

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

*ALL I WANT IS U2:*  
LE THÉATRAL, LE PERFORMATIF  
ET LE SPECTACULAIRE  
DANS LE CONCERT ROCK

MÉMOIRE  
PRÉSENTÉ  
COMME EXIGENCE PARTIELLE  
DE LA MAÎTRISE EN THÉÂTRE

PAR  
STÉFAN CÉDILOT

MAI 2010

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL  
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

## REMERCIEMENTS

Merci à Stéphanie Pelletier, qui a mis en scène le mémoire-création *All I Want is U2* en mai 2009. Tu as trouvé un sens au chaos de mes recherches théoriques et de ma passion d'adolescent pour U2, et tu as réussi, en plus, à en faire un spectacle. J'ai hâte au prochain.

Merci aussi, Frédéric Maurin, pour n'avoir jamais douté de la pertinence du projet et pour avoir été présent, disponible et encourageant, alors que rien ne t'y obligeait.

Alain Fournier, merci d'avoir dirigé ce mémoire, mais surtout d'avoir cru en moi à une époque où je ne me croyais plus moi-même. C'est parce que tu insistais, au hasard de nos rencontres, que je me suis inscrit à la maîtrise. Sans toi, je n'aurais probablement plus jamais touché au théâtre.

## TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	ii
RÉSUMÉ.....	v
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
LE THÉÂTRAL.....	4
1.1    Définitions.....	4
1.2    Théâtral et personnification dans le rock.....	7
1.3    La personnification dans les spectacles de U2.....	11
1.3.1 <i>Zoo TV</i> : les personnages.....	12
1.3.2 <i>Pop Mart</i> (1997) : les archétypes.....	14
1.3.3    1976-1981 : Post-Punk.....	15
1.3.4    1982-1989 : La mise en scène de l'authenticité.....	25
1.3.5    2000-2009 : L'authenticité recyclée.....	27
CHAPITRE II	
LE SPECTACULAIRE.....	29
2.1    Les théories du spectaculaire.....	29
2.2    Le spectaculaire dans le concert rock.....	31
2.3    U2 et le spectaculaire.....	37
2.3.1    1983-1989 : Des arénas aux stades.....	38
2.3.2 <i>Zoo TV</i> : la critique des médias de masse.....	42
2.3.3 <i>Pop Mart</i> : la critique de la société de consommation.....	43
CHAPITRE III	
LE PERFORMATIF.....	46
3.1    Un exemple de performatif spectaculaire : Dylan et la crise du folk.....	47
3.2    U2 et le performatif.....	51
3.2.1    U2 et le performatif dans les années 80.....	52
3.2.2    U2 et le performatif dans les années 90.....	55
3.2.3    U2 et le performatif au 21 <sup>e</sup> siècle.....	59
3.2.4    De l'espace performatif à la médiatisation.....	62

CONCLUSION.....	66
APPENDICE: LES IMAGES .....	71
RÉFÉRENCES.....	88

## RÉSUMÉ

Il est fréquent, dans les critiques et les analyses de concerts rock, qu'on utilise des termes comme *théâtral*, *performatif* ou *spectaculaire* pour décrire certains spectacles. Ces concepts, qui sont empruntés à d'autres champs de recherche comme le théâtre et l'opéra, ont-ils forcément la même signification lorsqu'ils sont utilisés par les spécialistes de la musique rock ? Si oui, comment s'articulent-ils dans le contexte de l'évolution du concert rock ?

Pour tenter de répondre à ces questions, et malgré certains exemples pris chez d'autres artistes, le groupe rock irlandais U2 aura été choisi comme principal sujet d'analyse, entre autres parce qu'il est actif depuis plus de trois décennies et qu'il est demeuré un des groupes les plus populaires de la planète presque tout ce temps, ce qui lui a permis d'expérimenter avec divers concepts théâtraux, spectaculaires et performatifs, tout en les adaptant à des salles tels que les arénas et stades du monde entier.

Si le champ de la recherche théâtrale a été le lieu de nombreux débats sur la définition du concept de théâtralité, du côté de la musique rock, le terme est généralement utilisé lorsqu'un artiste joue un personnage sur scène. Dans le cas de U2, la personnification a pris plusieurs formes au fil des ans : vêtements qui respectent les normes du genre *punk rock* dans les années 1970, construction d'une image d'artiste *authentique* dans les années 80, personnages caricaturaux et ironiques du chanteur Bono dans les années 90, pour arriver à un adroit recyclage et une synthèse de toutes ces phases dans les années 2000.

Le spectaculaire, lui, se définit comme un dépassement de la norme admise pour un spectacle donné, donc un effet qui déjoue les attentes du spectateur. Dans le domaine du rock, ce dépassement est intimement lié à une évolution des moyens technologiques, elle-même une conséquence de la popularité de la musique et la nécessité d'adapter la technique de scène à des salles énormes. Si les effets spectaculaires du concert rock sont souvent dus à des avancées technologiques sonores et visuelles, il n'en demeure pas moins que, souvent, c'est la performance même de l'artiste qui surprend le plus le spectateur.

Dans le contexte d'un concert rock, les notions de théâtralité, de spectaculaire et de performatif sont intimement liées, et la réalisation de l'effet spectaculaire, qu'il provienne de la technologie ou de la performance de l'artiste, est toujours le résultat d'une adroite mise en scène. Ne serait-ce que par les codes vestimentaires et scéniques par lesquels les artistes affirment leur appartenance à des styles de rock spécifiques, le concert rock est éminemment théâtral.

Mot clés : musique rock, théâtralité, spectaculaire, performatif, U2.

## INTRODUCTION

Mettant en garde contre l'utilisation du terme *théâtral* dans divers champs de recherche, Josette Féral écrit:

When used outside the field of theatre, the notion of theatricality seems to refer to familiar characteristics, as if its meaning were somehow implicit for those who use them.<sup>1</sup>

Dans les écrits des spécialistes de la musique rock, par exemple, l'on attribue volontiers des qualités comme la théâtralité ou encore le spectaculaire à certains artistes ou à certaines performances ou concerts rock :

[...] the shows designed by [U2 set designer Willie Williams] might be said to represent a highly developed form of rock theatre, calling on inspiration and influence from a vast range of media, from fine art to advertising by way of cinema and opera. Previously, the big rock spectacular had been known more for its bombastic attempts at heroism than for any particular sense of finesse and self-awareness. But there had been honourable exceptions within the history of rock theatre [...].<sup>2</sup>

Cet extrait d'un article de Michael Bracewell, sur le spectaculaire dans le concert rock et dans ceux du groupe irlandais U2 en particulier, est un excellent exemple de cette valeur implicite attribuée aux notions de théâtral et de spectaculaire. Quels éléments, présents dans un concert rock, le rendent théâtral ? Si des parties de ce concert sont spectaculaires, à quels effets et à quelle réaction spécifique du spectateur fait-on référence ?

Dans le domaine de la recherche théâtrale, l'on trouve aisément de nombreux textes qui traitent de ces concepts, qui tentent de les définir et cherchent à en analyser les effets sur

---

<sup>1</sup>. « Quand elle est utilisée hors du champ du théâtre, la notion de théâtralité semble référer à des caractéristiques familières, comme si ses significations possibles étaient en quelque sorte implicites pour ceux qui les utilisent. » (Féral, p. 3, trad. lib.)

<sup>2</sup>. « [...] les spectacles conçus par [Willie Williams, scénographe de U2] pourraient représenter une forme hautement développée de théâtre rock, inspirés et influencés par un vaste champ de médias, des beaux-arts à la publicité en passant par le cinéma et l'opéra. Précédemment, l'énorme concert rock spectaculaire était connu plus pour ses grandiloquentes tentatives de représenter l'héroïsme que pour une quelconque idée de finesse ou d'auto-analyse. Toutefois, il y a eu des exceptions honorables dans l'histoire du théâtre rock [...]. » (Scrimgeour, p. 10, trad. lib.)

le spectateur. Cependant, il semblerait que ces spécialistes d'autres genres performatifs, comme la musique rock, qui empruntent ces notions au théâtre ou à l'opéra, soient relativement indifférents, par exemple, aux luttes de la communauté théâtrale à propos de la définition et du fonctionnement de la théâtralité. Peut-être cette indifférence théorique vient-elle du fait que la performance de la musique rock sur scène n'est qu'un élément parmi d'autres de son industrie, qui vit aussi bien des enregistrements, des vidéoclips, DVD et autres marchandises, que des spectacles de ses artistes.

Chacun des trois chapitres suivants a pour noyau une de ces notions : le théâtral, le performatif et le spectaculaire. Partant de définitions et d'analyses provenant des champs de recherche du théâtre et de l'opéra, le fonctionnement de ces concepts dans le contexte d'un concert rock sera expliqué à l'aide d'exemples concrets tirés de l'histoire du rock et dans les spectacles de U2 en particulier.

Si la division du texte en trois parties distinctes semble indiquer que ces notions ne sont pas forcément reliées, nous verrons, au contraire, qu'elles sont indissociables les unes des autres, et que chacune sert de complément à l'autre. L'effet théâtral, par exemple, utilisé en dehors du contexte du théâtre, devient souvent spectaculaire en soi. Les effets spectaculaires, eux, quels qu'ils soient, servent principalement à rehausser la performance de l'artiste. Cette performance est, dans le cas des artistes les plus marquants du rock, dont U2, parfois ce qu'il y a de plus spectaculaire et inoubliable dans le spectacle.

Pour une telle analyse, le cas de U2 est particulièrement intéressant parce qu'il s'agit d'un groupe rock qui, à l'instar des Rolling Stones et de Madonna, est non seulement resté actif durant plusieurs décennies, mais qui a su aussi maintenir sa popularité en s'adaptant aux époques et aux modes, tout en développant un genre de spectacle que Bracewell appelle « un théâtre technologique pour l'Âge de Masse de la culture populaire »<sup>3</sup>. Le groupe irlandais est d'autant plus intéressant qu'il a toujours mis les rapports entre l'espace performatif, le performeur et le spectateur au centre de ses préoccupations. Cette approche a fait de U2 un des pionniers de l'industrie du rock sur le plan de l'utilisation des nouvelles technologies et sur celui d'une quête de l'intimité dans des salles énormes comme des arénas et des stades. De plus, ses innovations constantes en matière d'architecture scénique sont souvent devenues

---

<sup>3</sup>. “[...] a technological theatre for the Mass-Age of popular culture [...]” (*Id.*, p. 11, trad. lib.)

des standards techniques et conceptuels du concert rock en général. Sa vision particulière du concert rock comme *communion*, ayant racine dans l'imagerie du mouvement musical *post-punk* de la fin des années 1970, évolua dans l'ère du vidéoclip avec les spectacles *War* (1983), *The Unforgettable Fire* (1984-85), *The Joshua Tree* (1987) et *Love Town* (1989), avant de culminer avec les spectacles multimédia *Zoo TV* (1992-93) et *Pop Mart* (1997), et les conceptions plus minimalistes de *Elevation* (2001-02) et *Vertigo* (2005-06). Le plus récent spectacle, *360°* (2009-2010), offre une distillation des procédés spectaculaires les plus marquants des concepts passés du groupe, tout en proposant une avancée dans les rapports scène/salle et performeur/spectateur dans le contexte d'un concert rock créé pour les stades.

## CHAPITRE I

### LE THÉÂTRAL

#### 1.1 Définitions

Selon la définition du Larousse, le *théâtral* est un qualificatif qui peut être associé à l'artificiel et à l'exagération. Même dans le champ de recherche du théâtre, la théâtralité est souvent opposée à la sincérité, au *vrai* : pour Stanislavski, elle est un effet d'exagération qui sonne faux ; à l'opposé du Naturalisme, Meyerhold disait que la scène doit parler son propre langage et que le *théâtral* doit être distinct de la vie et de la réalité.

Cependant, il existe aussi des définitions plus larges de la théâtralité, comme celle de Bernard Beckerman, citée par Joachim Fiebach dans les notes de son texte « Theatricality : From Oral Traditions to Televised 'Realities' » (Féral, p. 17-41), une exploration de différentes approches théoriques :

Theater [...] occurs when one or more human beings, isolated in time and/or space, present themselves to another or others.<sup>4</sup>

Selon ce point de vue, toute performance, vue comme événement qui se déroule dans le temps, devant un public et dans un lieu précis, posséderait une part de théâtralité.

Pour Josette Féral, dans son introduction au numéros 98/99 de la revue *Substance*, intitulé *The Rise and Fall of Theatricality*, la fonction spectatorielle est ce qui relie les nombreuses approches à la théâtralité :

---

<sup>4</sup>. « Le théâtre apparaît quand un ou plusieurs êtres humains, isolés dans le temps et/ou l'espace, se présentent à un autre ou à d'autres. » (Féral, p. 35-36, trad. lib.)

The shared conviction that the beholder is fundamental to the definition of theatricality, since the theatrical phenomenon is acknowledged and rendered operational by the spectator's presence alone.<sup>5</sup>

Pour que le spectateur reconnaisse de la théâtralité dans ce qu'il observe, une variété de procédés sont néanmoins nécessaires :

[...] this theatricality has been inscribed by the artist in the object or event that the spectator sees, via procedures that can be studied (alication effect, ostension, framing, etc.). For the spectator, recognition of these procedures depends on a process of perception.<sup>6</sup>

Parmi ces procédés, on pense en premier lieu au décor, aux costumes et, sans doute celui qui occupe la plus grande place dans l'analyse de la théâtralité chez les théoriciens du théâtre, le jeu de l'acteur.

Or, dans les années 1960, aux États-Unis, s'est effectué un glissement au niveau de la performance théâtrale, qui passait, en une décennie seulement, de majoritairement axée sur le jeu de l'acteur à majoritairement axée sur le non-jeu. Selon Michael Kirby, dans son article « On Acting and Not-Acting », le facteur le plus important dans ce changement est le *happening*, dont les principales caractéristiques sont la diminution de l'importance du texte, la création collective, l'altération du rapport physique spectateur/performeur, la participation du public, l'utilisation de lieux non conventionnels ou successifs dans un même spectacle, et une emphase sur le mouvement et l'imagerie visuelle. Kirby, dans son article, élabore une échelle de mesure du degré de jeu (*acting*) et de non-jeu (*not-acting*) présent dans une performance donnée, le jeu étant caractérisé par la feinte, la simulation, la représentation et la personnification, alors que son contraire serait dénué de ces caractéristiques, comme c'est souvent le cas dans la danse.

Le point exact où se situe un performeur sur l'échelle de Kirby dépend de plusieurs facteurs, dont le lieu et le contexte physique. Le costume, évidemment, a plus de pouvoir symbolique dans le contexte d'une performance, mais l'identification dépend du degré avec

---

<sup>5</sup>. « La conviction partagée que la personne qui regarde est fondamentale à la définition de la théâtralité, puisque le phénomène théâtral est reconnu et rendu opérationnel par la seule présence du spectateur. » (*Id.*, p. 3, trad. lib.)

<sup>6</sup>. « [...] cette théâtralité a été inscrite par l'artiste dans l'objet ou l'événement que le spectateur voit, via des procédés qui peuvent être étudiés (distanciation, ostentation, cadrage, etc.). Pour le spectateur, la reconnaissance de ces procédés dépend d'un processus de perception. » (*Id.*, p. 11, trad. lib.)

lequel ce symbole externe est renforcé par le comportement de l'acteur. Kirby parle de matrice symbolique (*symbolized matrix*) pour désigner un acteur qui ne joue pas mais dont le costume représente quelque chose ou quelqu'un. On parlerait ensuite de jeu reçu (*received acting*) quand il y a assez de références externes pour identifier un personnage et un contexte même si l'acteur agit de façon *ordinaire*, comme c'est le cas de n'importe quel figurant qui se contente de traverser un décor. Le jeu simple (*simple acting*) peut servir à désigner à la fois un acteur qui fait semblant sans émotion ou encore s'il utilise une émotion qui lui est réelle, sans lien avec un personnage.<sup>7</sup> L'émotion serait donc ce qui distingue le jeu du non-jeu, ce qui implique aussi qu'il est possible de jouer sans bouger. Pour simplifier, Kirby oppose « I am this thing » à « I am doing these movements » (Kirby, p. 48).

Dans l'histoire du concert rock, on ne trouve que de rares cas d'utilisation d'un décor théâtral (utilisé ostensiblement comme dispositif théâtral et non dans le seul but d'orner la scène, c'est-à-dire un décor qui avait en quelque sorte une fonction *narrative* dans le spectacle), notamment, dans les années 1970, chez David Bowie ou Alice Cooper, ce dernier récupérant par exemple sur scène l'esthétique des films d'horreur de série B<sup>8</sup>. Dans les écrits des spécialistes de la musique rock, la théâtralité découle plus généralement de la performance de l'artiste. Nous verrons que le degré de jeu et, par extension, d'émotion de ces artistes du rock, selon l'échelle de Kirby, peut varier d'un artiste à l'autre et, comme c'est le cas avec U2, d'un spectacle à l'autre ou encore à l'intérieur du même spectacle.

---

<sup>7</sup>. Il est d'ailleurs intéressant de constater que pour Kirby, le *Method Acting* fait partie de cette catégorie.

<sup>8</sup>. “[...] the group created a stage show that featured electric chairs, guillotines, fake blood, and huge boa constrictors, all coordinated by the heavily made up [lead singer Vincent] Furnier.” [« [...] le groupe créa une performance scénique dans laquelle figuraient chaises électriques, guillotines, faux sang et boa constrictors gigantesques, le tout coordonné par le lourdement maquillé [chanteur Vincent] Furnier. »] (Bogdanov et al., p. 248, trad. lib.)

## 1.2 Théâtral et personnification dans le rock

Ce que Michael Bracewell appelle le théâtre rock (*rock theatre*) est apparu avec certains groupes de rock psychédélique<sup>9</sup> des années 1960, qui exploitaient les possibilités offertes par l'innovation technologique. Pour lui, le théâtral résulte d'un concept englobant, à la fois dans son esthétique et dans son rapport avec le spectateur. Un des premiers exemples d'une telle conception appliquée à un concert rock est la collaboration du groupe de l'auteur/compositeur Lou Reed, The Velvet Underground, avec Andy Warhol, qui l'avait choisi pour jouer dans ses spectacles/fêtes multimédia, soit à sa propre Silver Factory ou dans des salles new-yorkaises comme le Dom, où il produisit son happening *The Exploding Plastic Inevitable* en 1966 :

Andy Warhol's *Exploding Plastic Inevitable* shows with The Velvet Underground were volatile fusions of light show, music, projection and film [...] <sup>10</sup> (voir app. A, fig. 1.1)

À la même époque, en Grande-Bretagne, Pink Floyd, groupe psychédélique qui, au fil de son évolution, allait contribuer à définir le rock progressif<sup>11</sup> dans les années 70 et incorporer lui aussi le multimédia dans ses spectacles, créant ce que Bracewell appelle du théâtre audiovisuel (*audiovisual theatre*). Ils étaient entre autres les pionniers des *liquid light shows* décrits par Mark Cunningham dans son article *A Short History of Rock Touring* (Scrimgeour, p. 196-199) :

[...] a technique that involved mixing coloured oils and heating them to produce bubble effects, which created a mysterious ambience when projected on to the stage and over the band's faces.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup>. Rock expérimental des années 60, souvent chaotique et basé sur l'improvisation, il devint la trame sonore hallucinogène de la culture hippie.

<sup>10</sup>. « Les spectacles *Exploding Plastic Inevitable* de Warhol, avec The Velvet Underground, étaient des fusions volatiles d'éclairages, de musique, de projection et de film [...] » (Scrimgeour, p. 10, trad. lib.)

<sup>11</sup>. Genre ancré dans le croisement de la tradition symphonique et du jazz.

<sup>12</sup>. « [...] une technique qui consiste à mélanger des huiles colorées et de les chauffer, dans le but de produire des effets de bulles qui créent une ambiance mystérieuse lorsque projetées sur la scène et sur les visages du groupe. » (*Id.*, p. 198, trad. lib.)

Dans les années 70, l'on vit une prolifération de personnages dans les concerts rock. Bowie et Cooper<sup>13</sup> jouaient les personnages représentés par leurs costumes et leurs décors<sup>14</sup>, et ceux-ci s'inséraient souvent dans un concept plus global. Les concerts de Bowie, par exemple, avaient toujours à leur centre un personnage différent qui portait le symbolisme du spectacle, les plus connus étant Ziggy Stardust, le rockeur venu de Mars, et plus tard, le Thin White Duke :

Bowie [as the Thin White Duke] seems like a cross between Frank Sinatra and Hamlet – a skeletal crooner, both the product and the prisoner of a rotting culture.<sup>15</sup>

Dans le cas du groupe rock progressif Genesis, les personnages du chanteur Peter Gabriel servaient de narrateur avec des monologues insérés entre les chansons :

The theatrical attributes of Gabriel's singing fit in well with the group's live performances, and he began to make ever more extensive use of masks, make-up, and props in concert, telling framing stories in order to set up their increasingly complicated songs.<sup>16</sup>

Ces histoires racontées par Gabriel étaient, pour Bracewell, directement inspirées par la tradition de la fable :

---

<sup>13</sup>. Alice Cooper était à la fois le nom du groupe et le nom du personnage campé par le chanteur Vincent Furnier. Malgré la dissolution du groupe au milieu des années 70, Alice Cooper devint le nom sous lequel Furnier endisque et performe encore à ce jour.

<sup>14</sup>. Bowie a d'ailleurs reçu une formation en mime et en utilisait déjà les procédés dans ses premiers spectacles.

<sup>15</sup>. « Bowie [dans le rôle du Thin White Duke] ressemble à un croisement entre Frank Sinatra et Hamlet – un chanteur de charme squelettique, à la fois le produit et le prisonnier d'une culture pourrissante. » (*Id.*, p. 11, trad. lib.)

<sup>16</sup>. « Les attributs théâtraux de la voix de Gabriel cadraient bien avec les performances du groupe et il eut de plus en plus recours à des masque, du maquillage et des accessoires en spectacle, racontant des histoires qui allaient servir de cadre à leurs chansons de plus en plus complexes. » (Bogdanov et al., p. 456, trad. lib.)

Genesis mined a peculiarly intense form of English fable, with Gabriel himself playing a range of startling characters on stage – a Green Man of folklore, for instance, with foliage extruding from his head, or dressed in a woman's scarlet evening gown and wearing a fox-head mask.<sup>17</sup> (voir app. A, fig. 1.2)

Malgré ces quelques exemples, le rock est néanmoins, et historiquement, un art performatif minimaliste, d'autant plus que seuls les artistes ayant obtenu un certain succès commercial ont accès aux budgets nécessaires à l'élaboration d'un spectacle qui utilise une variété d'effets visuels.

Philip Auslander et Lawrence Grossberg, entres autres, ont écrit de nombreuses pages sur la lutte interne du rock pour être *authentique*, c'est-à-dire à l'opposé du faux, de la reproduction et du préfabriqué. Cette authenticité est constamment remise en question, les nouvelles modes changeant les critères de ce qui est authentique et reléguant souvent ce qui l'était à l'inauthenticité. Grossberg décrit l'histoire du rock comme un mouvement cyclique entre moments authentiques et inauthentiques, mais dont les différents amateurs ne s'entendent pas sur ce qui constitue ces moments, ni sur ce qui les qualifie. Un amateur pour qui l'authenticité du rock se situe dans ce que Simon Frith appelle le *monde de la musique folklorique*, celui de la culture populaire, caractérisé par la destruction du *glamour* sur scène, une emphase sur la pureté et une minimisation de la distance entre performeur et public, verra sans doute la théâtralité, dont la définition la plus péjorative signifie les aspects mimétiques de la représentation théâtrale, comme un signe d'inauthenticité. Par contre, il est certain que les amateurs de concerts rock comme ceux de Bowie ou des groupes de rock progressif dans les années 70 considéraient que l'utilisation de procédés théâtraux n'enlevait rien à l'authenticité de l'artiste, ne serait-ce que parce qu'elle permettait de repousser les frontières de ce qui est possible dans le contexte d'un spectacle musical, découlant d'une volonté de laisser libre cours à la créativité et à l'imagination, autant chez l'artiste que chez le public. L'authenticité, dans ce cas, se situerait dans la qualité de la recherche artistique impliquée dans la création du spectacle, et ne serait pas jugée selon ce que Willie Williams, le concepteur des spectacles de U2 depuis 1983, appelle le *mythe de la spontanéité* du concert rock :

---

<sup>17</sup>. « Genesis mina une forme particulièrement intense de la fable anglaise, avec Gabriel lui-même qui jouait une panoplie de personnages saisissants – un Homme Vert du folklore, par exemple, avec du feuillage qui lui pousse sur la tête, ou habillé d'une robe écarlate de femme avec un masque de renard. » (Srimgeour, p. 10, trad. lib.)

