

Jean-Éric PERRIN • Jérôme REY
Gilles VERLANT

LES
MISCELLANÉES
DU ROCK

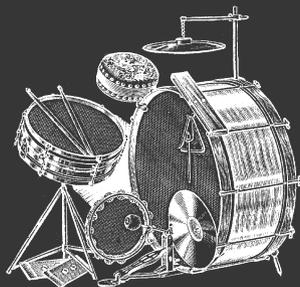


Fetjaine

Jean-Éric PERRIN • Jérôme REY

Gilles VERLANT

LES MISCELLANÉES DU ROCK



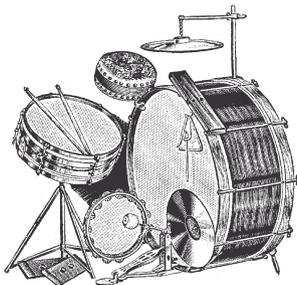
Fetjaine

Extrait de la publication

Jean-Éric PERRIN • Jérôme REY

Gilles VERLANT

LES MISCELLANÉES DU ROCK



Fetjaine



© Les Éditions Fetjaine, 2009

Une marque de La Martinière Groupe

www.lamartinieregroupe.com

ISBN: 978-2-35425-294-6





Introduction

Dans *Le Nouveau Petit Robert* 2008, on lit ceci :
«*Miscellanées* n. f. pl. – 1570 (latin *miscellanea* “choses mêlées”, adj. subst., de *miscere* “mêler”). DIDACT. Mélanges scientifiques ou littéraires.»

Au fil des siècles, on a écrit des *miscellanées* sur plein de sujets (c'est le principe), même les plus abscons.

Des érudits, dans les domaines les plus variés, ont cru bon d'étaler leur science avec une rare outrecuidance. Alignant des anecdotes, déroulant des listes, exhibant sans fard leur côté « je suis un gros malin et je le montre ». En règle générale, on est effaré par la vacuité de ces *miscellanées* qui, visiblement, n'ont fait plaisir qu'à leurs auteurs. On patauge dans le trivial, l'énumération gratuite, la facétie à deux balles. Les ayant parcourues, on referme l'ouvrage en se demandant : « Mais qu'ai-je appris ? À quoi cela peut-il me servir ? »

Il était temps de donner du sens aux *miscellanées*, de leur rendre leurs lettres de noblesse. Se sentant investis d'une véritable mission civilisatrice, trois courageux auteurs se sont consacrés durant de longues années à l'élaboration de

l'ouvrage que vous tenez entre les mains. Vêtus de leurs robes de bure, tels des moines cénobites, partageant leur temps entre la prière et d'harassantes séances de travail, au péril de leur santé mentale et physique, ils ont inlassablement rassemblé, compilé, classé les informations les plus cruciales sur un domaine qui n'avait jamais, jusqu'alors, fait l'objet d'une étude aussi approfondie.

Trois millénaires de civilisation occidentale pour en arriver aux *Miscellanées du rock*: on a bien fait d'attendre.



Led Zeppelin et
les Rolling Stones au
96-98 St. Mark's Place

Vous connaissez tous la pochette du double album vinyle «Physical Graffiti» de Led Zeppelin (1975), où l'on voit un immeuble new-yorkais, un *brownstone* symétrique de quatre étages (cinq, en fait, dans la vraie vie, mais il fallait respecter le format carré de la pochette). Celui-ci est situé à Manhattan, au 96-98 St. Mark's Place, l'endroit choisi en 1981 par Michael Lindsay-Hogg (également réalisateur du *Let It Be* des Beatles) pour filmer la vidéo de *Waiting on a Friend*, une chanson de l'album «Tattoo You» des Rolling Stones. On y voit au début Mick Jagger assis sur le perron de l'immeuble en question, aux côtés du chanteur jamaïcain Peter Tosh (qui fait de la figuration), en train de chanter qu'il *attend un ami*. En l'occurrence Keith Richards qui le rejoint bientôt...



*Comme une pierre
qui roule*

Like a Rolling Stone, BOB DYLAN
Daddy Rolling Stone, THE SMALL FACES
Papa Was a Rolling Stone, THE TEMPTATIONS
Rollin' Stone, THE KINGSTON TRIO
Rolling Stone, MUDDY WATERS
The Cover of the Rolling Stone, DR. HOOK
(mais là, ça concerne le magazine américain)

Le club des 27

Ils sont tous les quatre morts à l'âge de 27 ans seulement. Des T-shirts sont désormais édités à leur effigie sous le slogan « The 27 Club ». Ils se nomment Jimi Hendrix (mort en septembre 1970), Janis Joplin (un mois après Jimi), Jim Morrison (1971) et Kurt Cobain (suicidé en 1994).



