègrement. »

MARCOU Jean, « Long Chris et les Daltons », *Jukebox Magazine*, n° 16, nov.-déc. 1987, p. 31-36.

3. Un journaliste rock sur l'opposition entre yéyé et rock en France

Dans un ouvrage de souvenirs, Philippe Koechlin, rédacteur en chef de Rock & Folk jusqu'en 1978 revient sur la place des rockers français dans le magazine, l'opposition entre rock et yéyé, qui recoupe d'autres distinctions : normatives (authenticité/conformisme), sociales (les publics)...

« Quant aux Français, voici l'éternel problème : quels sont ceux qui peuvent être considérés comme "rock" – à part les groupes style Téléphone, petits Rolling Stones en V.F. ? Frontières impossibles à tracer, et là aussi modes en tout genre. Les premiers numéros de *Rock & Folk* affichaient Johnny Hallyday et Eddy Mitchell, et même Hugues Aufray et Dutronc ; on ira jusqu'à Georges Moustaki (oui, avec sa gueule de métèque, de Juif errant, de pâtre grec). Johnny, Eddy (et Dick) ? Impensable quelques années plus tard, trop marqués yé-yé, ou trop grand public. Ensuite, seuls un Higelin, un Gainsbourg, un Charlebois pour émerger entre les Who et Jimmy Page. Suffisamment non-conformistes, peut-être. [...] Mais, chez nous, impossible de marier dans un même journal Claude François et Bob Dylan, s'adressant à deux publics différents et plutôt antagonistes. »

KOECHLIN Philippe, *Mémoire de rock et de folk*, Bordeaux, Le Castor astral, 2007, p. 167-8.

4. Edgar Morin sur le phénomène « copains »

Dans deux articles du Monde parus deux semaines après la « Nuit de la Nation » de juin 1963, le sociologue Edgar Morin livre une analyse fine et, par certains aspects, prophétique, de l'ambivalence et de l'hétérogénéité de la culture jeune.

« Le yé-yé immerge dans les contenus de la culture de masse pour adultes, certes, mais nous ne devons pas dissoudre son caractère propre. Celui-ci nous introduit dans un jeu pur, dans une structure de vie qui se justifie essentiellement dans le sentiment du jeu et dans le plaisir du spectacle. Cette structure peut être dite nihiliste dans le sens où la valeur suprême est dans le jeu lui-même. Ce jeu est du reste ambivalent. D'une part, il s'ouvre sur cette forme paisible et consommatrice du nihilisme qui constitue l'individualisme de jouissance personnelle ; de ce fait, donc, il nous renvoie encore à la culture de masse des adultes et plus largement à la civilisation bourgeoise actuelle. D'autre part, il peut y avoir dans le yé-yé les ferments d'une non-adhésion à ce monde adulte d'où suinte l'ennui bureaucratique, la répétition, le mensonge, la mort ; monde profondément démoralisant au regard de toutes les profondes aspirations d'un être jeune ; monde où la jeune lucidité (non partagée par tous les jeunes) ne voit de la vie des adultes que l'échec : "Je sais bien que la vie est brève et j'en ai fait le tour." (Françoise Hardy, Comme tant d'autres.)

L'exaltation du yé-yé peut porter en germe la fureur du blouson noir, le refus solitaire du beatnik, mais aussi elle peut être la préparation purificatrice à l'état de salarié marié, casé, intégré, jouissant. C'est qu'en ce yé-yé sont encore indistincts le nihilisme de consommation et le nihilisme de consommation. Dans le yé-yé il y a superposition, voire mixage de contenus de la culture de masse et d'une absence de contenus. Yé-Yé est quelque chose qui sonne comme le dada de Tzara et quelque chose qui sonne déjà le gaga. Cette contradiction, ou si l'on préfère cette hétérogénéité, correspond bien à l'adolescence, âge de la préparation à l'état adulte et du refus de l'état adulte, âge ambivalent par excellence qui porte en lui toujours la possible révolte de la jeunesse et son probable conformisme. »

MORIN Edgar, « Salut les copains. II. Le yé-yé », *Le Monde*, 7-8 juillet 1963.

5. Paul Yonnet sur Johnny Hallyday

Le sociologue des loisirs Paul Yonnet compare en 1985 (année du premier passage de la vedette à la Fête de l'Humanité) le mythe Johnny Hallyday au mythe Presley (« encombré d'anecdotes terriennes, qui le situent socialement et familialement. »), et éclaire les raisons de son rejet par différentes catégories sociodémographiques.

« Aussi loin que l'on remonte dans le temps, on aperçoit le Johnny éternel, né pour le rock : connu dans la bande de la Trinité (Paris, IX^e) pour être un fou du rock américain, qu'il imitait en permanence, sans roman familial, sans plainte sociale ni projet d'insertion, un mythe sans origine pour incarner un mythe d'origine. Bref, un *jeune pur*, donc un rock'n'roller *par nature*.

Haï par les adultes au début des années soixante pour ses qualités propres (vocales, scéniques, absence de connotations sociales du type Piaf ou Montand), Johnny Hallyday sera tout autant méprisé vers 1968 par la fraction du peuple adolescent la plus politisée, étudiants fascinés dans le meilleur des cas par la pop anglo-saxonne (Dylan, Lennon, Hendrix).

Par sa manière d'être en scène et de dire les mots, les sentiments, Hallyday trace en effet des frontières culturelles implicites, où il rencontre la faveur majoritaire de la jeunesse, mais qui le séparent des couches intellectuelles [...]. »

YONNET Paul, « Hallyday for ever », in *Jeux, modes et masses 1945-1985*, Paris, Gallimard, 1985, p. 201-2.