[...] the belief that, unlike theatre, a rock show is a spontaneous event.<sup>18</sup>

Pour Williams, comme pour d'autres, même le spectacle rock le plus simple et le plus minimaliste découlerait d'un effort conscient de mise en scène. Par exemple, si pour Frith les valeurs principales qui constituent l'idéologie folk sont basées sur le naturel, le spontané et l'immédiat, à l'opposé de l'artifice, il n'est pas dupe du fait qu'il y a dans le folk toute une mise en scène de ce naturel, de ce spontané et de cette immédiateté :

[...] the way the stages are set and lit and amplified, the rules of when audiences should talk and when they should keep silent, the obligation on performers [...] to avoid elaborate stage movements.<sup>19</sup>

Cette mise en scène est nécessaire pour Frith dans la mesure où le folk défend justement une *tradition* :

The emphasis, though, is [...] on "purity" and the correct (traditional) way of doing things. Folk music is thus evaluated (and condemned – Dylan going electric) according to concepts of unchanging musical "truth".<sup>20</sup>

On pourrait d'ailleurs en dire autant pour la musique en général, puisque l'authenticité est pour Frith le principal critère d'évaluation dans la détermination de ce qui appartient ou non à un genre, dans la mesure où toute nouvelle musique associée à un genre particulier sera comparée inévitablement à celle qui provoqua originellement la création du terme qui le définit. Le fait de partager des qualités spécifiques avec des musiques passées est donc essentiel pour qu'une musique soit acceptée comme faisant partie du genre convoité :

---

<sup>18</sup>. « [...] la croyance que, contrairement au théâtre, le concert rock serait un événement spontané. » (*Id.*, p. 15, trad. lib.)

<sup>19</sup>. « [...] la manière dont on décortique, éclaire et amplifie la scène, les règles concernant les moments où le public peut parler et ceux où il doit rester silencieux, l'obligation du performeur [...] d'éviter les mouvements élaborés sur scène. » (Frith, 1996, p. 40, trad. lib.)

<sup>20</sup>. « L'emphase, par contre, [...] est sur la *pureté* et la manière correcte (traditionnelle) de faire les choses. La musique folk est conséquemment évaluée (et condamnée – Dylan et la guitare électrique) selon des concepts de *vérité* musicale immuable. » (*Ibid.*, trad. lib.)

Records are excluded from the definitions because they don't fit technically – have the wrong structure, beat, or orchestration.<sup>21</sup>

Il y a donc selon Frith une authenticité qu'il qualifie de formelle, dans la mesure où elle est d'abord déterminée, du point de vue du consommateur, par la capacité d'un artiste à respecter les règles du genre auquel il appartient :

To be authentic and to sound authentic is in the rock context the same thing. Music can not *be* true or false, it can only refer to *conventions* of truth and falsity.<sup>22</sup>

Si l'on s'entend pour dire que tout spectacle musical implique forcément une mise en scène, on ne peut pourtant pas tous les qualifier de théâtraux, puisqu'ils contribuent justement, la plupart du temps, à nourrir ce mythe de la spontanéité mentionné par Williams. Dans les spectacles que Bracewell qualifie de théâtre rock, au contraire, le théâtral est ostensible et la mise en scène aussi, comme c'est le cas avec les chanteurs/personnages tels que Bowie et Cooper.

### 1.3 La personnification dans les spectacles de U2

Dans le cas des spectacles du groupe dublinois U2, les personnages sont apparus au début des années 1990 avec l'album *Achtung Baby* (1991) et le spectacle multimédia *Zoo TV* (1992), une critique acerbe des médias de masse. Ces personnages avaient comme fonction particulière de permettre au chanteur Bono de créer une rupture avec l'image de groupe rock engagé et sérieux cultivé par U2 durant les années 80. Le premier de ces personnages, The Fly, est né durant les sessions d'enregistrement de la chanson du même nom, grâce à une paire de lunettes fumées de type *yeux de mouche*, trouvée au hasard par l'habilleur du groupe :

---

<sup>21</sup>. « Les disques sont exclus de la définition quand ils ne concordent pas sur le plan technique – quand ils ont une structure, un rythme ou des orchestrations qui ne conviennent pas. » (*Id.*, p. 89, trad. lib.)

<sup>22</sup>. « Être authentique et avoir un son authentique sont, dans le contexte du rock, la même chose. La musique ne peut pas *être* vraie ou fausse, elle peut seulement renvoyer à des *conventions* de vérité et de fausseté. » (*Id.*, 1988, p. 100, trad. lib.)

ADAM [CLAYTON, U2 bassist] : I don't know which came first, the glasses or the tune, but as soon as Bono found the glasses he knew what the character should be and how he should sound.<sup>23</sup>

Portées d'abord durant les sessions de studio, ces lunettes fumées trop larges inspiraient Bono à se transformer en un personnage incapable d'hypocrisie, qui ne savait mentir et qui jugeait ses collègues à haute voix pour rire. Si, au départ, *The Fly* n'existait que pour aider à la composition de la chanson et égayer ses collègues, Bono s'intéressa rapidement aux possibilités offertes par sa personnification :

I started to realise that rather cracked character could say things that I couldn't, because I was getting hemmed in as Bono, earnest young man.<sup>24</sup>

*The Fly*, le personnage, fut donc officiellement introduit dans le monde à l'automne 1991, par le biais du vidéoclip de « *The Fly* », la chanson, un avant-goût de *Achtung Baby*, qui allait sortir quelques semaines plus tard.

### 1.3.1 *Zoo TV* : les personnages

Vêtu de cuir de la tête aux pieds avec les lunettes, *The Fly* était à la fois une caricature de Lou Reed à l'époque du Velvet Underground et une parodie des clichés de la vedette rock débauchée, puant le sexe et l'héroïne (voir app. A, fig. 1.3). Avant tout, il était une exagération de l'image médiatique de Bono lui-même, qui était souvent perçu comme un artiste prétentieux, égocentrique et narcissique. Figure centrale du premier tiers du spectacle *Zoo TV*, *The Fly* permettait concrètement à Bono de puiser son inspiration dans les clichés performatifs et iconiques de l'imagerie et de la symbolique sexuelle du rock, se jetant par exemple au devant des photographes placés devant la scène, simulant l'acte sexuel avec une

---

<sup>23</sup>. « ADAM [CLAYTON, bassiste de U2] : Je ne sais pas lequel vint en premier, les lunettes ou la chanson, mais aussitôt que Bono avait trouvé les lunettes, il savait ce que le personnage devait être et quel son il devait avoir. » (Bono et al., p. 224, trad. lib.)

<sup>24</sup>. « BONO : Je commençais à réaliser que ce personnage plutôt fêlé pouvait dire des choses que je ne pouvais pas dire, parce qu'on m'avait stéréotypé dans le rôle de Bono, sérieux jeune homme. » (*Id.*, p. 225, trad. lib.)

caméra vidéo, ou encore s'adressant au public avec arrogance<sup>25</sup>. En agissant ainsi, Bono livrait au public et aux médias rien de moins que son interprétation de leur propre perception de lui.

Pour le rappel, Bono créa un second personnage, celui-ci baptisé Mirror Ball Man : une sorte d'évangéliste texan milliardaire, vêtu d'un complet couleur or ou argent, avec chapeau et bottes de cowboy assortis. Créé pour une réinterprétation de la chanson « Desire », Mirror Ball Man y prêchait l'évangile du succès et des médias, pendant que des millions de dollars en faux billets de banque (les Zoo Écus, dont un exemplaire est aujourd'hui inclus dans le DVD *Zoo TV Live From Sydney*) tombaient sur le public, enjoignant le public à regarder plus de télévision et tentant de le convaincre que si Dieu ne punit pas les riches, c'est que le succès est fondamentalement bon à ses yeux, peu importe les moyens utilisés pour l'obtenir. Lui aussi né de la vision de Bono narcissique propagée dans les médias, il apparaissait sur scène avec un miroir dans les bras, qu'il embrassait durant la chanson.

Si The Fly et Mirror Ball Man, qui apparaissaient respectivement au début et à la fin du spectacle, sont définitivement des personnages avec lesquels Bono se situe du côté du jeu selon la définition de Kirby, il n'en va pas de même pour celui qui dominait le second tiers de *Zoo TV* : Bono, après avoir quitté la scène pendant un solo du guitariste The Edge, réapparaissait vêtu du même costume que l'équipe technique du spectacle. Ici Bono se situait plutôt dans le jeu simple : le costume avait pour effet, au début du moins, de créer une certaine confusion (on croyait voir un technicien sur scène parmi les musiciens), mais n'était pas assez bien défini pour qu'on parle de personnification. De plus, durant la chanson « Running to Stand Still », qui parle d'une héroïnomane, Bono mimait l'injection de l'opiacé, interprétant donc le rôle du personnage de la chanson, action qui est sans lien avec le costume porté par le chanteur.

Avant de s'envoler pour l'Europe afin de poursuivre la tournée entamée aux États-Unis, le groupe était conscient que Mirror Ball Man n'aurait pas la même signification en

---

<sup>25</sup>. À Montréal, en 1992, Bono, en The Fly, avait fait un clin d'œil au fiasco récent du spectacle de Guns 'n' Roses au Stade Olympique, où le chanteur Axl Rose avait envoyé promener le public et quitté la scène après quelques chansons, causant une émeute : peu après le début du spectacle, aussi au Stade, The Fly regardait sa montre, annonçait qu'il en avait assez et se dirigeait vers la coulisse, avant de revenir en riant de sa blague.

dehors de l'Amérique du Nord, où la population est généralement plus susceptible à l'influence de leaders religieux. Devant la nécessité de le remplacer par un personnage plus *Européen* et inspirés par une nouvelle montée du fascisme en Europe ainsi que par le spectacle *The Black Rider* du metteur en scène Robert Wilson, qui était lui-même inspiré du mythe de Faust, U2 créa MacPhisto, le diable en *pop star*, affublé comme son prédécesseur des couleurs or et argent, mais en costume disco (pattes d'éléphant et plateformes), le visage maquillé en blanc et des cornes sur la tête (voir app. A, fig. 1.4). Ce nouveau personnage permettait à Bono de radicaliser l'ironie des discours de The Fly ou Mirror Ball Man, car MacPhisto disait tout à fait le contraire du discours habituel du chanteur. Les monologues de MacPhisto étaient parmi les plus fascinantes performances de Bono, qui se permettait avec ce personnage de féliciter tous les dictateurs du monde pour leur beau travail ou encore de reprocher à d'autres de faire le bien.

### 1.3.2 *Pop Mart* (1997) : les archétypes

Si, dans *Zoo TV*, Bono était en état de jeu avec The Fly, Mirror Ball Man et MacPhisto, il n'en était pas ainsi pour le spectacle suivant, *Pop Mart*, lui aussi un événement multimédia. Si le premier critiquait les médias de masse, celui-ci était une critique de la société de consommation vu à travers l'imagerie du pop art et de Andy Warhol. Pour U2, ce nouveau thème exigeait une nouvelle approche à la personnification.

Au lieu de personnages présentant des personnalités distinctes, claires et définies, s'imposèrent à la place des archétypes : ceux des principaux sexe symboles de la société de consommation, U2 suggérant ainsi que nos choix de consommation se basent sur des images prédéterminées. De plus, là où Bono était le seul qui se costumait dans *Zoo TV*, avec *Pop Mart* tout le groupe jouait le jeu : Bono était le batailleur, arrivant au début du spectacle en robe de boxeur; The Edge était le cowboy; Adam Clayton personnifiait le col bleu, portant casque de construction et masque; et le batteur Larry Mullen Jr., lui... était tout simplement lui-même, ayant, de toute manière, toujours été le seul vrai sexe symbole dans U2 (voir app. A, fig. 1.5). Les quatre membres du groupe portaient aussi sous leurs sur-vêtements des habits moulants dessinés de faux muscles, puisque, non contents de consommer des archétypes de sexe symboles, nous aimons bien de surcroît qu'ils soient en bonne forme

physique. Selon l'échelle de Kirby, le groupe se situait ici dans la catégorie de la matrice symbolique, puisque les costumes représentent un personnage sans que l'acteur ne joue le rôle.

Cette image d'artiste sérieux et engagé, que le groupe tentait désespérément de briser dans les années 90, n'était-elle pas elle aussi mise en scène, créée de toutes pièces pour respecter les règles du genre? Nous verrons ici que dès leurs débuts, les quatre adolescents qui allaient devenir U2, comme tous leurs contemporains influencés par le mouvement punk rock, procédaient à une récupération d'images iconiques du genre, souvent au détriment de la musique elle-même.

### 1.3.3 1976-1981 : Post-Punk

Les années 1960 furent une période de diversification dans le rock, avec l'entrée en force, dans l'idéologie rock, des groupes britanniques, directement influencés par le rhythm & blues et le rock & roll américain, et menés par les Beatles et les Rolling Stones, qui influencèrent à leur tour des artistes américains comme Bob Dylan et The Byrds. Pour Fred Goodman, c'est aussi la période où la musique rock devint le principal objet de consommation culturelle des adolescents :

With the rise of the popular rock culture in the sixties, as rock albums supplanted films and books as the most influential popular art forms for young people, the mainstream entertainment industry embraced the music.<sup>26</sup>

Goodman cite comme exemple le fait que les rapports financiers de la compagnie Warner Communications, qui était à cette époque le plus important conglomérat de médias américains, démontrent que la musique rock en était devenue la principale source de revenus.

L'opposition entre le rock et la musique pop n'en devint que plus floue : pour la majorité des amateurs et des critiques, le rock *était* la musique pop de l'heure. Ce que Goodman appelle une *révolution commerciale* eut donc quelques effets négatifs sur l'idéologie rock :

---

<sup>26</sup>. « Avec la montée en popularité de la culture rock populaire dans les années 60, alors que les albums rock supplantaient les films et les livres comme formes d'art populaire pour jeunes les plus influentes, l'industrie du divertissement populaire embrassa la musique. » (Goodman, p. XI, trad. lib.)

It bred financial opportunities for artists and a certain professionalism that has proven to be at odds with a quest for authenticity.<sup>27</sup>

Une autre conséquence de cette révolution fut la tendance de l'industrie, durant les dix années suivantes, à investir dans les artistes qui rapportaient le plus et recueillir le fruit de cet investissement en diversifiant les sources de revenus : multiplication des billets pour les spectacles en les produisant dans des salles de plus en plus grandes comme les arénas sportifs, la création de marchandises connexes comme les T-shirts, affiches et livres, et la prolifération de revues spécialisées comme *Rolling Stone*.

L'expansion de la machine commerciale du rock et sa tendance à revendre les mêmes formules éprouvées sur disque et les mêmes effets de mise en scène dans les spectacles des vedettes, axés souvent sur un spectaculaire pyrotechnique, causa vers le milieu des années 70, pour certains amateurs, une impression de stagnation et de redite. Le rock exultait une aura de professionnalisme, mais semblait avoir perdu de son énergie de jeunesse :

Generally thirty-something pop stars content to reinvent and regurgitate clichés in a sort of stylistic stasis, a dire situation exacerbated by the tightly controlled mid-to-late '70s FM programming style known as AOR (album-oriented rock) and glutted with a seemingly endless array of not-so-hard rock and not-quite-so-heavy metal bands that sounded as if they'd been created by record-label marketing departments.<sup>28</sup>

Certains adolescents de l'époque étaient incapables, comme d'autres avant eux, de s'identifier au discours rock du moment :

---

<sup>27</sup>. « Elle engendra des opportunités financières pour les artistes et un certain professionnalisme qui a souvent prouvé qu'il était résistant à la quête de l'authenticité. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>28</sup>. « Des vedettes pop généralement trentenaires qui se contentent de réinventer et de régurgiter les clichés dans une sorte de stase stylistique, une situation affreuse exacerbée par le style de programmation FM très contrôlé dit AOR (*Album Oriented Rock*, format radio se concentrant sur les albums à succès plutôt que les chansons), et la surabondance de ce qui semblait être un étalage infini de groupes *pas très hard rock* et *pas très heavy métal* qui sonnaient comme s'ils avaient été créés par le département marketing d'une maison de disques. » (Bogdanov et al., p. 1335, trad. lib.)

Public music depends on a material community as well as an abstract commitment, and by the mid-seventies, [...] most of the original rock stars (especially isolated in international stardom), had lost this sense of audience (it took the punks to revive it).<sup>29</sup>

Le minimalisme enragé du *punk rock* qui grondait dans les clubs *underground* de New York et de Londres était une des formes que prenait cette rupture :

Dismissed by the shortsighted as crude anti-musicality, punk dared to place itself in direct confrontation with the then-ruling rock hegemony.<sup>30</sup>

Même si la musique punk possède indéniablement des traits caractéristiques<sup>31</sup>, ultimement la musique elle-même n'est pas le noyau idéologique du mouvement punk :

Literally anything fit the equation ; it was just a matter of attitude and presentation.<sup>32</sup>

Si les artistes pop rock des années 70 partageaient encore avec les racines blues et folk un sens de la tradition musicale en puisant dans tous les genres populaires du 20e siècle, les punks rompaient avec cette tradition en créant un genre musical basé sur l'expression personnelle et qui rejette toutes les règles préétablies :

---

<sup>29</sup>. « Une musique publique dépend d'une communauté matérielle ainsi que d'un engagement abstrait, et au milieu des années 70, [...] la plupart des vedettes rock originelles (surtout celles qui étaient isolées dans le vedettariat international), avaient perdu ce lien avec le public (que les punks ont réanimé). » (Frith, 1988, p. 76, trad. lib.)

<sup>30</sup>. « Rejeté par les myopes comme de l'anti-musicalité grossière, le punk osait se placer en confrontation directe avec l'hégémonie rock au pouvoir à l'époque. » (Bogdanov et al., p. 1335, trad. lib.)

<sup>31</sup>. Le *All Music Guide to Rock* donne la définition suivante de la musique punk, décrite par une série de références à ses précurseurs: "[...] the noisy primitivism of the Velvet Underground, the mega-loud working-class anger of the Who, the high-energy guitar spuzz of the MC5 and the Stooges, and the androgyny of the New York Dolls (with a few dollops of Bowie and early Roxy Music for good measure)." [« [...] le primitivisme bruyant du Velvet Underground, la méga-bruyante rage de classe ouvrière des Who, le *spuzz* hautement énergique du MC5 et des Stooges, et l'androgynie des New York Dolls (avec quelques portions de Bowie et de Roxy Music des premières années pour bien équilibrer le tout). »] (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>32</sup>. « Littéralement n'importe quoi pouvait faire partie de l'équation; c'était surtout une question d'attitude et de présentation. » (*Ibid.*, trad. lib.)

Music was no longer about expertise and technical know-how, it was about attitude, energy, and the idea that anybody could do what they wanted.<sup>33</sup>

Nous reviendrons plus loin sur les conséquences d'une telle approche sur le punk lui-même. Voyons d'abord rapidement ses origines et comment se différencient ses mouvements américain et britannique. Cette distinction est essentielle à la compréhension de la construction de l'idéologie rock particulière des quatre adolescents de Dublin, Larry Mullen Jr., Adam Clayton, Dave « The Edge » Evans et Paul « Bono » Hewson qui formèrent un groupe appelé Feedback en 1976.

Le mouvement punk rock est né aux États-Unis à la fin des années 60 autour d'un genre de rock extrêmement agressif, particulier à la scène rock de la ville de Détroit, dans le Michigan, dont les artistes les plus connus sont le MC5 (Motor City Five) et The Stooges. Le climax du punk américain, au milieu des années 70, était surtout localisé dans la ville de New York autour des groupes qui jouaient régulièrement dans le club underground CBGB's, notamment The Ramones et Blondie. À cette époque, et malgré son opposition au rock commercial, le punk avait récupéré et remodelé à son image une panoplie d'influences musicales, idéologiques et stylistiques, en faisant un hybride hétéroclite de genres plus qu'une coupure radicale avec le passé : tout pouvait être du *proto-punk*, de la structure simple du rock and roll à l'expérimentation dérangeante du Velvet Underground, de la violence autodestructrice d'Iggy Pop (des Stooges) à l'androgynie de David Bowie. Ce sont souvent les artistes les plus marginalisés par leur propre genre qui ont été élevés au rang des héros des punks. Pour Simon Frith, par exemple, même John Lennon serait une influence importante :

Lennon believed more intensely than any other performer that rock and roll was a form of expression in which *anything* could be said, but more importantly (in this sense he was "proto-punk") he believed too that rock and roll was the *only* form of expression in which many things – to do with growing up working-class – could be said.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>. « La musique n'était plus une question d'expertise et de connaissances techniques, mais plutôt une question d'attitude, d'énergie et l'idée que tout le monde a le droit de faire ce qu'il veut. » (Taylor, p. 8, trad. lib.)

<sup>34</sup>. « Lennon croyait plus intensément que tout autre performeur que le rock & roll était une forme d'expression par laquelle *tout* pouvait être dit, et plus important encore (en ce sens il était *proto-punk*), il croyait aussi que le rock & roll était *la seule* forme d'expression par laquelle nombre de choses – qui ont à voir avec le fait de grandir dans la classe ouvrière – pouvait être dites. » (Frith, 1988, p. 75, trad. lib.)

Le fait que le punk était un mouvement musical restreint géographiquement, existant comme culture alternative dans seulement une poignée de grandes villes, contribua évidemment à en réduire l'impact, mais si le punk américain n'a pas eu l'impact sociologique de sa progéniture européenne, c'est peut-être aussi que la majorité de la jeunesse américaine de l'époque ne s'y identifiait pas :

Punk never seized the collective consciousness in the States, partly because of industry resistance to the music, and at least equally because many (perhaps most) rock listeners didn't like it.<sup>35</sup>

Une fois récupéré par les Anglais, le punk, comme l'écrit Richie Unterberger, se transforma :

English punk transmogrified into an entirely different beast, one that also valued stripped-down, primal guitar rock and DIY (do-it-yourself) attitude, but one that openly embraced multiculturalism, politics, and radical philosophy.<sup>36</sup>

Face à la dysfonction du gouvernement britannique de la fin des années 70<sup>37</sup>, et déterminés à en faire état dans leur musique, les punks, issus de milieux ouvriers, puisèrent l'inspiration dans des musiques du monde comme le reggae des Caraïbes, qui était déjà une musique contenant une politique contestataire, mais y insufflèrent un nihilisme anarchiste. Pour Unterberger, le rock anglais en fut changé à jamais :

---

<sup>35</sup>. « Le punk ne s'est jamais emparé de la conscience collective des États, en partie à cause d'une résistance de l'industrie à la musique, et aussi, de façon au moins aussi importante, parce que plusieurs amateurs de rock (possiblement la majorité) n'aimaient pas ça. » (Bogdanov et al., p. 1336, trad. lib.)

<sup>36</sup>. « Le punk anglais se transforma en une toute autre bestiole, qui mettait elle aussi en valeur la guitare rock minimaliste et primale ainsi que l'attitude *moyens du bord*, mais en embrassant ouvertement le multiculturalisme, la politique et une philosophie radicale. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>37</sup>. "The nation's economy was flailing, and more and more teenagers left school to go straight on the dole, with little hope for financial success or social stimulation in the near future." [« L'économie de la nation était fragile et de plus en plus d'adolescents quittaient l'école pour se retrouver directement sur l'aide sociale, avec peu d'espoir de succès financier ou de stimulation sociale à court terme. »] (*Ibid.*, trad. lib.)

The sybaritic excesses of the post-hippie era were replaced by angry kids yelling “no future” and referring to successful rock stars as “boring old farts”. Punk took Great Britain – both its entertainment industry and its general citizenry – by surprise.<sup>38</sup>

La surprise venait non seulement du chaos et de la violence généralement associées aux spectacles des Sex Pistols, les leaders incontestés du mouvement britannique et aussi ses représentants les plus dangereusement nihilistes, mais aussi du fait que cette violence n’était pas limitée aux spectacles, mais devenait l’attitude et l’image anti-sociales des punks, issus des milieux ouvriers, au quotidien.