*Les plus longs titres
d'albums de l'histoire
du rock*

« Most of the Remixes We've Made for Other People Over the Years Except for the One for Einstürzende Neubauten Because We Lost It and a Few We Didn't Think Sounded Good Enough Or Just Didn't Fit In Length-wise, But Including Some That Are Hard to Find Because Either People Forgot About Them Or Simply Because They Haven't Been Released Yet, a Few We Really Love, One We Think Is Just OK, Some We Did for Free, Some We Did for Money, Some for Ourselves Without Permission and Some for Friends as Swaps But Never on Time and Always at Our Studio In Ghent », par Soul Wax (1999).

« When The Pawn Hits the Conflicts He Thinks Like a King What He Knows Throws the Blows When He Goes to the Fight and He'll Win the Whole Thing 'Fore He Enters the Ring There's Nobody to Batter When Your Mind Is Your Might So When You Go Solo You Hold Your Own Hand and Remember That Depth Is the Greatest of Heights and If You Know Where You Stand Then You Know Where to Land and If You Fall It Wont Matter 'Cuz You'll Know That You're Right », par Fiona Apple (1999).

« My People Were Fair and Had Sky In Their Hair... But Now They're Content to Wear Stars on Their Brows », par Tyrannosaurus Rex (avec Marc Bolan, 1968).

Dans la série
« gros malins »

En 1978, le groupe anglais XTC (avec à sa tête le pur génie Andy Partridge) publie son deuxième album, «Go 2». Pour se moquer (déjà!) de la dictature du marketing, au lieu d'une belle photo du groupe ou d'un beau design flashy qui attire le regard, la pochette ne comporte que du texte, façon machine à écrire, en blanc sur fond noir. En espérant que vous pigez l'anglais (sinon, voyez la note de bas de page), ça dit ceci :

«This is a RECORD COVER. This writing is the DESIGN upon the record cover. The DESIGN is to help SELL the record. We hope to draw your attention to it and encourage you to pick it up. When you have done that maybe you'll be persuaded to listen to the music - in this case XTC's Go 2 album. Then we want you to BUY it. The idea being that the more of you that buy this record the more money Virgin Records, the manager Ian Reid and XTC themselves will make. to the aforementioned this is known as PLEASURE. A good cover DESIGN is one that attracts more buyers and gives more pleasure. This writing is trying to pull you in much like an eye-catching picture. It is designed to get you to READ IT. This is called luring the VICTIM, and you are the VICTIM. But if you have a free mind you should STOP READING NOW! Because all we are attempting to do is to get you to read on. Yet this is a DOUBLE BIND



because if you indeed stop you'll be doing what we tell you, and if you read on you'll be doing what we've wanted all along. And the more you read on the more you're falling for this simple device of telling you exactly how a good commercial design works. They're TRICKS and this is the worst TRICK of all since it's describing the TRICK whilst trying to TRICK you, and if you've read this far then you're TRICKED but you wouldn't have known this unless you'd read this far. At least we're telling you directly instead of seducing you with a beautiful or haunting visual that may never tell you. We're letting you know that you ought to buy this record because in essence it's a PRODUCT and PRODUCTS are to be consumed and you are a consumer and this is a good PRODUCT. We could have written the band's name in special lettering so that it stood out and you'd see it before you'd read any of this writing and possibly have bought it anyway. What we are really suggesting is that you are FOOLISH to buy or not buy an album merely as a consequence of the design on its cover. This is a con because if you agree then you'll probably like this writing - which is the cover design - and hence the album inside. But we've just warned you against that. The con is a con. A good cover design could be considered as one that gets you to buy the record, but that never actually happens to YOU because YOU know it's just a design for the cover. And this is the RECORD COVER¹.»