Cette insistance sur l’attitude, mot qui revient constamment dans les discours critiques sur le punk, et l’image au détriment d’une cohésion musicale générale, a provoqué une explosion (le *punk explosion* du discours rock contemporain, généralement placé de 1975 à 1978) de sous-genres du punk aux directions musicales variées :

British punk did not so much die out as mutate and diversify, as any vital musical style needs to do in order to survive.<sup>39</sup>

Selon les légendes populaires du rock, la conséquence de la première tournée anglaise des Sex Pistols fut que *tout le monde* forma un groupe, du moins tous ceux qui avaient vu les Pistols en spectacle, soudainement convaincus hors de tout doute que *tout* pouvait maintenant être de la *musique*. On dit aussi parfois qu’il y aurait eu autant de nouveaux styles que de nouveaux groupes.

Quoiqu’il en soit, quand l’industrie du rock et les amateurs eurent assez débattu des catégorisations et sous-genres possibles, le milieu s’entendit sur deux grandes catégories : le *new wave* (la nouvelle vague) pour les artistes aux visées ostensiblement commerciales dont certains, comme l’Anglais Elvis Costello et le groupe new-yorkais Blondie, ont obtenu un succès populaire à la radio qui aurait été impossible pour les punks, et le *post-punk* pour les groupes aux visées plus artistiques :

---

<sup>38</sup>. « Les excès sybarites de l’ère post-hippie furent remplacés par des adolescents furieux qui criaient « pas de futur » et qui qualifiaient les vedettes rock à succès de « vieux croulants ennuyeux ». Le punk rock prit la Grande-Bretagne – à la fois son industrie du divertissement et sa citoyenneté en général – par surprise. » (*Ibid.*)

<sup>39</sup>. « Le punk britannique n’est pas mort dans la mesure où il subit une mutation et se diversifia, comme tout style musical vital se doit de faire pour survivre. » (*Id.*, p 1337, trad. lib.)

The first wave of post-punks – Gang of Four, Siouxsie & the Banshees, Joy Division, Adam & the Ants – formed immediately after the Sex Pistols, and instead of following through on [Sex Pistols singer] Johnny Rotten's unbridled rage, they turned it inward, creating gloomy, atmospheric soundscapes that bristled with tension and claustrophobic angst.<sup>40</sup>

La facture de la première vague de post-punks n'était donc guère plus joyeuse que celle du punk, au contraire des artistes new wave :

By 1980 [new wave] had become the new label for a modified, tamed, but innovative offspring of the original punk explosion.<sup>41</sup>

Les artistes post-punks les plus marquants parmi ceux qui durèrent au moins jusqu'en 1980, comme Joy Division devenu New Order, ou encore The Cure, en modifièrent les sonorités :

Most of these groups began moving away from the claustrophobic doom that distinguished early post-punk, moving toward cleaner, dissonant attacks. The Birthday Party and its leader Nick Cave picked up the gloomy slack, but other groups – such as the fractured Fall, the agit-rock Pop Group, the ringingly anthemic U2, the twisted roots-punk of the Mekons, and the stark, cool neo-psychedelia of Echo & the Bunnymen and the Teardrop Explodes – fit into the newly redefined sound of post-punk.<sup>42</sup>

En se positionnant dans le courant post-punk, U2, comme tous les autres groupes du genre, affichait une relation ambiguë à l'idéologie punk en admettant comme influence son énergie et sa simplicité, mais en rejetant son agressivité et son radicalisme :

---

<sup>40</sup>. « La première vague de post-punks – Gang of Four, Siouxsie & the Banshees, Joy Division, Adam & the Ants – se sont formés immédiatement après les Sex Pistols, et au lieu de poursuivre dans la veine de la rage débridée [du chanteur des Sex Pistols] Johnny Rotten, ils l'ont dirigée vers l'intérieur, créant des paysages sonores lugubres et atmosphériques qui frissonnaient de tension et d'angoisses claustrophobes. » (*Id.*, p. 1337-1338, trad. lib.)

<sup>41</sup>. « En 1980, [le new wave] était devenu la nouvelle appellation pour un descendant modifié, dompté, mais innovateur de l'explosion punk originelle. » (*Id.*, p. 1337, trad. lib.)

<sup>42</sup>. « La plupart de ces groupes commencèrent à se distancer des airs de *fin du monde* claustrophobes qui distinguaient le post punk de première vague, se dirigeant vers des attaques sonores plus propres et dissonantes. Le Birthday Party et son leader Nick Cave ont récupéré la mollesse lugubre, mais d'autres groupes – comme le Fall fracturé, le Pop Group *agit-rock*, U2 et ses hymnes à tintements, le roots-punk tordu des Mekons et le néo-psychédéisme austère et rafraîchissant de Echo & the Bunnymen et les Teardrop Explodes – s'inscrivent dans le son nouvellement redéfini du post-punk. » (*Id.*, p. 1338, trad. lib.)

LARRY : I didn't know much about the music punk was meant to be rebelling against. Images of The Sex Pistols gobbing on their fans and being gobbled at were disgusting. Musically, however, *Never Mind the Bollocks* is one of the great albums. But I wasn't even seventeen. I had my long hair and my denims. I wasn't quite ready for rebellion. I hadn't quite reached that phase.<sup>43</sup>

De plus, le choix des premières chansons apprises par le groupe, alors que ses membres étaient encore au stade d'apprendre à jouer ensemble, était souvent d'ordre pratique plutôt qu'idéologique :

EDGE : There was a lot of talk, [...] trying to figure out if we had similar musical tastes. [...] I think we managed to establish certain intersections. Everybody liked T. Rex and Bowie [...]. Somebody else might have been playing the Eagles because that was very big at the time.<sup>44</sup>

BONO: I was listening to the Beach Boys and early rock and roll at the time. I could play that, it was simple twelve-bar stuff. Larry was into the Eagles, as his sister was.<sup>45</sup>

Pourtant, en 1977, après environ un an de répétitions, Feedback devint The Hype et afficha une appartenance plus marquée à l'idéologie punk :

EDGE : Around that time we came up with a new name that reflected our shift in emphasis to this new power music.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup>. « Je ne connaissais pas grand-chose de la musique contre laquelle le punk était supposé se rebeller. Les images des Sex Pistols qui crachent sur leur public et qui se font cracher dessus étaient dégueulasses. Musicalement, par contre, *Never Mind the Bollocks* est un des grands albums. Mais je n'avais pas encore 17 ans. J'avais les cheveux longs et je portais des jeans. Je n'étais pas encore mûr pour la rébellion. Je n'avais pas tout à fait atteint cette phase. » (Bono et al., p. 39, trad. lib.)

<sup>44</sup>. « EDGE : On parlait beaucoup, [...] cherchant à savoir si on avait des goûts musicaux qui se ressemblaient. [...] Je crois qu'on avait réussi à établir certaines intersections. Tout le monde aimait T. Rex et Bowie [...]. Quelqu'un a peut-être joué du Eagles parce qu'ils étaient énormes à l'époque. » (*Id.*, p. 30, trad. lib.)

<sup>45</sup>. « BONO : J'écoutais du Beach Boys et du vieux rock & roll à l'époque. J'étais capable de le jouer, c'était du douze mesures assez simple. Larry écoutait les Eagles, comme sa sœur. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>46</sup>. « EDGE : À cette époque on se trouva un nouveau nom qui reflétait le déplacement de notre emphase sur cette nouvelle musique puissante. » (*Id.*, p. 37, trad. lib.)

ADAM: It was pretty obvious that Feedback was not going to be part of the punk movement and that The Hype was. [...] Punk was simple songs played very fast. [...] We started to add some punk material, some Ramones numbers, a couple of Sex Pistols [...].<sup>47</sup>

Toutefois, ce changement de cap n'a toujours que peu à voir avec une identification complète à l'idéologie, comme en témoigne le commentaire de Larry sur les Sex Pistols cité plus tôt. Si The Hype se projette dans le punk, c'est aussi pour des raisons pratiques, comme l'indiquent les commentaires suivants de Adam Clayton :

Bono told us to play Ramones songs because they were melodic and we could get through them relatively easy.<sup>48</sup>

I suppose if punk hadn't happened we would have had to have got better at cover versions but punk happened and we were able to get the very essence of three-chord songs and make something of them, and then that quickly shifted to us being able to write our own tunes.<sup>49</sup>

Le choix de The Hype de jouer du punk avait donc cette double fonction pour le groupe : elle était plus facile à exécuter que du Bowie ou du Eagles, et le fait d'en jouer a assez solidifié les bases musicales des membres pour leur permettre de faire une transition vers leurs propres compositions. En 1978, Larry, Adam, The Edge et Bono devenaient U2, armés de plus en plus de chansons originales et évoluant enfin hors du champ musical restreint du punk.

Si le style musical de chaque groupe identifié par les critiques au post-punk est unique en soi, parce qu'éminemment personnel, refusant les sonorités éprouvées, fussent-elles du punk, ces groupes partageaient tous néanmoins une caractéristique primordiale avec l'idéologie punk : à défaut de connaissances musicales avancées des musiciens, ceux-ci compensaient souvent en travaillant leur image. On sait par exemple qu'Adam, quoiqu'il possédât une guitare basse avant même de se joindre à U2, n'en a appris les rudiments que quelques années plus tard. De même, Bono s'était joint au groupe sans posséder d'instrument,

---

<sup>47</sup>. « ADAM : C'était plutôt évident que Feedback n'allait pas faire partie du mouvement punk mais que The Hype allait en faire partie. [...] Le punk, c'était des chansons simples jouées très rapidement. [...] Nous avons commencé à ajouter du matériel punk, quelques pièces des Ramones, quelques Sex Pistols [...]. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>48</sup>. « Bono nous a dit de jouer des chansons des Ramones parce qu'elles sont mélodiques et que nous étions capable de passer au travers relativement facilement. » (*Id.*, p. 43, trad. lib.)

<sup>49</sup>. « Je suppose que si le punk n'avait pas eu lieu, nous aurions été obligés de nous améliorer à jouer les chansons des autres, mais le punk a eu lieu et nous étions capables de comprendre l'essence des chansons à trois accords et d'en faire quelque chose, et puis cela nous mena vers une capacité à écrire nos propres chansons. » (*Id.*, p. 40, trad. lib.)

mais en insistant sur le fait qu'il pouvait jouer de la guitare et chanter, deux faits qui s'avéraient complètement faux. Ce qui fascine, ce n'est pas qu'un tel groupe a pu éventuellement se vanter d'être parmi les plus populaires au monde, mais que le fait de ne pas savoir jouer de leurs instruments au début ne semblait tout simplement pas être pour eux un grave problème. L'*image* du groupe, par contre, n'était pas prise à la légère (voir app. A, fig. 1.6):

BONO : [...] We got jackets like Iggy Pop on the cover of *The Idiot*, with sleeves too short, and we had these mad-looking psychedelic winklepicker shoes. We chopped our hair.<sup>50</sup>

EDGE: I started wearing this military naval jacket, which actually was my father's from his National Service. It was a good fit. You had to improvise to get your punk look together [...].<sup>51</sup>

BONO: We had a very clear idea about what we wanted [for the first photo shoot]. I had in my head a white background and we were trying for this kind of early Sixties junior Velvet Underground look. And everyone had to wear drainpipes, because that's what you did if you were in punk rock. Larry refused and came to the photo shoot in flares. Flares were the enemy, they were a hippie leftover, so we tried to hide him at the back.<sup>52</sup>

Tous ces efforts pour avoir le bon look, la bonne image, selon un ensemble de règles qui déterminent l'appartenance de U2 à l'idéologie punk, ne nous permettraient-elles pas de dire que ces quatre individus, lorsqu'ils se présentent en tant que U2, soit à une session de photos, soit sur une scène, sont en plein processus de personnification ?

Cette question est d'autant plus valide qu'on peut ajouter aux efforts de construction de l'image du groupe le fait que deux de ses membres portaient déjà des surnoms avant sa formation : Bono et The Edge. Ces noms viennent de l'appartenance du chanteur et du

---

<sup>50</sup>. « BONO : [...] On avait acheté des manteaux comme Iggy Pop sur la pochette de *The Idiot*, avec les manches trop courtes, et on avait ces souliers *winklepicker* psychédéliques à l'allure cinglée. On se coupe les cheveux. » (*Id.*, p. 37, trad. lib.)

<sup>51</sup> « EDGE : J'avais commencé à porter un manteau de soldat, qui avait en fait appartenu à mon père durant son service militaire. Il me faisait bien. Il te fallait improviser pour bâtir ton image punk. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>52</sup>. « BONO : On avait une idée très claire de ce qu'on voulait [pour la première session photo]. J'avais en tête un fond blanc et on visait une image années 60 dans la veine Velvet Underground, version junior. Et tous devaient porter des pantalons fuseau, parce que c'est ce que tu faisais si tu étais dans le punk. Larry refusa et arriva à la session photo en pantalons pattes d'éléphant. Les pattes d'éléphants étaient l'ennemi, un restant de mode hippie, alors on avait essayé de le cacher au fond. » (*Id.*, p. 52, trad. lib.)

guitariste à une clique d'adolescents dublinois marginalisés, qui créèrent un monde imaginaire, appelé Lypton Village, dans lequel ils faisaient semblant de se réfugier pour fuir la réalité :

To emphasize their outsiderdom the Village gave each other new names [...]. Paul [Hewson] was renamed Bono Vox of O'Connell Street after a hearing-aid shop on Dublin's main street (and Bono later christened Dave Evans "The Edge" on account of his sharp mind).<sup>53</sup>

Nous comprenons donc qu'avant même leur appartenance à un groupe rock, qui allait leur permettre de canaliser leurs énergies créatrices, il y avait déjà chez les jeunes Paul Hewson et Dave Evans une volonté de se distancer, par le biais de personnages basés sur des archétypes, de la réalité de leur quotidien d'adolescents.

#### 1.3.4 1982-1989 : La mise en scène de l'authenticité

Il y avait eu de nombreux conflits, au fil des ans, entre les Nationalistes irlandais et l'armée britannique depuis la création de l'Armée républicaine irlandaise (*IRA, Irish Republican Army*), en 1919. Un grand nombre d'adolescents, les membres de U2 compris, commençaient à avoir le sentiment que le nationalisme irlandais était devenu un monstre pour en vaincre un autre, l'Empire britannique. Au printemps 1982, U2 sortait sa première chanson ostensiblement politique, « A Celebration », qui annonçait la direction du troisième album : sorti au début de 1983, *War* allait apporter au groupe une renommée internationale.

*War*, un album éminemment engagé, témoignait des angoisses du groupe face aux conflits de leur pays et démontrait un intérêt plus marqué pour une musique politisée, comme celle du groupe punk britannique The Clash. Avec cette nouvelle direction musicale vint aussi une nouvelle image, celle du soldat pacifiste :

BONO: Militant for peace was our idea, hence the boots and the quasi-military garb – aggressive non-violence.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup>. « Afin de mettre l'emphase sur leur marginalité, les membres du Village se donnèrent de nouveaux noms [...]. Paul [Hewson] fut renommé Bono Vox of O'Connell Street d'après un commerce d'appareils auditifs sur la rue principale de Dublin (et Bono baptisa éventuellement Dave Evans *The Edge* à cause de son esprit aiguisé). » (Taylor, p. 10-11, trad. lib.)

<sup>54</sup>. « BONO : Notre idée, c'était militants pour la paix, d'où les bottes et l'image et le costume quasi-militaire – la non-violence agressive. » (Bono et al., p. 139, trad. lib.)

Si la récupération d'une imagerie militaire est encore en lien avec l'habillement du punk, l'étape suivante dans l'évolution du groupe, autant au niveau de sa musique que de son image, paraissait radicale en comparaison.

En mai 1986, U2 était la tête d'affiche de Self-Aid à Dublin, un concert bénéfique pour venir en aide aux chômeurs irlandais, où le groupe joua, en plus de ses propres standards, un choix de chansons de Bob Dylan et John Lennon. Autre nouveauté sur le plan de la performance, Bono jouait avec une guitare acoustique, instrument rarement entendu avant ce moment dans la musique de U2, dont l'image et le son, comme le choix de reprises de chansons, renvoyaient à la tradition du rock, que le punk avait d'ailleurs cherché à détruire. La dernière fois qu'on avait aperçu Bono, il avait une coupe *mullet*<sup>55</sup> et portait des chemises et des pantalons de cuir. Le groupe avait maintenant subi une transformation complète : une image néo-hippie (voir app. A, fig. 1.7), qui coïncidait d'ailleurs avec le moment où U2 avait atteint un tel degré de popularité que ses membres fréquentaient désormais des vedettes rock iconiques des années 60 comme The Rolling Stones. Self-Aid fut aussi la naissance, sur scène et dans les médias, de Bono l'activiste humanitaire : entre les chansons, il commentait sur le chômage en Irlande, les problèmes liés à l'héroïne et l'accident nucléaire de Chernobyl, qui eut lieu trois semaines plus tôt.

De jeunes punks à hippies, en passant par l'image du militant pacifiste, la mise en scène par U2 de son image publique, dans les années 80, a permis d'identifier clairement l'allégeance du groupe tantôt à des genres musicaux (du post-punk au rock classique de Dylan, Lennon et The Rolling Stones) et tantôt à des idéologies (du nihilisme punk à la non-violence et la culture hippie).

Par cette identification, par le costume, à ces genres et ces idéologies, et en adoptant dans les médias et en spectacle les comportements et les discours qui leur sont associés, U2 n'était pas si loin du type de personnification qui allait dominer la décennie suivante et qui faisait suite, en contraste, à la phase néo-hippie. En adoptant le costume selon le genre et l'idéologie, pour ne pas dire tout simplement la mode, U2 s'adonnait en quelque sorte au même type de jeu reçu qu'il allait utiliser dans *Pop Mart* en 1997.

---

<sup>55</sup>. Coupe Longueuil, pour les gens de la région de Montréal.

### 1.3.5 2000-2009 : L'authenticité recyclée

Après deux décennies de changements réguliers dans l'image de U2, la décennie suivante fut celle de la stabilité vestimentaire, mais pas n'importe quelle stabilité vestimentaire. Si l'image de U2 ne change plus, elle est néanmoins une sorte d'aboutissement de ses transformations, un lieu où, en apparence du moins, chaque membre est confortable.

D'ailleurs, Larry, le batteur, est le seul qui s'est contenté, tout au long de sa carrière, de variations sur le même thème : son évolution est subtile et, outre son vieillissement, il n'a jamais dévié de son image *jeans/t-shirt* et cheveux en brosse. Adam, le bassiste, a toujours été celui qui était au fait de la mode. Son image est d'ailleurs la raison première qui a poussé Larry, fondateur du groupe, à le recruter à la basse :

[...] his wild head of blond hair, tinted glasses and Afghan coat had made everybody notice him. Larry thought Adam was the coolest kid at Mount Temple [high school] and wanted him in his band.<sup>56</sup>

Et ce, sans savoir si son futur bassiste savait réellement jouer de son instrument, ce qui, comme nous l'avons mentionné plus haut, n'était finalement pas le cas.

The Edge, pour sa part, est revenu, pour de bon semble-t-il, à une version plus sobre de son image de *Zoo TV*, qui fut l'introduction de la tuque noire du guitariste, troquée temporairement pour le chapeau de cowboy dans *Pop Mart*. Quand à l'image de Bono, nul besoin de mentionner l'omniprésence des lunettes fumées. Certaines mauvaises langues disent qu'il n'a jamais réellement quitté le personnage The Fly, même s'il arrive, depuis *Pop Mart*, que les lunettes soient colorées. Même s'il n'est plus vêtu de cuir, Bono semble avoir adopté le noir en permanence, ce qui lui confère, comme pour The Edge, une allure qui rappelle *Zoo TV*, mais en plus sobre.

L'évolution de l'image de Bono est sans contredit la plus fascinante des quatre. The Fly, ne l'oublions pas, se voulait une caricature de la perception qu'avaient les médias et le public du chanteur. Si les médias ont pu déformer l'image de U2, nous avons vu que ce n'est pas eux qui l'ont inventée. Donc, malgré l'exagération de certains traits, The Fly était quand

---

<sup>56</sup>. « [...] sa tignasse de cheveux blonds éméchés, ses lunettes teintées et son manteau Afghan l'avaient fait remarquer par tout le monde. Larry pensait qu'Adam était le jeune le plus branché de [l'école secondaire] Mount Temple et il le voulait dans son groupe. » (Taylor, p. 9, trad. lib.)

même, ni plus ni moins, Bono. Il semblerait que depuis dix ans, le chanteur, qui approche de la cinquantaine, assume complètement ces mêmes traits de personnalité.

Si une adroite manipulation de l'image et l'utilisation de la personnification ont eu pour effet de conférer de la théâtralité aux spectacles de U2, ils ont eu aussi une autre fonction, toute aussi importante : la création d'un effet spectaculaire. Pour Michael Bracewell, si U2 est le groupe qui représente le mieux sa conception du théâtre rock, il est aussi le chef de file de la production du spectaculaire :

[...] U2 have pioneered the live presentation of rock music as spectacle. And within the spectacle of a U2 show is a mass of technical, aesthetic and theatrical devices, the combination of which might be seen as part ritual and part rally: a sensory bombardment of sound and image not only to heighten the drama and the meaning of the music, but to enfold the audience within its world [...].<sup>57</sup>

Les procédés théâtraux seraient donc, comme ceux relevant de la technique de scène et de la recherche esthétique, une part importante du concept plus global de spectaculaire.

---

<sup>57</sup>. « U2 est un pionnier de la présentation de la musique *live* comme événement spectaculaire. Et à l'intérieur du spectaculaire d'un concert de U2 se trouve une masse de procédés techniques, esthétiques et théâtraux, la combinaison desquels peut être vue en partie comme rituel et en partie comme rassemblement : un bombardement sensoriel de sons et d'images qui servent non seulement à relever le drame, mais aussi à envelopper le public dans son univers. » (Scrimgeour, p. 9, trad. lib.)

## CHAPITRE II

### LE SPECTACULAIRE

#### 2.1 Les théories du spectaculaire

Béatrice Picon-Vallin, parlant de son effet au théâtre, donne une définition du *spectaculaire* dans son article intitulé « Le spectaculaire de masse du théâtre au cinéma » : « Est spectaculaire tout moment qui produit un effet choc visuel, auditif, émotionnel, qui saisit ou absorbe le spectateur, non par l'intermédiaire de ce que dit le texte, mais par la façon dont celui-ci est prononcé ou dont il est montré, mis en scène. [...] Est spectaculaire ce qui, dans ce qui est montré, sonorisé, est lié à la prouesse, à l'exploit » (p. 63). Elle rappelle d'ailleurs que même si « *spectaculum* renvoie en latin à ce que l'on voit » (*Ibid.*), il ne faudrait pas pour autant limiter le spectaculaire à des effets visuels, car « il concerne tout aussi bien l'audition et il existe tout un spectaculaire sonore » (*Ibid.*).

Elle définit aussi le spectaculaire comme « ce qui frappe les sens, attire l'attention de celui qui regarde et/ou écoute en raison d'une non-quotidienneté, d'un aspect exceptionnel, inattendu, du dépassement d'une norme admise » (*Ibid.*) et ajoute qu'il est « à considérer dans le cadre du dépassement des modalités particulières de l'art où il s'exprime » (p. 64). Il y a *spectaculaire* lorsqu'un ou plusieurs éléments du spectacle se situent en-dehors de la norme, en rupture avec l'horizon d'attente du spectateur. Donc, pour Picon-Vallin, « loin de la neutralité de son sens commun, 'qui concerne les spectacles', la notion de spectaculaire tourne autour du spectateur, elle pose la question du contenu et des formes de la représentation en fonction des réactions calculées d'un public » (p. 63).

Comme Josette Féral au sujet de la théâtralité, Dominique Château parle aussi de *perception* du spectateur dans son article « Pour une esthétique du spectaculaire », mais, là où la théâtralité serait le fruit de la perception d'un événement, le spectaculaire « détermine

objectivement l'activité perceptive du spectateur, qu'il la force même, qu'il la contraint. [...] Le spectateur passif du spectaculaire reçoit en pleine face [...] ce qu'il s'agit de voir » (Château, p. 117). En d'autres mots, si la théâtralité naît d'une interprétation du spectateur de ce qu'il observe, le spectaculaire « est souvent considéré comme antinomique avec le cognitif; l'instant de décharge n'autoris[ant] pas le temps de la réflexion » (p. 111).

Château, en tentant de définir une esthétique du spectaculaire, note néanmoins la présence de la *théâtralité* dans ce processus : « Le spectacle des gladiateurs, le supplice à l'échafaud, le tour de l'acrobate, l'exécution du traître, sont des situations qui se caractérisent par un certain dispositif de représentation de nature théâtrale, mettant en évidence une scène, au double sens de ce qui est présenté et du cadre de représentation, et appelant la fonction spectatorielle » (p. 113). La théâtralité crée une rupture avec la réalité et sert de *cadre* à la réalisation de l'effet spectaculaire. Par contre, l'effet spectaculaire crée à son tour une rupture: « Le spectaculaire, dans son surgissement, a sans doute trait à l'effet de réalité – les moments spectaculaires dans un spectacle « normal » apparaissent sans doute comme des intrusions du naturel (du spontané, du vivant); mais, en même temps, l'efficacité de ce genre d'effet pseudo-naturel suppose le support artificiel d'un dispositif quasi-théâtral. » (p. 113-114)

Pour Château, « le gigantisme [et] la disproportion sont des conditions nécessaires au spectaculaire » (p. 115), mais il note néanmoins que « les moments d'attraction qui visent à introduire un temps fort dans le spectacle, tendent à devenir le procédé essentiel du spectacle » (p. 118). Déjà, dès le 19<sup>e</sup> siècle, le père de la conception de l'*art total*, Wagner lui-même, semblait ne pas affectionner le spectaculaire et mettait « en garde contre la dissociation entre l'effet et la cause. » (Merlin, p. 78). Dans son article « Wagner et le spectaculaire ou la critique de l'effet sans cause », Christian Merlin note d'ailleurs, au sujet des *effets spéciaux*, que « la critique cinématographique moderne ne reproche pas autre chose aux productions hollywoodiennes où le scénario semble conçu pour mettre en valeur les scènes spectaculaires et non l'inverse » (*Ibid.*). Pour Picon-Vallin, « la recherche de l'œuvre d'art totale, où, dans une superproduction de type opératique, texte, musique, danse, lumières, projections se répondent, caractérise aussi le spectaculaire du 20<sup>e</sup> siècle, qui renverrait alors à une esthétique du plein, voire de la prolifération » (p. 64), de « tout ce qui semble irréprésentable en raison de son excès et qu'on représente malgré tout » (*Ibid.*).

Selon Château, « le spectateur ne calcule pas, mais le producteur du spectaculaire, lui, peut calculer le travail du spectateur » (p. 117). C'est-à-dire que pour que le spectaculaire fonctionne, ses concepteurs doivent toujours déjouer l'horizon d'attente du spectateur, qui s'agrandit avec chaque effet créé au fil du temps, en sachant que plus ils innovent aujourd'hui, plus ils devront poursuivre leur travail d'analyse de l'horizon d'attente du spectateur, afin de surprendre un public de plus en plus habitué aux effets proposés.

## 2.2 Le spectaculaire dans le concert rock

En déterminant quelle est la norme admise dans le concert rock à différentes époques, nous pourrions donc analyser les éléments de divers spectacles, et de ceux de U2 en particulier, qui dépassaient cette norme.

Nous avons vu, à la fin du premier chapitre, que Michael Bracewell, dans sa description du spectaculaire chez U2, en donne comme principaux procédés la théâtralité, la technique de scène et la recherche esthétique. On pourrait en dire autant du spectaculaire dans le concert rock en général. Par exemple, Bracewell note l'apport de la technologie dans les conceptions spectaculaires du rock progressif des années 70 :

While progressive rock music has foregrounded virtuosity, concept and structure – as evidenced, for example, by the live presentation of *Tales From the Topographic Oceans* by Yes as a pseudo-classical piece in four distinct movements – there was also an attendant exploration of both technological innovation and a kind of generative improvisation.<sup>58</sup>

Pour Mark Cunningham, ce sont véritablement la recherche esthétique et la technologie qui ont fait de la tournée rock un art. Il fait donc l'éloge des équipes de tournée, car ce sont elles qui doivent analyser l'horizon d'attente du spectateur et qui sont responsables de la production des effets spectaculaires :

---

<sup>58</sup>. « Si la musique rock progressive a mis à l'avant-plan la virtuosité, le concept et la structure – par exemple la présentation en spectacle de *Tales From the Topographic Oceans* de Yes comme pièce pseudo-classique en quatre mouvements distincts – il y avait aussi la présence d'une exploration à la fois de l'innovation technologique et d'une sorte d'improvisation génératrice. » (Scrimgeour, p. 10, trad. lib.)

Touring artists of the highest calibre demand, and are blessed with, the most dedicated crews and the best services and technology that the live event production industry can muster – how else could they consistently push the boundaries of audience expectations every time they venture out on the road?<sup>59</sup>

La production du spectaculaire, dans le contexte du concert rock, ou ce que Cunningham appelle la *tournée rock*, est pratiquement une industrie en soi. Si le rock a été favorable aux artisans du spectaculaire, c'est qu'il leur a permis, au fil du temps, par son immense popularité et donc sa rentabilité, de faire évoluer l'effet spectaculaire, non seulement avec l'utilisation d'une technologie de plus en plus avancée, mais aussi en l'adaptant à des salles et des scènes de plus en plus grandes. Nous verrons que le lieu, ainsi que la capacité de l'artiste et de son équipe technique à en exploiter les possibilités au maximum, est un facteur majeur dans le développement de l'effet spectaculaire et dans le dépassement de l'horizon d'attente du spectateur.

Même si Cunningham, en brossant le portrait des innovations techniques qui ont eu lieu en parallèle avec la montée en popularité du concert rock et de l'agrandissement graduel des lieux de sa production, n'avait pas forcément l'intention d'en faire une analyse du dépassement de l'horizon d'attente, plusieurs de ses exemples pourraient servir ce but. Je reprendrai donc ici certains de ces exemples comme point de départ de ma propre analyse et je tâcherai d'expliquer, pour chacun, quelle était la norme admise de l'époque en premier lieu et, en second lieu, en quoi cette norme a été dépassée.

D'ailleurs, la description, par Cunningham, du contexte des toutes premières tournées d'artistes du rock, définit bien la norme admise du spectaculaire rock dans les années 50. Par exemple, les tout premiers *teen idols* américains du rock, comme Elvis Presley et Buddy Holly, jouaient dans les fêtes foraines, souvent à l'arrière de remorques, avec un minimum d'amplification. À la même époque, en Angleterre, s'organisaient des tournées en camionnette pour jouer dans les cinémas ou les salles de danse. Ce que Cunningham appelle

---

<sup>59</sup>. « Les artistes de tournée du plus haut calibre demandent et sont bénis par la présence des plus dévouées équipes, ainsi que les meilleurs services et technologies que peut inventer l'industrie du spectacle – comment, sinon, pourraient-ils constamment repousser les limites des attentes du public chaque fois qu'ils s'aventurent sur la route? » (*Id.*, p. 196, trad. lib.)

des « exercices primitifs de rassemblement des amateurs »<sup>60</sup> sont néanmoins devenus, pour ces amateurs, ce à quoi on s'attend d'un concert rock.

Depuis les années 50, les artistes du rock partaient en tournée avec un chauffeur et une équipe technique de seulement deux *roadies*. C'est au milieu des années 1960, en plein cœur du chaos de la révolution hippie, que le professionnalisme apparut enfin dans le concert rock :

The seeds of what became the theatrically produced rock show were sown by American promoter Bill Graham [...].<sup>61</sup>

Graham avait d'abord ouvert le Fillmore West à San Francisco, afin d'y produire des artistes de rock psychédélique californiens comme Jefferson Airplane, The Grateful Dead et Janis Joplin. Il ouvrit aussi le Fillmore East, à New York, où se créa la première équipe *élargie* de techniciens/concepteurs, formée d'étudiants stagiaires de l'Université de New York :

Known as the Carnegie Tech Mafia, these students earned credits towards their university degrees while learning (and in some cases inventing) the techniques of concert production.<sup>62</sup>

Pour Cunningham, Graham était le premier producteur à s'intéresser aux goûts et aux aspirations expérimentales de la génération hippie. Si la norme admise, par exemple au niveau de l'éclairage, était, depuis les premiers concerts rock, que les lumières servent à éclairer l'artiste rock, à le rendre visible, sans plus, les équipes des Fillmore s'intéressèrent à une approche plus conceptuelle de l'éclairage dès l'ère psychédélique. E.H. Beresford Monck, de l'équipe du Fillmore East, est celui que Cunningham nomme le premier concepteur d'éclairage du rock. Il serait responsable de l'introduction dans le concert rock des ponts d'éclairage ainsi que du projecteur de poursuite :

---

<sup>60</sup>. “[...] fan-gathering exercises on a primitive scale.” (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>61</sup>. « Le germe de ce qui devint la production d'un concert rock théâtral fût semé par le producteur américain Bill Graham [...]. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>62</sup>. « Connus sous le nom de Carnegie Tech Mafia, ces étudiants obtenaient des crédits universitaires en apprenant (et parfois aussi, en inventant) les techniques de la production de spectacles. » (*Id.*, p. 199, trad. lib.)

The deep, intense washes of colour across the Fillmore stage ensured that concerts became a theatrical experience, loaded with mood and atmosphere.<sup>63</sup>

Beresford Monck créa éventuellement, pour la tournée de 1971 des Rolling Stones, la première conception d'éclairage stable d'un spectacle rock à l'autre, par opposition à l'utilisation de l'éclairage standard de chacune des salles.

En Angleterre, ce que Cunningham appelle la formule *old school* dura jusqu'au début des années 70 : c'est en 1971 que fut créé, par nul autre que Bill Graham et son équipe du Fillmore, le Rainbow Theatre, dont les premiers artistes à s'y produire comptaient dans leurs rangs The Who, Pink Floyd, dont le spectacle *Dark Side of the Moon* utilisait de la vidéo, ainsi que David Bowie et l'extravagance théâtrale de son personnage Ziggy Stardust.

Les premières véritables *conceptions scéniques* datent du milieu des années 70, coïncidant avec ce moment où certains artistes devinrent assez riches pour réaliser leurs moindres lubies sur scène. Mark Fisher et Jonathan Park, qui ont travaillé avec le concepteur Willie Williams sur les spectacles *ZooTV* et *Pop Mart* de U2, ont été parmi les premiers scénographes du rock et se sont fait connaître en concrétisant les idées de Pink Floyd pour leurs spectacles *In The Flesh* (pour l'album *Animals* en 1977) et *The Wall* (1980-81).

Si les années 60 virent, grâce à Bill Graham et à son insistance à investir dans l'achat de matériel technique de pointe pour ses salles, la professionnalisation de la technique, elles furent aussi la décennie de l'avènement du concert rock comme événement, capable d'attirer, dans certains cas, des dizaines de milliers de spectateurs, rendant de plus en plus désuètes les petites à moyennes salles traditionnellement utilisées. Avec la montée en popularité des festivals dans les années 60, les groupes sortaient même leurs albums au printemps dans le but de les promouvoir dans les *festival tours*, les aspects de la production ayant de plus déjà été réglés d'avance par des équipes de production créées dans le moule des salles de Graham.

La prolifération de festivals a rendu financièrement intéressante la possibilité de jouer devant un public pouvant atteindre les 70 000 spectateurs. L'industrie du spectacle se tourna donc, en plus des festivals, vers les seules salles assez grandes pour contenir un tel nombre : les stades sportifs. Les pionniers des spectacles dans des stades étaient les Beatles, suivis des Rolling Stones, Crosby, Stills & Nash, Led Zeppelin, Pink Floyd et The Who. Parce que ces

---

<sup>63</sup>. « Les effets de lumière profonds et intenses de la scène du Fillmore transformaient les concerts en expérience théâtrale, pleine d'ambiance et d'atmosphère. » (*Id.*, p. 198, trad. lib.)

artistes étaient parmi les rares, et c'est toujours une rareté aujourd'hui, dont la popularité fut telle qu'elle justifiait une performance dans un stade, le format *festival*, qui rassemblait plusieurs artistes dans un seul événement, était encore un gage de succès, comme en témoignait l'immense popularité du *Rock 'n' Roll Revival Concert* à Toronto en 1969, avec John Lennon, Little Richard, Chuck Berry, Gene Vincent et Bo Diddley. De même, le premier spectacle à avoir lieu à Wembley Stadium, en Angleterre, était le *London Rock 'n' Roll Show* en 1972, aussi avec Little Richard, Chuck Berry et Bo Diddley, plus Jerry Lee Lewis et Bill Haley.

Si les artistes mentionnés ci-dessus furent les premiers, dans le rock du moins, à performer dans des stades, ces prestations étaient rares et représentaient au mieux quelques spectacles dans un horaire de tournée chargé comprenant une majorité de salles plus petites. La première vraie *tournée* de stades, c'est-à-dire que le spectacle était carrément conçu pour jouer dans des stades, fut celle du spectacle *Still Life* des Rolling Stones en 1981-82, spectacle qui était toutefois adapté pour jouer dans une arène, avec une version réduite de la scène et de la scénographie qui voyageait d'une ville à l'autre en parallèle avec la première, c'est-à-dire qu'à chaque soir où le groupe performait, cette autre scène se montait dans une autre ville, prête à accueillir le groupe le lendemain, au lieu des quelques jours traditionnellement requis pour le démontage, le transport d'une ville à l'autre et le montage.<sup>64</sup> Si, dans le contexte d'une tournée de stades, le gigantisme de la salle (sans parler du gigantisme de la machine promotionnelle qui vise à vendre autant de billets) pouvait être, à lui seul, producteur d'un effet spectaculaire, il obligeait aussi les concepteurs à poser la question de ses possibilités techniques et de celles de l'exploitation visuelle et sonore de tout cet espace. Car, dans le cas des premières tentatives du moins, pour les spectateurs les plus éloignés de la scène, l'horizon d'attente pour un concert rock de stade devait se résumer ainsi : on ne voit rien et le son est mauvais.

Cunningham mentionne justement que les premiers spectacles de variété dans les stades utilisaient en effet des colonnes de son pour la voix seulement, le son des instruments

---

<sup>64</sup>. Même s'ils ont majoritairement performé dans des stades depuis, les Rolling Stones ont souvent travaillé avec des concepts scénographiques adaptables à plusieurs formats de salles. Leur spectacle 40<sup>e</sup> Anniversaire, *40 Licks* (2002-03, hé! oui! les Stones ont célébré leurs quarante ans... il y a déjà presque huit ans au moment de l'écriture de ces lignes), par exemple, pouvait se produire dans les stades, les arènes et même dans les théâtres, au choix du groupe.

passant par les amplificateurs sur scène. La compagnie Clair Brothers Audio, employée pour amplifier le son dans les spectacles d'arénas d'Elvis, s'intéressa à la question du son dans les concerts rock de stades dès les premiers, comme ceux des Beatles. Pour Cunningham, le concert donné par les Beatles au Shea Stadium de New York, en 1965, aurait été le point tournant dans le domaine du son: les cris des 55 000 spectateurs (un record, à l'époque) noyèrent complètement le son des haut-parleurs rudimentaires utilisés :

It encouraged the evolution of larger, more powerful PA systems designed to deliver faithful, controlled sound to larger audiences [...].<sup>65</sup>

Clair Brothers Audio et d'autres professionnels du son s'attardèrent donc à développer la technologie qui adapterait le son à ces salles énormes.

Outre le son, les stades présentaient aussi, nous l'avons vu, un problème de visibilité pour les spectateurs les plus éloignés. L'horizon d'attente, sur le plan visuel, fut dépassé avec l'innovation en matière de projection et de vidéo. Pink Floyd, comme on a vu plus haut, utilisait de la vidéo sur scène depuis *Dark Side of the Moon*, mais la première image *live*, projetée sur écran afin que les spectateurs les plus éloignés puissent voir les performeurs, fut celle de Led Zeppelin à Knebworth en 1979.

Cependant, si ces innovations techniques ont pu d'abord dépasser, ensuite graduellement nourrir, l'horizon d'attente du spectateur, et avoir un effet spectaculaire, certaines, moins heureuses, ont pu avoir un effet qui n'était pas moins spectaculaire bien malgré elles. Cunningham cite en exemple une expérience tentée en 1974 par The Grateful Dead : les ingénieurs de son du groupe inventèrent ce qu'ils appelaient le *mur du son* (*wall of sound*) pour un spectacle au Hollywood Bowl, un mur de haut-parleurs derrière les musiciens, dont un pour chaque instrument, contrôlé par chaque musicien; une simple lubie, ce dispositif ne tenait malheureusement pas compte des besoins sonores réels de la salle. La distorsion et autres sons assourdissants qui en résultèrent, quoique sûrement insupportables pour plusieurs, ont sans doute eu un effet assez saisissant pour qu'on le qualifie de spectaculaire.

---

<sup>65</sup>. « [The Beatles à Shea Stadium] encouragea l'évolution d'un système d'amplification plus gros et plus puissant, conçu pour diffuser un son fidèle et contrôlé à un plus grand public. » (*Id.*, p. 197, trad. lib.)

Si le *mur du son* des Grateful Dead fut un faux pas, comme expérience il s'inscrivait dans une tendance nouvelle à partir des années 70 : plusieurs artistes rock, comme Pink Floyd, The Who, Santana, Journey et Supertramp, allaient créer leur propre compagnie de production de spectacles, réalisant des profits en louant leur matériel à d'autres artistes entre deux de leurs propres tournées. Aussi, ce genre d'investissement permettait à ces artistes de développer eux-mêmes les nouvelles technologies dont ils avaient besoin pour réaliser leurs propres concepts de spectacles. The Who, par exemple, fut le premier groupe à utiliser des lasers en concert, dans les années 70. Le projecteur robotisé, dont le mouvement se contrôle à distance, est apparu en 1981 dans les spectacles de Genesis, qui en avait financé la technologie originale, et il fut ensuite récupéré par les autres compagnies de production.

Avec l'avènement de MTV et du vidéoclip dans les années 80, il devint nécessaire de créer des concepts de plus en plus sophistiqués afin de combler les plus grandes attentes visuelles du public, habitué à l'imagerie du vidéoclip. Pour Philip Auslander, avec la culture des médias de masse, le vidéoclip est devenu l'expérience principale de la musique :

While the video authenticates the sound recording by replicating the live production of the sound, live performance authenticates the video by replicating its images in real space.<sup>66</sup>

Et c'est justement dans ce contexte précis qu'évolua le spectaculaire chez U2. Nous verrons donc, à travers les conceptions des spectacles du groupe, comment la réalité du vidéoclip, comme nouvel élément de la machine commerciale du rock, a eu un impact sur l'horizon d'attente du spectateur et donc sur la scénographie et la technologie qui servent à la production de l'effet spectaculaire dans le concert rock.

### 2.3 U2 et le spectaculaire

Chez U2, comme chez les artistes mentionnés ci-dessus, la technologie va de pair avec une évolution vers des salles de plus en plus grandes. Si la norme admise du concert rock dans les années 80, au moment où U2 accédait au succès international, était influencée

---

<sup>66</sup>. « Alors que le vidéoclip authentifie l'enregistrement en montrant la performance du son par l'artiste, la performance authentifie le vidéoclip en répliquant ses images dans l'espace réel. » (Auslander, 1999, p. 93, trad. lib.)

par l'imagerie du vidéoclip, les spectacles du groupe irlandais pouvaient avoir des airs d'anti-spectaculaire.

N'oublions pas que U2 a vu le jour avec le punk dans la deuxième moitié des années 70, mouvement dont l'authenticité se situait dans un retour aux sources minimalistes du rock, doublé d'une réaction contre l'énormité des machines commerciales des spectacles d'arénas et de stades de groupes comme Led Zeppelin et Pink Floyd d'un côté, et contre le manque de spontanéité implicite dans la *mise en scène* d'un spectacle rock théâtral, vu par les punks comme aussi prétentieux que la musique qui l'a inspiré. Pourtant, les membres de U2, dont l'évolution artistique est jalonnée, comme pour les Beatles, d'étapes parfois radicalement opposées les unes aux autres, ont toujours accordé une importance particulière à leurs spectacles, convaincus que là se trouvait l'essence de leur art, et déterminés à survivre dans l'industrie du rock indépendamment des chiffres de ventes de leurs disques.

### 2.3.1 1983-1989 : Des arénas aux stades

Le succès de l'album *War* de U2 en 1983 fut le facteur principal de l'abandon graduel par le groupe des principes minimalistes qu'il avait hérité du mouvement punk. Les débuts de ses recherches scéniques conceptuelles coïncident avec la politisation radicale de sa musique. En effet, sur leurs deux premiers albums, les thèmes des chansons étaient très personnels, quoique universels, mais *War*, comme nous avons vu dans le Chapitre I, marquait l'entrée des sujets d'actualité dans la musique de U2. Il semblerait qu'il était dès lors nécessaire que les spectacles du groupe exploitent un symbolisme visuel qui viendrait souligner son engagement politique et sa dénonciation de la violence en Irlande du Nord et ailleurs dans le monde. D'abord imaginé par Angus McPhail, le concept était simple : le plancher de scène couvert de tapis rouge, des drapeaux blancs, le portrait de la pochette du disque *War* derrière le batteur Larry Mullen Jr., des filets couleur camouflage suspendus au-dessus du groupe et un éclairage délibérément morne (voir app. A, fig. 2.1). Willie Williams, qui a pris en charge le concept à partir du moment où la popularité de U2 obligeait le groupe à modifier la scène pour jouer dans des arénas, insiste sur les qualités brechtiennes du spectacle :

Elemental and symbolic rather than literal or narrative, [...] well suited to the primary colours of the music U2 produced at the time.<sup>67</sup>

Le symbolisme du drapeau blanc avait deux niveaux pour le groupe : d'une part, au premier degré, l'espoir que cessent les hostilités ; de l'autre, un deuxième degré issu de la volonté de U2 de représenter l'universalité de la violence décrite dans ses chansons, son refus d'identifier celle-ci à un pays plutôt qu'un autre :

I'm trying to get across the theme of surrender, the white flag that applies to every area of your life [...]. I think the revolution begins at home, in the heart.<sup>68</sup>

Ce qui était spectaculaire avec *War*, c'était le sérieux de la démarche de U2 et la sobriété du résultat sur scène, qui contrastait violemment avec les spectacles de contemporains comme Michael Jackson, qui était de ceux qui préconisaient la reproduction du vidéoclip sur scène, ou encore les effets pyrotechniques popularisés par des groupes heavy metal<sup>69</sup> comme Van Halen ou Mötley Crüe.

La tournée *The Unforgettable Fire*, qui faisait suite, en 1984, à la sortie de l'album du même nom, était la première de U2 conçue spécifiquement pour des arénas de 15 000 sièges en moyenne. Quand vint le temps de penser au concept pour cette tournée, une nouvelle problématique vit le jour : comment performer devant un plus large public sans compromettre les principes de minimalisme et d'authenticité, et sans récupérer les procédés artificiels de la musique pop commerciale ?

Satisfaits de son travail pour adapter *War* aux arénas, le groupe collabora de nouveau avec Williams sur ce nouveau projet. Ce dernier créa pour le groupe des images expressionnistes, dont une inspirée d'une photo de Anton Corbijn pour la pochette du simple *Pride (In the Name of Love)*, premier extrait du nouvel album, à projeter derrière le groupe sur un écran géant (voir app. A, fig. 2.2 et 2.3). Des bannières blanches qui descendaient du

---

<sup>67</sup>. « Élémentaire et symbolique plutôt que littéral ou narratif, [...] bien adapté aux couleurs primaires de la musique que U2 produisait à l'époque. » (Scrimgeour, p. 26, trad. lib.)

<sup>68</sup>. « J'essaie de faire passer le thème de l'abandon, le drapeau blanc qui s'applique à chaque sphère de ta vie [...]. Je pense que la révolution commence chez soi, dans notre cœur. » (Bono cité dans Bordowitz, p. 17, trad. lib.)

<sup>69</sup>. Genre qui découle du rock lourd, à base de blues, popularisé par Cream, Led Zeppelin et Black Sabbath dès la fin des années 60, mais joué plus rapidement et avec plus d'agressivité, et mettant une emphase sur les solos.

plafond pendant le spectacle faisaient le pont entre cette tournée et les drapeaux blancs de la précédente. U2 expérimentait aussi pour la première fois la technologie récente des projecteurs robotisés développée par Genesis (dont le chanteur était maintenant Phil Collins) pour sa tournée de 1981. Par contre, au fur et à mesure que la tournée avançait, Williams éliminait un à un les éléments visuels du spectacle, réalisant que le groupe arrivait non seulement à établir un contact avec un plus large public, mais aussi que U2 arrivait à emplir l'espace avec sa simple présence scénique, rendant de plus en plus désuète l'utilisation d'artifices.