1. « Voici une POCHETTE D'ALBUM. Ce texte est le DESIGN de la pochette. Ce DESIGN a pour but d'aider à VENDRE le disque. Nous espérons retenir votre attention et vous encourager à choisir ce disque. Lorsque ce sera fait, vous serez peut-être convaincu d'écouter la musique. Dans ce cas précis, il s'agit de l'album de XTC Go 2. Puis nous aimerions que vous l'ACHETIEZ. Plus vous serez nombreux à l'acheter, plus notre maison de disques Virgin, Ian Reid notre manager et XTC gagneront de l'argent. Une bonne pochette est une pochette qui attire le plus grand nombre d'acheteurs, ce qui vous donne plus de PLAISIR. Ce texte est censé retenir votre attention tout comme le ferait une illustration. Ce design a pour but que vous lisiez ce TEXTE. Cela s'appelle attirer sa victime et vous êtes la VICTIME. Si vous pensez être un esprit libre, vous devez immédiatement cesser de LIRE ce texte car tout ce que nous essayons de faire c'est que vous poursuiviez votre lecture. C'est une véritable contrainte car si vraiment vous vous arrêtez, vous ne ferez que suivre ce que l'on vous dit et si vous continuez, vous ne ferez que ce que nous souhaitons depuis le début. Ce sont des ruses et c'est la pire ruse de toutes les ruses puisque nous expliquons la ruse tout en essayant de vous jouer un tour et si vous avez lu ce texte jusque-là, vous avez été piégé, mais vous ne l'auriez pas su si vous n'aviez pas poursuivi votre lecture. Nous avons la franchise de vous le dire au lieu de tenter de vous séduire par un beau visuel qui peut très bien vous laisser indifférent. Nous vous prévenons que vous devez acheter ce disque car par essence il s'agit d'un PRODUIT et les PRODUITS sont destinés à être consommés, vous êtes un consommateur et il s'agit d'un bon PRODUIT. Nous aurions très bien pu écrire le nom de notre groupe en gros caractères pour le mettre en avant et vous l'auriez vu avant même de commencer la lecture de ce texte et vous l'auriez probablement acheté. Ce que nous pensons réellement c'est que vous êtes BÊTE d'acheter ou de ne pas acheter un album en ne vous fiant qu'à sa pochette. C'est une arnaque car si vous partagez notre avis vous devez apprécier ce texte – qui est le design de la pochette de ce disque – et donc la musique qui s'y trouve. Mais nous vous avons prévenu. L'arnaque est une arnaque. Une bonne pochette d'album peut être considérée comme une pochette qui vous fera acheter l'album, mais cela ne VOUS arrivera jamais car VOUS savez qu'il ne s'agit que d'une pochette d'album. Et voici la POCHETTE DE L'ALBUM. »



La blague continue au verso (« *This is the back of a RECORD COVER. Catalogue N° V2108...* »), sur la pochette intérieure (« *This is an inner sleeve or bag of an album called Go 2 with a catalogue number of V2108* ») et sur le label du 33 tours (« *This is a LABEL. This writing is known as the LABEL COPY* »), etc. (suivent 25 lignes de texte). Quand l'album « Go 2 » est ressorti en CD quelques années plus tard, toujours aussi ricanant, le groupe a modifié le premier texte : « *This is a COMPACT DISC COVER. This writing is the DESIGN upon the compact disc cover...* » Ah, les gros malins !

Le plus long titre

de chanson jamais enregistrée

The Sad But True Story of Ray Mingus, the Lumberjack of Bulk Rock City, and His Never Slacking Stribe in Exploiting the So Far Undiscovered Areas of the Intention to Bodily Intercourse From the Opposite Species of His Kind, During Intake of All the Mental Condition That Could Be Derived From Fermentation, par le groupe suédois Rednex.

*Quelques tops models qui ont
(un temps) préféré des héros
du rock à ceux de la finance,
du cinéma ou de la formule 1,
voire les ont épousés...*

Naomi Campbell : est sortie avec Adam Clayton (bassiste de U2, Robbie Williams, Usher...).

Rachel Hunter : Rod Stewart, Robbie Williams.

Penny Lancaster : Rod Stewart.

Kate Moss : Pete Doherty (Babyshambles), Evan Dando (Lemonheads), Bobby Gillespie (Primal Scream), Jamie Hince (The Kills), etc.

Elle McPherson : Bryan Adams.

Lily Cole : Bryan Ferry.

Jerry Hall : Bryan Ferry, Mick Jagger.

Iman : David Bowie.

Liv Tyler : Evan Dando (Lemonheads), Royston Langston (Space Hog).

Karen Elson : Jack White (White Stripes).

Paulina Porzikova : Ric Ocasek (The Cars).

Carmen Electra : Dave Navarro (Red Hot Chili Peppers).

Caroline Murphy : Brendan Boyd (Incubus).

Noémie Lenoir : Stomy Bugsy.

Stephanie Seymour : Axl Rose (Guns N'Roses), Tommy Andrews.



Tatjana Patitz: Seal.
Yasmin Le Bon: Simon Le Bon (Duran Duran).
Joy Bryant: Usher (50 Cent).
Milla Jovovitch: Sean Lennon, John Frusciante (Red Hot Chili Peppers).
Petra Newcova: James Blunt.
Eva Herzigova: Tico Torres (Bon Jovi).
Carla Bruni: Eric Clapton, Mick Jagger, Louis Bertignac...
Helena Christensen: Michael Hutchence (INXS).
Frankie Rayder: Flea (Red Hot Chili Peppers).
Devon Aoki: Lenny Kravitz.
Christie Brinkley: Billy Joel.
Irina Lazareanu: Sean Lennon, Pete Doherty (Babyshambles).
Tyra Banks: Seal.
Heidi Klum : Seal (il l'a épousée, en prime !).
Et la liste s'allonge chaque jour...