En 1987, année où l'album *The Joshua Tree* devint un des plus gros vendeurs de l'histoire du rock et que U2 était nommé *Band of the Eighties* par *Time*, l'imagerie du groupe augmentait en importance. Originellement conçu pour les arénas comme *The Unforgettable Fire*, Williams tenait à ce que le centre d'attention du spectacle *The Joshua Tree* soit encore une fois le groupe plutôt que les effets spéciaux. Une des innovations qui facilita le contact du groupe avec le public était de créer une scène *ouverte*, c'est-à-dire sans rideau de fond de scène, permettant à certains spectateurs de s'asseoir directement sur les côtés ou encore derrière la scène. L'ubiquité du projecteur robotisé dans les concerts rock en faisait déjà à cette époque un artifice banal, ce qui poussa Williams à revenir à des principes d'éclairage plus *humains*, installant au-dessus de la scène vingt-trois projecteurs de poursuite, chacun manipulé par un opérateur assis dans le vide au-dessus du groupe. Le film *Rattle and Hum* de Phil Joanou, sorti en 1988 et qui documente la tournée *The Joshua Tree*, démontre bien le spectaculaire de ces effets d'éclairage, une véritable chorégraphie de lumières qui, bougées par les techniciens, suivent le rythme de la musique aussi bien, peut-être même mieux, que les projecteurs robotisés et leurs chorégraphies somme toute robotiques. L'apport humain était vraiment la clé du spectaculaire de *The Joshua Tree* : alors que l'éclairage typique d'un concert rock éclaire généralement toute la scène, nous permettant de bien voir non seulement les artistes, mais aussi tout leur équipement, ici les lumières étaient toutes dirigées sur les membres du groupe, au point de reléguer à la noirceur les amplificateurs, le filage et toute trace de la technique sur scène, renforçant l'idée, amorcée avec *The Unforgettable Fire*, que l'énergie et l'intensité de U2, à elles seules, suffisaient à créer l'effet spectaculaire.

Le groupe ayant atteint le sommet de sa gloire, des dates furent ajoutées à la tournée, mais cette fois dans des stades totalisant en moyenne 70 000 spectateurs par spectacle (voir

app. A, fig. 2.4). S'ensuivirent des discussions sur la nécessité, ou pas, d'utiliser un écran géant afin que les spectateurs les plus éloignés puissent voir le groupe. Un écran est problématique dans la mesure où il distrait les spectateurs, qui, habitués à la télévision, ont tendance à fixer tout écran dans leur champ de vision, au détriment de la performance qui se déroule devant eux. Le compromis proposé par Williams fut d'installer l'écran derrière la tour de mixage qui est située à l'arrière du parterre : les spectateurs des dernières rangées pouvaient donc voir les membres de U2 en gros plan sans que l'écran empêche ceux à proximité de la scène de se concentrer sur le spectacle.

À l'image de l'album *Rattle and Hum* de 1988, qui célébrait les racines américaines du rock à travers des collaborations de U2 avec des artistes comme le bluesman B.B. King et Bob Dylan, les spectacles de la tournée *Love Town* de 1989, pour lesquels King et son groupe assuraient d'ailleurs la première partie, avaient été conçus pour des salles plus petites que les tournées précédentes, quitte à ce que le groupe joue plusieurs soirs par ville. Cette décision laissait du temps aux concepteurs pour expérimenter de nouvelles idées avant d'avoir à démonter et déménager le dispositif scénique.

Suite à un voyage de Bono à San Salvador, le chanteur avait déjà une bonne idée de la palette de couleurs qu'il souhaitait pour le décor de *Love Town*. Williams engagea le peintre chilien Rene Castro pour en exécuter l'imagerie : une première toile avec le titre du spectacle, suspendue au-dessus de la scène, et une toile de fond de scène sur laquelle figuraient un serpent, une guitare, un croissant de lune, un soleil, des étoiles, le drapeau américain et le logo d'Amnistie Internationale. On utilisa pour cette fresque un procédé selon lequel on pouvait faire apparaître ou disparaître à volonté certaines parties des images selon la couleur de la lumière avec laquelle on les éclairait. Le résultat en était spectaculaire : à une époque où les innovations technologiques élargissaient l'horizon d'attente du spectateur, U2 réussissait à reproduire les effets attendus d'une projection à partir d'une peinture sur laquelle on faisait apparaître une ou plusieurs de ses images avec des lumières aux couleurs savamment choisies. Et cela, même si les images étaient superposées dans la peinture originale ! Par exemple, la rosace de la guitare était aussi le soleil, comme son manche était représenté par les barres rouges et blanches du drapeau américain. Le serpent vert, lui, était dessiné par-dessus la guitare, et le soleil et la lune par-dessus le serpent (voir app. A, fig. 2.5). Le dessin était peint de façon à ce que, si l'on éclairait le serpent en vert, l'on révélait ses

parties cachées par le soleil et la lune et il apparaissait sur toute sa longueur (voir app. A, fig. 2.6).

### 2.3.2 *Zoo TV* : la critique des médias de masse

Les membres de U2 avaient 30 ans en moyenne en 1990, quand ils commencèrent à travailler sur l'album *Achtung Baby* à Berlin, peu après la chute de l'URSS et le démantèlement du mur de Berlin. Ils étaient toujours à Berlin au début de 1991, quand la Guerre du Golfe de George H.W. Bush devint la première guerre à être diffusée en direct à la télévision. Ce qui en résulta était la forme de propagande la plus avancée dans l'histoire. La guerre était partout, tout le temps. C'était ce que tout le monde regardait à la télévision. Les nouvelles avaient de plus hautes cotes d'écoute que toutes les autres formes de divertissement télévisuel. Dans leurs chambres d'hôtel, à Berlin, le seul poste anglais disponible aux quatre jeunes hommes appelés U2 était presque entièrement dévoué à la Guerre du Golfe.

Quand Bono contacta Willie Williams en 1991 afin d'entamer les discussions sur la prochaine tournée de U2, le groupe était toujours en studio pour enregistrer l'album *Achtung Baby*. Le titre du spectacle, *ZooTV*, avait déjà été déterminé par le groupe, inspiré de l'appellation *zoo radio* qu'on donnait aux émissions de radio américaine comme celle de Howard Stern, où tout pouvait se passer, sans censure. Le seul autre élément sur lequel insistait Bono au téléphone était une paire de lunettes de type *yeux de mouche*...

L'installation vidéo devait éventuellement faire partie intégrante du spectacle, fusionnant des images du spectacle filmées en direct avec du préenregistré. Plutôt que d'utiliser des écrans géants, Brian Eno, musicien et réalisateur de plusieurs disques de U2, eut l'idée de carrément placer des téléviseurs sur scène. À la même époque, la compagnie Philips créait des écrans cathodiques modulaires qui pouvaient se raccorder et se transformer en écrans plus grands. Les vidéos de départ, utilisées dans les premiers spectacles, créés par Williams, son assistant Mark Pellington et Eno, furent augmentées quotidiennement par de nouvelles images. En fait, toute la tournée *ZooTV* était conçue pour sa capacité à évoluer en y intégrant constamment de nouvelles idées. D'abord une tournée d'arénas, le spectacle se transforma en *Outside Broadcast* pour les stades, avant de devenir *Zooropa* pour sa version européenne, ou encore *Zoomerang* en Australie.

Les innovations techniques étaient nombreuses pour ces spectacles. Les membres de U2 avaient été fascinés par les voitures Trabant des Allemands de l'Est, au volant desquels ils traversaient l'ancienne frontière. Devenues pour eux un symbole de l'imagerie de la fin du Communisme, Anton Corbijn fut engagé pour photographier le groupe avec ces voitures pour le livret du disque, ce qui inspira à Williams l'idée de les récupérer pour le spectacle, les accrochant au plafond avec des grues et en faisant le noyau du système d'éclairage (voir app. A, fig. 2.7).

On créa aussi pour l'occasion ce que l'entourage de U2 appelait le *B Stage*, c'est-à-dire une petite scène placée au milieu du parterre et reliée à la scène principale par une rampe. De nombreux groupes avaient tenté l'expérience dans le passé, mais les règlements de sécurité des salles de spectacle empêchaient sa réalisation. U2 réussit à mener le concept à terme en convainquant les salles que le dispositif était une rampe servant uniquement aux caméras qui filment le spectacle pour la rediffusion sur les écrans. Une fois le *B Stage* monté, il était trop tard pour empêcher le groupe d'utiliser la rampe pour se rapprocher du public. Il est à noter que, après cette tournée, sans doute parce que personne n'avait été blessé, ce dispositif scénique est devenu un standard scénographique de plusieurs concerts rock d'arénas et de stades.

### 2.3.3 *Pop Mart* : la critique de la société de consommation

*Pop Mart* fut la première tournée de U2 à être conçue uniquement pour des stades, ce qui en faisait obligatoirement un spectacle axé sur le *design* de par son ampleur architecturale. Avec l'obligation d'évoluer après *ZooTV*, le concept de ce spectacle, qui se voulait une critique plus approfondie de la société de consommation, était inspiré des façades colorées des centres d'achat de banlieue de l'après-guerre (voir app. A, fig. 2.8). L'avancement dans la technologie DEL (diode émetteur de lumière) permettait maintenant l'utilisation de pixels indépendants les uns des autres et pouvant se distancer pour créer le plus grand écran vidéo au monde tout en conservant une image de qualité si elle est vue à distance. Cet écran étant le noyau du spectacle, l'intensité de ses couleurs a fait pencher Williams vers l'imagerie animée et amena le groupe à développer des images à partir de collaborations entre des artistes d'animation et des artistes Pop Art comme Roy Lichtenstein.

Une gigantesque arche, clin d'œil ironique au logo des restaurants McDonald's, avait originalement été conçue pour supporter la totalité des haut-parleurs au-dessus du groupe, libérant les extrémités de la scène devant l'écran asymétrique (créé à Montréal, d'ailleurs), qui mesurait 150' de long et 50' de haut. Un citron géant, faisant office de boule miroir, ornait aussi la scène. Pour Williams, l'ampleur de la caricature et la grosseur des images projetées provoquaient une réaction plus viscérale et émotionnelle que *ZooTV*, qui était un exercice plus cérébral selon le concepteur.

Pourtant, *Pop Mart* et sa parodie de la culture populaire fut un échec commercial retentissant aux États-Unis. Alors que U2 se plaisait à s'imaginer successeur de Warhol, le public traitait le groupe de vendu. U2 était-il allé trop loin ? Comment, en effet, pouvait-il soutenir une telle critique de la société de consommation, alors qu'il cherchait tout de même à vendre un spectacle gigantesque et extrêmement coûteux, qui lui-même servait à promouvoir l'album le plus récent du groupe, *Pop* ? De plus, l'utilisation d'icônes capitalistes comme l'arche McDonald ou encore le fait d'avoir lancé *Pop* dans un magasin K-Mart a laissé de nombreux amateurs perplexes, certains croyant sans doute encore, plus de douze ans plus tard, que K-Mart et McDonald's étaient les commanditaires officiels de la tournée ! Ici, l'ironie, pourtant si bien maniée par U2 dans *Zoo TV*, n'avait pas été comprise par le public nord-américain. On reprochait au spectacle la disproportion de l'écran qui rendait le groupe si petit, presque invisible devant l'intense luminosité de l'écran. Le spectateur, qui dans un autre spectacle, peut utiliser son libre arbitre et choisir entre regarder la vue d'ensemble ou se concentrer sur un musicien en particulier, était ici contraint, non seulement de regarder l'écran, mais aussi de voir seulement les images choisies par l'équipe vidéo de U2 : nous vous montrerons The Edge quand nous aurons décidé qu'il faut voir The Edge; et n'essayez pas de trouver le minuscule Larry pendant que nous montrons The Edge, vous verrez Larry en temps et lieu. Ce commentaire acerbe sur nos habitudes de consommation et notre tendance à laisser les entreprises dicter nos choix, s'il a fait mal réagir certains, a malgré tout rempli sa mission : créer l'effet saisissant de faire réagir à l'impossibilité de faire un réel choix face à ce qu'on consomme au présent, c'est-à-dire le spectacle lui-même.

Suite à l'échec commercial de *Pop Mart*, une remise en question s'imposait chez U2. Malgré tout, ce qui avait toujours été au centre des spectacles du groupe, c'est-à-dire le contact privilégié qu'il réussissait à créer avec son public, avait disparu au profit du

spectaculaire technologique. L'intimité que le groupe réussissait à créer dans le contexte des grandes salles, avec *The Unforgettable Fire* dans les arénas et *The Joshua Tree* dans les stades, où tous les effets servaient à mettre en valeur le groupe dans sa seule présence scénique, était spectaculaire dans ce qu'elle contrastait avec l'omniprésence de la technologie dans le concert rock. Elle rompait avec l'horizon d'attente du spectateur, habitué dans les années 80 aux spectacles gorgés d'effets spéciaux.

L'exemple de *Pop Mart* prouve en quelque sorte que la magie du spectaculaire de U2, et celle de tout concert rock inoubliable, ne réside pas uniquement dans la technologie et dans les éléments théâtraux comme les costumes et la scénographie. L'élément le plus spectaculaire de tous les concerts rock les plus marquants, malgré les effets créés par la technologie la plus avancée et les procédés théâtraux les plus extravagants, est toujours la performance de l'artiste. Nous verrons donc dans le prochain chapitre comment certaines actions performatives ont dépassé l'horizon d'attente du spectateur en allant au-delà de sa préconception du spectacle qu'il allait voir.

## CHAPITRE III

### LE PERFORMATIF

Pour J. Féral, « tout spectacle implique un va-et-vient entre le performatif et la théâtralité »<sup>70</sup> :

Performativity is indeed inscribed within theatricality, and is an important component of it. In fact, any performance, whether theater, dance, circus, ritual, opera or any other living art form calls upon these two elements. Performativity is at the heart of what makes any performance unique each time it is performed; theatricality is what makes it recognizable and meaningful within a certain set of references and codes. Each art form, each artist, even each aesthetics proceeds from a combination of both performativity and theatricality that is different in every instance but necessarily calls upon both elements.<sup>71</sup>

Même si Féral ne mentionne pas la musique rock, celle-ci pourrait néanmoins certainement figurer parmi ces arts performatifs qui se servent de la théâtralité, comme du spectaculaire, afin de créer un événement unique et, dans les meilleurs cas, inoubliable.

Si cet événement réussit à demeurer unique, donc impossible à reproduire exactement dans ses moindres détails, malgré la maîtrise de la technologie du spectaculaire et de la mise en scène la plus rigoureuse, c'est à cause du facteur humain, l'humanité même de l'artiste sur la scène, avec ses erreurs, ses fausses notes, ses fous rires, ses dérapages, et bien sûr, celle du public, qui demeure elle aussi imprévisible.

---

<sup>70</sup>. “[...] any spectacle [...] is an interplay of both performativity and theatricality.” (Féral, p. 5, trad. lib.)

<sup>71</sup>. « Le performatif s'incrit en effet dans la théâtralité et en est une composante importante. En fait, toute performance, qu'il s'agisse de théâtre, de danse, de cirque, de rituels, d'opéra ou tout autre forme d'art vivante en appelle à ces deux éléments. Le performatif est au cœur de ce qui fait que toute performance est unique à chaque fois qu'elle est performée; la théâtralité est ce qui la rend reconnaissable et ce qui lui donne du sens à l'intérieur d'un ensemble de références et de codes. Toute forme d'art, tout artiste et même toute esthétique procède d'une combinaison du performatif et de la théâtralité qui diffère d'une instance à l'autre mais qui en appelle nécessairement à ces deux éléments. » (*Ibid.*, trad. lib.)

### 3.1 Un exemple de performatif spectaculaire : Dylan et la crise du folk

Si le spectaculaire sert à créer un effet de surprise, un choc, auquel on ne s'attendait pas, il n'est pas dit qu'il doive forcément être *agréable*. Le *mur du son* des Grateful Dead, mentionné plus haut, ce mur de haut-parleurs qui fut une expérience ratée, n'est qu'un exemple d'effets qui sont sans nul doute spectaculaires, mais qui le sont, entre autres, par une vive sensation désagréable qu'elles provoquent chez certains spectateurs.

Ce préambule sert à introduire un des événements les plus marquants de l'histoire du rock, comme exemple de la simple performance d'un artiste qui ne se contente pas de dépasser la norme admise, mais semble vouloir carrément la détruire. Le scandale qui en résulta et la remise en question de la définition de l'authenticité de la musique folk face au rock à laquelle elle s'opposait ont fait de cet événement un des moments qui ont changé le rock à jamais : la performance de Bob Dylan au Newport Folk Festival en 1965.

Les tenants du discours d'évaluation musicale que Frith appelle le *monde de la musique folk (folk music world)*, selon qui la musique doit avoir une fonction sociale et non commerciale, se sont d'abord placés en opposition à la notion de musique populaire comme objet de consommation.<sup>72</sup> Le *All Music Guide to Rock* offre la définition suivante de la musique folk américaine :

American folk music [...] is not so much an indigenous sound as it is a melting pot of traditional forms and songs from Europe (especially the British Isles) and Africa, honed in the U.S., especially in the South, since the 17<sup>th</sup> century. Usually (but not exclusively) played on acoustic string instruments, the folk repertoire passed from generation to generation [...].<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup>. Il n'est pas sans intérêt de noter qu'une des fonctions de la *musique* rock 'n' roll des années 50, c'est-à-dire non pas le disque/objet de consommation, mais bien les sons eux-mêmes, était de faire danser. On pourrait donc dire qu'il avait une fonction résolument sociale que les amateurs de folk de l'époque lui niaient.

<sup>73</sup>. « La musique folk américaine [...] n'est pas tant un son indigène qu'il est un pot-pourri de musiques et de formes traditionnelles d'Europe (les îles Britanniques en particulier) et d'Afrique, perfectionné aux É.-U., surtout dans le Sud, depuis le 17<sup>e</sup> siècle. Habituellement (mais pas exclusivement) joué avec des instruments acoustiques à cordes, le répertoire folk s'est transmis de génération en génération [...]. » (Bogdanov et al., p. 1353, trad. lib.)

Le *folk revival* des années 50 était surtout organisé autour des clubs et des festivals, notamment celui de Newport, dans le Rhode Island, aux États-Unis. L'importance du festival dans l'idéologie folk vient pour Frith de ce qu'il représente l'intégration de l'art et de la vie :

The folk festival describes a time and a space within which folk values [...] can be lived.<sup>74</sup>

Comme c'est le cas pour les conventions scéniques de la musique folk, les conventions du festival folk sont aussi très strictes :

The famous performer must come and have a drink with the audience in the tent after the show, and, often enough, take part in workshops ; anyone in the audience must be able to stand up somewhere on the site [...] and perform herself informally; there is a constant attempt to deny the actual (commercial) separation of folk stars and folk fans.<sup>75</sup>

L'idée de *transmission des savoirs* est donc centrale à l'idéologie folk. Qu'il s'agisse d'amateurs qui jouent les chansons qu'ils connaissent ou de vedettes qui participent à des ateliers de technique musicale ou d'histoire de la musique folk, ses visées sont clairement musicologiques, fait de la plus haute importance pour Fred Goodman :

That distinction set folk apart from what many of its fans viewed dimly as the junk culture entertainment that post-World War II consumer society produced solely for the sake of being sold.<sup>76</sup>

Pour Frith, le festival folk cherche justement à solutionner le problème de l'authenticité musicale :

---

<sup>74</sup>. « Le festival folk décrit un temps et un espace à l'intérieur desquels les valeurs folk [...] peuvent être vécues. » (Frith, 1996, p. 41, trad. lib.)

<sup>75</sup>. « Le performeur vedette doit prendre un verre avec les public dans la tente après le spectacle et, assez régulièrement, participer à des ateliers; tout membre du public doit pouvoir se lever quelque part sur le site [...] afin de pouvoir lui-même performer de manière informelle; il y a une tentative constante de nier la réalité de la séparation (commerciale) entre les vedettes folk et les amateurs de folk. » (*Ibid.*, trad. lib.)

<sup>76</sup>. « Cette distinction sépara le folk de ce que plusieurs amateurs jugeaient vaguement comme la culture jetable du divertissement que la société de consommation d'après-Seconde Guerre mondiale produisait strictement pour être vendue. » (Goodman, p. X, trad. lib.)

It offers the experience of the folk ideal, the experience of collective, participatory music making, the chance to judge music by its direct contribution to sociability.<sup>77</sup>

Pour le critique Richie Unterberger, le maintien de ces règles par des puristes est ce qui contribua à empêcher les artistes folk de se laisser gagner par l'appât du gain :

Folk's revival after the second World War, culminating in the all-out boom in the early '60s, was safeguarded from commercial corruption by zealous traditionalists, who insisted on reverent interpretation and acoustic instruments.<sup>78</sup>

C'est à Newport que cette renaissance de la musique folk s'est faite sentir le plus fortement :

In 1963, the festival received a huge boost from the twenty-two-year-old Dylan.<sup>79</sup>

Cette année-là, le jeune Bob Dylan, en devenant la première superstar du *folk revival*, allait mettre en branle, sans le savoir, la crise de l'authenticité :

Dylan was initially embraced as a savior by the folk community, who howled in protest when he quickly moved away from protest material to personal, romantic tunes and surrealistic poems. The howls became battle cries when, with the British Invasion in full swing, he embraced electric instruments and rock & roll [...].<sup>80</sup>

En 1965, au Newport Folk Festival, « l'ultime bastion de la pureté folk »<sup>81</sup> selon Goodman, Bob Dylan, l'artiste solo, monta sur scène avec sa guitare électrique et un groupe de musiciens :

---

<sup>77</sup>. « Il offre l'expérience de l'idéal folk, l'expérience de la création musicale collective et participative, l'occasion de juger de la musique par sa contribution directe à la sociabilité. » (Frith, 1996, p. 41, trad. lib.)

<sup>78</sup>. « La renaissance du folk après la Seconde Guerre Mondiale, culminant dans un énorme boom au début des années 1960, était sauvegardée de la corruption commerciale par des traditionalistes zélés qui insistaient sur les interprétations révérencieuses et les instruments acoustiques. » (Bogdanov et al., p. 1353, trad. lib.)

<sup>79</sup>. « En 1963, le festival augmenta en popularité grâce au Dylan de vingt-deux ans. » (Goodman, p. 8, trad. lib.)

<sup>80</sup>. « Dylan a d'abord été nommé le sauveur de la communauté folk, qui hurla en protestations quand il passa rapidement du matériel réactionnaire aux chansons personnelles et romantiques ainsi qu'aux poèmes surréalistes. Les hurlements devinrent des cris de guerre quand, avec l'Invasion Britannique en plein essor, il adopta les instruments électriques et le rock & roll. » (Bogdanov et al., p. 1353, trad. lib.)

<sup>81</sup>. "The ultimate bastion of folk purity." (Goodman, p. 7, trad. lib.)

Pummeled by the opening chords of "Maggie's Farm", the audience was struck dumb.<sup>82</sup>

Les réactions immédiates étaient extraordinaires. Le public folk, d'abord presque catatonique devant le bruit terrifiant des guitares du groupe de Dylan (qui allait, dès la fin des années 60, déclarer l'indépendance et s'appeler The Band), il hua finalement jusqu'à ce que Dylan, qui persistait à jouer avec une arrogance légendaire, quitte la scène. Aussi légendaire, les tentatives de la vedette folk et traditionaliste Pete Seeger, un des principaux organisateurs de l'événement, de couper le son : incapable de convaincre l'ingénieur du son de tout éteindre, il aurait entrepris de détruire la console à coups de hache. Sans succès. Surpris de la réaction du public, et à la demande des producteurs de l'événement, Dylan se contraignit à retourner sur scène seul avec sa guitare acoustique pour jouer quelques chansons supplémentaires. Le mal était fait.

Au-delà des réactions immédiates du public, c'est la définition même de l'authenticité folk que Dylan ébranlait par ce geste :

The notion that the artistic and social intentions of folk could be expressed through a blatantly commercial medium like rock and roll horrified folk's old guard.<sup>83</sup>

Toutes vives que furent les réactions des tenants de l'idéologie, il était trop tard :

The old guard crucified Bob as a sellout, but virtually all of his contemporaries [...] followed suit, sooner rather than later.<sup>84</sup>

En passant du côté du rock et en y infusant la qualité littéraire de ses textes, Bob Dylan créa un déplacement de l'idéologie de l'authenticité et provoqua une nouvelle forme musicale, le folk-rock, qui s'opposait à la fois au purisme du folk et à la simplicité du discours rock & roll en proposant une musique commerciale aux prétentions clairement intellectuelles :

---

<sup>82</sup>. « Violenté par les premiers accords de « Maggie's Farm », le public était figé. » (*Id.*, p. 9, trad. lib.)

<sup>83</sup>. « L'idée que les intentions artistiques et sociales du folk pouvaient être exprimées à travers un médium ostensiblement commercial comme le rock & roll horrifiait la vieille garde du folk. » (*Id.*, p. 8, trad. lib.)

<sup>84</sup>. « La vieille garde crucifia Bob pour s'être vendu, mais virtuellement tous ses contemporains [...] le suivirent rapidement plutôt que tardivement. » (Bogdanov et al., p. 1353, trad. lib.)

The folk-rock movement brought a new artistic, social and political intention to the music that early rockers did not have. [...] It was folk artists – and Bob Dylan in particular – who changed [rock] music's parameters and aspirations to include a quest for legitimacy, values, and authenticity – specifically an interest in populist folk forms and populist politics of the left.<sup>85</sup>

Si le public de Newport s'est senti agressé, cette légendaire performance de Dylan n'était pas moins spectaculaire. Le spectateur, amateur de musique folk formé par les règles et les traditions du genre, allait au Newport Folk Festival justement pour vivre pleinement ces traditions. On croyait savoir à quoi s'attendre de toute performance dans ce festival, même de Dylan qui en était la vedette et le porteur du flambeau de la tradition depuis quelques années. Par son choix de présenter à ce public particulier une autre facette de sa créativité par une performance régie par un tout autre ensemble de règles, il créait le spectaculaire et l'événement.

### 3.2 U2 et le performatif

En 1979, alors que U2 en était encore à enregistrer ses premiers démos de chansons, le groupe était mécontent du fait qu'un potentiel public adolescent se voyait refuser l'entrée dans les pubs où il jouait. S'ensuivit une série de spectacles extérieurs, au Dandelion Market de Dublin, libérés des contraintes liées à la vente d'alcool. Là se situent les fondements de la recherche spectaculaire de U2, dans ce besoin du groupe de rejoindre et de toucher toujours un plus grand nombre de spectateurs, même si la popularité croissante du groupe dans les années 80 l'a obligé à jouer dans des salles de plus en plus grandes. De plus, le concert rock est pour U2 un *spectacle* avant tout, et toujours politique de surcroît, comme en témoigne la critique de l'accessibilité aux concerts implicite dans les spectacles du Dandelion Market.

Dès la première critique du groupe dans la revue anglaise *Sounds* en 1979, on notait une tension entre ce qu'on qualifiait déjà de théâtralité et de dandyisme chez le chanteur Bono, et l'urgence du tempo du groupe, dont la musique des premières années était encore

---

<sup>85</sup>. « Le mouvement folk-rock amena une nouvelle intention artistique, sociale et politique à la musique qui était absente chez les premiers rockers. [...] Ce sont les artistes folk – et Bob Dylan en particulier – qui changèrent les paramètres et aspirations de la musique [rock] pour y inclure une quête de légitimité, de valeurs et d'authenticité – spécifiquement un intérêt pour les formes populistes du folk et les politiques populistes de gauche. » (Goodman, p. X, trad. lib.)

très proche de la simplicité et de l'agressivité du punk. Cette même tension allait se retrouver deux décennies plus tard au centre des spectacles multimédia *ZooTV* et *Pop Mart*, conçus en collaboration avec Willie Williams, qui proposent un *rock théâtral* inspiré des arts visuels, la publicité, le cinéma et l'opéra.

Quand le groupe en fut à sa première tournée en Angleterre, un an plus tard, le Bono de vingt ans évoluait rapidement comme performeur, quittant la scène de plus en plus souvent afin d'interagir directement avec le public, s'asseyant souvent à une table pour y boire la bière d'un spectateur ou encore lui demander une cigarette. Il semblerait que la scène était tout simplement trop petite pour ce dénommé Bono Vox of O'Connell Street. Sa performance exigeait plus d'espace, alors il décida, semble-t-il, que la salle au complet était son espace performatif. Apparemment, personne ne lui aurait parlé de la notion du quatrième mur. C'est précisément pour cette raison que les amateurs allaient voir un spectacle de U2 en 1980, parce que c'était le groupe avec le chanteur hors de contrôle.

### 3.2.1 U2 et le performatif dans les années 80

Durant la première tournée de festivals de U2, en Europe, durant l'été 1982, les amateurs de plusieurs pays lançaient fréquemment le tricolore irlandais sur la scène pendant les performances du groupe. À ce stade, le groupe, affecté par le contexte politique de son pays, était en révolte contre le drapeau, et Bono se mit à le déchirer en morceaux sur scène, gardant seulement la partie blanche qu'il brandissait en performant. Cet exemple décrit bien ce qui allait devenir une des signatures conceptuelles de U2 au fil des ans: le meilleur de ce qui se produit spontanément sur scène devient inévitablement un élément conceptuel mis en scène dans les spectacles subséquents. Le drapeau blanc devint donc le symbole du spectacle *War* et de son thème militant pacifiste.

En mai 1983, U2 performait au US Festival. Devant 250 000 spectateurs, Bono grimpa plus de trente mètres, par une échelle de cordes réservée à l'équipe technique, jusqu'au toit fait de toile qui couvrait la scène, avec son microphone et le drapeau blanc durant la chanson « The Electric Co. ». Puis, au grand désarroi du groupe et de l'équipe technique, terrifiés, il marcha sur la toile, avec le drapeau, jusqu'à ce qu'elle déchire. Ces 250 000 spectateurs, plus ceux qui regardaient la diffusion en direct du spectacle à la

télévision, se rappelaient maintenant de U2 comme le groupe avec le chanteur qui avait tenté de se suicider au US Festival. Moins d'une semaine plus tard, l'idée de grimper le plus haut possible avec le drapeau était devenu une partie intégrante de la performance de « The Electric Co. », quoique en plus *sécuritaire*. Déjà, il semblait que la seule façon d'empêcher Bono de peut-être faire une connerie était de le laisser en exécuter une version mise en scène, mais à chaque spectacle, afin qu'il puisse la refaire tous les soirs.

Deux ans plus tard, en juillet 1985, U2 participait au concert bénéfice Live Aid, qui servait à amasser des fonds pour vaincre la famine en Afrique. Chaque artiste présent à l'événement avait la scène pour un maximum de dix minutes, ce qui permettait en moyenne de jouer trois chansons. Durant la performance de U2, en après-midi, Bono décida, durant une section instrumentale de leur deuxième chanson, « Bad », d'aller chercher une fille dans le public, afin de la ramener sur scène pour danser avec lui. Ce geste, inspiré de Bruce Springsteen, Bono le faisait depuis *War* quelques années plus tôt.

Cette fois, à Wembley Stadium, la distance entre la scène, qui avait plus de six mètres de hauteur, et la première rangée, était d'un autre trois mètres au moins. Devant l'impossibilité de faire monter une fille, Bono se jeta carrément en bas de la scène. Le groupe, qui ne le voyait plus, pouvait seulement rejouer en boucle la partition de cette section de la chanson. Pendant ce temps, Bono franchissait les barricades de la section réservée aux médias qui le séparait du public et atteignit finalement son but en serrant une spectatrice dans ses bras. Il réapparut sur scène dix minutes plus tard pour finir de chanter la chanson, ayant fait perdre du temps et les obligeant à abandonner la troisième chanson qu'ils devaient jouer.

Le groupe, n'ayant pas vu l'interaction de Bono avec la spectatrice, l'accusèrent d'avoir détruit leur carrière, ne voyant rien d'autre dans son action que le comportement erratique, et potentiellement artistiquement suicidaire, de leur chanteur, d'autant plus que le spectacle était diffusé en direct dans le monde entier. Suite à ce *fiasco*, le groupe prit des vacances, pendant lesquelles Bono se retira en solitaire afin de réfléchir à son geste, refusant de s'informer des conséquences médiatiques de la performance. Ce n'est que quelques jours plus tard que Bono apprit que l'image de ce chanteur (parce que les caméras, elles, et donc les téléspectateurs, avaient suivi Bono dans son périple), qui du haut de son énorme scène, prend dix minutes pour grimper par-dessus des barricades dans le but d'avoir un *vrai* contact *physique* avec son public, devint l'image iconique de Live Aid, comme celle de Hendrix

jouant l'Hymne National américain devint celle de Woodstock plus de quinze ans plus tôt. Cet événement spectaculaire, ce geste spontané (et dangereux) fit de U2, ne serait-ce que pour un moment, le groupe rock le plus important au monde.

Avec la popularité de *The Joshua Tree* en 1987, l'image néo-hippie de U2 devint la plus connue du groupe, malgré les succès des années précédentes. Dans le contexte du spectacle, le groupe procéda néanmoins à une adroite mise en scène de l'introduction de sa nouvelle image sur scène, semblable à celle effectuée pour introduire le militant pacifiste de *War*.

En 1983, U2, conscient que les premières chansons sont déterminantes pour accrocher le public, passait d'abord pour conservateur en débutant le spectacle *War* par une série de chansons du premier album, qui avait été jusque là son plus gros succès. Suite à cette section dédiée à *Boy* (1980), le groupe jouait ensuite un bloc de chansons du dernier disque, sortant les drapeaux et les marches militaires. U2 donnait d'abord au public une performance en accord avec son horizon d'attente, il lui donnait *ce qu'il voulait* d'un concert de U2, et quand le public était pris, suivait un bloc de chansons du nouvel album, avec la marche militaire de Bono, militant pacifiste, porteur du drapeau blanc. Si l'idée vous semble pompeuse, imaginez que U2 utilisait en plus des ventilateurs industriels, placés en coulisses, afin que les drapeaux flottent dans le *vent*, dans les aré纳斯 !

L'image de la pochette du disque *Under a Blood Red Sky* (1983), album live tiré du concert filmé du même nom, figurant la silhouette de Bono accroupi avec le drapeau devant un fond rouge, devint la principale image iconique de la mythologie associée à U2 (voir app. A, fig. 3.1). Le groupe étant conscient de l'importance accordée par les amateurs à cette image, le spectacle *The Joshua Tree* débutait avec un cyclorama, en fond de scène, éclairé d'un rouge éclatant. Larry, Adam et The Edge apparaissaient d'abord, leurs silhouettes se découpant sur le fond rouge, et jouaient les premières mesures de « Where the Streets Have no Name ». Quand Bono arrivait finalement, s'il apparaissait en silhouette découpée sur le même fond rouge que l'image du disque *Under a Blood Red Sky*, c'était avec son chapeau de cowboy, déjà omniprésent dans l'image médiatisée du moment de Bono. La silhouette de Bono 1987, néo-hippie, se découpant sur le même fond que le Bono militant de 1983. Encore une fois, après avoir donné au spectateur ce à quoi il s'attendait, basé sur cette photo, au fond rouge, prise lors d'un spectacle de 83, et disséminée dans les médias, on surprend le

spectateur avec une nouvelle imagerie qui vient s'insérer, par une mise en scène théâtrale, dans la mythologie de U2.

### 3.2.2 U2 et le performatif dans les années 90

Avant que ne commence le spectacle *Zoo TV*, en 1992, au moment où s'éteignaient les lumières, les écrans cathodiques géants s'allumaient un par un et un montage vidéo de quelques minutes, souvent différent d'un spectacle à l'autre, précédait l'arrivée du groupe. On pouvait y voir, par exemple, des extraits d'un film noir et blanc montrant des athlètes en entraînement et des adolescents jouant des percussions, accompagné de la trame sonore des percussions qui tonnait dans les hauts parleurs. Le montage était si enlevé que le public se levait et commençait à taper des mains en criant, et ce, sans que le groupe ne soit sur scène. Le film dont proviennent les extraits s'appelle « Le triomphe de la volonté », de Leni Riefenstahl, réalisatrice allemande, dont les films furent utilisés comme propagande par les Nazis durant les Jeux Olympiques de Berlin, en 1936. Ce sont des jeunes filles hitlériennes qui jouent les percussions. L'argument de U2, ici, c'est que, comme propagande, ça fonctionne.

Si le jeu de mise en scène récurrent de U2, dans ses spectacles depuis *War*, était d'insérer les nouvelles images iconiques dans celles qui faisaient déjà partie de la mythologie du groupe, ici la coupure était radicale, à l'image de ce qui allait suivre : une utilisation par le groupe des moyens de propagande utilisés par les médias de masse, dans le but d'en commenter le fonctionnement et l'effet.

Pour « The Fly », par exemple, U2 bombardait le public avec des slogans aléatoires écrits sur les écrans, la plupart desquels étaient purement absurdes. Comme c'était le cas avec toute la vidéo dans le spectacle, un nouveau montage figurait chaque soir, avec de nouveaux slogans, quoiqu'il y en avait des plus populaires qui revenaient, *EVERYTHING YOU KNOW IS WRONG* (tout ce que tu sais est faux) et le mot *BELIEVE* (croire) qui devenait *LIE* (mensonge, en faisant disparaître BE et VE).

De tels effets étaient autant d'exemples, à même le spectacle, de procédés utilisés par les médias pour manipuler les masses, et qui étaient utilisés par U2 pour manipuler le public de la même façon, tout en lui montrant comment on s'y prenait pour le manipuler. Ces effets de propagande *étaient* les effets spectaculaires de *Zoo TV*. L'horizon d'attente du spectateur

se trouvait même dépassée de deux façons : par la technologie elle-même, qui n'avait pas de précédent dans le concert rock et qui, de plus, était énorme (les écrans surplombant la scène et le groupe, par exemple), et par le fait que cet effet spectaculaire revêt de nombreuses couches de sens, ne se limite pas à un effet de choc ou de surprise, mais se manifeste aussi sous forme de message, ou même de piste de réflexion pour le spectateur. Un spectaculaire intelligent, qui informait toute la performance du groupe.

N'oublions pas, par exemple, qu'au lieu du Bono attendu, soit militant pacifiste ou néo-hippie, c'est The Fly, lui-même un commentaire sur la manipulation par les médias, mais cette fois de l'image de la vedette, qui allait apparaître sur scène avec « Zoo Station », en fondu avec le montage vidéo : en même temps qu'il entrait sur scène, il était projeté dans certains écrans, superposé sur les images finales du montage ; tant qu'il ne marchait pas vers le micro, durant les premières mesures de la chanson, il était difficile de trouver, parmi ces reproductions, le vrai Bono/The Fly placé debout devant un des écrans.

Durant « Even Better Than the Real Thing », The Fly prenait une camera vidéo portable et filmait son propre vidéo qui était diffusé simultanément sur les écrans, filmant d'abord le solo de guitare de The Edge avant de finir la chanson en se filmant lui-même, ou plutôt The Fly le narcissique.

Ce n'était pas avant la sixième chanson, « Until the End of the World », trente minutes après le début du spectacle, que Bono quittait pour la première fois la scène principale pour se rapprocher du public, utilisant cette rampe qui mène de la scène principale à la nouvelle innovation du groupe, cette petite scène au milieu du parterre, le *B-Stage*. Une fois rendu, il se jetait dans le public admiratif du parterre. N'oublions pas que nous n'avions pas affaire ici au Bono spontané des années 80, qui se jetait en bas de la scène impulsivement : The Fly, caricature de Bono, le faisait machinalement, théâtralement, tous les soirs. Encore une récupération, par la mise en scène, du spontané d'autrefois, comme le drapeau blanc de *War* était inspiré de Bono, qui déchirait le drapeau irlandais dans la tournée précédente. Sauf que cette fois, le geste est aussi un commentaire sur le statut de la vedette rock, sur le pouvoir, mérité ou non, qu'il exerce sur ses admirateurs, qui se jettent sur lui pour le toucher, et se veut un clin d'œil ironique à Bono et à ses propres clichés performatifs.

Pendant « Trying to Throw Your Arms Around the World », se produisait un effet de contraste dans le genre d'effet spectaculaire utilisé. Bono choisissait une fille dans le public

et lui offrait de boire du champagne avec lui. Ceci dégénérait parfois en moment érotique quand, durant quelque performance, la dame se mettait à danser *pour* Bono au lieu de *avec* lui, certaines laissant même le chanteur les arroser avec le Champagne durant la danse. La présence de ces femmes variées sur scène, et le fait qu'elles devaient aussi filmer Bono et The Edge pour les écrans, ramenait automatiquement le spectacle à la spontanéité d'autrefois, celle qui forgea l'horizon d'attente, basée sur l'imagerie associée au groupe dans les années 80, et maintenant dépassée par les effets multimédia.

Puis soudainement, tous les écrans s'éteignaient. Tout le groupe prenait la rampe pour se rendre au B-Stage, où une petite batterie attendait Larry. Ils jouaient « Angel of Harlem », et la salle s'enflammait ! Dans le contexte de *Zoo TV*, les chansons blues et folk de *Rattle and Hum* prenaient tout leur sens. Après le bombardement d'images et *The Fly*, la soudaine intimité et la simplicité de ces chansons les faisait ressembler à des vieux airs d'une époque révolue, même si elles provenaient de l'album précédent, sorti quatre ans plus tôt.

Toujours agile dans la récupération de sa propre imagerie iconique, le fond rouge utilisé par U2 pour « Where the Streets Have no Name » dans le spectacle *The Joshua Tree* de 1987 fut projeté cette fois sur les écrans. Cet effet allait être répété pour chaque tournée subséquente jusqu'à *Elevation* en 2001-02. L'inflection *Zoo TV*, apportée à ce fil conducteur d'un spectacle à l'autre, était que le rouge finissait par être remplacé par un film noir et blanc tourné pendant la session photo pour l'image de la pochette de *The Joshua Tree* en 1987. Afin de ramener l'attention du spectateur au film, Bono en 1992 saluait l'image filmée de Bono en 1987, qui se retournait à un moment du film et envoyait la main au caméraman.

Au centre de *ZooTV*, se trouvaient les technologies du quotidien : télévision, radio et téléphone. Pour Bono, il s'agissait de rappeler au public le pouvoir oublié de ces objets. Le bombardement d'images sur les notions de plaisir, de satisfaction, d'excitation, de désir et de *glamour* servaient d'énoncé politique sur les systèmes de désir et de vulnérabilité du consommateur à l'ère du matérialisme culturel, ce qui revient à dire que U2 critiquait le système économique même qui rendait son spectacle si désirable pour le public.

Quand Bono, en *The Fly*, changeait les postes de la télévision satellite projetée sur ses écrans géants, peu après le début du spectacle, il posait une action radicale qui réduisait l'atmosphère, le concert rock devant normalement avoir une qualité *transcendante*, au-delà de la banalité de simplement regarder la télévision. De même quand *Mirror Ball Man* ou

MacPhisto prenaient le téléphone pour appeler le président des États-Unis ou encore pour commander de la pizza pour 20 000 spectateurs, la *magie* du spectacle laissait place à la réalité, ce même effet de réalité dont Dominique Château qualifie le spectaculaire pour en contraster l'effet avec celui du théâtre, qui crée un univers imaginaire.

En se réinventant selon la région où le spectacle jouait, *ZooTV* devenait aussi un théâtre quasi-journalistique, usurpant le rôle des médias à même le médium de la musique rock, mais avec une ambiguïté dramatique. On y présentait la réalité d'une planète encerclée par les technologies des communications et gorgée des plaisirs compensatoires du capitalisme, ainsi que l'ubiquité de la réalité virtuelle telle que démontrée dans le duo de Bono qui chante avec un Lou Reed (du Velvet Underground), qui n'est présent que par les écrans de *ZooTV*. Par contre, une telle critique des médias ne vient pas sans heurt. Ayant dû refuser de jouer à Sarajevo, à cause de la guerre civile qui y régnait, le groupe décida de faire installer une caméra vidéo dans un bunker en plein cœur de Sarajevo, d'où la population pouvait venir raconter son quotidien à la caméra, propos qui étaient diffusés en direct durant le spectacle.

En achetant un billet pour le spectacle de U2, on pouvait maintenant être témoin de nouvelles non censurées dans le contexte d'un spectacle, un renversement du contexte habituel des nouvelles télévisées, qui présentent des reportages sur le divertissement. Le segment dédié à Sarajevo pouvait durer jusqu'à dix minutes. Après, le groupe et le public devaient récupérer.

Alors que Larry sentait qu'ils exploitaient la misère des gens pour en faire du divertissement, Bono était convaincu qu'ils donnaient de la visibilité à une cause importante. Et U2 performa à Wembley Stadium, là où Bono s'était jeté en bas de la scène pour serrer dans ses bras cette spectatrice, presque dix ans plus tôt. Ce soir là, trois femmes apparaissaient à l'écran:

We don't know what we're doing here. This guy dragged us in. You're all having a good time. We're not having a good time. What are you going to do for us? We know you're not going to do anything. You're going to go back to a rock show. You're going to forget that we even exist. And we're all going to die.<sup>86</sup>

Même si U2 n'arriva jamais à récupérer ce spectacle, cet événement inattendu, et particulièrement spectaculaire, décida le groupe et leur producteur, Brian Eno, à participer au spectacle *War Child* avec Luciano Pavarotti, dont les fonds allaient venir en aide aux victimes de la guerre civile en Bosnie.

*Pop Mart*, en 1997, contrastait avec *l'effet réalité* de *Zoo TV* par son gigantisme et sa caricature. Le performatif, dans cet autre spectacle multimédia de U2, était caractérisé par les contrastes et les extrêmes. Par exemple, au début du rappel de *Pop Mart*, une soucoupe volante, prenant toute la largeur de l'écran, semblait atterrir sur la scène. Le citron/boule miroir géant, qui jusque là ornait une extrémité de la scène, s'avavançait maintenant jusqu'au *B-Stage*, aussi utilisé lors de cette tournée. Puis le citron s'ouvrait, laissant sortir les membres/extra-terrestres de U2 qui performaient alors « Discothèque ». Quelques chansons plus tard, avec « With or Without You », Bono demandait au technicien d'éclairage d'éteindre les lumières. Toutes les lumières. Après tout un spectacle passé à ne pas pouvoir voir le groupe à cause de l'écran géant, voilà qu'on se retrouvait dans le noir, à ne pas mieux les voir. Le message de U2 était pourtant clair : dans le contexte du concert rock, ce n'est pas l'image que nous sommes censés consommer, mais bien la musique. Et avec « With or Without You » dans *Pop Mart*, la musique est tout ce qu'on avait pour le prix du billet.

### 3.2.3 U2 et le performatif au 21e siècle

Le spectacle *Elevation*, en 2001, devait être celui du retour aux sources, d'un U2 en relation directe et non médiatisée avec son public, sans artifices, ce que le batteur Larry Mullen Jr. appelait « une performance de club dans une aréna »<sup>87</sup>.

---

<sup>86</sup>. « Nous ne savons pas ce que nous faisons ici. Un gars nous a traînées jusqu'ici. Vous vous amusez tous. Nous on ne s'amuse pas. Qu'est-ce que vous allez faire pour nous? Nous savons que vous ne ferez rien. Vous allez retourner à un concert rock. Vous allez oublier jusqu'à notre existence. Et nous, nous allons tous mourir. » (Scrimgeour, p. 253, trad. lib.)

<sup>87</sup>. « [...] a club gig within an arena. » (Bono et al., p. 303, trad. lib.).

*Elevation* fut donc le retour espéré à l'esthétique minimaliste du rock au lieu d'une utilisation du potentiel du concert rock comme base à un théâtre englobant, la première tournée intérieure de U2 en dix ans et le premier spectacle du groupe plus minimaliste que le précédent. En réalité, pour Willie Williams, il n'était pas question de renier leurs spectacles multimédia : pour lui, *Elevation* devait être le résultat d'une fusion des concepts de tous les spectacles précédents.