*Les cinq chansons
de Bob Dylan
les plus reprises*

Blowin' in the Wind: 317 versions connues (les plus célèbres par Peter, Paul & Mary, Marianne Faithfull, les Hollies, mais aussi par Elvis Presley et Marlène Dietrich).

Mr. Tambourine Man: 218 versions connues (par les Byrds, bien sûr, mais aussi Judy Collins et même, sous forme déclamée, par William Shatner de la série *Star Trek*).

All Along the Watchtower: 206 versions connues (celle de Jimi Hendrix est plus connue que l'originale par Dylan, qui figure sur l'album « John Wesley Harding » et qu'il n'a jamais publiée sous forme de single; la version live par les Irlandais de U2 sur l'album « Rattle & Hum » vaut le détour).

I Shall Be Released: 179 versions connues (la meilleure par The Band, qui accompagnait Dylan sur scène, sur leur premier album « Music From Big Pink »; celle de Joan Baez est un classique, et Bette Midler la chantait sur scène dans les années 1970 en la dédiant à son public essentiellement gay).

Knockin' on Heaven's Door: 146 versions connues (soft-rock par Eric Clapton, hard-rock par Guns N'Roses, popado par Avril Lavigne... La version par Warren Zevon est parue quinze jours avant sa mort, alors qu'il se savait condamné, soit juste avant de s'en aller *toquer à la porte du paradis*).



Quelques reprises
de Bob Dylan,

oui, mais par des Français, cette fois...

Si tu dois partir (If You Gotta Go, Go Now), par Bijou.

Masters of War, par Valérie Lagrange.

Just Like a Woman, par Charlotte Gainsbourg.

S'abriter de l'orage (Shelter From the Storm), par Francis Cabrel.

Elle m'appartient (c'est une artiste), par Francis Cabrel.

She Belongs to Me, par Bashung.

Écoute dans le vent, par Richard Anthony.

Gotta Serve Somebody, par Axelle Red.

*Cauchemar psychomoteur, par Paul Personne
et Hubert-Félix Thiéfaine.*

It's All Over Now Baby Blue, par Pascal Comelade.

Knockin' on Heaven's Door, par Patrick Coutin.

Sans oublier tout l'album « Hugues Aufray chante Dylan » paru en 1965 où, sur des textes adaptés en français par Pierre Delanoë, il reprenait *Mr. Tambourine Man (L'Homme-orchestre)*, *It Ain't Me, Babe (Ce n'était pas moi)*, etc. Sa passion pour Dylan est restée intacte par la suite, il en a repris pas mal d'autres titres (dont *Knock Knock ouvre-toi porte d'or*), jusqu'à réaliser son rêve en 1984 : chanter avec son idole sur scène *The Times They Are A-Changin'!*

*Les dix noms de groupes folk
français les plus énervants des années
1970*

Claque Galoche, Perlimpinpin Folc, Geranium, La Chifonie Folk, Tri Yann, La Bamboche, Mélusine, Gwendal, les Sœurs Goadec et Sourdeline.

*Les dix instruments
énervants préférés des groupes folk
énervants des années 1970*

Viole, dulcimer, mandoloncelle, accordéon diatonique, biniou, vielle à roue, clariclarou, épinette des Vosges, cromorne et blugneau.



Peut-on réserver une chambre à l'Hotel California ?	289
Au repos du guerrier : les groupies les plus fameuses de l'histoire du rock !	290
Des filles inspirantes	293
Elvis à Paris	295
Quart d'heure rétro	296
Le rock sudiste	297
Chante et mets tes baskets	299
Guinness Book	299
L'affiche du Festival punk au 100 Club, les 20 et 21 septembre 1976, Londres	300
Le plastique, c'est fantastique	300
Une égérie active	301
Le Bromley Contingent	301
Rigoureusement incoutable (1)	302
Rigoureusement incoutable (2)	303
Écrase-merde	304
Écrase-merde (bis)	304
No future	305
Quelques prénoms, de A à Z	306
On ira tous au paradis	307

Miscellanées *nom fém. plur.* recueil d'écrits divers, littéraires ou scientifiques.

Rock *nom masc.* musique rythmée d'origine américaine.

Miscellanées du rock recueil divertissant, érudit et surprenant bourré d'anecdotes improbables, de listes inutiles (10 groupes français des années 70 portant un nom rigolo), ou indispensables (les 10 meilleurs solos de guitare de l'Histoire), d'infos (qu'est-ce que le « hair metal » ?) et de dossiers « non classés » (Elvis est vivant, McCartney est mort...).

L'histoire du rock est émaillée d'anecdotes, de rumeurs, de « légendes urbaines » et d'une masse d'informations étonnantes, incroyables, scandaleuses ou franchement drôles qui, tout autant que les disques et les concerts, font partie de l'univers de cette musique.

Cet ouvrage élégant, amusant de bout en bout, ne manquera pas de passionner tous les amateurs de rock.

Conception couverture : Nord Compo