Démographiquement, le public de U2 dans les années 2000 pouvait se diviser en deux factions : des jeunes qui veulent danser durant le spectacle et des adultes qui préfèrent être assis. Afin d'avoir la certitude de ne pas manquer d'argent en cours de tournée comme ce fut le cas avec *Pop Mart*, les membres de U2 acceptèrent d'augmenter le prix de leurs billets, mais à condition que le parterre soit vidé de ses sièges et qu'il soit transformé en piste de danse géante pour les jeunes, à moindre prix.

La première proposition scénographique de Williams était une blague : il proposa un croquis de l'arche de *Pop Mart*, mais couchée sur le parterre, devant la scène, comme si elle était tombée. Bono prit le croquis et le modifia pour transformer l'arche en cœur. Naissait possiblement la plus importante innovation de la carrière de U2 : une scène qui avance en pointe jusqu'au deux tiers du parterre. Suite à quoi Adam Clayton, le bassiste, craignant d'aliéner le batteur seul derrière quand le reste du groupe serait en avant, proposa de vider l'intérieur du cœur et d'y placer le public, créant une rampe courbée qui permet de circuler *autour* du public du parterre (voir app. A, fig. 3.2). Cette idée neuve allait remplacer le *B-Stage* qui, depuis, était devenu un cliché, et donnait à Bono la liberté de se rapprocher encore plus de son public.

Une des difficultés de recréer une intimité de club dans une grande salle comme une aréna était de nouveau la problématique de la vidéo, toujours nécessaire pour voir le groupe de près quand on est dans les dernières rangées. Par contre, il ne fallait pas reproduire l'erreur de faire de l'écran le centre d'attention, le public supposant qu'on y montre le plus important, alors qu'en fait le choix d'images *live* est souvent aléatoire. Williams résolut le problème en proposant d'utiliser quatre caméras, une braquée sur chaque membre du groupe, dont l'image serait projetée au-dessus du groupe sans montage et sans coupures. De plus, ces images étaient en noir et blanc, ce qui distrait plus difficilement de ce qui se passe sur scène.

Le thème du spectacle était *l'élévation de l'âme*, et la performance était ajustée en conséquence. Quand Bono, à la fin de « Beautiful Day » par exemple, parcourait la rampe en forme de cœur, il suspendait ses pieds au dessus du public : sous ses semelles (*sole*, en anglais) était écrit le mot SOLE (semelle).

Le spectacle en soi était structuré en progression vers la complexité technique, les effets spectaculaires s'inscrivant dans une narration qui racontait toute l'évolution spectaculaire de U2, des pubs irlandais jusqu'aux stades du monde entier. Le groupe arrivait sur scène et jouait la première chanson sous l'éclairage de service, sans aucun artifice, ce qui accentuait l'aspect *communautaire* de l'événement, puisque chaque spectateur voyait tous les autres rassemblés autour de la scène, alors que le groupe apparaissait plus présent que jamais sous le même éclairage. Après les introductions extravagantes des tournées multimédia des années 90, le seul fait de regarder les membres de U2 avoir du plaisir à être *eux-mêmes* alors qu'ils arrivaient sur scène, étonnait déjà et était, en soi, un effet spectaculaire.

Une fois l'éclairage de service éteint après l'intro, les effets s'ajoutaient graduellement, passant par les principales phases conceptuelles de la carrière du groupe. Pour « Where the Streets Have No Name », par exemple, ce qui restait de l'écran géant de *Pop Mart* sortait du plancher, coloré du même rouge associé à la chanson depuis *The Joshua Tree*.

Durant la dernière décennie, U2 a essentiellement effectué un retour aux concepts de ses spectacles des années 80 en les réinterprétant pour une nouvelle époque. Si *Elevation* était un retour à l'âme de *The Joshua Tree*, le spectacle *Vertigo* de 2005-06 a vu le retour du pacifisme militant de *War*. En même temps, U2 souhaitait conserver la rampe de *Elevation*, que Willie Williams modifia pour la rendre plus circulaire, à l'image des spirales qui figuraient dans le vidéoclip de la chanson « Vertigo ». De plus, Williams apporta une amélioration à l'écran de *Pop Mart*, en suspendant et distançant ses diodes géants sur des fils suspendus au plafond, créant un spectaculaire rideau de diodes de couleur qui donnait une image claire en même temps qu'il permettait au spectateur de voir au travers.

Le spectaculaire de U2, dans les années 2000, poursuit la tendance entamée avec *War*, où on récupérait l'effet spectaculaire créé par Bono déchirant le drapeau irlandais dans la tournée précédente. Il sert principalement à créer des images iconiques qui seront ensuite disséminées à travers divers supports médiatiques, par exemple les vidéoclips ou les DVD des spectacles, pour être ensuite remodelés, selon l'époque, dans les spectacles subséquents,

et fusionnées ensuite avec des références nouvelles qui deviennent éventuellement iconiques elles aussi.

### 3.2.4 De l'espace performatif à la médiatisation

Tous les effets dans un spectacle de U2, qu'ils soient théâtraux, spectaculaires ou performatifs, servent ultimement un but unique : le contact direct avec le public. Ce contact, déjà nécessaire pour le jeune Bono, qui quittait la scène des clubs pour s'asseoir avec le public, est, depuis le début, de tous les effets spectaculaires utilisés par le groupe au fil des spectacles, le plus spectaculaire de tous. Déjà, si ceux qui découvraient le groupe à ses débuts, s'étonnaient de la performance du chanteur, les tentatives de Bono, parfois désespérées et souvent largement médiatisées, de maintenir ce lien avec le public, malgré l'agrandissement graduel des salles où il performait, devenaient en quelque sorte la signature spectaculaire du groupe, la raison pour laquelle U2 était un groupe rock important aux yeux de ses amateurs.

L'architecture de la scène, d'un spectacle à l'autre, comme nous avons vu, est conçue spécifiquement dans le but de supporter et d'améliorer ce contact direct, cet effet de communion que U2 essaie de produire avec le public. Du *B-Stage* de *Zoo TV* et *Pop Mart* à la rampe qui encercle le public dans *Elevation* et *Vertigo*, l'évolution scénographique de U2 raconte en quelque sorte l'histoire de la quête de Bono : faire du concert rock un événement non seulement spectaculaire, mais aussi enlevé et inspirant, voire même spirituel. Si le *B-Stage* était la concrétisation, par la scénographie, de l'incapacité de Bono à se limiter à la superficie d'une scène normale, fut-elle parmi les plus grandes du monde, comme à Wembley Stadium durant *Live Aid*, la rampe des spectacles des années 2000 poursuivait cet agrandissement de l'espace performatif. D'un spectacle à l'autre depuis *Elevation*, la scène s'agrandit et la rampe aussi. Le spectacle *360°*, par exemple, utilise une scène circulaire qui est entièrement entourée par une rampe qui lui est reliée par deux ponts, une partie du public se trouvant entre la scène et la rampe, donc sous les ponts sur lesquels les membres du groupe peuvent aussi performer, surplombant alors le public.

Dans ce contexte, il n'est pas surprenant de voir que, parallèlement au travail continu de U2 sur le rapport scène/salle, les médias, depuis *Zoo TV* en particulier, soient

devenus une extension de l'espace performatif de Bono. Aujourd'hui, les interventions de Bono dans les médias, pour promouvoir les causes humanitaires qui lui tiennent à cœur, ne surprennent plus personne. Pourtant, il n'en était pas de même de ses interventions à l'époque de *Zoo TV*, qui étaient ni plus ni moins une extension du spectacle, où les personnages du chanteur débordaient régulièrement, non plus seulement de la scène, mais du spectacle comme tel. Ainsi, à la fin de 1991 et au début de 1992, quand vint le temps pour U2 de promouvoir *Achtung Baby* et *Zoo TV*, au grand désarroi des médias, ce n'était pas Bono, chanteur aux penchants humanitaires, que le groupe envoyait donner des entrevues, mais The Fly, vedette rock narcissique et arrogante.

Même hors du contexte d'un concert avec U2, la performance médiatique de Bono était spectaculaire, parce qu'aussi inattendue que choquante : après avoir dit un paquet d'absurdités (par exemple, à la question d'un journaliste qui voulait connaître le message véhiculé par le groupe dans le nouveau spectacle, il répondait : « Regardez la télévision plus souvent! »), The Fly finissait généralement les entrevues par une mise en garde contre l'utilisation de l'image dans les médias, enjoignant les journalistes à ne surtout pas faire confiance aux propos d'une vedette rock qui cache ses yeux derrière des lunettes fumées. Si de telles interventions rendaient en quelque sorte obsolètes la publication ou la diffusion de ses propos sous forme d'*information*, les reléguant obligatoirement à du divertissement, elles permettaient aussi à Bono de déjouer les stratégies *potineuses* des médias : après tout, comment pouvaient-ils s'adonner à un procès médiatique de Bono, si celui-ci exhibait publiquement un comportement encore plus scandaleux que ce que les journalistes auraient pu imaginer sur lui ?

C'est donc dans le même esprit que, tout au long de la tournée *Zoo TV*, non seulement The Fly, mais aussi les autres personnages marquants du spectacle, Mirror Ball Man et MacPhisto, faisaient des apparitions publiques qui avaient tout de la performance. L'évangéliste milliardaire, par exemple, parcourut les rues de New York en décapotable, jetant des poignées d'argent aux passants et scandant dans un porte-voix des slogans absurdes sur les bienfaits de l'argent et de la télévision, pendant qu'un mystérieux personnage appelé The Flea (la puce), conduisait la voiture : il s'agissait en fait de l'actrice américaine Winona Ryder, affublée du costume de The Fly. Quelques mois plus tard, en Italie, un petit diable

vêtu d'or et d'écarlate fit une promenade dans le Vatican, déclarant à qui voulait l'entendre que tout cela lui appartenait.

L'espace performatif de Bono a donc dépassé définitivement, dès ce moment, les limites de la scène ou même d'une salle, et avec elles, l'horizon d'attente du spectateur. Bono, le personnage public, affublé obligatoirement de ses lunettes fumées depuis 1991, représente en fait tout ce qui a fait sa marque : en partie The Fly, vedette rock et bête de scène, en partie artiste engagé véhiculant un message qui rejoint les préoccupations et aspirations de la communauté d'amateurs qui, un jour, décidèrent que U2 figurait parmi les groupes rock les plus pertinents et les plus importants pour eux. Préoccupations et aspirations d'amateurs que ce même message, au fil de quatre décennies, a en partie contribué à former.

Au cours de la dernière décennie, il est d'ailleurs devenu de plus en plus difficile de différencier Bono l'activiste de Bono le chanteur de U2. Dans les entrevues, les conférences, les rencontres avec des chefs d'état, ou encore avec le Pape, le vrai Bono, relégué à la vie privée et de famille, se cache derrière les lunettes (Jean-Paul II les avait d'ailleurs portées devant les caméras lorsqu'il reçut le chanteur, sans cornes, au Vatican). Les spectacles eux, sont devenus le lieu privilégié des monologues de Bono sur les causes humanitaires de l'heure.

Ces interventions font d'ailleurs preuve d'une certaine théâtralité et sont soigneusement mises en scène : dans *Vertigo*, par exemple, le monologue de Bono se faisait sur fond sonore des premières mesures de « One » jouées en boucle, ayant pour effet que même ceux, parmi les spectateurs, qui auraient profité de cet intermède pour aller à la salle de bains, s'acheter à boire ou sortir fumer, sont restés à écouter, se disant que, d'une seconde à l'autre, puisque l'intro jouait, Bono allait bien arrêter de parler et chanter « One », une de leurs chansons les plus populaires. Le monologue, et donc l'intro de la chanson, pouvait durer jusqu'à dix minutes, selon l'urgence de la cause.

Parfois, ces mêmes interventions sont aussi insérées dans le schéma narratif des effets spectaculaires, comme l'atteste la demande au public, faite par Bono dans *Elevation*, de sortir leurs téléphones cellulaires en guise de sources de lumière portative, variation technologique sur cette tradition du concert rock selon laquelle on doit tenir à bout de bras un briquet allumé durant les ballades. Sauf qu'ici, en plus d'éclairer les gradins de dizaines de milliers de lumières, les téléphones servaient aussi la cause, Bono sollicitant la générosité du public en

les encourageant à appeler le numéro à l'écran et à s'inscrire par message texte sur la liste d'envoi d'un organisme de charité.

## CONCLUSION

Dans l'histoire de la musique rock, nombre d'artistes et de spectacles ont été qualifiés, soit par les amateurs, soit par les spécialistes et critiques du genre, de théâtraux ou de spectaculaires. Si la musique rock, dans le contexte d'un concert, est un art performatif au même titre que le théâtre, la danse ou l'opéra, il ne va pourtant pas de soi que toutes ces formes de performance s'entendent sur les définitions de notions comme la théâtralité ou le spectaculaire, ni même qu'elles représentent les mêmes effets d'une forme d'art à l'autre. Même en se limitant à la musique rock, la multiplication des genres, depuis sa naissance au milieu du 20<sup>e</sup> siècle, peut amener à se poser la question de la possibilité qu'il y ait autant de définitions du théâtral et du spectaculaire qu'il y a de genres.

Il devenait donc nécessaire, pour ce travail, de sortir du contexte du rock, dont la relative nouveauté explique peut-être le manque de textes théoriques ou analytiques sur les sujets qui nous préoccupent ici. Il fallait donc aller chercher les théories sur le théâtral, le spectaculaire et le performatif là où elles se trouvent principalement : dans les domaines du théâtre et de l'opéra.

À partir de ces théories, il s'agissait de mieux définir les dénominateurs communs, c'est-à-dire les qualités associées à ces notions qui peuvent être appliquées à tous les arts performatifs, dont le concert rock. Une fois ces définitions clarifiées, il devenait possible d'identifier, dans l'histoire du concert rock, des spectacles et des performances d'artistes qui pouvaient servir d'exemples de l'application de ces théories dans le rock.

Dans le premier chapitre, nous avons vu que l'effet théâtral est essentiellement un effet de perception par le spectateur, qui isole l'objet regardé du quotidien grâce à une utilisation par l'artiste de procédés qui servent à créer une irruption de l'imaginaire à même le quotidien. Parmi ces procédés, nous avons vu que le plus couramment utilisé dans le rock est la personnification. Dans les années 70, si David Bowie créait un personnage pour chacun de ses spectacles, qui en était le noyau et le porteur du concept central, Peter Gabriel préconisait plutôt l'utilisation de multiples personnages dans un même spectacle, qui pouvaient agir

tantôt comme conteur, narrateur ou, comme c'était le cas avec *The Lamb Lies Down on Broadway* en 1974, comme moteur d'une action narrative qui brouillait les frontières entre le théâtre et la performance de la musique comme telle.

Nous avons vu aussi que la théâtralité a pu être attribuée aussi aux spectacles des groupes de rock psychédélique des années 60, qui, s'ils n'avaient pas recours à des personnages sur scène, exploraient les possibilités offertes par les nouvelles technologies de scène dans le but d'envelopper le public dans une imagerie et une ambiance particulières qui venaient rehausser la performance. Le travail de Andy Warhol avec The Velvet Underground, sur le spectacle *The Exploding Plastic Inevitable*, demeure à ce jour une sorte de point tournant dans le rock, où la performance de la musique sur scène rencontrait le *happening* et à partir duquel le concert rock déclarait haut et fort qu'il ne devait pas forcément se limiter à la performance simple de la musique sur scène, dénuée de tout artifice.

Dans le cas de U2, la théâtralité et la personnification prirent une place considérable dans les concerts du groupe avec ses spectacles multimédia dans les années 90, quoique différents degrés de jeu fussent exploités selon le concept. *Zoo TV* fut donc le lieu de personnages bien définis comme The Fly et MacPhisto, qui résultaient d'un réel travail d'acteur de la part de Bono, alors que *Pop Mart* présentait des archétypes définis simplement par les costumes portés par les membres du groupe, sans que ceux-ci aient à modifier leur comportement naturel sur scène. Si la personnification était plus ostensible dans ces spectacles, nous avons vu qu'elle fut utilisée à différents degrés tout au long de la carrière du groupe, qui dès ses débuts accordait plus d'importance à son image qu'à sa musique. L'image a donc toujours été au centre des préoccupations de U2, adroitement mise en scène dans les spectacles, où les images iconiques du passé du groupe, faisant figure de mythologie dans le rock, étaient récupérées, modifiées et, ultimement, fusionnées à l'image du groupe au présent. Ce processus, s'il servait d'effet de transition, avait aussi pour résultat d'insérer la nouvelle image du groupe parmi les icônes de sa propre mythologie.

Dans le Chapitre II, nous avons vu que le spectaculaire, lui, est un effet de surprise, un choc, causé par un dépassement des attentes que le spectateur s'était forgé en rapport au spectacle, selon ses connaissances préalables de ce qu'il s'apprêtait à voir. La réalisation de l'effet spectaculaire découle donc d'un travail d'analyse, de la part de l'artiste et de son équipe, de l'horizon d'attente du spectateur. Si ce travail est ardu, c'est que l'effet

spectaculaire d'une époque devient inévitablement la norme admise de la suivante, obligeant artistes et concepteurs à constamment réévaluer les attentes du public, afin de mieux les dépasser et ainsi surprendre le spectateur de nouveau.

Dans le rock, si la théâtralité peut faire office d'effet spectaculaire, celui-ci est très souvent provoqué par l'avancement technologique, d'une part, et l'architecture de la scène d'autre part, elle-même découlant du lieu de la performance et de la capacité de l'artiste à en exploiter les possibilités. Nous avons vu que l'innovation dans le concert rock, en ce qui a trait à la technique de scène, a évolué parallèlement à sa montée en popularité dans les années 60 et 70, où certains artistes avaient l'occasion de performer dans des salles de plus en plus grandes, comme les arénas et les stades. Les effets spectaculaires, visuels ou auditifs, devenaient de plus en plus nécessaires dans un contexte où l'artiste apparaissait de plus en plus petit aux yeux de spectateurs de plus en plus éloignés de la scène.

Si *Zoo TV et Pop Mart*, dans les années 90, étaient de véritables orgies d'effets spéciaux, avec leurs écrans géants, leurs costumes et leurs accessoires extravagants, le spectaculaire de U2 dans les années 80 ressemblait à de l'anti-spectaculaire. Les conceptions sobres et (en apparence) minimalistes de *War*, *The Unforgettable Fire* ou *The Joshua Tree* étaient en fait le résultat d'une chorégraphie technique très élaborée, où toute la technologie, la créativité et le savoir faire du groupe et de son équipe visait à mettre en valeur la présence scénique naturelle des quatre musiciens irlandais, à l'opposé des spectacles de la même époque auxquels nous avions habitués des artistes comme Michael Jackson, Madonna ou Prince, qui misaient énormément sur un spectaculaire basé sur les chorégraphies et les effets pyrotechniques. Si les spectacles de ces artistes étaient éminemment spectaculaires, au sens où ils regorgeaient d'effets surprenants qui dépassaient les limites de l'art ainsi que les attentes du public, ils avaient néanmoins *élargi* l'horizon d'attente du spectateur. Pour un spectateur devenu habitué à ce type d'effet, la mise en scène de U2 de l'absence d'effets *était* l'effet, créant la surprise et l'étonnement par la récupération, au fond, de la symbolique performative de l'idéologie folk, style musical dont l'apparente absence d'effets dans les spectacles, comme nous l'avons vu au Chapitre I, découlait déjà, en fait, d'un sorte de *mise en scène des règles* de l'authenticité.

Pourtant, même si le respect de cet ensemble de règles de l'authenticité semble limiter les effets, il n'est pas pour autant une antithèse du spectaculaire. Ce que U2 a si bien

prouvé dans les années 80, que l'effet le plus spectaculaire de tous est la performance même de l'artiste, d'autres, plus près encore des racines du folk, l'avaient prouvé avant. La performance de Bob Dylan au Newport Folk Festival de 1965, où la vedette folk, jusque là respectueuse des règles de l'idéologie qui exige une performance acoustique, brancha sa guitare électrique et transgressa littéralement les limites imposées par son art, est un exemple frappant de la force de la performance même de l'artiste. Celui-ci peut, par la musique qu'il joue et son comportement sur scène, créer des effets de surprise et de choc, et dépasser l'horizon d'attente du spectateur comme peu de technologies et d'effets spéciaux arrivent à le faire.

Avec U2, nous l'avons vu, l'effet spectaculaire dans les performances du groupe, et de Bono en particulier, est créé par la nécessité du chanteur de dépasser les limites de la scène, d'élargir son espace performatif. En 1980, l'attrait principal du spectacle de U2 était les débordements de Bono qui insistait pour se mêler au public. Quelques années plus tard, si on s'attendait à ce genre de geste de la part du chanteur, rien ne nous préparait à sa dangereuse conquête des hauteurs, dès l'accession de U2 aux arénas et aux stades, brandissant le drapeau blanc à bout de bras. Là où le Bono des petites salles allait dans le public, le Bono des grandes salles, en tirant une fille hors du parterre pour danser avec elle, amenait maintenant le public sur la scène, avec le groupe.

La frontière entre la scène et la salle devint encore plus poreuse dans les années 90. Si les écrans géants de *Zoo TV* et *Pop Mart* permettaient au public de bien voir le groupe, même de très loin, l'interaction directe de Bono avec les caméras qui le filmaient faisait en sorte que le public se sentait directement interpellé par le chanteur. De plus, la présence de spectatrices sur scène pour filmer U2 pour les écrans de *Zoo TV* durant « *Trying to Throw Your Arms Around the World* », impliquait plus que jamais le public dans la performance, et par extension, dans la création de l'effet spectaculaire.

Il serait simpliste de voir, avec les trois spectacles les plus récents du groupe, *Elevation*, *Vertigo* et *360°*, un simple recyclage de procédés marquants du passé, ou même se limiter à y voir simplement un agrandissement physique de l'espace performatif. La dernière décennie dans la carrière de U2 fut celle où toutes les expérimentations et aspirations du groupe au fil des ans ont pris corps dans un seul et même concept, qui se peaufine au fil des spectacles. D'une part, si le *B-Stage* des années 90 permettait au groupe de performer au

centre de la salle, la rampe des années 2000 lui donne maintenant la possibilité de circuler librement sur une très grande superficie bordée de spectateurs. D'autre part, chaque spectacle, depuis dix ans, présente une innovation par rapport à l'utilisation de l'écran géant. Si l'écran de *Pop Mart* gênait par son énormité et le fait que le groupe performait devant, dans le spectacle le plus récent de U2, *360°*, l'écran plat est devenu cylindrique et, suspendu au-dessus de la scène ronde, permet de projeter des images sur toute sa circonférence (voir app. A, fig. 4). Le public, placé en rond autour de la scène et de l'écran, a donc une visibilité complète de tous les angles dans la salle.

Presque quarante-cinq ans après le passage des Beatles au Shea Stadium de New York, ce concert qui posa la question de la fonctionnalité d'un tel lieu pour un concert rock, le spectacle *360°* de U2 est en quelque sorte l'aboutissement de toutes les avancées technologiques provoquées par le défi de conquérir et surprendre un public pouvant atteindre 80 000 spectateurs. Il est aussi l'aboutissement des idées théâtrales de Warhol qui cherchait à envelopper et le Velvet Underground, et le public, dans un univers extraordinaire détaché du quotidien. Surtout, il est l'aboutissement, pour U2, de plus de trois décennies de questionnements et d'expérimentations sur les possibilités de l'espace performatif, fut-il un pub irlandais ou un des plus grand stades du monde.

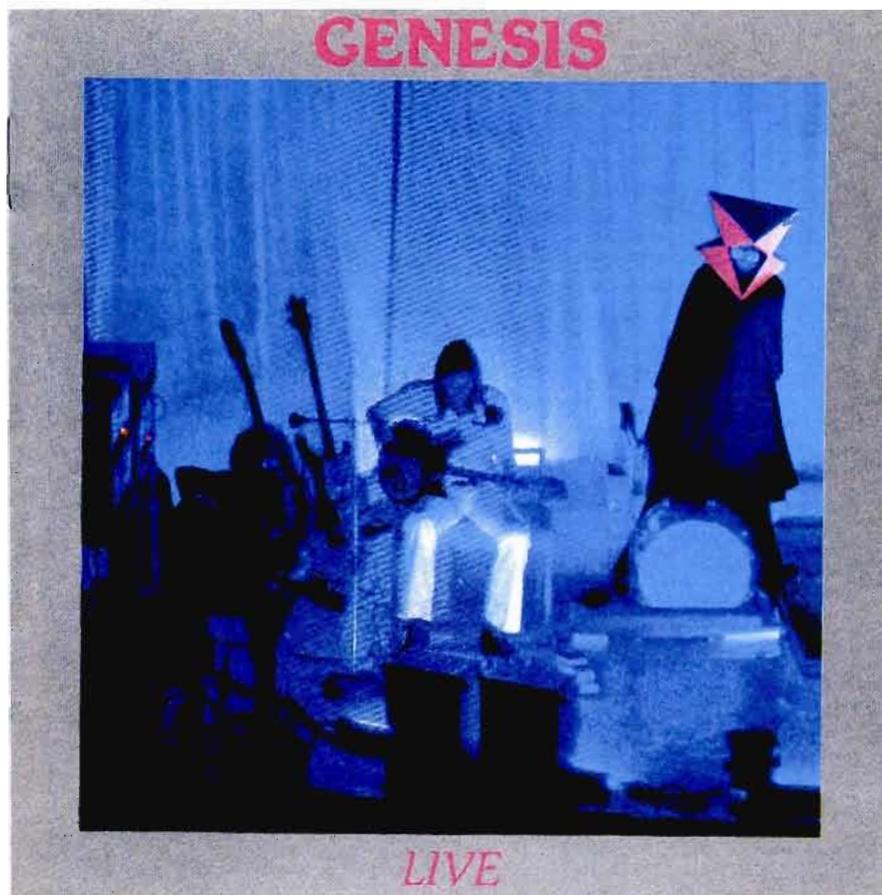
Tous les artistes du rock commencent leur carrière dans les bars et les clubs locaux, ayant accès, dans la plupart des cas, à seulement quelques projecteurs pouvant être dirigées pour éclairer la scène. La théâtralité et les effets spectaculaires, si l'artiste en utilise les procédés dans sa performance, sont le résultat d'une évolution autant artistique que commerciale : une volonté d'offrir au public plus que la démonstration minimale du talent brut de l'artiste, de s'approcher d'un *art total* dans lequel l'aspect visuel de l'espace performatif de l'artiste acquiert une importance plus grande. Une volonté, aussi, de repousser les limites de ce qui était possible dans la performance de la musique et offrir au public un événement unique et inoubliable qui ne ressemble en rien aux autres concerts rock.

APPENDICE:

LES IMAGES



**Figure 1.1** Une image du spectacle multimédia *The Exploding Plastic Inevitable* de Andy Warhol, avec The Velvet Underground (1966), incluse dans la pochette du premier album du groupe expérimental new-yorkais, mené par le poète et auteur/compositeur Lou Reed, *The Velvet Underground and Nico* (1967).



**Figure 1.2** L'image de la pochette du disque *Genesis Live* (1973) : on y voit, de gauche à droite, Mike Rutherford, Steve Hackett et Peter Gabriel en personnage titre de la chanson « *Watcher of the Skies* », lors du spectacle *Foxtrot* de Genesis en 1972.



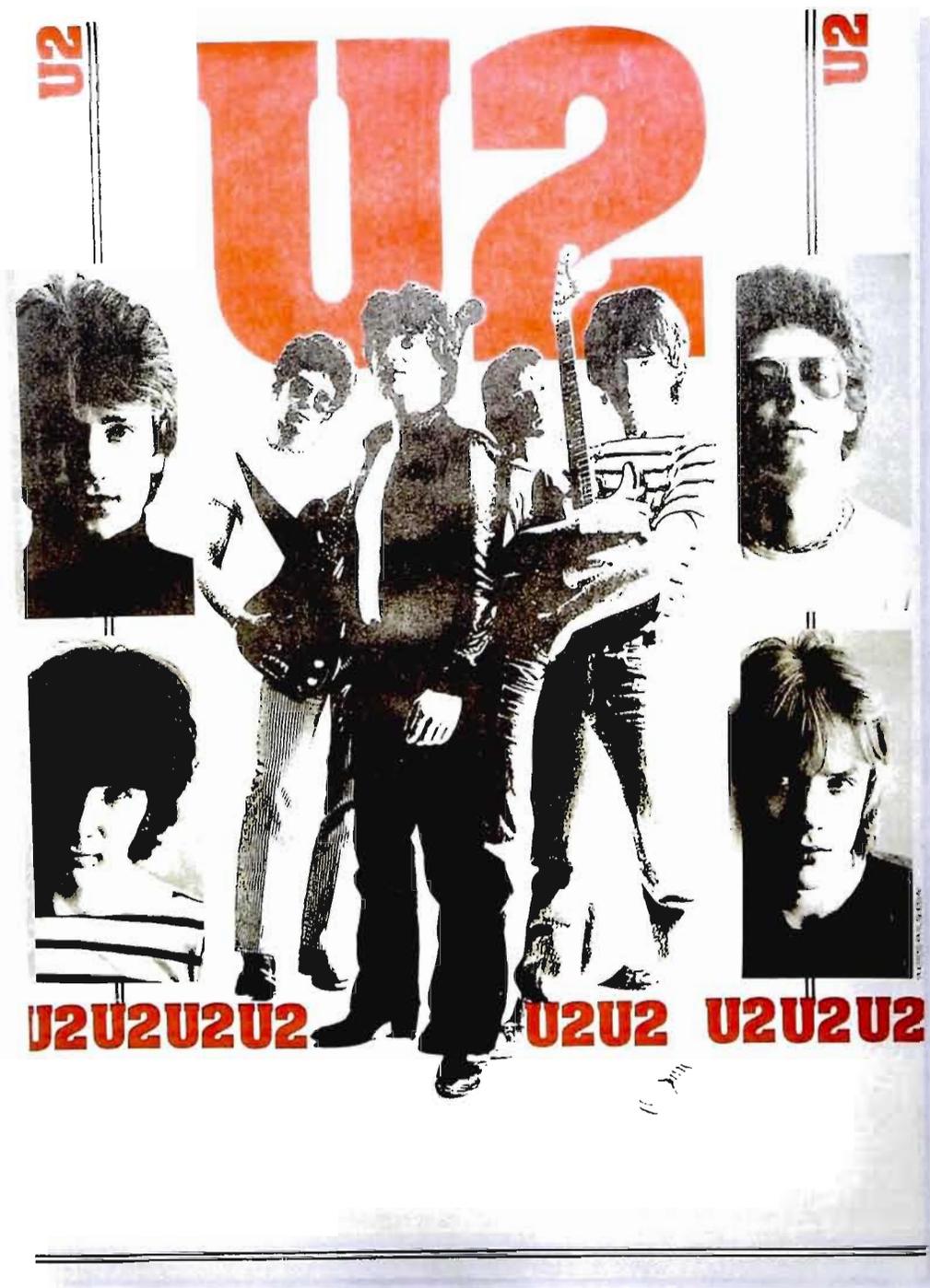
**Figure 1.3** The Fly, le premier personnage du chanteur de U2, Bono, qui apparut sur le disque *Achtung Baby*, dans le vidéoclip « The Fly », dans le spectacle *Zoo TV* et même dans le cadre d'entrevues de 1991 à 1993. (source : Bono et al., p. 217)



**Figure 1.4** Bono en Macphisto, le diable en *pop star*, dans la version Européenne de *Zoo TV*, appelée *Zooropa* (1992-93). (source : Scrimgeour, p. 119)



**Figure 1.5** Les personnages-archétypes de *Pop Mart* (1997) et leurs faux muscles : de gauche à droite, le guitariste The Edge, le batteur Larry Mullen Jr., le bassiste Adam Clayton et Bono. (source : Bono et al., p. 271)



**Figure 1.6**  
al., p. 85)

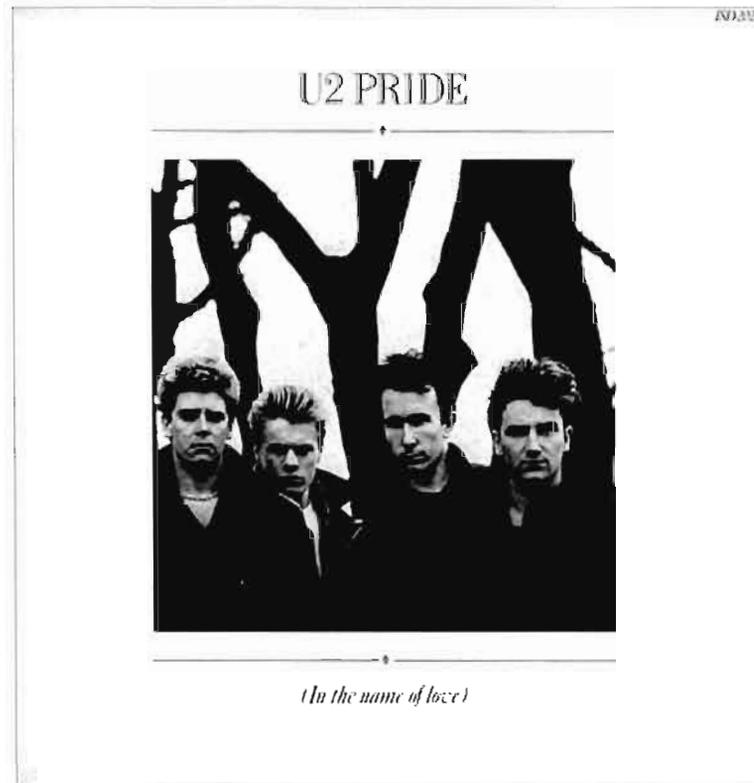
Affiche créée à partir de la toute première session photo du groupe. (source : Bono et



**Figure 1.7** Un exemple de l'image néo-hippie de U2 durant la seconde moitié des années 80.  
(source : Bono et al., p. 194)



**Figure 2.1** Le concept scénographique de *War*, juin 1983, Red Rocks Amphitheatre, à Denver, dans le Colorado. (source : Scrimgeour, p. 38)



**Figure 2.2** L'image de la pochette du simple *Pride (In the Name of Love)* de 1984, dont l'image de fond fut récupérée dans les projections du spectacle *The Unforgettable Fire* (1984-85)



**Figure 2.3** Exemples de projections dans le spectacle *The Unforgettable Fire*, automne 1984, Brixton Academy, Londres. (source : Scrimgeour, p. 50)



**Figure 2.4** *The Joshua Tree*, décembre 1987, Sun Devil Stadium, Tempe. Sur la toile de fond, ajoutée pour les stades, on projetait le logo de l'album *The Joshua Tree* (sur la photo) ou le logo de U2. (source : Scrimgeour, p. 72)



**Figure 2.5** *Love Town*, automne 1989, Australie. La fresque de René Castro. Notez le serpent, qui est en partie caché par le soleil/rosace de la guitare et le croissant de lune. (source : Scrimgeour, p. 78)



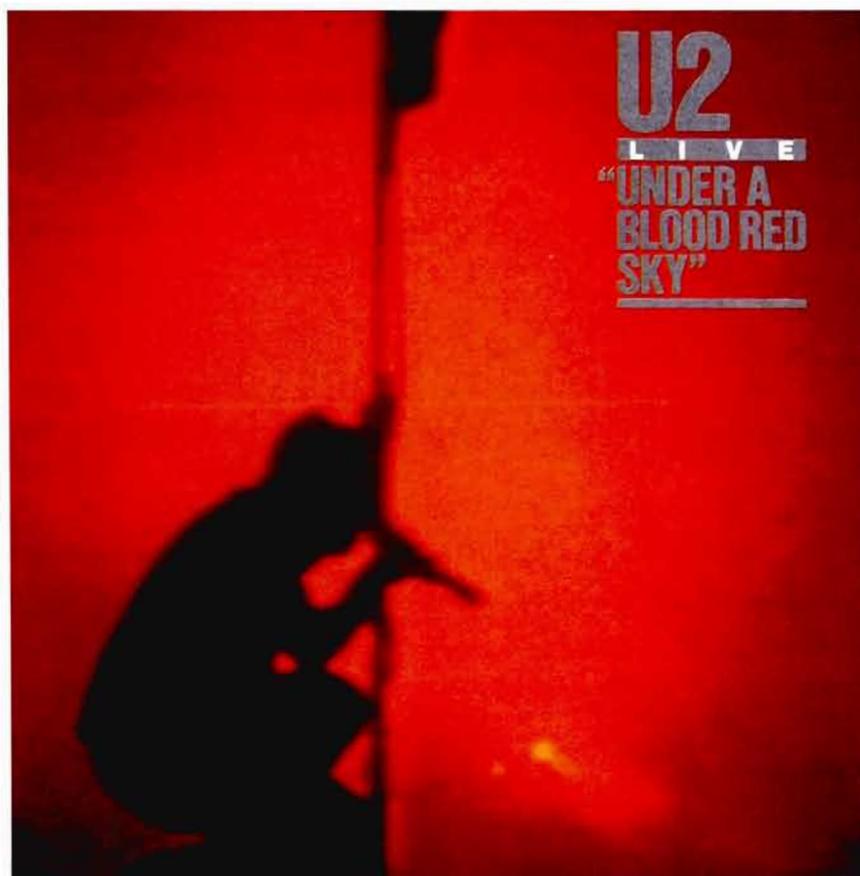
**Figure 2.6** *Love Town*, automne 1989, Australie. Notez les changements selon l'éclairage : par exemple, dans la photo du haut, le serpent apparaît derrière le soleil, alors que dans celle du bas, le soleil disparaît complètement et laisse la place au serpent, qui était pourtant bien caché par le soleil sur la peinture sous un éclairage normal (fig. 2.5). (source : Scrimgeour, p. 78)



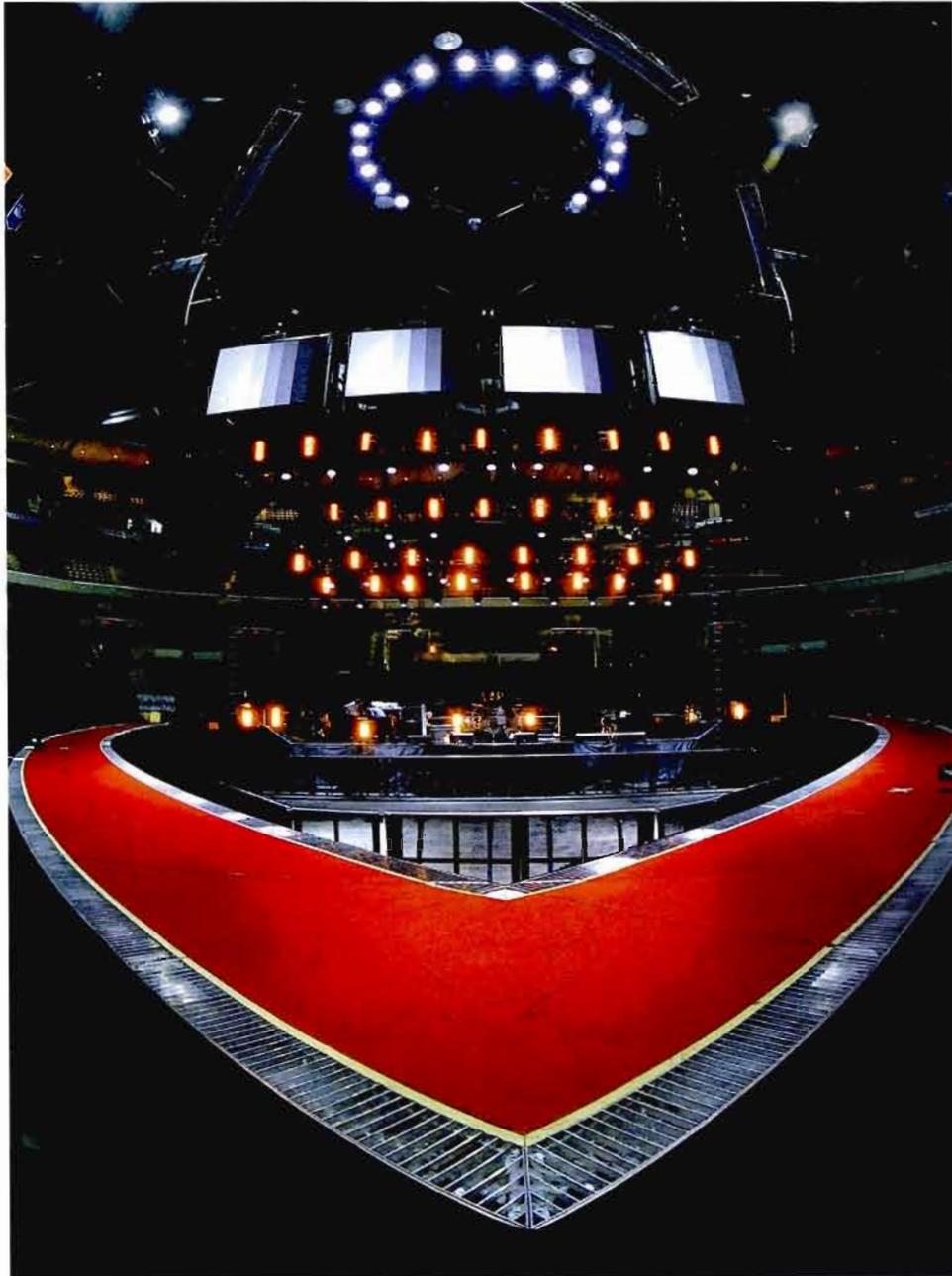
**Figure 2.7** *ZooTV Outside Broadcast*, août 1992, Hersheypark Stadium, Hershey. Les écrans géants sont en fait des écrans cathodiques Philips emboîtées pour créer des téléviseurs géants, et les voitures Trabant allemandes sont suspendues et utilisées comme système d'éclairage. (source : Scrimgeour, p. 121)



**Figure 2.8** *Pop Mart*, avril 1997, Sam Boyd Stadium, Las Vegas. Une critique de la société de consommation, avec le plus grand écran géant du monde (à l'époque) et une arche rappelant celle des restaurants McDonald's. (source : Scrimgeour, p. 131)



**Figure 3.1** La pochette de *Under a Blood Red Sky* (1983), album *live* tiré du spectacle *War*. Cette photo de Bono sur fond rouge, tenant le drapeau blanc, devint une image iconique de la phase militante pacifiste de U2.



**Figure 3.2** Répétition technique pour *Elevation*, mars 2001, Miami Arena, Miami. Le public pouvait se placer autour de la rampe en forme de cœur ou encore au centre, entouré par la rampe. (source : Scrimgeour, p. 157)



**Figure 4** La “base spatiale” du spectacle  $360^\circ$  de U2 (2009-10), avec sa scène ronde encerclée par une rampe qui lui est reliée par deux ponts, ainsi que son écran géant circulaire, est une révolution scénographique sur le plan de la visibilité dans un concert rock conçu pour les stades (source : [www.u2.com](http://www.u2.com))

## RÉFÉRENCES

### Théâtralité et spectaculaire

Château, Dominique. 1997. « Pour une esthétique du spectaculaire ». Chap. in *Le spectaculaire*, sous la dir. de Christine Hamon-Sirejols et André Gardies. Lyon : Aléas.

Féral, Josette (dir. publ.). 2002. *The Rise and Fall of Theatricality, SubStance 98/99*, Vol. 31, n° 2 et 3.

Kirby, Michael. 1995. « On Acting and Not-Acting ». Chap. in *Acting (Re)Considered*, sous la dir. de Phillip B. Zarrilli. Londres et New York : Routledge.

Picon-Vallin, Béatrice. 1997. « Le spectaculaire de masse du théâtre au cinéma (Eisenstein dans le contexte théâtral soviétique) ». Chap. in *Le spectaculaire*, sous la dir. de Christine Hamon-Sirejols et André Gardies. Lyon : Aléas.

### Performance, postmodernisme et médiatisation

Auslander, Philip. 1992. *Presence and Resistance : Postmodernism and Cultural Politics in Contemporary American Performance*. Coll. "Theatre – Theory/Text/Performance". Ann Arbor : University of Michigan Press.

-----, 1997. *From Acting to Performance: Essays in Modernism and Postmodernism*. Londres et New York: Routledge.

-----, 1999. *Liveness : Performance in a Mediatized Culture*. Londres et New York: Routledge.

Connor, Steven. 1989. *Postmodernist Culture: An Introduction to Theories of the Contemporary*. Cambridge: Blackwell.

Frith, Simon. 1988. *Music for Pleasure*. Cambridge: Polity.

-----, 1996. *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Cambridge: Harvard University Press.

Grossberg, Lawrence. 1992. *We Gotta Get Out of This Place: Popular Conservatism and Postmodern Culture*. New-York et Londres: Routledge.

## Musique populaire au 20e siècle

Bogdanov, Vladimir, Chris Woodstra et Stephen Thomas Erlewine (dir. publ.). 2002. *All Music Guide to Rock: The Definitive Guide to Rock, Pop, and Soul*. San Francisco: Backbeat.

Goodman, Fred. 1998. *The Mansion on the Hill: Dylan, Young, Geffen, Springsteen, and the Head-On Collision of Rock and Commerce*. New York: Vintage.

## Ouvrages sur U2

Bono, The Edge, Adam Clayton et Larry Mullen Jr. 2006. *U2 by U2*. Londres: Harper Collins.

Bordowitz, Hank. 2003. *The U2 Reader: A Quarter Century of Commentary, Criticism, and Reviews*. Milwaukee: Hal Leonard.

Scrimgeour, Diana (dir. publ.). 2004. *U2 Show*. Londres: Orion.

Taylor, Mark. 1994. *U2*. Miami: MBS.

## Discographie partielle de U2

3 (demo). CBS 12-7951, 1979. Disque 45 t.p.m., stéréo.

*Boy*. Island CID-110, 1980. Disque compact.

*October*. Island CID-111, 1981. Disque compact.

*War*. Island CCID-112, 1983. Disque compact.

*Live – Under a Blood Red Sky*. Island IMCD-248, 1983. Disque compact.

*The Unforgettable Fire*. Island CCID-102, 1984. Disque compact.

*The Joshua Tree*. Island CID-1127, 1987. Disque compact.

*Rattle and Hum*. Island CIXD-1204, 1988. Disque compact.

*Achtung Baby*. Island 314-510 347-2, 1991. Disque compact.

*Zooropa*. Island 314-518 047-2, 1993. Disque compact.

*Pop*. Island 314 524 334-2, 1997. Disque compact.

*The Best of 1980-1990 & B-Sides*. Island 314 524 612-2, 1998. Disque compact.

*All That You Can't Leave Behind*. Island 314 524 653-2, 2000. Disque compact.

*The Best of 1990-2000 & B-Sides*. Island 4400634380, 2002. Disque compact.

*How to Dismantle an Atomic Bomb*. Island 0249868180, 2004. Disque compact.

*No Line on the Horizon*. Island 0251796037, 2009. Disque compact.

#### Vidéographie partielle de U2

Taylor, Gavin. 1983. *U2 – Live at Red Rocks “Under a Blood Red Sky”*. Prod. Rick Wurpel et Doug Stewart. RCA/Columbia Pictures Home Video. Vidéocassette VHS, 55min, son, couleur.

Island Visual Arts. 1985. *U2 – The Unforgettable Fire Collection*. Prod. James Morris. Polygram Video. Vidéocassette VHS, 51 min., son, couleur.

Joanou, Phil. 1988. *U2 – Rattle and Hum*. Prod. Michael Hamlyn. Paramount Pictures. Vidéocassette VHS, 99 min., son, n/b, couleur.

Island Visual Arts. 1992. *U2 – Achtung Baby : the videos, the cameos, and a whole lot more of interference from ZooTV*. Polygram Video. Vidéocassette VHS, 65 min, son, couleur.

Mallet, David. 1994. *U2 – ZooTV Live from Sydney*. Prod. Ned O’Hanlon et Rocky Oldham. Polygram Video. Vidéocassette VHS, 1h 58min, son, couleur.

-----, 1998. *U2 – Pop Mart Live from Mexico City*. Prod. Ned O’Hanlon. Polygram Video. Vidéocassette VHS, 127 min., son, couleur.

Hamilton, Hamish. 2001. *Elevation 2001 – U2 Live From Boston*. Prod. Ned O’Hanlon. Island. DVD, 1h 47min, son, couleur.

-----, 2003. *U2 Go Home – Live From Slane Castle, Ireland*. Prod. Ned O’Hanlon. Island. DVD, 2h 12min, son, couleur.

-----, 2005. *U2 – Vertigo Live From Chicago*. Prod. Ned O’Hanlon. Island. DVD, 3h 17min, son, couleur.